

Leben nach Nokia

Nokia war einmal die Seele von Finnland. Jetzt steckt der Mobilfunkriese in der Krise. Wer nicht gekündigt wird, geht freiwillig – und fängt ein neues Leben an. Ohne Nokia.

Auf den ersten Blick ist Nokia im finnischen Salo unsichtbar. Auf einem weitläufigen Gelände im Industriegebiet der 55.000-Seelen-Stadt nordwestlich von Helsinki stehen ein paar backsteinrote klotzige Gebäude mit dunkler Glasfassade. Vor dem Eingang ein nussbrauner Holzverschlag, darauf schneeweiß und übergroß die Zeichen N-O-K-I-A. Hier, hinter einer Schranke und etwas abseits vom Zentrum entstehen seit 20 Jahren die Nokia-Handys für den europäischen Markt.

Sie haben Salo reicher gemacht als jeden anderen Ort in Finnland. Es gibt einen neuen Sportpark, der kostenlos genutzt werden kann, und eine moderne, kinderfreundliche Bibliothek, die Lehrer unterrichten an „White Boards“, digitale Tafeln. Die verzierten alten Holzhäuser sind pastellfarbene Tupfer im bleiernen Winterbild. Im Stadtkern werben Maklerbüros noch immer für Villen in Tupuri, einem idyllischen Wohnviertel, wo Kinderschaukeln in den großzügigen Waldgrundstücken stehen. Und da ist das neue, 12 Millionen teure Rathaus. Viel helles Birkenholz wurde hier verbaut und viel Glas.

Viel Licht fällt trotzdem nicht in das großzügige Büro des Bürgermeisters. Im Februar fällt das Morgengrauen in Salo einfach aus, die frühen Abendstunden schlucken das Halbdunkel. So richtig kann das Antti Rantakokko die Laune aber nicht verderben. Noch zehrt der Bürgermeister mit dem gutmütigen Gesicht und dem Genießerbauch vom Nokia-Segen. Stolz fährt er seinen elektrisch verstellbaren Schreibtisch auf und wieder ab. Er serviert Tee und Pulla, finnisches Hefegebäck mit Kardamom. Dann erklärt er: „Nokia ist mit Abstand der größte Arbeitgeber hier, seine Steuern sind unsere Grundlage. Nokia ist überlebenswichtig für uns.“

Gerade erst hat Nokia verkündet, die Smartphone-Produktion noch weiter nach Asien zu verlegen – das Aus für 1000 Mitarbeiter allein in Salo. Aber die Krise trifft die ganze Stadt. „Bei 55.000 Einwohnern kennt jeder jemanden, der bei Nokia arbeitet“, sagt der Bürgermeister. Vor zwei Jahren beschäftigte Nokia in Salo noch 5000 Menschen, heute sind es rund 3500, bald nur noch 2500. In nur einem Jahr sind die Steuereinnahmen von 60 auf 17 Millionen Euro eingebrochen. Nokia spart, also muss auch Salo sparen. Die Arbeitslosenquote ist auf elf Prozent geklettert.

Nokia unterstützt seine Arbeitnehmer, schnürt Abfindungspakete und sucht Zukunftsperspektiven. Doch viele finden keinen Job, leiden unter Depressionen. Dabei ist Nokia für viele Finnen mehr als ein Konzern. „Nokia ist eine Herzensangelegenheit“, sagt Tuija Mäntylä. „Noch immer.“ 20 Jahre hat die 48-Jährige bei dem Mobilfunkriesen gearbeitet. Nokia, das war ihre Familie, ihr Leben, ihre Freunde. Manche sind immer noch dort. Wie lange noch, weiß keiner.

Für viele ist die Krise das Ende. Für Tuija fängt mit dem Abschied von Nokia ein neues Leben an. Ihre blauen Augen leuchten, sie trägt eine volle Kurzhaarfrisur, große runde Ohrringe, Jeans und Pulli. Tuija ist voller Energie und ruht dabei in sich. 2009 hat sie das Abfindungsangebot von Nokia, das „Paket“, angenommen und sich mit den 15 Monatsgehältern einen uralten Traum erfüllt: Ihr eigener Herr sein, ein eigenes Unternehmen gründen. „Aarresaari“ hat sie es genannt, Schatzinsel. Aarresaari ist ein Flohmarkt. Tuija hat aus der Krise ein Geschäft gemacht: „Die Leute verstehen, dass nicht alles neu sein muss. Gebrauchte Sachen sind im Trend.“

Die Schatzinsel verbirgt sich in einem kastenförmigen Fabrikgebäude hinter einer Shoppingmall, in der scheppernd Euro-Münzen in den Schlitzen der Spielautomaten verschwinden. Hohe Wände, Neonröhren an der Decke. Der PVC-Boden verschluckt das Echo der Schritte. Meistens sind die Gänge zwischen den schlichten weißen Regalen und den symmetrisch angeordneten Kleiderständer voll. Nicht alle wollen hier einkaufen. Sie sitzen im Flohmarktcafé unter großen Kugellampen, trinken Filterkaffee und sprechen über dies und das, zur Zeit besonders viel über Nokia. „Die menschliche Nähe, das Zuhören – das hat mir gefehlt“, sagt Tuija. Nokia hat zuviel Zeit und Energie geraubt. Wenn sie jetzt abends nach Hause kommt, wartet nicht die nächste Telefonkonferenz, sondern freie Zeit für ihren Mann, den Pinscher Hatsu, Langlaufen im tiefen Schnee.

Fast unmerklich war sie zum Teil von Nokia geworden, fühlte sich dem Konzern immer mehr verbunden. Tuija erinnert sich an die Anfänge: Als der Mischkonzern noch Papier produzierte und das ganze Land vom Weltmarktpreis für Zellstoff abhing. An Werbeplakate, die Stöckelschuhe zeigten und Autoreifen. Es gab Nokia-Gummistiefel und Klopapier, sogar Gasmasken und Schwingungsmesser für Kernkraftwerke waren im Portfolio. Tuija war mit dabei, als Nokia das Land Anfang der 90er-Jahre nach dem Zusammenbruch der Sowjetunion aus der Rezession rettete: Hier in Salo begann das Geschäft mit der kabellosen Telekommunikation, hier wurde Nokia zum Inbegriff eines neuen finnischen Selbst- und Nationalbewusstseins, Finnland richtete die ersten Handyweitwurf-Weltmeisterschaften aus, Handys made in Finland waren Kult. Selbst die Leningrad Cowboys, die Band mit den Einhorn-Frisuren, schenkte ihren Namen neben Wodka, Kondomen und Bier auch einem Nokia-Modell. Relikte der Erfolgsgeschichte finden sich noch heute in der „Schatzinsel“: Beim Stöbern entdeckt man alte Nokia-Gummistiefel oder Fahrradreifen. Und natürlich Nokia-Handys.

Die sind noch immer die Stärke des Konzerns. Und sein Problem. Nokia ist weltklasse in der Herstellung von Mobiltelefonen. Aber die Finnen haben verschlafen, dass auch das Innenleben zählt. 2007 prangte noch auf fast jedem zweiten Handy weltweit das königsblaue Logo der Finnen. Jetzt liegt der Marktanteil bei rund 20 Prozent. Nokia hat den Anschluss verpasst, hat Apple, Google und inzwischen auch andere an sich vorbeiziehen lassen. Die Produktion in Rumänien, erst 2009 nach der Schließung des Werkes Bochum, gestartet, wurde schnell wieder gestoppt und nach Asien verlagert. Gemessen am Produktionsvolumen ist China heute der bedeutendste Nokia-Standort. Auch der Netzwerkausrüster Nokia Siemens Network NSN will allein deutschlandweit 30 von 35 Werken schließen. Trotzdem schreibt die Firma erstmals seit langem Verluste. Und zum ersten Mal in der über 100-jährigen Firmengeschichte ist der Boss kein Finne: Seit 2010 hat der Kanadier Stephen Elop die Geschäfte in der Hand. Zusammen mit seinem ehemaligen Arbeitgeber Microsoft will er Nokia aus der Krise retten. Das hat das Klima im Unternehmen verändert, vielleicht mehr, als der Erfolg vorher es tat. „Nokia verliert an Bedeutung. Ich vertraue Nokia nicht mehr“, sagt Tuija.

Zeitweise erwirtschaftete Nokia mehr als vier Prozent des Bruttoinlandsprodukts. Es sei eine Ehre gewesen, für den Vorzeigekonzern arbeiten zu dürfen, sagt auch der Bürgermeister. „Nokia war Finnlands Seele. Aber die Gefühle für unseren Riesen bröckeln, es herrschen Angst und Unsicherheit.“ Als er vor zwei Jahren zum Bürgermeister gewählt wurde, wusste er nicht, was auf ihn zukommen würde. Aber die Gemeinde setzte nicht ohne Grund auf Rantakokko: Er war 2008 Bürgermeister im westfinnischen Kauhajoki, als dort ein Amoklauf elf Todesopfer forderte. „Die Leute wussten, ich bin krisenerprobt.“ Jetzt soll er wieder eine Herkulesaufgabe meistern. Der Mann aus Lappland ist optimistisch. Das ist auch sein Job. „Ich glaube an die neue Strategie. Die Kooperation mit Microsoft ist unsere Zukunft.“

Marjo Koli wollte sich nicht auf Glaubensfragen verlassen. Bis vor zwei Jahren arbeitete die Mittvierzigerin für Nokia. Jetzt kocht sie Kaffee in einer grün gestrichenen Baracke am Ende einer Ausfallstraße im Gewerbegebiet von Salo, zwischen Reifenbuden und Schrotthändlern. Luftlinie ist der Nokia-Bau mit der dunklen Glasfassade nur 200 Meter entfernt. Doch für Koli sind es Welten.

Koli ist eine große schlanke Frau, sie hat braunes, schulterlanges Haar. Ihr Händedruck ist fest, ihre Stimme auch. Über 20 Jahre hat die PR-Spezialistin für Nokia gearbeitet, war Teil der Erfolgsstory. Sie war mit in dem Team, das vor 20 Jahren Nokia zu einer Marke machen sollte. „Es gibt wohl nicht viele Leute, die behaupten können, in den allerersten Meetings mit dabei gewesen zu sein. Wir waren die Nummer Eins in der Welt.“ Im Hintergrund rattert eine Maschine, die Etiketten druckt: Mit der Entschädigung in Höhe eines Jahresgehalts hat sie eine eigene Werbeagentur aufgemacht und betreut jetzt kleine Firmen aus der Region.

Nokia hat die dreifache alleinerziehende Mutter stolz gemacht – und enttäuscht. Koli erinnert sich an Abende, an denen sie in der Küche stand, den Kochlöffel in der Hand, den Knopf für die Telefonkonferenz im Ohr. Ihren Job mochte sie immer weniger. Nokia wollte alles sein, erzählt sie: Gaming House, Softwareentwickler, Hersteller von Accessoires. Kopfschüttelnd erinnert sie sich an digitale Fotoamulette. „Da gab es die wildesten Ideen, in die leichtsinnig investiert wurde. Gleichzeitig hatten wir immer weniger Verantwortung für immer kleinteiligere Bereiche. Das hat die Kreativität zerstört.“ 2009 kam schließlich das Abfindungsangebot: „Anfangs war ich persönlich verletzt. Ich war so viele Jahre dabei, habe nie Stunden gezählt, keiner machte das bei Nokia. Wir waren wie eine Familie. Alle haben alles gegeben.“

Doch der Abschied von Nokia war auch eine Erlösung. Marjo Koli hatte das Gefühl, nur noch zu arbeiten, rund um die Uhr verfügbar sein zu müssen. Jetzt ist sie froh, mit ihrem alten Arbeitgeber nichts mehr zu tun zu haben. Der Ausblick aus ihrem Fenster ist nur auf den ersten Blick tristlos. Marjo zeigt nach draußen: „Lauter Start-ups. Ich bin sicher, die werden noch richtig groß. Vielleicht entsteht da draußen gerade ein neues Nokia. Sisu haben sie allemal.“

Sisu gilt als unübersetzbar, als eine typisch finnische Eigenschaft und Schlüssel zum Erfolg. In langen Jahrhunderten unter fremden Herrschern haben die Finnen eines ganz bestimmt verinnerlicht: sich durchsetzen, neu ausrichten – und niemals aufgeben. Die Bedeutung von Sisu bewegt sich irgendwo zwischen „Kraft“, „Beharrlichkeit“ und „Kampfgeist“ – besonders in scheinbar aussichtslosen Situationen.

Eine, die dieses Sisu hat, ist Anne Johansson. Wie oft sie in New York gelandet ist, in Shanghai oder Frankfurt, weiß die 44-Jährige nicht mehr. Manchmal arbeitete sie rund um die Uhr, in drei Zeitzonen. „Wenn ich aus Amerika nach Hause kam, packte ich die Koffer aus und am nächsten Tag wieder ein, um nach China zu fliegen. Es war wie im Hamsterrad.“ Irgendwann kam der Zusammenbruch. Ein halbes Jahr war sie krank geschrieben, Diagnose: Burnout. Doch nach einem halben Jahr ging sie zurück, schluckte den Frust, setzte Stresskilos an. „Es war wie eine Sucht. Wir waren auch alle so stolz, bei Nokia zu arbeiten. Ich habe erst im Nachhinein verstanden, dass es eine ständige Suche im Leerlauf war, eine Suche nach falscher Selbstbestätigung.“

Jetzt ist die Last von ihr abgefallen. Im Frühjahr 2011 hat sie Nokia verlassen und seither 15 Kilo abgenommen. „Gefühlt sind es viel mehr. Es ist ein ganz neues Körpergefühl, ich habe so viel Energie.“ Johansson hat hellblond Strähnen in den kurzen Haaren, sie trägt eine rote Brille, die Nägel

sind blau lackiert. Sie motiviert jetzt andere zum Abnehmen, ihr schwärmerisches Motto: „Es gibt eine Alternative, lebe deinen Traum!“

Johansson weiß, wie schwer das sein kann. „Fast hätte ich meine Seele an Nokia verkauft.“ Als 2009 das Angebot kam, für ein Jahr nach Ulm zu gehen, nahm sie an. „Die Deutschen haben eine andere Arbeitskultur. Die Hierarchien sind viel strenger, mir kam das verbissen vor.“ Das war Johansson zu viel – und ihr Glück: „Das habe ich wohl gebraucht, um aufzuwachen.“ Sie merkte, dass die Leute ihr vertrauten, mit Problemen zu ihr kamen. „Das waren kleine Erfolgserlebnisse, die tiefer gingen als berufliche Anerkennung. Ich hatte die durchgetakteten Tage satt und das ewig Rationale.“

Zurück in Salo sollte ein neues Leben her. Johansson meldete sich im Fitnessclub an. Es war die Zeit, in der Stephen Elop zum Nokia-Boss ernannt wurde. Gleich nach Amtsantritt verordnete er ein Sparprogramm in Höhe von einer Milliarde Euro, außerdem 7000 Entlassungen in Finnland – mehr als ein Zehntel der Belegschaft. Johansson sah keinen Platz mehr für sich. Aber im Fitnessclub suchte man einen Gesundheitsberater.

Anne Johansson musste nicht lange überlegen. „Ich habe verstanden, dass die Arbeit nicht alles ist im Leben.“ Gerade hat die Mutter von zwei Töchtern das Schlafzimmer in dem hellgrünen Holzhaus am Waldrand von Halikko, einem eingemeindeten Dorf vor Salo, neu eingerichtet. Für den Sommer plant sie einen Gemüsegarten und viel Zeit zum Motorradfahren. Die Nokia-Familie gibt es nicht mehr. „Aber jetzt lerne ich endlich meine eigene Familie richtig kennen.“

Immer mehr Finnen wenden sich von Nokia ab. Doch eine Stärke hat der Konzern noch immer. Keiner baut Handys billiger, schneller und in größeren Mengen. Die Finnen verkaufen sie in fast so vielen Ländern wie Coca Cola seine Limonade, dank des ausgefeilten Vertriebsnetzes kommen Menschen an den entlegensten Orten von Ostafrika bis Samoa an ein Nokia-Phone. Aber anders als die lukrativen Smartphones sind die Margen dieser billigen Geräte niedrig. Jetzt soll das neue Lumia Nokia retten.

Doch Anne Johansson ist nicht die einzige, die damit rechnet, dass in Salo die Bänder bald stillstehen werden. Die Tageszeitung Iltalehti prophezeite dem Konzern das Aus. Auf der Titelseite prangte ein Kreuz aus Nokia-Phones, darüber die Zeile: „Der Anfang vom Ende.“ Das war vor einem Jahr. Jetzt brechen in der ehemaligen Nokia-Hochburg weitere 1000 Stellen weg. Johansson zittert mit ihren Freunden, die nur noch auf die Kündigung warten. „Ich bin ja freiwillig gegangen, das ist etwas ganz anderes.“

Es sind viele Frauen, die anfangen, ein Stück neuer finnischer Erfolgsgeschichte zu schreiben – ohne Nokia. „Die Frauen gehen eher raus, sind aktiv, finnische Frauenpower eben.“ Johansson zuckt mit den Schultern, lacht. „Unsere Männer sind oft ein wenig apathisch.“ Eine Gruppe von Frauen war es auch, die ein Ehemaligen-Netzwerk ins Leben gerufen hat. Gut 15.200 Nokia-Alumni gibt es schon. Und das ist wohl erst der Anfang.