

Politikkongress 2004

Panel 4: „Strategische Allianzen“, Dagmar Wiebusch, Geschäftsführerin des IZMF

Das IZMF – eine schlagkräftige Allianz der Mobilfunkbetreiber

2001 entschlossen sich die Mobilfunkbetreiber in Sachen Informationspolitik und Technologieaufklärung zusammenzuarbeiten. Sie gründeten das Informationszentrum Mobilfunk (IZMF), das seither seinen Fokus auf die umfassende Information der Bürger rund um das Thema Mobilfunk gelegt hat. Der eingetragene Verein konnte sich im Laufe der Zeit als Dialogplattform etablieren, auf der nicht zuletzt auch die Fragen der Umweltverträglichkeit des Mobilfunks unvoreingenommen beleuchtet werden.

T-Mobile, O2, E-Plus und Vodafone haben mit dem IZMF eine schlagkräftige Allianz gegründet, mit dem Ziel, die breite Akzeptanz für mobile Kommunikation in allen Bereichen unserer Gesellschaft zu sichern.

Chancen und Risiken

Das IZMF ist ein gutes Beispiel dafür, warum Kooperationen sinnvoll und erfolgreich sein können. Oft sind es konkrete Herausforderungen, die Unternehmen nicht mehr alleine bewältigen können, die zu Allianzen führen.

Allianzen können in Ihrer Organisation bestehende Lücken füllen, sie können Ihnen helfen, Probleme zu lösen oder Herausforderungen zu meistern. Allerdings: Netzwerke & Allianzen zu managen ist schwierig. Derzeit scheitern noch über 50%!

Aber worin bestehen die Erfolgsfaktoren und Risiken?

Eine strategische Allianz basiert auf einer partnerschaftlichen Zusammenarbeit von zwei oder mehreren Unternehmen bei Wahrung größtmöglicher unternehmerischer Unabhängigkeit und Flexibilität. Oft tragen strategische Allianzen dabei temporären Charakter. Der Vorteil einer solchen zeitlichen Limitierung liegt in der hohen Reaktionsfähigkeit auf neue Herausforderungen. Wichtig ist dabei den Focus auf den Kooperationsbereich zu setzen. Rand- und Nebenthemen oder gar geschäftsfremde Themen müssen ausgeschlossen werden.

Eine erfolgreiche strategische Allianz setzt eine detaillierte Zielformulierung aller Partner voraus. Damit einher geht eine genaue Spezifizierung bzw. Quantifizierung der Resultate, der Rahmenbedingungen und Zieltermine, der finanziellen und technischen Kapazitäten, der personellen Anforderungen an Mitarbeiter und Management sowie der Messgrößen und Methoden zur Erfolgskontrolle.

Um den langfristigen Erfolg einer strategischen Allianz zu sichern, müssen die Nutzenpositionen für alle beteiligten Parteien auf- und ausgebaut werden. Dem Informationsmanagement kommt dabei eine zentrale Rolle zu. Die stetige Information aller Stakeholder und die spezifische Ansprache einzelner Zielgruppen verdeutlichen die Vorteilhaftigkeit und steigern das Vertrauen und die Glaubwürdigkeit.