

„Corriera della Sera“: Savoyen passt nicht zu Mailand!

Seit der Übernahme 1986 zeigt es sich: Fiat und Alfa Romeo passen nicht zueinander. Offensichtlich haben die Turiner Alfa Romeo nur übernommen, um dem ebenfalls interessierten Ford-Konzern den Eintritt nach Italien zu verunmöglichen. Fiat wollte sich auch den renommierten Namen „Alfa Romeo“ sichern. Pläne, was sie mit Alfa Romeo anstellen sollten, gab und gibt es offensichtlich nicht. Die Geschichte von 1986 bis heute zeigt einen kontinuierlichen Niedergang von Alfa Romeo, lediglich aufgehalten von einigen sehr erfolgreichen Modellen. Fiat hat nicht kapiert, dass eine Automarke nur gedeihen kann, wenn mit einer langfristigen Planung und genügend Geld die Kontinuität in der Modellpalette auch sicherstellt.

Savoyen ist gescheitert, die militärische Festung „Fiat“ aus Turin hat in der lombardischen Metropole versagt. Oder anders: Die Stiefmutter Fiat hat die kreative und manchmal verschwenderische Stieftochter Alfa Romeo nie geliebt. Anstatt dass sie sich über die Lancierung von erfolgreichen Modellen freute, fühlte sie sich gekränkt und schüttete schliesslich das Kind mit dem Bad aus. Seit Jahren verkommt der einst stolze Alfa-Romeo-Firmsitz in Arese zu einer verlotternden Industrie-Brache, die Fabriken sind längst geschlossen und anstelle der prognostizierten 500'000 Fahrzeuge pendelt sich die Produktion auf gerade mal 100'000 Fahrzeuge ein.



Verschwanden die Embleme?

hat grosses vor: Arese soll wieder auferstehen, eine Delegation aus Deutschland hat in Mailand und Arese bereits vorgeführt, obwohl der Volkswagen-Konzern dementiert. Alfa Romeo habe einen „grossen Erfolgsfaktor“ und könne „mit wenig Aufwand wieder zur Blüte gebracht werden“, schwärmt Piëch. Die Wolfsburger scheinen gerüstet: Personell wäre alles vorbereitet für den Tag, an dem es sich Marchionne doch anders überlegt (oder überlegen muss). Der frühere Alfa-Chef Luca de Meo führt seit 2009 das Marketing der Marke VW, er könnte einen Neuanfang unter deutscher Regie glaubwürdig vertreten. Das für die Gestaltung vieler Alfa-Modelle verantwortliche Studio Italdesign-Giugiaro haben die Wolfsburger erst kürzlich gekauft, Volkswagens Chefdesigner Walter de Silva arbeitete früher für die Italiener, ebenso Wolfgang Egger, sein Kollege bei Audi. Erst im September lief Fiats Marketingexperte Giovanni Perosino zu den Deutschen über.

Für FIAT-Chef Sergio Marchionne steht ein Verkauf (noch) nicht zur Diskussion. Er wäre allenfalls bereit, bei einem Preis von 20 Mia Euro über einen Verkauf von Alfa Romeo nachzudenken.

Piëch ist sicher nicht der Weihnachtsmann, der Geschenke verteilt. Er wird mit den italienischen Gewerkschaften ähnlich hart wie in Deutschland verhan-



Sehen so die Träume von Ferdinand A. Piëch aus?

Aber, es ändert sich etwas. Ferdinand Piëch, Vorstandsvorsitzender des Volkswagenkonzerns, möchte Alfa Romeo kaufen und die renommierte Mailänder Manufaktur zu den grossen VW-Konzern-Marken Porsche, Lamborghini, Bentley, Bugatti und Audi hinzufügen. Alfa Romeo ist in den Augen des erfolgreichen deutschen Managers eine Marke, „die darauf wartet, erfolgreich auf den Markt zurückzukehren“. Die heutige Lage kommentiert er trocken: „Es ist offensichtlich, dass gute Produkte am Markt auch dank Missmanagement versagen“. Er



Wird Alfa Romeo vom Volkswagenkonzern gerettet?

deln. Aber vielleicht investiert VW lieber in Arese, anstatt es wie Marchionne in Serbien zu versuchen.

Piëch schätzt das Können der Ingenieure und Handwerker aus der Lombardei vielleicht auch mehr, als dies sein Turiner Antipode macht. Und Piëch hat vor allem zwei Dinge, die den Turinern abgehen: Er hat eine volle Kriegskasse und Zeit. „Die Zeit ist noch nicht reif und die Not noch nicht gross genug“, sagte der Herr über zwölf Automarken süffisant. „Wir sind geduldig. Wir können warten.“ 07.12.2010

