

OPEL

Frisches Denken für bessere Autos

Die Marke im Aufbruch



Inhalt

2

Aufbruch

Mit einer neuen Strategie, mit einem neuen Werk und dem Opel Vectra als neue Definition der Mittelklasse ist Opel wieder auf Erfolgskurs.

10

Carl-Peter Forster

In einem Interview spricht der Chef über die Erfolge des Olympia-Programms und über Pläne für die Zukunft.

18

Technologiekompetenz

Opel zeigt modernste Technik für die Gegenwart und anspruchsvolle Forschung für die Zukunft.

30

Nachhaltigkeit

Der verantwortliche Umgang der Ökonomie, der Ökologie und der sozialen Verpflichtung ist die Voraussetzung für den nachhaltigen Erfolg von Opel in der Zukunft.

34

Neue Fahrzeuge und Konzepte

So löst Opel das Versprechen ein, sein Modellprogramm in diesem und im nächsten Jahr überzeugend zu verjüngen.

44

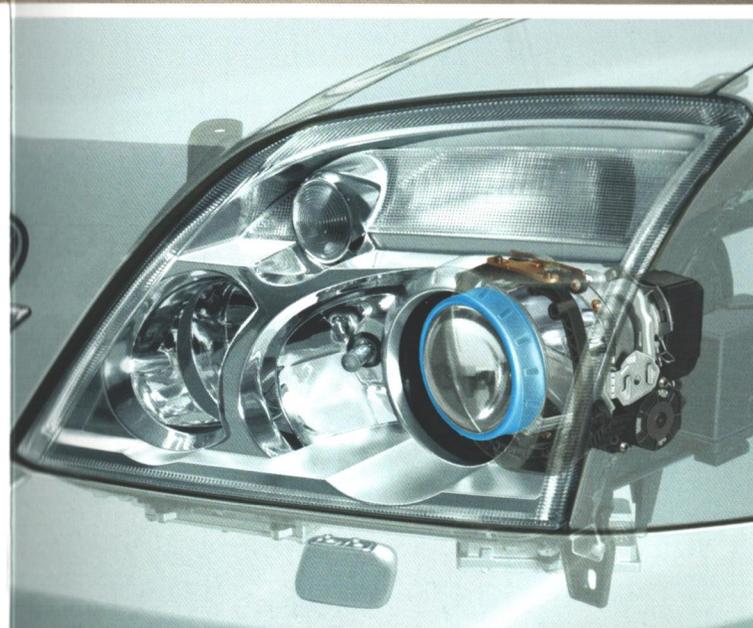
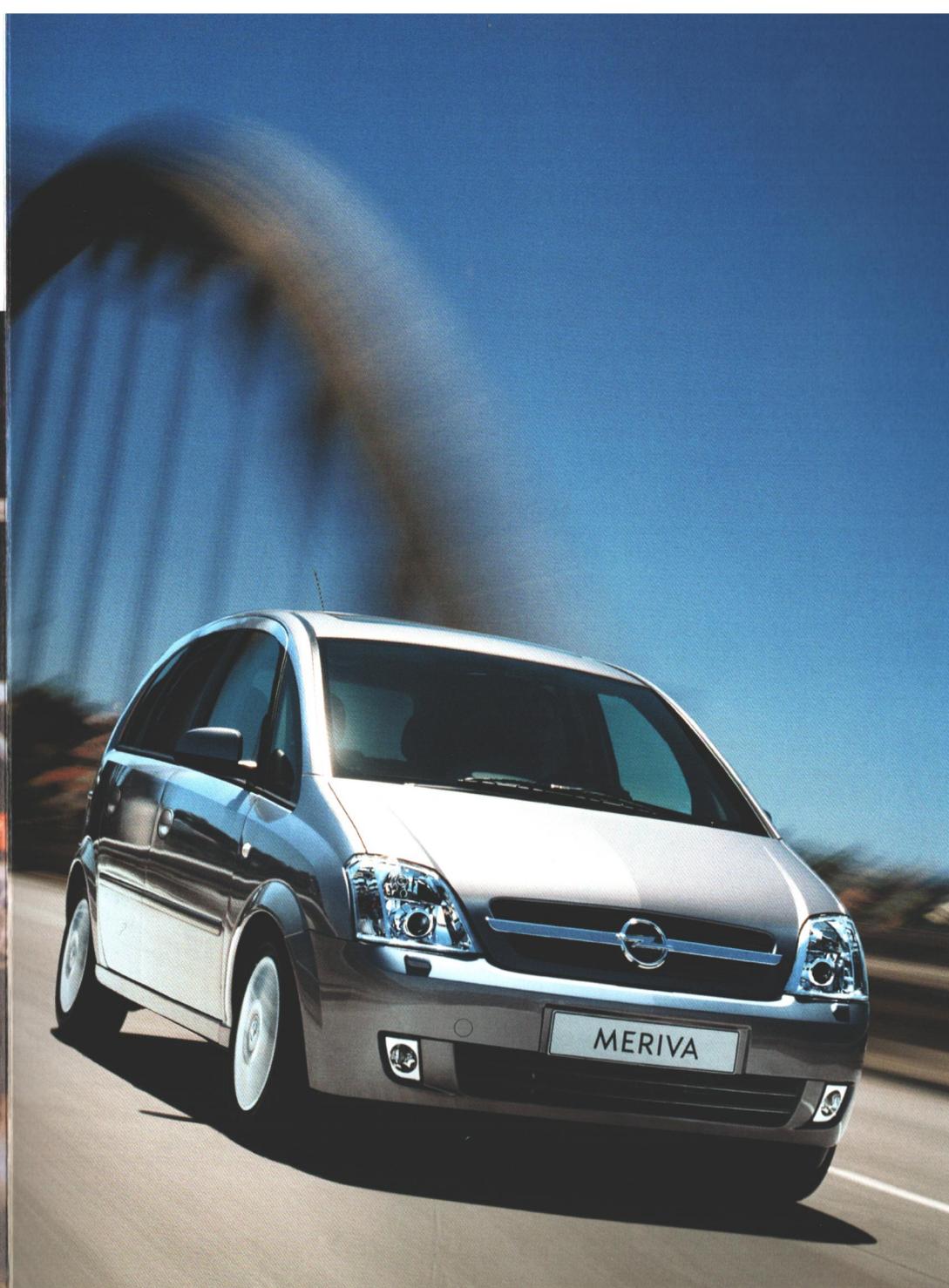
Sport-Sponsoring

Opel treibt exklusiven Motorsport in der DTM und setzt beim Sponsoring auf Breitensport.

50

Marken-Kernwerte

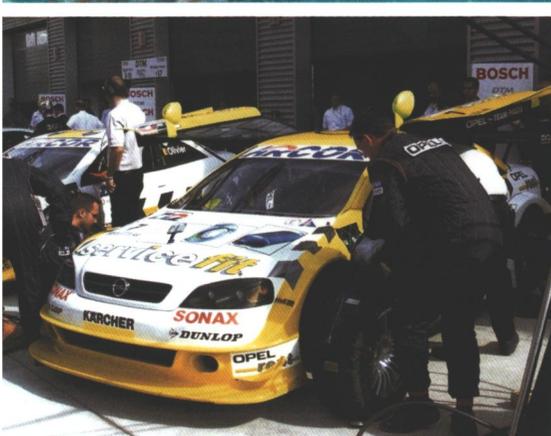
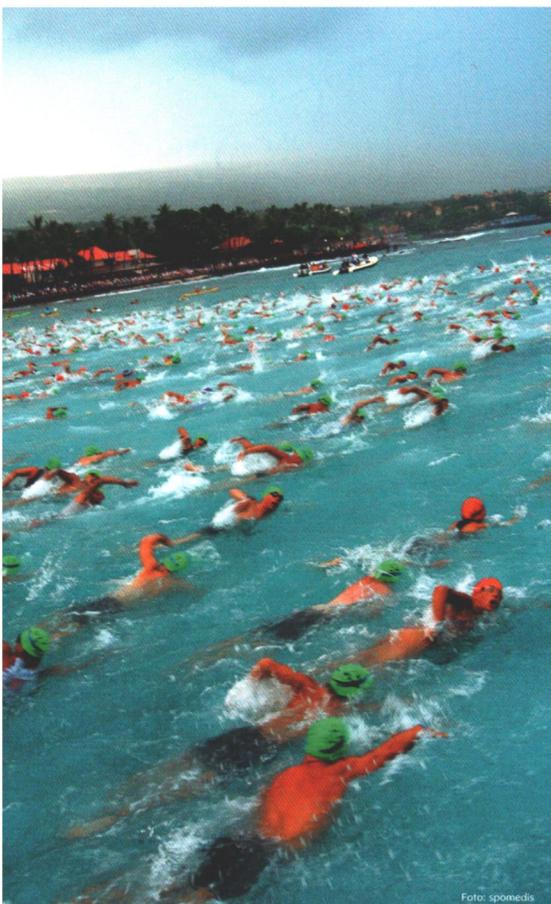
Die Stärke der Marke Opel kommt aus der Pflege einer guten Gemeinschaft, zu der Mitarbeiter, Händler und Kunden zählen.



30 Mit neuen Modellen und neuen Konzepten steigert Opel auch 2003 seinen Marktanteil. Der kleine Van Meriva wird dabei eine große Rolle spielen



44 Dem Automobilsport bleibt Opel auch 2003 durch das Engagement bei der DTM verbunden. Durch Sponsoring unterstützt Opel volksnahe Disziplinen wie Triathlon oder Basketball



Technische Kompetenz beweist Opel durch eine Vielzahl anspruchsvoller Entwicklung, wie das Bi-Xenon-Kurvenlicht (AFL) 18