

# Der stille Riese in Trennung

HP möchte sich von seinem PC-Geschäft trennen. Das löst einhellige Empörung bei den Experten aus. Dabei gehören die Segmente Enterprise Computing und Consumer & Endgeräte einfach nicht zusammen.



«HP folgt dem neuen Trend der Trennung zwischen Enterprise Computing und Consumer- & Endgeräte-geschäft – recht so.»

Daniel Liebhart ist Dozent für Informatik an der Hochschule für Technik in Zürich und Solution Manager der Trivadis AG.

HP gehört neben der Software AG und IBM zu den Grossen in unserem Geschäft, wird allerdings unterschätzt. Mit 126 Milliarden US-Dollar Umsatz im Jahr 2010 ist HP die umsatzstärkste IT-Firma weltweit – also die unbestrittene Nummer eins unserer Branche. Microsoft und Apple sind nur halb so gross, und andere Branchenriesen wie Oracle oder Google machen gerade einmal ein Fünftel des Umsatzes der Nummer eins. Das sind die wahren Verhältnisse, die in unserem oftmals lauten Geschäft etwas untergehen. Nun macht HP von sich reden und sorgt damit für scheinbare Verwirrung.

## Mangelnde Rendite

HP hat vor kurzem angekündigt, strategische Alternativen für die Personal System Group (PSG) zu evaluieren. CEO Leo Apotheker sagte dazu: «HP unterstreicht mit dem Erkunden von Alternativen für PSG unseren Willen, den Unternehmenswert zu erhöhen und unseren strategischen und finanziellen Fokus zu schärfen.» Erste Schritte sind mit der Auftrennung des WebOS-Software- und Hardwaregeschäfts bereits im Gange. Die Zahlen geben Apotheker Recht. Das Geschäft mit dem PC mit knapp 40 Milliarden Dollar Umsatz und 5 Prozent Marge fällt gegenüber anderen Geschäften oder auch Dienstleistungen (insgesamt 80 Milliarden Dollar Umsatz – Margen von 12 bis 17 Prozent) oder der Software (3,5 Milliarden Dollar Umsatz – Marge von 21 Prozent) stark ab. Die mangelnde Rendite und die Tatsache, dass trotz grossen Investitionsbedarfs im Bereich der Endgeräte keine Verbesserung garantiert ist, sind die Ursache für die neue Strategie von HP. Die Trennung vom PC-Geschäft ist deshalb durchaus nachvollziehbar. Allerdings hält das Financial Times Deutschland für einen Denkfehler, und andere Analysten stossen sich

an der Tatsache, dass trotz des erst vor kurzem erfolgten Kaufs von Palm das Tablet-Geschäft der neuen Strategie zum Opfer fallen wird.

## Enterprise-Computing-Strategie

IBM trennte sich bereits vor Jahren vom PC-Geschäft, positioniert sich in Richtung Enterprise Computing und hat sich damit vom Endgeräte-Geschäft gelöst. Hardware, Software und Dienstleistungen für Unternehmen sind seitdem im Fokus – und das sehr erfolgreich. Oracle ist mit dem Kauf von Sun dieser Strategie ein Stück weit gefolgt. Im Gegensatz zu IBM hat Oracle jedoch noch keine grosse Serviceabteilung. Das dürfte sich sicherlich bald ändern. Der Zeitpunkt hängt wohl vom Abschluss der Integration von Sun und der Lage der Finanzmärkte ab. Niemanden würde eine Übernahme eines grossen Consulting-Hauses durch Oracle überraschen. Bei genauerem Hinsehen folgt HP der bewährten IBM-Strategie. Im Gegensatz zu Oracle hat HP bereits eine gut funktionierende Consulting-Abteilung, das Dreigespann Hardware, Software und Consulting für Geschäftskunden ist komplett und wird durch den Kauf von Autonomy noch verstärkt. Der zukünftige Umsatzanteil des Softwarebereichs wird dadurch stark steigen.

## Consumer & Endgeräte

Obwohl Financial Times Deutschland das Geschäft mit Tablets und Smartphones für zukunftssträftig hält und damit den Kurssturz der HP-Aktie nach der Ankündigung der strategischen Neuausrichtung erklärt, kann in keiner Weise plausibel aufgezeigt werden, dass ein IT-Mischwarenkonzern im bewegten Endgeräte-Geschäft an vorderster Front konkurrenzfähig ist. Ganz im Gegenteil, derjenige Konzern, der dieses Geschäft heute am stärksten beeinflusst, ist Apple. Ein Branchen-

riese, der sich konsequent auf Endgeräte fokussiert. Das Gleiche gilt indirekt für Google und Microsoft. Die alte Trennung zwischen Firmenkunden- und Endkundengeschäft wird vermehrt durch die neue Trennung in die Geschäftsfelder Consumer & Endgeräte sowie Enterprise Computing ersetzt. Dies bedeutet, dass sich IT-Firmen entweder auf Enterprise Computing (Hardware, Software, Dienstleistungen für Firmen) oder auf den Bereich Consumer & Endgeräte fokussieren.

## Ist das Druckergeschäft eine Ausnahme?

HP beherrscht weltweit mit über 50 Prozent Marktanteil den Druckermarkt vor Canon, Epson, Lexmark und Brother, und dieses Geschäft wirft eine Marge von 14 Prozent ab. Obwohl Drucker zu den Consumer & Endgeräten zählt, also in der Logik der Aufspaltung durchaus auf der geschiedenen Seite gesehen werden kann, sprechen zwei Argumente gegen eine solche Trennung. Zum einen ist allein die Marktstellung Grund genug, dieses Geschäft zu halten. Doch weitaus wichtiger ist die Tatsache, dass die Drucktechnologie weit weniger in Bewegung ist als die Technologie der übrigen Endgeräte. Während unsere Endgeräte sich immer mehr in Richtung Mobilität und Unsichtbarkeit entwickeln, sind und bleiben Drucker stationäre Geräte, die Informationen auf Papier physisch ausdrucken. Es ist durchaus denkbar, dass Drucker aus unseren Wohnungen verschwinden, weil wir immer und überall Dokumente ausdrucken können. Dies bedeutet jedoch nichts anderes, als dass der Drucker zu einem Enterprise-Gerät wie ein Server wird. Er wird von Firmen verwendet und betrieben, auch wenn er zu einem guten Teil von Privaten genutzt werden wird. Und damit kann der Drucker als Teil des Enterprise-Computing-Angebots angesehen werden und ist so integraler Bestandteil der Neuausrichtung der HP-Strategie.

## Was uns erwartet

HP hat die Zeichen der Zeit erkannt und folgt als Nummer eins unserer Branche dem neuen Trend der Trennung zwischen Enterprise Computing und Consumer & Endgeräte-Geschäft. Recht so – andere werden folgen. <