



## Konsequent in Rat und Tat

**Was ist das Erfolgsgeheimnis der Volkswagen Gruppe?, fragt man sich in der Automobilbranche immer wieder. Und was ist dafür verantwortlich, dass die gesamte Markenfamilie insbesondere in Österreich wie auf Rosen gebettet erscheint? Hier einige Antworten aus Salzburg und Umgebung.**

**S**chaut man sich um in der in vieler Hinsicht krisengebeutelten Autobranche, erscheint die Volkswagengruppe im Allgemeinen und VW im Besonderen ein Sonderfall zu sein. Von krisenhaften Einbrüchen bei Absatz und Umsatz keine Spur. Das gilt weltweit ebenso wie für Österreich. Ungebrochener Optimismus, was das Konzernziel angeht, bis 2018 weltweit die Nummer 1 in der Autobranche zu werden. Der Volkswagen Konzern hat eine klare Orientierung was Produkte, Qualität und Ziele betrifft, hat klare Strategien für seine Marken und ist mit seiner Modulstrategie unglaublich flexibel.

Von der Stärke des Konzerns profitieren auf der Ebene des Einzelhandels alle: nicht nur die Porsche-Austria-eigenen PIA-Betriebe, sondern auch die privaten Händler der Marke/n.

### Stufenleiter zum Erfolg

Insider sehen vor allem folgende Faktoren für den Erfolg verantwortlich:

- Die VW-Familie (Konzern samt Händlernetz) bilden ein komplexes und komplettes Gefüge, das die Qualität von Produkten und Service in den Mittelpunkt stellt. In Fällen, wo es Beschwerden gibt, wird etwa niemals den Kunden die Schuld zugewiesen, sondern die Ursache vorrangig im eigenen Verantwortungsbereich gesucht und entsprechend gehandelt.
- Ein glückliche Hand wird der Salzburger Zentrale von Porsche Austria beim Ausbau und der Gestaltung des Händlernetzes bescheinigt. Ver-

mieden wurde in all den VW-Jahrzehnten jede Überstrukturierung. Vielmehr wurden die Händlerpartner konsequent unterstützt, damit sie dort hingelangt sind, wo sie heute stehen: mit Abstand an der Spitze des Autohandels in der Alpenrepublik und in den Ländern Südosteuropas.

- Die Mischung aus eigentümergeführten privaten und managementgeführten Porsche-eigenen Betrieben bringt die Vorteile beider Denkweisen in die Vertriebsorganisation, zeigt die Vorzüge aller Seiten auf und liefert einen leidenschaftlichen Spannungsbogen zum gemeinsamen Nutzen.

### Nachhaltigkeit entwickelt

- Dem Konzern ist es gelungen, so die allgemeine Überzeugung innerhalb der Branche, aus der nach und nach erreichten Größe heraus, in jeder Hinsicht (in puncto Marken, Modelle und Produkte ebenso wie Netzentwicklung und Händlerpartnerschaft) Nachhaltigkeit zu entwickeln. In diesem Konzern haben Technikerfreaks das Sagen und Innovationen den Vorrang. Ferner ist es gelungen, den Geist des Konzerns auf die Unternehmer im Einzelhandel zu übertragen, wie zahlreiche Erfolgsgeschichten von privaten VW-Betrieben zeigen.
- Als Marke, die kein Spielball von Diskussionen in der Öffentlichkeit ist, scheint es relativ leicht gefallen zu sein, die Herstellerstrategie so zu formulieren, dass sich aus ihr die Ziele für die Händler logisch ergeben haben. Diese Performance aus einem Guss beruht auf einer Leitungskultur, die sich durch Geradlinigkeit ebenso wie durch Straffheit und eine gewisse Strenge auszeichnet.

Es liegt auf der Hand, dass langfristiger Erfolg in einem komplexen Netzwerk, wie es ein Großkonzern darstellt, klare Richtlinien und ambitionierte Zielvorgaben erfordert. Das ist einer der Geheimnisse des VW-Erfolgs. • (LUS)