

SCHWACHE BLICKPUNKT

# Centro-Style

Wie begehrt sind gebrauchte Alfa-Romeo-Modelle?

Die italienische Traditionsmarke hat im Multimarken-Konzern Stellantis wohl das am besten definierte Markenimage. Die Turiner stehen aufgrund ihrer Motorsport-Historie für Dynamik und Emotion und zählten in der FCA Gruppe als Premium-Brand. Ob diese Positionierung auf Dauer Bestand haben kann, wird ein Diskussionspunkt sein angesichts der Koexistenz von DS Automobiles als französisches Premium-Pendant. Nichtsdestotrotz steht dem Trend nach SUV Modellen folgend in diesem Jahr ein kompakter Neuzugang in den Startlöchern. Auf Geheiß von Markenchef Imperato erneut verspätet, wird das aufsehenerregende Tonale Concept des Genfer Automobilsalons 2019 nun in gemäßiger Form Realität. Er setzt damit dem nordeuropäischen Wettbewerb italienisches Temperament entgegen. Das war auch schon beim Stelvio die Strategie. Allerdings haben hiesige Vertriebsmaßnahmen und kleine Ausstattungsmankos dem großen SUV das Gebrauchtwagenleben schwermgemacht.

Entsprechend unterdurchschnittlich fallen dessen Restwerte aus. Allerdings findet der Markteintritt des Tonale nun unter der Ägide von Stellantis statt und deren rigides Aufräumen in der Rüsselsheimer Vertriebspolitik zeigte auch dort bereits positive Auswirkungen auf den Wiederverkauf. Ein weiterer Neuzugang und kleineres SUV steht dann auf der

CMP-Plattform der neuen französischen Partner und eröffnet voraussichtlich ab 2023 neben weiteren Kundengruppen auch die Möglichkeit zur Vollelektrifizierung. Für die beiden übrigen und ohnehin etwas angegrauten Modellreihen Giulietta und Giulia sind die Aussichten trübe. Die Giulietta hat mit der „Final Edition“ ihren

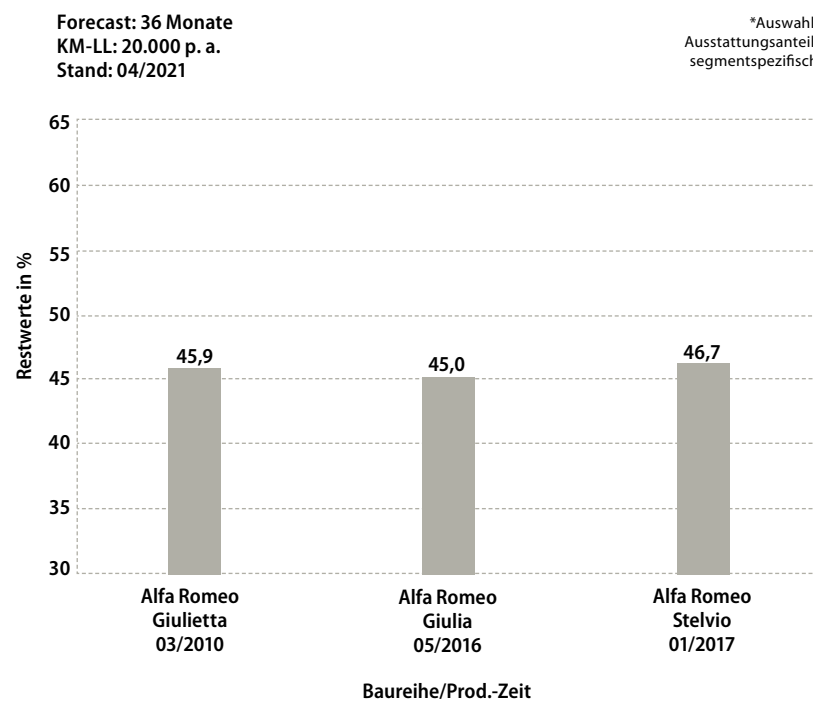
tatsächlich finalen Abschied eingeläutet und die reine Stufenheck-Limousine Giulia muss wohl noch bis 2025 durchhalten. Beider lange Lebenszyklen haben Spuren im Wiederverkauf hinterlassen und lenken den Fokus auf die beiden Hoffnungsträger Tonale und seinen kleinen Bruder. ■



Foto: Alfa Romeo

Alfa Romeo Stelvio

## RESTWERTPROGNOSE ALFA ROMEO (NACH BAUREIHE)\*



» Premiumkunden sind anspruchsvoll und markentreu. Bisher hat Alfa aber noch kein wirksames Konzept für mehr Akzeptanz gefunden. Neue Modelle und die Stärken des neuen Konzerns könnten die Marke nun voranbringen. «

Thorsten Barg,  
Schwacke Geschäftsführer