

Uff! Schwitz! Bamm! Aua!

Roy Disney ist wieder obenauf: Mit dem Übernahmeversuch durch Comcast droht seinem Lieblingsfeind **Michael Eisner** der Rausschmiss

Von Michael Remke



Lord Farquaad aus „Shrek“, Disney-Chef Eisner: Verleert als trotteltiger und gehässiger Prinz

Eigentlich stand die Schlacht um die Walt Disney Company noch gar nicht auf dem Spielplan. Denn mit der Kampfansage „Goodbye Michael... Bring Back Roy“, gedruckt auf tausenden von Aufklebern, T-Shirts und Flugblättern sowie einer Unterschriften-Sammlung von angeblich 20 000 Aktionären wollten die Mickey-Mouse-Rebellen um Firmen-Erbe Roy Disney erst am 3. März den von ihnen verhassten Konzern-Boss Michael Eisner aus dem Amt vertreiben. Ein Showdown zur Aktionärsversammlung in Philadelphia.

Doch seit dem feindlichen 66-Milliarden-Dollar-Übernahme-Angebot des größten US-Kabelnetz-Betreibers, Comcast Corp., in dieser Woche, hat sich im Kampf um den Mickey-Mouse-Konzern eine neue Front gegen Eisner eröffnet. Bisher hatten sich nur der 74-jährige Walt-Disney-Neffe Roy – er besitzt nach einem Verkauf von 7,5 Millionen Aktien im August 2003 noch etwa ein Prozent der Disney-Anteile – und dessen Vermögensberater Stanley Gold einen erbitterten Krieg mit Eisner geliefert. Comcast könnte Roy Disney jetzt zumindest einem Ziel näher bringen – dem Rauswurf von Eisner. Es ist ein jahrelanger Streit, der vor zwei Monaten eskalierte, als der mit harter Hand regierende Eisner seine Widersacher aus dem Aufsichtsrat drängte. Bis zu diesem Zeitpunkt hatte Roy Disney als letzter verbliebener Erbe im 1923 gegründeten Entertainment-Konzern gegen den Imperator gekämpft. Der Neffe des Firmengründers Walt wirft dem „unbeliebtesten Mogul Hollywoods“ („Wall Street Journal“) vor, Disney abgewirtschaftet und aus „einem familienfreundlichen Konzern eine seelenlose Maschine gemacht zu haben“.

Roy Disney, Segler und Mitglied in verschiedenen Yachtclubs, kennt den Konzern seines Onkels wie kaum ein anderer. Er ist sein Leben. Begonnen hatte er ganz unten, 1954, als Laufbursche in der Naturfilmabteilung. Dort kochte er Kaffee, brachte die Post, die Filmrollen oder arbeitete im Schneiderraum. „Ich war lange Zeit sein Lakai“, erinnerte sich Disney später an sein Verhältnis zu

Firmengründer Walt Disney. „Er war ein ziemlich harter Boss. Aber auch ein legendärer Geschichten-Erzähler.“

Erst Anfang der 60er-Jahre traute sich Roy Disney mit seinem Onkel

über die Zukunft zu sprechen. Roy wollte bei einem Tierfilm selbst Regie führen.

„Er hat es mir sofort erlaubt“, sagt Roy. Für das Fernsehen. „Vier Jahre später ist er gestorben“, erinnert sich dessen Neffe. Das war 1966 und Roys Vater, Roy Oli-

ver Disney, übernahm das Kommando. Doch auch dessen Regentschaft währte nur kurz. Fünf Jahre später, im Jahr der Eröffnung von Disney World in Orlando, starb auch er. Walts Schwiegersohn Ron Miller rückte auf den Chefessel auf. Roy Disney hatte sich zu dieser Zeit bereits nach oben gearbeitet und wurde 1967 Mitglied des Vorstandes. Als Disney-Erbe war sein Einfluss immens. Und das sehr zum Missfallen seiner Kollegen, die 1984 bei der Nachfolge des gefeuerten Ron Miller offen gegen ihn rebellierten. Damals galt der Konzern als marode und als Übernahme-Kandidat, eine Gefahr, gegen die der Firmenerbe kämpfte. Roy Disney konnte sich gegen die Mickey-Mouse-Rebellen durchsetzen. Er inthronisierte den heute von ihm gehassten Michael Eisner als neu-

en CEO und machte sich selbst zum Boss der Animationsfilm-Abteilung.

Ein genialer Schachzug, wie es schien. Eisner baute das Unternehmen, das an der Börse einen bescheidenen Wert von 1,7 Milliarden Dollar hatte, zum zweitgrößten Unterhaltungskonzern aus, der im Spitzenjahr 1998 100 Milliarden Dollar wert war. Ein Traumergebnis, das sich heute jedoch wieder halbiert hat. Disney war eine Geldmaschine, die auf Expansion setzte und TV-Kanäle wie ABC und ESPN kaufte. Eine Strategie, die zunächst von Roy Disney gestützt wurde, heute aber der Hauptgrund seiner Kritik ist. Doch Eisner rückte von seinem Kurs nicht ab. Er legte sich mit dem Erben an und drängte ihn aus dem Konzern. „Michael, ich bin der festen Überzeugung, dass du gehen müsstest und nicht ich“, schrieb Roy verärgert in einem Brief und startete eine Kampagne. Roy nennt Eisner im

Internet (www.savedisney.com) eine „Ratte“ oder eine „Laus, die sich im Konzern eingenistet“ hat. Die Hass-Tiraden zeigen Wirkung. Kurz vor dem Showdown in Philadelphia – zufällig der Firmensitz von Comcast – hat der „Institutional Shareholder Service“ (ISS), ein Anlegerdienst, Disney-Aktionären empfohlen, gegen eine Wiederwahl von Eisner zu stimmen. Folgen: 35 Prozent der Aktionäre stimmten für Eisner.

Ziel und stürzt. „Selbst zehn Prozent wären ein Signal“, sagt Sarah Teslik vom ISS.

„Eisner muss weg“ ist die Devise von Roy Disney, und nach der ISS könnte ihm dabei jetzt die Comcast-Offerte helfen. Der Firmenerbe scheint kein großer Freund einer Übernahme zu sein, aber in der Analyse von Disney

und dessen potenziellen Chef Stephen Burke liegt er mit dem Kabelbetreiber (US-Marktanteil: 25 Prozent) auf einer Linie. „Comcast hat viele Punkte angesprochen, die auch wir bei Disney kritisieren“, erklärte Roy Disney in einer Konferenz-Schaltung mit Investoren. Und „Stephen (Burke) ist ein Disney-Mann. Das Unternehmen könnten ihn gut gebrauchen.“

Der viel gelobte Burke ist Vize-Chef bei Comcast und gilt neben dem CEO Brian Roberts als die treibende Kraft bei dem Mega-Merger, der mit einem Umsatz von 45 Milliarden Dollar und 179 000 Mitarbeitern den größten Medien- und Entertainment-Konzern der Welt schaffen würde. Einen direkten Kontakt mit den Eisner-Rebellen dementiert Comcast. „Wir arbeiten mit Roy und Stanley (Gold) nicht zusammen“, versichert Roberts. Stephen Burke war insgesamt zwölf Jahre bei Disney und galt lange als Nachfolger von Eisner. Doch der Top-Mann scheiterte genauso wie Jeffrey Katzenberg, der entmachtet und frustriert zum Konkurrenten Dream-Works wechselte. Dort rächte er sich, so geht das Gerücht in Hollywood, an seinem Widersacher und verleierte den 1,90 Meter großen Eisner in „Shrek“, einem der erfolgreichsten Animationsfilme aller Zeiten, als kleinwüchsigen und trotteltigen Prinzen. Auch

Burke könnte alte Rechnungen begleichen wollen.

Roy Disney, seit fast 50 Jahren verheiratet und Vater von vier Kindern, kann mit Burke. In seiner Kritik stimmt er mit ihm überein. So nannte Burke in einem ersten Seitenhieb auf Eisner dessen Ergebnisse „erbärmlich“. „Der Disney-Sender ABC ist eine schwache Nummer vier und dümpelt vor sich hin“, spottet Burke. „Wir glauben, das ABC-Ergebnis um 300 bis 500 Millionen Dollar steigern zu können.“ Ähnliches Potenzial sieht er bei ESPN und bei den Animationsfilmen. „Bei den Trickfilmen hat Disney seit 1999 keinen Hit mehr gelandet“, sagt Burke und unterstützt die Kritik von Roy Disney. Der hat allerdings selbst einige Flops zu verantworten. So geht der „Schatzplanet“, der 140 Millionen gekostet, aber kaum 40 Millionen eingespielt hat, voll auf seine Rechnung. Erfolge wie „Monster AG“, „Toy Story“ oder „Findet Nemo“, mit 340 Millionen Dollar allein in den USA der Top-Film 2003, stammen dagegen vom früheren Disney-Partner Pixar. Doch nachdem dessen Chef,



Mickey Mouse, 75, und Roy Disney, 74: Eisner ist eine „Laus, die sich im Konzern eingenistet“ hat

ANZEIGE

Die besten Autos mit Bosch?

Ja

Wir gratulieren Audi, BMW, Mercedes-Benz, Porsche und Volkswagen zu ersten Plätzen.

Die Leser von „auto motor und sport“ haben die besten Autos des Jahres gewählt. Wir freuen uns besonders, dass alle Sieger Technik von Bosch an Bord haben. Bosch: sicher, sauber, sparsam.

Bosch hat die Lösung

BOSCH

Apple-Gründer Steve Jobs, die Zusammenarbeit aufgekündigt hat, muss Disney auf seine Leute setzen. Einen guten Ruf haben die nicht. Jobs bezeichnete die Trickfilm-Abteilung als „ziemlich peinlich“. Wie auch immer die Übernahmeschlacht ausgeht, „das ist das Ende von Michael Eisner“, sagt Michael Holland vom Investmenthaus Holland & Co. Das glaubt auch James McGlynn vom Summit Fund. „Der Status quo ist keine Option“, sagt der Manager, der Disney-Aktien in seinem Fonds verwaltet. „Comcast riecht das Blut im Wasser von Disney.“

Mehr polnische Arbeiter, aber weniger Migranten

Berlin ws – Immer mehr Osteuropäer arbeiten in Deutschland. Nach einer Erhebung der Organisation für wirtschaftliche Zusammenarbeit (OECD) stieg die Zahl der Leiharbeiter 2001 auf 22 000 nach 18 500 im Vorjahr. Im gleichen Zeitraum wuchs der Anteil von ungarischen Leiharbeitern von 6700 auf 7300. Besonders stark war der Zuwachs von Saisonarbeitern: Waren 2000 noch 192 000 Polen über einen kürzeren Zeitraum in Deutschland beschäftigt, stieg deren Zahl 2001 auf 236 000. Polen stellen sowohl bei der Saison- als auch bei der Leiharbeit den mit Abstand größten Anteil unter den ausländischen Arbeitneh-

es zu einer Migrationswelle kommt. Zum einen haben fast alle EU-Staaten, bis auf Großbritannien und Irland, Beschränkungen für die Beschäftigung von osteuropäischen Arbeitnehmern eingeführt.



Zum anderen sei „Sprache eine große Hürde für die Migration in Europa, und das wird auch so bleiben“, sagt Migrationsspezialist Georges Lemaitre von der OECD. Zudem führte die Erweiterung der EU mit Spanien

und Portugal in den achtziger Jahren auch nicht zu einer Auswanderungswelle zu den nördlichen Nachbarn. Professor Marek Okolski von der Warschauer Universität weist zudem darauf, dass die meisten Migranten allein stehende, junge Menschen seien, die eine Arbeit finden und nicht an den Sozialleistungen partizipieren wollten.

Die Europäische Kommission rechnete im Jahr 2000 mit einer Zuwanderung von 335 000 Migranten aus den Beitrittsländern nach Westeuropa. Im vergangenen Jahr korrigierten die Autoren die Zahlen auf Grund der verschlechterten Jobaussichten nach unten und rechnen jetzt mit einem Zufluss von 286 000 im ersten Jahr der Osterweiterung und einen Nettozufluss von 3,7 Millionen Osteuropäern in den kommenden 15 Jahren.

ANZEIGE

15 Jahre Erfahrung für und in Polen, Tschechien und Ungarn.

EAST

PERSONALBERATUNG FÜR OSTEUROPA

www.east-personalberatung.de
Tel.: 02151 / 59 26 34

mern. Gleichzeitig wanderten 2001 jedoch nur 16 900 Polen, rund 21 Prozent weniger als im Vorjahr, nach Deutschland aus.

discover

► There's more inside for your business.

► print ► copy ► scan ► fax

Das Wirtschaftswunder KM-2530: der Kommunikations-Experte

Holen Sie raus, was rauszuholen ist! Mit dem schnellen Digitalkopierer KM-2530 von Kyocera Mita, denn der ist durch seine innovative Technologie wirtschaftlicher als alle anderen seiner Klasse. Die multifunktionalen Eigenschaften machen ihn zum Kommunikations-Experten für die Abteilung. Dabei bietet er mit seinen vielseitigen digitalen Kopierfunktionen und der hervorragenden Endverarbeitung (z. B. Bookletfunktion) höchsten Komfort und meistert perfekt jeden Arbeitsprozess. Da ist eben jede Menge mehr drin für Ihr Geschäft.

► Kopier-/Druckmodus: bis zu 25 Seiten A4 pro Minute und 15 Seiten A3 pro Minute

► Leichte Bedienführung durch großes Touchpanel mit Piktogrammen

► Digitale Kopierfunktionen: Scan Once – Copy Many (Speicherkopieren), Speichersortieren, Übersichts-darstellung und Bookletfunktion

► Optional: Druck-, Scan- und Faxfunktion

www.diewirtschaftswunder.de

KYOCERA MITA DEUTSCHLAND GmbH – Tel.: 0800-187187-7
KYOCERA MITA Corporation – www.kyoceramita.com

THE NEW VALUE FRONTIER

KYOCERA

CeBIT HANNOVER 18 - 24.3.2004