Yahoo nach dem Führungswechsel

15.05.2012

Nachdem Scott Thompson als CEO von Yahoo gehen musste, steht das Unternehmen vor einer ungewissen Zukunft. Thompson hatte seinem Lebenslauf offenbar wissentlich einen fabrizierten Abschluss in Computerwissenschaft hinzugefügt. Yahoo bemüht sich seit Jahren vergeblich, Kontinuität an der Konzernspitze herzustellen. Erst Ende vergangenen Jahres wurde Thompsons Vorgängerin Carol Bartz nach weniger als zwei Jahren entlassen, weil sie den allgemeinen Abwärtstrend, dem sich das Unternehmen ausgesetzt sieht, nicht stoppen konnte. Ross Levinsohn wurde jetzt zunächst zum Interims-CEO ernannt. Er ist der fünfte CEO in den letzten fünf Jahren. Die Redaktion von mediadb.eu hat die jüngsten Entwicklungen zusammengefasst:

1. Wer ist Ross Levinsohn?
Levinsohn ist seit 2010 bei Yahoo, was ihm laut Branchenkennerin Kara Swisher von allthingsd.com angesichts der *hire-and-fire*-Mentalität des Konzerns zu einem regelrechten Insider macht. Zuvor war er Präsident von News Corps Onlinesparte Fox Interactive Media, wo er Rupert Murdochs Kauf des sozialen Netzwerks MySpace einfädelte. Mit dem anschließenden Untergang der Community in der Bedeutungslosigkeit hatte er jedoch nichts mehr zu tun, da er unmittelbar nach dem Kauf (und einer ebenfalls von ihm verantworteten 900-Millionen Partnerschaft zwischen MySpace und Google) zu Yahoo wechselte. Dort wurde er Chef der Medienabteilung und war maßgeblich an Yahoos andauernder Transformation von einem Suchkonzern zu einem onlinebasierten Medienkonzern beteiligt. Bevor Scott Thompson CEO wurde, versuchte er unter anderem eine Partnerschaft mit AOL und Microsoft zu etablieren und das Videoportal Hulu.com zu kaufen. Diese Unterfangen könnte er nun wieder in Angriff nehmen. Weitere Punkte auf seiner Agenda könnten eine Beendigung des Patent-Rechtsstreits mit Facebook sowie der Verkauf der Anteile am chinesischen Onlinekonzern Alibaba umfassen. Letzteres würde insbesondere die Aktionäre erfreuen, da so neues Geld für Investitionen geschaffen würde.

2. Welche Strategie wird Yahoo in Zukunft verfolgen?
Sollte Levinsohn dauerhaft an der Spitze des Unternehmens bleiben, spricht alles dafür, dass der von Vor-Vorgängerin Carol Bartz begonnene Fokus auf die Distribution und Vermarktung von Online-Medieninhalten fortgesetzt wird. Ein Plus ist dabei die nach wie vor ungebrochene Popularität der Yahoo-Marke. Rund 700 Millionen Menschen besuchen weltweit jeden Monat die Yahoo-Seiten (insbesondere weil sie noch einen Yahoo-Email-Account haben). Die Yahoo-Startseite ist einer der populärsten Seiten des Internets und dient als Startpunkt für die Weiterleitung an internen und externen Content. Yahoo stellt dabei zunehmend eigene Videoinhalte her. Für 2012 hat Yahoo die Produktion zahlreicher neuer Serienformate und Talkshows in Auftrag gegeben, darunter "Katie's Take", moderiert von der renommierten CBS-Journalistin Katie Couric, eine Talkshow mit Schauspieler Jeff Goldblum sowie mit "Electric City" eine Science-Fiction-Serie von und mit Tom Hanks.

Mehr dazu:
All Things Digital: Ross Levinsohn's Yahoo Plan: Back to the Future (13.05.2012)

» Zurück zur Übersicht
Letzte Änderung: 29.04.2013 15:21