

GM voelt tegenwind in Europa

22-01-2008 00:00

Carl-Peter Forster, de hoogste baas van General Motors in Europa, heeft goed werk verricht. Terwijl de fabrikant van merken als Opel, Chevrolet en Cadillac de afgelopen jaren kampte met miljardenverliezen op de Amerikaanse thuismarkt, wist het bedrijf in 2007 in Europa een verkoopstijging van 8,9 procent te realiseren. Dat schrijft het Algemeen Dagblad.

Lui achterover leunen is er voor Forster echter niet bij. "In Rusland doen we het goed, maar in West-Europa hebben we veel tegenwind. Bovendien, verkoopaantallen zijn veel minder belangrijk dan winstgevendheid. Het rendement van de grote autofabrikanten lag de afgelopen jaren tussen de één en drie procent. Dat is natuurlijk veel te weinig", aldus Forster.

Forster weigert met extreem lage prijzen de verkoop te stuwen. De Indiase fabrikant Tata presenteerde twee weken geleden de Nano, die nog geen 1900 euro kost. Forster zou zo'n spotgoedkoop model, dat miljoenen mensen voor het eerst van hun leven perspectief op een eigen auto biedt, niet willen maken. "Die Nano is misschien geschikt voor India, maar in Europa zit niemand erop te wachten."