

23.06.2010

Fiat

Gefangen in der Kostenfalle

Im Werk Pomigliano bei Neapel haben die Arbeiter drastischen Einschnitten zugestimmt. Dem Autobauer bleibt kaum eine andere Wahl, als immer schlanker zu produzieren.

Von FOCUS-Redakteur Thomas Glöckner

Konzernchef Sergio Marchionne dürfte ein Stein vom Herzen gefallen sein. Mit überwältigender Mehrheit haben sich am Mittwoch die rund 4800 Beschäftigten des Werks Pomigliano bei Neapel für längere Arbeitszeiten und kürzere Pausen entschieden. Damit ist die Zukunft des Werks gesichert, in das Fiat 700 Millionen Euro investieren will, um die Produktion des Fiat Panda von Polen nach Italien zu verlegen. Anderenfalls, so die Drohung des Managers, hätte Fiat die Fabrik dichtgemacht.

Schlendrian stoppen

Dem Italo-Kanadier Marchionne geht es nicht nur um diese eine Fabrik. Der schwergewichtige Manager weiß, dass Fiat keine andere Überlebenschance hat, als immer wieder an der Kostenschraube zu drehen. Traditionellen Schlendrian wie in Pomigliano kann und will sich der Konzern nicht mehr leisten. Überdurchschnittlich viele Streiktage und ein Krankenstand, der nach Wahlen oder Fußballspielen des SSC Neapel schon mal auf 40 Prozent schnellte, passen nicht mehr in die Wettbewerbslandschaft.

Kleine Autos, kleiner Gewinn

Das Autogeschäft von Fiat steht und fällt mit dem Erfolg seiner Kleinwagen – wie Panda, 500 und Punto. Außer dem kultigen Fiat 500 „ist die Fiat- Modellreihe austauschbar, ohne Aufsehen und überwiegend nur mit hohen Rabatten zu verkaufen“, analysiert Ferdinand Dudenhöffer, Automarktexperte der Universität Duisburg-Essen. Kleine Autos bringen aber meist nur kleinen Ertrag.

Außerdem hängt der Absatz von Fiat-Autos wie bei kaum einem anderen Hersteller am Tropf staatlicher Abwrackprämien. Beispiel Deutschland: Im ersten Quartal 2009 entschieden sich 90 Prozent mehr Autokäufer für einen Fiat, in den ersten drei Monaten 2010 – mit dem Ende der Abwrackprämie – brach der Absatz um fast 73 Prozent ein. Hinzu kommt, dass Fiat – mit Ausnahme von Südamerika – in wichtigen Zukunftsmärkten nicht vertreten ist. Jedes dritte Auto verkauft der Konzern in seinem Heimatmarkt, 94 Prozent in Westeuropa, Polen und Brasilien. Dudenhöffer: „Fiat ist isoliert.“

Als Massenhersteller zu klein

Unter den Volumenherstellern ist Fiat mit 2,2 Millionen verkauften Autos noch immer „ein kleiner Fisch“, betont Dudenhöffer. Peugeot und Citroën kommen auf 3,2 Millionen Autos, Renault/Nissan auf 6,1 Millionen, die VW-Gruppe auf rund 6,3 Millionen. Marchionne hat zwar das ehrgeizige Ziel ausgegeben, 2014 gemeinsam mit Chrysler ebenfalls in die Riege der Hersteller mit Verkaufszahlen von sechs Millionen Autos vorzudringen. Mit seiner aktuellen Größe schafft es Fiat aber gerade mal, einen operativen Gewinn von 217 Millionen Euro (2009) zu erwirtschaften. Das entspricht einer Umsatzrendite von noch nicht mal einem Prozent. Dudenhöffer: „Der kleine Gewinn reicht nicht, um die großen Investitionen in Hybride, Elektroautos und neue Fahrzeugkonzepte zu finanzieren.“