



Prisca Bezzola
CEO Porsche
Zentrum Oberer
Zürichsee

Traditionsreich, smart und solide

Bott, Bernhard Axel

Porsche gilt als traditionsreiche und innovative Marke mit dem Image der Zuverlässigkeit und «schwäbischem Fleiss». Vielleicht ist gerade deshalb das Porsche Zentrum Oberer Zürichsee hier im Kanton am richtigen Platz? Prisca Bezzola ist Geschäftsführerin und beantwortet der AUSLESE, dass es ihr nicht nur um Autos geht.

AUSLESE: Frau Bezzola, das Porsche Service Zentrum Oberer Zürichsee öffnete als Beratungs-, Verkaufs- und Servicecenter im Jahr 2016 in Feusisberg seine Tore. Was war die Idee, im First ein Porsche Zentrum zu etablieren? Wie kamen Sie zur Position als CEO und wer ist Besitzerin des Zentrums?

P.B: Das Porsche Zentrum Oberer Zürichsee startete am 9. August 2016. Wir beschäftigten damals 12 Mitarbeitende. Heute rund 6 Jahre später beschäftigen wir 42 Personen. Das Zentrum wurde gebaut, nachdem Marktanalysen gezeigt hatten, welches Potential die Region rund um den oberen Zürichsee hat. Porsche wollte mit uns, dem 14-ten Zentrum in der Schweiz, die Kundennähe neu definieren, was sehr gut gelungen ist. Seit dem 1.8.2022 gehören wir zur Porsche Holding in Salzburg und diese ist seit 2011 eine Tochter des Volkswagenkonzerns. Alle Zentren in der Schweiz agieren als selbstständige Unternehmungen – unser Vorteil ist, dass sich uns zum Beispiel im Gebrauchtwagenbereich unter dem Dach der Porsche Holding Salzburg neue Bezugsquellen eröffnen, dank der Internationalisierung.

Sie repräsentieren und leben das Führungsmodell «Frauenpower», ein Vorbild für weitere Schwyzer Unternehmen? Was ist Ihre Botschaft?

Es gibt im Kanton Schwyz diverse Firmen, welche von Frauen geführt werden. Ich denke es wird immer selbstverständlicher,

dass Frauen in Führungspositionen Firmen repräsentieren. Einerseits sind viele Frauen sehr gut ausgebildet und das Familienmodell befindet sich seit Jahren im Wandel. Ich kann jeder Unternehmung empfehlen mit gemischten Teams zu arbeiten, so können Bedürfnisse zeitgerecht abgeholt werden.

Meine Botschaft ist immer nach vorne zu blicken, Trends zu erkennen und zu analysieren und wo sinnvoll, so gut wie möglich zu implementieren. Das heisst zum Beispiel, dass wir in einigen Bereichen aktiv Homeoffice «leben», sodass wir als Arbeitgeber attraktiv sind. Und dies, obwohl wir ein ausgeprägtes Retail-, also Kundenkontakt-Geschäftsmodell haben.

Die Marke Porsche hat eine traditionsreiche und lebendige Geschichte. Sie entstand im deutschen Bundesland Baden-Württemberg in Deutschland, das für Pioniergeist, Fleiss und gesundem Ehrgeiz steht.

Warum passen diese Eigenschaften und diese Marke auch in den Kanton Schwyz?

[Lacht] ... Das passt wahrscheinlich auf einen Grossteil der Schweizer Bevölkerung. Der Fleiss, der Pioniergeist und auch ein gesunder Ehrgeiz gehört, so glaub ich, zur Grund-DNA des Schweizlers.

Die Marke Porsche fesselt, sei dies nun von der Technologie, vom Rennsport oder einfach vom Fahrvergnügen her. Wir haben im Kanton Schwyz ganz viele schöne Fahrstrecken, die schlichtweg Spass machen, wenn man sie mit einem Porsche fahren kann – ohne dabei die Verkehrsvorschriften zu verletzen, wenn Sie verstehen, was ich meine. Der Porsche Kunde ist zudem sehr loyal und treu, ich glaube auch dies ist eine Eigenschaft, welche der Schweizer oder Schwyzer in sich hat – somit sind wir eine gute Ergänzung in unserem schönen Kanton.

Mit Porsche bieten Sie nicht nur Leistung, Qualität und Fahrerlebnis, Sie pflegen die Marke und engagieren sich darüber hinaus sehr stark in Events, sozialer und ökologischer Nachhaltigkeit. Weshalb ist Ihnen das wichtig? Ist das Zentrum ein multipler Veranstalter nur für Kunden- oder auch für eine breitere Öffentlichkeit?

Das liegt in meinem Grundverständnis für das Unternehmertum. Wir sind ein zuverlässiger Arbeitgeber, der Repräsentant einer großartigen Marke und wir leben, obwohl eingebettet in einem Konzern, unternehmerkonform. Die Kundenpflege ist uns wichtig. Wir haben Kunden mit den verschiedensten Interessen, deshalb liegt uns viel daran unsere Kunden möglichst breitgefächert abzuholen. Das gibt einen vielfältigen Mix an Veranstaltungen, die wir organisieren.

Im sozialen und ökologischen Bereich wollen wir etwas zurückgeben, wie zum Beispiel die Aktion «take a wish and make someone happy» oder wir bieten mit unserem Totholzgarten einen Lebensraum, der die Grundlage für Lebewesen ist, die durch die Industrialisierung entweder fast verschwunden oder davon bedroht sind. Wichtig dabei scheint mir, das Verständnis der Mitarbeiter zu schüren, denn so ein artenreicher Lebensraum für bedrohte Tierarten ist in erster Linie nicht schön, sondern sinnvoll für die «Zielgruppe», bei uns zum Beispiel Eidechsen, Igel, Mäuse oder Salamander.

Betreffend der zweiten Frage, ja unser Zentrum ist ein multipler Veranstalter, sei dies nun für Kundenanlässe oder auch für Firmen, welche einen Anlass in einem anderen Rahmen/ Umfeld planen.



Porsche Showroom im Zentrum First Oberer Zürichsee

Lässt sich Ihre Geschäftsstrategie mit aktiver Partnerschaft in und ausserhalb der Region erklären? Oder ist es (auch) eine bewusste Weitergabe der Begeisterung, einen Porsche zu fahren?

Es ist Beides. Ein Porsche zu fahren, weckt bei allen Emotionen, die Freude am Fahren haben. Er ist ein treuer Begleiter und was ich schätze, ist, dass ich mit einem Porsche 911 den ganzen Tag auf der Rennstrecke verbringen kann und am Abend mit demselben Auto ins Restaurant zum Essen fahre. Er ist in allen Belangen zuverlässig und genau das hebt ihn von den Marktbegleitern ab.

Dass jeder Kunde eine Partnerschaft möchte, ist ein normales Verhalten. Wer wechselt seinen Garagisten des Vertrauens, wenn er zufrieden ist? Niemand, das ist wie mit dem Zahnarzt oder dem Coiffeur. Wir gehen mit jedem Kunden eine Beziehung ein, und wie es in Beziehungen so ist, ab und zu muss oder darf man dann halt etwas wieder ins «Lot» oder «rechte» Licht rücken. Das, was ich Ihnen versichern kann, ist, dass alle unsere Mitarbeitenden täglich die Arbeit mit dem Ziel beginnen, die Kunden/ Interessenten/ Freunde des Hauses bestmöglich zu bedienen. Und wie es halt im täglichen Leben ist, manchmal gelingt es und manchmal muss ein bisschen nachgeholfen werden.

Porsche hat zeitgemäss mit agilem Wandel in den Antriebstechnologien reagiert (Benzin, Diesel, Hybrid, Elektro). In welche Richtung könnte die gegenwärtige Energiekrise das Antriebskonzept beeinflussen? Denn Fahrzeuge in allen Antriebsklassen werden immer umweltfreundlicher?

Viele wissen gar nicht, dass Ferdinand Porsche mit dem sogenannten Semper Vivus den ersten serienmässigen Hybrid-Antrieb überhaupt konstruiert hat – und das war schon im Jahr 1900. Und dann ist da natürlich der Motorsport, eine Paradedisziplin von Porsche. Im Motorsport geht fast es immer darum, mit möglichst wenig Treibstoff möglichst schnell möglichst weit zu kommen, also möglichst effizient zu sein. Schliesslich kostet jeder Boxenstopp wertvolle Zeit. Was man hier lernt, lässt sich in die Serien übertragen.

Ob die aktuelle Lage die Antriebskonzepte bei Porsche beeinflusst, kann ich Ihnen nicht sagen. Die Richtung ist aber klar: Porsche hat die Absicht ausgegeben, noch deutlich elektrischer zu werden.»

Ein wesentliches Angebot ist Ihr Ausbildungsprogramm für Lernende/r Automobil-Mechatroniker RFZ (m/w) und eine passende Schnupperlehre. Integrieren sich Lernende gerne und leicht in Ihre Rahmenbedingungen oder muss sich Ihre Ausbildung merklich auf ein Niveau der Lernenden einstellen (Generation «Z»)? Welche Eigenschaften wünschen Sie sich von den Lernenden, um das Beste aus ihrer Berufswahl zu machen?

Spannende Frage. Als Mutter von erwachsenen Zwillingen kenne ich die Nöte der Lernenden und auch der Eltern, lassen Sie mich dies bitte wie folgt beantworten. Wir bieten gerne und auch erfolgreich Schnupperlehren an. Alle jungen Menschen, die wir bisher kennengelernt haben, integrierten sich hervorragend in den Ausbildungsweg, auch wenn die Anforderungen ab und zu nicht leicht waren. Das Niveau der Ausbildung muss auf das Niveau der Technik gebracht werden, das ist enorm wichtig, und daran arbeitet der AGVS (Automobil Gewerbe Verband der Schweiz) wie auch die Berufsschulen. Was wir uns immer wünschen, ist Interesse und einen gesunden Menschenverstand. Ebenfalls schätzen wir die Unterstützung der Erziehungsberechtigten und danach ist es eigentlich egal, ob und welche Generation Sie als Lehrling einstellen.



PORSCHE

Porsche Zentrum Oberer Zürichsee P911 AG
Firststrasse 33, 8835 Feusisberg
info@porsche-ozs.ch, www.porsche-ozs.ch