



PRESSEINFORMATION

AUTO BILD

Manager Alain Visser rechnet mit etablierten Autoherstellern ab: „Wir sind eine Dinosaurier-Industrie“

Im Exklusiv-Interview mit AUTO BILD: Ehemaliger Ford- und Opel-Manager sieht schwere Zeiten auf Auto-Industrie zukommen / Angst vor den Chinesen hält er für unbegründet / Nicht das beste Auto, sondern die beste Dienstleistung wird der neue Schlüssel zum Erfolg

Hamburg, 28. März 2018 – **Einer der profiliertesten Auto-Manager Europas, der Belgier Alain Visser, sieht auf die etablierten Hersteller schwere Zeiten zukommen. „Wenn die Autoindustrie nichts unternimmt, wird sie zum Lieferanten einer innovativen Dienstleistungsbranche“, sagte Visser im Exklusiv-Interview mit AUTO BILD. „Bisher arbeitet die Industrie daran, ihre Autos stetig zu verbessern. Das ist nicht das, was der Kunde heute will. Der merkt nicht einmal, wenn die Ingenieure eine neue Lenkung einbauen. Ein bisschen mehr genial ist völlig egal. Was wir brauchen, ist eine bessere Dienstleistung.“**

Seine Branche sei eine „Dinosaurier-Industrie“, so Visser zu AUTO BILD. „Die Autoindustrie macht seit 100 Jahren das Gleiche. Aber der Kunde heute ist ein völlig anderer als der vor zehn Jahren. Der 54-Jährige war nach Stationen bei Ford unter anderem viele Jahre Vertriebs- und Marketingchef bei Opel. Seit sechs Jahren arbeitet Visser für den chinesischen Geely-Konzern. Dessen Gründer Li Shufu war Ende Februar mit 9,69 Prozent bei der Daimler AG eingestiegen und so auf einen Schlag größter Anteilseigner der Stuttgarter geworden. Zur Geely-Gruppe gehören zudem Marken wie Volvo, Lotus und London Taxi. Den steigenden Einfluss chinesischer Hersteller sieht Visser gelassen. „Vor 40



Jahren waren es die Japaner, dann die Koreaner, jetzt sind es die Chinesen.“

Alain Visser war 2012 zu Volvo gewechselt und hat 2016 für Geely das Start-up Lynk & Co gegründet. Am Montag kündigte er an, ab Anfang 2020 mit dem neuen Mobilitätskonzept in Europa an den Markt zu gehen. In China will Lynk & Co bereits dieses Jahr 100 000 Autos verkaufen. Der Kunde sei von den Automobilherstellern zunehmend frustriert, so Visser. „Zuerst muss er zum Händler vor die Stadt fahren, weil Autohäuser nicht in der Innenstadt sind. Dann ist da der Verkaufsberater, mit dem er handeln muss. Dann gibt es beim Auto so viele Extras und Ausstattungsvarianten, dass er den Überblick verliert. Und am Ende, wenn er sich entschieden hat, muss er ein Vierteljahr auf sein Auto warten. Das ist einfach nicht mehr zeitgemäß,“ so Visser gegenüber AUTO BILD.

Die Marke Lynk & Co will gänzlich ohne Autohäuser auskommen, Fahrzeuge ausschließlich über wenige Flagship-Stores, Popup-Stores und online vertreiben. Damit will Visser nicht zuletzt viel Geld sparen. „Autohersteller zahlen dem Autohaus ungefähr 15 Prozent Marge. Dann gibt es noch 10 Prozent Rabatt. Das heißt, der Hersteller hat 25 Prozent Vertriebskosten. Das ist doch absurd.“

Es werde auch in Zukunft Autohäuser geben, aber nur „die guten“, glaubt Visser. „Was wir tun, ist etwas, was Uber in der Taxibranche getan hat. Da gibt es auch Taxiunternehmen, die sich anpassen – und eben solche, die nicht überleben. Die Autohäuser sollten nicht gegen das Neue kämpfen, sondern sich darauf einlassen.“

70 Prozent seiner eigenen Mitarbeiter habe er von außerhalb der Automobilindustrie rekrutiert, sagt Visser. „Ich habe früher in Vorstellungsgesprächen erwartet, dass die Bewerber begeistert waren von Autos. Heute stelle ich Leute ein, die kein Auto haben. Oder nicht mal einen Führerschein.“



Das vollständige Exklusiv-Interview mit Alain Visser lesen Sie in der aktuellen Ausgabe 13/2018 von AUTO BILD, die am 29. März 2018 erscheint. AUTO BILD im Internet: www.autobild.de

Abdruck mit Quellenangabe „AUTO BILD“ honorarfrei

Über AUTO BILD:

AUTO BILD, Europas größte Autozeitschrift, präsentiert jeden Freitag die ganze Welt des Autos: Modelle von Morgen, umfangreiche Tests und Technik-Analysen, spannende Reportagen und viele Servicethemen. Dazu gehören große Neu- und Gebrauchtwagenvergleiche, Werkstatt- und Reifentests, das Aufdecken von Fehlern und Schwachstellen und natürlich die Faszination des Fahrens. Mit präzisen Testmethoden und aufwendigen Hintergrund-Recherchen ist AUTO BILD Woche für Woche die Auto-Instanz für Millionen von Autofahrern.

Agentur:

Katharina Krimmer
John Warning Corporate Communications GmbH
Telefon: (040) 533 088 78
E-Mail: k.krimmer@johnwarning.de