

Innovation aus Tradition

La tradition au service de l'innovation

Während seiner jahrelangen erfolgreichen Karriere bei PSA Peugeot Citroën ist die Begeisterung von Cornelius Grzimek, Direktor der Marken Citroën und DS in Österreich, für französische Automobilmarken stetig gewachsen. Über aktuelle Trends des Marktes sowie Innovationen des Unternehmens spricht der diskrete Geschäftsführer merklich lieber als über sich selbst. Ein Interview in Form einer Liebeserklärung zur Marke.

Tout au long de sa brillante carrière au sein de PSA Peugeot Citroën, l'enthousiasme de Cornelius Grzimek, actuel directeur général de la marque Citroën en Autriche, pour les deux marques automobiles françaises n'a fait que grandir. Ce dirigeant discret parle plus volontiers des tendances actuelles du marché et des innovations de son entreprise que de lui-même. Une interview sous forme de déclaration d'amour pour la marque qu'il représente.

CCFA: Woher kommt Ihre starke Verbindung zu PSA Peugeot Citroën?

Cornelius Grzimek: Ich bin jetzt seit 24 Jahren im Konzern PSA Peugeot Citroën und war in verschiedenen Funktionen tätig, in Deutschland, der Schweiz, in Frankreich... und seit September 2013 in Österreich. Davor hatte ich diverse Positionen in den Bereichen Marketing und Vertrieb in Deutschland, Frankreich und der Schweiz inne. Ab 2008 habe ich dann die Leitung des Peugeot Citroën Retail in Deutschland übernommen. Das entsprach 1500 Mitarbeitern in 65 Standorten und 26 Niederlassungen. Mit Anfang September 2013 durfte ich die Nachfolge von Klaus Oberhammer als Generaldirektor für Citroën Österreich antreten. Ich konnte mich immer mit den Werten der Marke identifizieren und mir liegt besonders die französische Identität unserer Fahrzeuge am Herzen.

CCFA: Vor kurzem haben Sie wieder die Gelegenheit gehabt, das Savoir-Faire Ihrer Marke ans Licht zu bringen. Sie waren mit einem großen Stand bei der Vienna Auto Show präsent. Konnten Sie auf dem Markt einen Aufschwung verspüren? Was sind die Trends? Liegt Citroën im Trend?

CG: In diesem Jahr waren wir auf der Vienna Auto Show nicht nur mit einem Querschnitt unserer Citroën-Modellpalette, sondern auch mit der Marke DS vertreten. Diese bisherige Produktlinie führen wir seit kurzem als eigenständige Marke. Das Angebot von Citroën reicht vom flotten kleinen Stadtflyer, dem Bestseller Citroën C1 Aircscape, der soeben neu erschienen ist, über den innovativen

Sparmeister C4 Cactus mit seinem einzigartigen Design - eine echte Alternative im Markt der Kompaktlimousinen - bis hin zu unseren familientauglichen Raumwundern, wie zum Beispiel dem C4 Picasso, dem Berlingo oder der PKW-Version unseres Jumpy. Wir haben speziell für die VAS attraktive Sondermodelle kreiert, die – so ist jedenfalls das Feedback unserer Kunden – absolut im Trend liegen. Die junge Marke DS geht dabei ihren eigenen Weg. Alle vier aktuellen Modelle versprühen den charakteristischen und beliebten Pariser Chic

„Unsere Gruppe unternimmt enorme Anstrengungen, um ihre Entwicklung voranzutreiben und der Zukunft unserer Marken eine gesunde und stabile Basis zu bieten.“

und positionieren sich im Premium-Segment. Zu unserer großen Freude war das Publikumsinteresse an den DS Modellen sehr groß. Auch mit den Kaufabschlüssen direkt auf der Messe und an den Tagen danach waren wir sehr zufrieden. Das Resümee des Veranstalters war ebenfalls positiv.

CCFA: Welche Charakteristika sind beim trendigen Auto von heute entscheidend?

CG: Ein Trend, der sich klar abzeichnet, ist jener zu formschönen Autos, die jedoch gleichzeitig sparsam im Verbrauch und auch günstig in der Erhaltung sind. Bei Citroën sind wir in der glücklichen Lage, diese Kundenansprüche in vollem Umfang erfüllen zu können. Darüber hinaus denken und gehen wir im Bereich der Finanzierung einen Schritt weiter. Unsere am Markt einzigartigen „FAIR-Miet“ Angebote bedeuten für unsere Kunden vollkommene „bien-être“. Warum? Bei dieser neuartigen Finanzierungsart gibt es keine Anzahlung, volle Garantie über die gesamte Laufzeit inklusive aller Wartungs- sowie Reparaturarbeiten samt Verschleißteilen. Beispielsweise gibt es den



Cornelius Grzimek

Cornelius Grzimek, privat:

geboren in Frankfurt/Main am 16.10.1957, 2 Kinder

Studium: BWL Universität Frankfurt/Main, Abschluss Diplomkaufmann

Hobbys: Segeln, sämtliche motorbetriebene Fahrzeuge, Fan klassischer Musik

Lebensphilosophie: Wer es nicht versucht hat schon verloren.



Citroën C3 schon ab 179 Euro zum „FAIR-Mieten“. Diese „FAIR-Miet“-Idee hat bei uns einen regelrechten Finanzierungshype ausgelöst.

CCFA: Wieswegen sollten sich die Mitgliedsfirmen der Handelskammer Autos der Marke Citroën oder DS für Ihre Flotte bestellen?

CG: Genau aus den oben genannten Gründen – wir bieten attraktive Modelle kombiniert mit einem einzigartigen „FAIR-Miet“ Angebot,



Citroën C4 Cactus

das sich über alle PKW-Modellfamilien von Citroën und DS erstreckt. Darüber hinaus verbinden unsere Fahrzeuge gekonnt Ökonomie mit Ökologie. Die BlueHDi Dieselmotoren der neuesten Generation sowie die leistungsstarken PureTech-Benzinmotoren überzeugen mit ausgezeichneten Verbrauchswerten und erfüllen die EU-Abgasnorm Euro 6. Unsere Partnerschaft mit der Wirtschaft hat übrigens lange Tradition. Bereits 1954 brachte Citroën den weltweit ersten Kombi, den „Traction Avant Commercial“, auf den Markt. Und – last but not least – bieten wir unseren BtoB-Kunden natürlich auch ein breites Nutzfahrzeugangebot an.

CCFA: Mit der Marke DS haben Sie es geschafft, Luxus à la française und hohe technische Standards zu kombinieren. Was sind die Besonderheiten dieser neuen Marke?

CG: Die Marke DS präsentiert sich als ernstzunehmende Alternative zu traditionellen Premium-Marken, die international stark aufgestellt ist. Die Marke DS ist beispielsweise in China bereits sehr erfolgreich. Sie vereint endlich wieder das französische Automobil mit dem Premiumsegment. Es ist die Philosophie der Marke, ihren Kunden Fahrzeuge anzubieten, die mit außergewöhnlichem Design, überzeugenden Technologien, Sorgfalt im Detail aufwarten und gleichzeitig dynamisches und komfortables Fahrverhalten bieten. Jetzt im März wird dem Publikum am Genfer Automobilsalon als Weltpremiere der DS 5 – das Flaggschiff der Marke - mit neuer Front, DS Wings genannt, vorgestellt.

CCFA: Was sind für Sie als Experten die größten Herausforderungen der europäischen Automobilindustrie einerseits und der Marke

Citroën andererseits?

CG: Der Kostendruck, unter dem sämtliche Industriezweige über alle Branchen hinweg insbesondere in Europa stehen, betrifft natürlich auch den PSA Konzern. Allerdings muss ich sagen, dass wir hier seit zwei Jahren auf einem sehr guten Weg sind. Ich habe großes Vertrauen in die Entwicklung unserer Marken. Unsere Gruppe unternimmt enorme Anstrengungen, um ihre Entwicklung voranzutreiben und der Zukunft unserer Marken eine gesunde und stabile Basis zu bieten. Es war wirklich beeindruckend zu sehen, wie die Entschlossenheit im Vorgehen sehr rasch zu einer starken Verbesserung unserer Wettbewerbsfähigkeit geführt hat. Jede der gesetzten Maßnahmen schafft größere Effizienz und dadurch steht uns wieder mehr Kapital für Investitionen zur Verfügung, die schlussendlich ein besseres Produkt für unsere Kunden bedeuten.

Résumé : Avec 24 ans de carrière au sein de PSA Peugeot Citroën, l'Allemand Cornelius Grzimek est devenu expert de ces deux marques françaises automobiles : il ne se contente pas seulement de les représenter, il les affectionne réellement. Arrivé en Autriche en 2013 pour reprendre les rênes de la filiale de Citroën, il a accueilli avec enthousiasme les défis du marché.

Lors du Vienna Autoshow, Citroën a présenté un éventail de ses bestsellers et derniers modèles : citons la Citroën C1 Aircscape qui reste en tête des ventes, la C4 Cactus, une véritable innovation écologique, ou encore les voitures familiales comme la C4 Picasso, la Berlingo ou la Jumpy. Citroën a également créé des modèles en série limitée exprès pour ce salon. Les retours des clients ont

été extrêmement positifs et les retombées en termes de ventes sont venues confirmer cet engouement. Événement phare du salon : la présentation de la nouvelle marque DS avec ses quatre modèles alliant élégance française et positionnement haut de gamme. Raffinement et avant-garde technologique se retrouvent dans les différents modèles : le modèle sportif DS 3, le DS 4 avec de multiples options de personnalisation ou le nouveau DS 5 – vaisseau amiral de DS – qui inaugure l'identité de la Marque en arborant la nouvelle face avant sans double chevron.

Citroën a bien compris que le design, l'impact écologique et le coût d'un véhicule sont les trois caractéristiques majeures sur lesquelles se fonde le succès. La marque va même plus loin en proposant en Autriche une formule « FAIR-Miet » permettant une location sur 4 ans avec des avantages financiers et de nombreux services. Le succès de Citroën sait s'inscrire dans la durée. Depuis la célèbre « Traction Avant Commercial » en 1954, la marque n'a cessé de coopérer avec le monde de l'entreprise. Aujourd'hui, elle offre à ses clients BtoB une large palette de véhicules de fonction. C'est donc dans le sillage d'une tradition très riche empreinte du meilleur savoir-faire français que l'innovation d'aujourd'hui prépare les années futures de Citroën. Le groupe n'échappe pas aux restrictions budgétaires ambiantes dans un climat européen difficile mais il a pu s'adapter très vite et prendre les mesures nécessaires pour renouveler tant son efficacité que sa compétitivité. Dans cette dynamique motivante et confiante grâce aux bonnes performances des deux dernières années, les marques peuvent se concentrer sur les investissements qui combleront les attentes des clients de demain. 🇫🇷