

BUGATTI IM HOMEOFFICE – KOSTAS PSARRIS UND DIE MEA-REGION



Wie der Bugatti-Repräsentant für die MEA-Region den Betrieb von zu Hause aus am Laufen hält

Gestern nahm Bugatti die Produktion in seinem Atelier wieder auf, nachdem sie aufgrund der Corona-Pandemie vorübergehend ausgesetzt war. Auch wenn die Montage einiger der exklusivsten Hyper-Sportwagen wieder läuft, arbeiten viele Mitarbeiter von Bugatti im Rahmen der Gesundheits- und Sicherheitsmaßnahmen des Unternehmens auch weiterhin von zu Hause aus. Das Homeoffice ist an allen Standorten von Bugatti auf der ganzen Welt zu einer neuen Arbeitsrealität geworden. So arbeiten auch Kostas Psarris, Bugatti-Repräsentant für die gesamte Tätigkeit des Unternehmens in der Region „Middle East and Asia“, und sein regionales Team von zu Hause aus.

Psarris ist seit April 2019 als Leiter der regionalen Bugatti-Repräsentanz tätig. In dieser Funktion leitet und überwacht er die Geschäftstätigkeit der Partner des Unternehmens in Nahost und Südostasien und arbeitet im Sinne einer langfristigen Strategie, indem er stets nach neuen Möglichkeiten für Bugatti sucht. Der globale Lockdown infolge des Coronavirus brach in Wellen über Psarris und sein Team herein. „Ostasien stellte zu Beginn dieser Gesundheitskrise dessen Zentrum dar und so mussten unsere asiatischen Händler sehr schnell reagieren. Hier in Dubai wurden entsprechende Einschränkungen allerdings erst vor vier Wochen umgesetzt, so dass wir genügend Zeit hatten, uns darauf vorzubereiten“, erklärt der 38-jährige Grieche. Als die Regierung des Landes im März Social Distancing anordnete, mussten Psarris und sein Team eine Alternative für die lange geplante Nahost-Premiere des Chiron Pur Sport finden. Die eigentliche Weltpremiere des neuesten Mitglieds der Chiron-Familie konnte ebenfalls nicht wie geplant stattfinden, da der Genfer Autosalon aufgrund des Ausbruchs des neuartigen Coronavirus abgesagt worden war. Stattdessen wurde sie als virtuelle Präsentation durchgeführt, sowie in Einzelterminen mit Kunden. „Da sich viele unserer Kunden sehr darauf gefreut hatten, den Hyper-Sportwagen in natura zu sehen, sind wir froh, dass wir individuelle Präsentationen des Wagens in unserem Showroom in Dubai organisieren konnten — mit großem Erfolg.“

In den zwölf Jahren, die Psarris in der Automobilbranche tätig ist und in denen er von Athen zunächst nach Manchester und vor sechs Jahren dann nach Dubai zog, hat er nichts erlebt, was mit der aktuellen Situation auch nur vergleichbar wäre. Nicht im Büro zu sitzen, ist für Psarris und sein Team nichts Neues, denn sie sind es gewohnt, durch ihre von Japan bis nach Jeddah in Saudi Arabien reichende Region und sogar in die Zentrale von Bugatti nach Frankreich zu reisen. „9.514 Kilometer und 5 Zeitzonen bedeuten für uns lange Arbeitstage und wir arbeiten die meiste Zeit über aus der Ferne. Aber nicht gemütlich von zu Hause aus, sondern in den Büros der Bugatti-Partner auf unseren Reisen — oder auch mal am Flughafen oder im Hotelzimmer.“ Psarris vermisst im Homeoffice vor allem den persönlichen Kontakt zu seinen Geschäftspartnern und insbesondere zu den Kunden: „Wir schätzen uns glücklich, in unserer Region einige der treuesten Bugatti-Kunden zu haben, eben echte Auto-Enthusiasten. Wir treffen gerne mit ihnen zusammen, hören uns ihre Wünsche und Ideen an und zeigen ihnen, woran wir arbeiten. Diese persönliche Interaktion kann durch nichts ersetzt werden, trotzdem tun wir natürlich unser Bestes, digitale Lösungen als Alternativen zu nutzen.“ So konnte das Team trotz der ungewöhnlichen Umstände einige Verkäufe abschließen. Darunter der Verkauf der letzten verfügbaren „Edition Noire“, eine auf 20 Exemplare limitierte Sonderausführung des Chiron Sport, die damit nun ausverkauft ist.

Psarris ist sich bewusst, dass sich die Herausforderungen durch COVID-19 mit der Wiederaufnahme der Produktion in Frankreich oder der Wiederöffnung der Märkte in der MEA-Region nicht in Luft auflösen werden. Die Jahresplanung 2020 muss komplett überarbeitet werden, da große Veranstaltungen wie die Olympischen Spiele in Tokio oder die Expo in Dubai abgesagt beziehungsweise in das letzte Jahresquartal oder sogar in das folgende Jahr verschoben wurden. Auch die Sommerreisen nach Europa, die viele Bugatti-Kunden für einen Besuch in Molsheim und Bugatti Testfahrten nutzen, werden dieses Jahr nicht stattfinden können. „Wir müssen alle unsere ursprünglichen Pläne über den Haufen werfen und uns neue Ideen und Lösungen einfallen lassen. So wie wir die Herausforderung angenommen und unsere Arbeitsgewohnheiten auf eine vollständig digitale Umgebung umgestellt haben, bereiten wir nun auch Online-Aktionen für unsere Kunden vor, wie zum Beispiel Expertengespräche, bei denen sie sich mit unseren Ingenieuren und Designern austauschen können.“ Psarris ist überzeugt, dass aus dieser Krise viele Innovationen hervorgehen werden und diejenigen, die sich am besten anpassen können, dadurch noch stärker werden.

Dennoch wird seiner Meinung nach das Highlight des Jahres für Kunden und Journalisten in der Region nicht digital sein: „Wir planen für Ende des Jahres mehrere Events mit Testfahrten des Chiron Pur Sport. Jeder, der Autos so sehr liebt wie ich, wird von der Leistung des Pur Sport absolut fasziniert sein.“ Der neueste Spross der Chiron Serie ist kompromisslos auf Agilität und Fahrdynamik ausgelegt. Mit seiner komplett neuen Fahrwerkabstimmung, kürzeren Übersetzungen, wesentlichen Gewichtseinsparungen und einem Design, das für eine veränderte aerodynamische Auslegung sorgt, gelingt dem Chiron Pur Sport eine weitere Optimierung der schon zuvor herausragenden Beschleunigungs- und Elastizitätskennzahlen des Chiron. „Ich freue mich schon auf die strahlenden Gesichter der Fahrer, wenn sie nach den Testfahrten aus dem Auto steigen.“

Psarris schließt seine Gedanken zum Lockdown mit ein paar Worten zum Ramadan ab, dem Monat des Fastens, Betens, Reflektierens und Zusammenseins für Muslime auf der ganzen Welt. Dieses Jahr begann der Ramadan am 23. April und wird genau einen Monat dauern. „Anders, als man zunächst vielleicht glauben mag, stellt der Ramadan hier im Nahen Osten normalerweise eine sehr produktive Zeit für Unternehmen dar, insbesondere im Hinblick auf persönliche Beziehungen zu Kunden“, erläutert Psarris. „Es ist eine Zeit der Besinnung, in der wir weniger mentalen Stress haben als sonst im Alltag. Ich habe die vielen Treffen nach Iftar, dem festlichen, nächtlichen Fastenbrechen, in sehr schöner Erinnerung, nicht nur aus beruflicher, sondern vor allem auch aus persönlicher Sicht. Ich wünsche allen einen gesegneten Ramadan — trotz dieser ungewöhnlichen Umstände.“