

FTD - Ein deutscher Held

Aus der FTD vom 23.9.2003

Von Michael Prellberg

"Der Porsche-Chef". Wendelin Wiedeking - mit Ecken und Kanten an die Spitze.

Von Ulrich Viehöver, Campus 2003, 294 S., 24,90 Euro, ISBN 359337207X

Deutschland gehen die Helden aus. Kein Idol, nirgends. "Made in Germany" hat eben keine Weltgeltung mehr. Bis auf klar: Porsche. Die edlen Sportwagen sind weltweit gefragt, und der Chef - na, der ist eine Marke für sich. Ein Querdenker, der kein Blatt vor den Mund nimmt. Leisten kann sich Wendelin Wiedeking die frechen Sprüche, schließlich hat er Porsche aus der Krise geholt. Die Belohnung dafür: den Titel "Manager des Jahres" hat Wiedeking fast schon abonniert, jetzt gibt es sogar die erste Biografie über ihn. Die allerdings keine wirkliche, umfassende Biografie sein kann. Dafür hat der Porsche-Chef gesorgt, indem er sich, aktuellen und ehemaligen Porsche-Mitarbeitern, Freunden und Bekannten einen "Maulkorb" umlegte. Sagt zumindest Autor Ulrich Viehöver. Entsprechend wenig hat er herausgefunden über Kindheit und Jugend des heutigen Star-Managers, über dessen Studienzeit und erste Gehversuche als Immobilienmakler. Wirklich traurig ist das nicht. Denn so kann Automobil- und Wirtschaftsjournalist Viehöver den Schwerpunkt verlegen auf die Geschichte von Porsche in den vergangenen anderthalb Jahrzehnten. Und da kennt Viehöver sich bestens aus und hat viel zu erzählen. Beispielsweise, wie Ingenieurs- und Managereitelkeiten den Autobauer in den 80er Jahren in die Krise trieben. Keine neuen Modelle, keine Strategie, eigentlich kein gar nichts. Viehöver erzählt, gespickt mit Interna, wie sich die Eigentümerfamilien Porsche und Piëch (Volkswagen-Ex-Chef Ferdinand Piëch dürfte das Buch wohl als Schmähschrift werten...) mehr mit sich selbst als mit der Zukunft des Unternehmens beschäftigten. Detailliert zeichnet er nach, wie sich Wendelin Wiedeking auf den Posten des Vorstandsvorsitzenden hievte. Und wie er von dort aus sofort die Sense schwang: Der Schlachtruf lautete "Rationalisieren!" Ein Drittel der Belegschaft musste gehen, Experten von Toyota wurden eingeflogen, die Zuffenhausen auf effektive japanische Produktionsmethoden ein schworen. Porsche-Mitarbeiter denken an jene Zeit, die täglich neuen Druck, neue Anforderungen, neuen Stress und neue Ängste brachte, nur mit Grausen zurück. Der Rest der Welt sieht nur den Erfolg: Wiedeking, der Retter. Viehöver urteilt differenzierter: Wiedeking gebühre das Verdienst, die Sense geschwungen, den unpopulären Sparkurs durchgesetzt und die Produktion modernisiert zu haben. Den Boxster aber, der Porsche in den 90er Jahren erfreuliche

Umsatzzahlen bescherte, den habe allerdings sein Vorgänger Arno Bohn schon auf den Weg gebracht. Ohne Glück geht nichts, sagt Wiedeking gern in seiner launigen, eloquenten Art, die ihm übrigens keineswegs zugefallen ist, wie Viehöver berichtet. Der Maschinenbau-Ingenieur habe anfangs durchaus tapsig gewirkt. Gemeinsam mit Porsches PR-Chef Anton Hunger sei nicht nur an Auftreten und Rhetorik gefeilt worden. Gemeinsam würden die beiden planen, wann welche Provokationen wo unters Volk gebracht werden. Und die Medien, sie fressen Wiedeking aus der Hand - weil er Tacheles redet, statt aalglatte Statements abzusondern. Doch das ist nur die glänzende Seite der Medaille, warnt Viehöver. Die andere Seite zeigt bei ihm einen Wendelin Wiedeking, der bei Porsche die Daumenschrauben immer fester dreht. Einen Techniker der Macht, umgeben von einer Corona von Jasagern.

Viehövers Fazit ist eindeutig: Wiedeking als deutscher Held ist vor allem eine Medieninszenierung.

© 2003 Financial Times Deutschland