

Der folgende Artikel ist ein Auszug aus einem Kommentar von Jochen G. Fuchs, der zuerst am 27.1.2015 auf t3n erschienen ist unter folgendem

Link → <http://t3n.de/news/strategische-neuausrichtung-ebay-590453>

Die strategische Neuausrichtung von eBay und das Magento-Desaster [Kommentar]

Vor kurzem hat eBay eine strategische Neuausrichtung angekündigt, was sich nun als Euphemismus erweist: CEO Donahoe ist viel eher dabei den Konzern in voller Fahrt gegen die Wand zu fahren und nimmt Magento dabei gleich mit.

Unser aller Liebling eBay hat vor kurzem seine Zahlen und seine strategische Neuausrichtung veröffentlicht.

Wie wir vermeldeten, zielt eBay jetzt auf eine Konzentration auf Kernkompetenzen ab und rationalisiert sich der Konsolidierung entgegen.

Anscheinend ist bei der Zusammenstellung der Zahlen jedoch die Chefetage in haltlose Panik verfallen. Was da an „strategischer Neuausrichtung“ verkündigt wurde, verdient diese Bezeichnung nicht. Strategische Kopflosigkeit wäre angebrachter. Und Magento sitzt mitten im Desaster.

Was eBay sagt

Die Strategie soll kurz gesagt „Besinnen auf die Kernkompetenzen und Rationalisieren“ heißen. Für den Marktplatz kündigte Donahoe eine aggressivere Vorgehensweise an und sprach ansonsten von einem zielgerichteteren Vorgehen, davon Ressourcen auf Prioritäten auszurichten und Initiativen oder Expansionen die von den Kernkompetenzen abweichen, zurückzufahren oder komplett einzustellen. Klingt erstmal nicht unvernünftig. Bis es an die Umsetzung geht.

Was eBay tut

Die erste bedeutende Tat ist die Entlassung von 2400 Mitarbeitern. „Kolexität reduzieren und wettbewerbsfähige Strukturen schaffen“ lautet die Begründung. Was soll das bitte heißen? „Wir haben Stellen geschaffen, bei denen uns jetzt erst auffällt, dass wir sie nicht

brauchen?“ Hier wird schlicht und einfach rationalisiert um die Erträge zu optimieren.

Dann zum Thema „zielgerichtetes Vorgehen“:

CEO John Donahoe gab allen Ernstes in einer Presseverlautbarung folgendes von sich: „*We will also be exploring strategic options for eBay Enterprise including a sale or IPO*“ und „*If a strategic or financial acquirer emerges, we'll compare their offer to what we'd get from an IPO,*“ he said.

Darf ich das mal übersetzen?

Ich weiß noch nicht ob wir eBay Enterprise an die Börse bringen oder verramschen. Wenn Verramschen genauso viel Geld bringt, verramschen wir.
John Donahue, eBay CEO (sinngemäß) | 21.01.2015 [eBay Inc. News](#) und [Re/code](#)

WIE BITTE?

Diese Aussage zeugt von einer solchen Planlosigkeit, dass es mich beim Lesen an den Rand der Fassungslosigkeit getrieben hat und ich ungefähr 15 Minuten lang meinen Browser auf Phishing-Attacken untersucht habe, weil ich die Echtheit der [eBay Verlautbarung](#) ernsthaft angezweifelt hatte. Stellenabbau, Ertragsoptimierung und Kapitalbeschaffung auf Teufel komm raus als strategische Neuausrichtung zu verkaufen ist schon eine Glanzleistung der besonderen Art, aber dann eine solche Gleichgültigkeit zu präsentieren ist beispiellos. Ein IPO heißt normalerweise Kapitalbeschaffung, wir starten durch, holen Kapital und bauen unser Geschäft aus. Und Verkaufen steht für das exakte Gegenteil: Wir trennen uns von dem Geschäft, es passt nicht zu uns.

Was eBay nicht sieht

Zur Konzentration auf die Kernkompetenzen gehört auch „Initiativen oder Expansionen die von den Kernkompetenzen abweichen, zurückzufahren oder komplett einzustellen“. Dazu gehört potentiell auch eBay Enterprise, die Business-Tochter von eBay. Ambitioniert als Erfüllungsgehilfe der Marken, Industrie und der oberen Zehntausend der Onlinehändler gestartet, erbringt eBay Enterprise Consulting, Marketing und Infrastruktur-Dienstleistungen wie den Betrieb von Logistikzentren auf hohem Niveau. Mit dem Zukauf von Magento holte sich eBay Enterprise dann später noch ein eigenes E-Commerce-System ins Haus, eigentlich eine perfekte Ergänzung des Portfolios. Enterprise, Enterprise. Jeder Bauer will die dicksten Hühner. Wenn ich höre dass wieder ein Unternehmen den „Enterprise-Kurs“ propagiert, zucke ich unwillkürlich zusammen. Oft heißt es schlicht, dass man sich am liebsten an den dicksten Fischen laben will. Ein größeres Projektvolumen, mehr Erträge bei weniger Aufwand. Das hat im Fall von eBay Enterprise bei nüchterner Betrachtung der Zahlen wohl nicht

geklappt. Kein Wunder: Die Luft ist dünn auf dem Gipfel. Statt aber einzusehen, dass die Ambitionen besser auf kleine und mittlere Händler zurückgeschraubt werden sollten, also schlicht das „Enterprise“ in eBay Enterprise zu streichen und den E-Commerce-Dienstleister für alle zu öffnen, sieht man den Unternehmensbereich plötzlich als wertlos an. Ich habe schon einmal erklärt, dass ich die [Logistikzentren von eBay Enterprise als enorme Chance](#) betrachte, Amazon auf den Pelz zu rücken. Einfach in dem eBay äquivalent zum „Versand durch Amazon“ den „Versand durch eBay“ auf der Produktseite propagiert, was den Angstfaktor des Kunden minimiert: Wenn klar und deutlich ersichtlich ist, dass eBay die Bestellung ausführt, dann würde das Vertrauen in diese Bestellung steigen. Mehr Vertrauen, mehr Umsatz. Und das ist nur einer der Punkte, die eBay Enterprise bei der Betreuung von kleinen bis mittleren Kunden leisten könnte. Und so einen wesentlichen Beitrag zur Konsolidierung der Kernkompetenz beitragen würde.

Das Magento Desaster

Auch Magento steht jetzt zur Disposition. In der oben zusammengefassten Aussage „Ich weiß noch nicht ob wir eBay Enterprise an die Börse bringen oder verramschen. Wenn verramschen genauso viel Geld bringt, verramschen wir.“ kann man auch ohne weiteres „eBay Enterprise“ durch „Magento“ austauschen. Und das ist ein direkter Tritt in den Hintern der Community.

Magento und eBay: Von Anfang an eine schwierige Beziehung

Von vielen als strategische und weitreichende Entscheidung bezeichnet, wenn nicht sogar gerühmt – von der Magento-Community mit durchwachsenen Gefühlen betrachtet: der Zukauf von Magento. Das Gefühlsspektrum reichte damals, bei der Bekanntgabe der Übernahme, von einzelnen euphorischen Stimmen über größtenteils misstrauische und skeptische bis hin zu unkenden und verteufelnden Stimmen. Wie das eben so ist, wenn ein Big-Player seine Hand nach Open-Source-Software ausstreckt.

Im Laufe der Zeit schien sich die Community mehr und mehr wie ein ungeliebtes und verstoßenes Stiefkind vorzukommen. Bei **Community-Events ist Magento absichtlich abwesend**, einzig das deutsche Management von Paypal und eBay ist bei der letztjährigen Meet Magento anwesend. Was für viele die Veranstaltung in eine „Meet eBay“ verwandelt hat, auch wenn man mal deutlich sagen muss, dass sich im Nachhinein herausstellte, dass ohne die Mitglieder der deutschen Führungscrew von eBay und Paypal eben gar keiner vom Konzern da gewesen wäre.

Viele Entscheidungen und strategische Entwicklungen sind nicht sehr positiv aufgenommen worden. Beispielsweise die **Enterprise-Version** (was auch **differenziert**

betrachtet wird) und der aktuell sehr im **Top-Down-Modus betriebene Entwicklungsstil ist stark in die Diskussion** geraten.

Die Community mit den Füßen getreten

In dieser sowieso schon recht angespannte Atmosphäre wirft nun der eBay CEO Donahoe nun so eine Aussage in den Raum. Jetzt kann sich die Magento Community mit Fug und Recht als ungeliebtes und verstoßenes Stiefkind fühlen.

Wie geht es weiter mit Magento

Wer kauft eBay Enterprise und damit auch Magento? Bekommen die Magento-Gründer, die bereits ausgestiegen sind, jetzt Hilferufe? Und sollen sich ihr Baby zurückkaufen? Entsteht ein Magento-Fork, weil die starke Community endgültig das Vertrauen in das Magento-Management verloren hat? Was die Gefahr in sich trägt, dass eine heillose Zersplitterung entstehen könnte. Was es auch werden sollte: Klar ist auf jeden Fall, dass wer immer auch beim Kauf von Magento dachte „Hey, ein großer Name hinter Magento, das liefert potentiellen Kunden Vertrauen“, völlig falsch lag.

(...)

ph/ca