„Das Geschäft erholt sich langsam“

Ausführliches **media**net-Interview mit Markus Wildeis, Geschäftsführer der FCA Austria GmbH.

••• *Von Oliver Jonke und Jürgen Zacharias*

Die FCA Austria GmbH hat seit Mitte des Sommers einen neuen Managing Director: Nach fast drei Jahren in der Turiner Zentrale kehrte Markus Wildeis nach Österreich zurück und übernahm die Leitung des Österreich-Geschäfts. Wir haben mit ihm unter anderem über die aktuelle Geschäftssituation, Lehren aus Corona sowie die Elektrifizierungs- und Hybridisierungs-Strategie seines Unternehmens gesprochen.

medianet: *Herr Wildeis, Sie sind im Sommer als Geschäftsführer zur FCA Austria GmbH zurückgekehrt. Wie hat sich das Unternehmen während Ihrer Abwesenheit verändert?*
Markus Wildeis: Dadurch, dass ich schon davor lange im Unternehmen tätig war, hat sich die Rückkehr wie eine Heimkehr angefühlt. Viel Eingewöhnungszeit blieb mir allerdings nicht, hatten und haben wir mit den Auswirkungen von Corona doch alle Hände voll zu tun – gerade die Autoindustrie ist davon doch sehr stark betroffen. Das erste Mal in der mehr als 100-jährigen Geschichte unseres Unternehmens standen weltweit für Wochen alle Werke still und konnten wir praktisch keine Autos verkaufen.

medianet: *Inwiefern konnte die Lockdown-Zeit auch positiv genutzt werden?*
Wildeis: Wir haben gelernt, in kurzer Zeit sehr viele Arbeitsabläufe virtuell abzubilden und Kunden verstärkt auch über digitale Kanäle anzusprechen; parallel dazu haben wir die Situation aber auch genützt, um Innovationen voranzutreiben.

medianet: *Könnten Sie beispielhaft so eine Innovation nennen?*
Wildeis: Konzerntechnisch haben wir in der Zeit beispielsweise die Hybridisierung und Elektrisierung der Produktpalette beschleunigt, wobei es natürlich noch etwas dauert, bis das am Markt schlagend wird, weil diverse Research- und Developmentprozesse vorgelagert sind. Wir konnten aber auch die Digitalisierung der Kommunikation mit dem Handel vorantreiben und dass wir virtuelle Kundengespräche führen, wäre davor auch nicht denkbar gewesen.

medianet: *Kundengespräche sind das eine, echte Abschlüsse das andere: Lassen sich Autos bereits virtuell verkaufen?*
Wildeis: Es ist schwierig, virtuell einen Abschluss zu machen, aber die sogenannte Customer-Journey ist an ihrem Beginn definitiv digitaler geworden und verlagert sich immer mehr ins Netz. Der ‚Point of Sale‘ liegt trotzdem nach wie vor beim Händler, und wir glauben, dass das in naher Zukunft so bleiben wird.



© FCA Austria/Christian Houdek