

Opel Post

Magazin für Mitarbeiter



Geschäft ohne Grenzen

Europa-Chef Forster im Interview Seite 4 bis 8

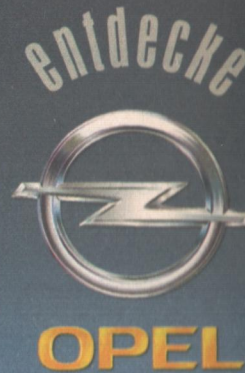
Modernes Licht denkt mit Seite 16/17

Eisenach baut den 10 000 000. Corsa Seite 20/21

An der Pilotlinie entstehen die ersten Saturn Seite 27

Entdecken Sie Opel mit unseren attraktiven Angeboten.

6 JAHRE GARANTIE!



Neuwagen-Prämienprogramm:

- 890,- € für Opel Meriva²
- 1.190,- € für Opel Zafira²
- 1.190,- € für Opel Antara²
- 1.785,- € für Opel Vectra² und Signum²

² Vorspezifizierte Neufahrzeuge aus Produktion 2007 zur kurzfristigen Übernahme (bei Opel Zafira Pre-Facelift-Modelle). Das Angebot ist gültig vom 15.01. bis 31.03.2008. Nur solange der Vorrat reicht. Die Kaufprämie ist steuerpflichtig.

¹ Zwei Jahre Herstellergarantie ab Erstzulassung zuzüglich vier Jahre Opel Anschlussgarantie (ohne Mehrpreis), in Zusammenarbeit mit der CG Car-Garantie Versicherungs-AG gemäß deren Bedingungen. Das Angebot gilt seit 15.01.2008 für alle Neuwagen-Kaufabschlüsse. Ausgenommen sind die Modelle Opel Agila (Basismodell), Vivaro und Movano sowie Gebrauchtwagen und Kaufübernahmen von Leasing-fahrzeugen. Mitarbeiter, die vor diesem Termin ein Fahrzeug erworben haben, können die Garantieverlängerung über uns käuflich erwerben.

Unglaublich, aber wahr – unsere Leasingangebote:

- Opel Astra GTC Edition ab 199,- €³
- Opel Meriva Edition zu 1,25%³
- Opel Signum Edition Plus ab 299,- €

Monatliche Leasingraten bezogen auf die unverbindliche Preisempfehlung. Die Laufzeit des Überlassungsvertrags beträgt zwölf Monate bei bis zu 20.000 km Laufleistung. Weitere Details entnehmen Sie bitte den bekannten Publikationen.
³ Gültig bis 31.03.2008. Bei Opel Meriva nur solange der Vorrat reicht.

Denken Sie auch an Ihre nutzungsberechtigten Angehörigen und nehmen Sie die Möglichkeit wahr, vier Fahrzeuge zu Mitarbeiterkonditionen im Rahmen unseres Familienleasings zu fahren.

Weitere Informationen und Voraussetzungen erfahren Sie beim Verkauf an Mitarbeiter und in unseren Publikationen in Socrates Deutschland.

Kommen Sie zu einer unserer Verkaufsstellen:

Verkauf an Mitarbeiter

Rüsselsheim:
Fahrzeugzentrum für Mitarbeiter
M-118
06142 774710

Bochum:
Verkaufszentrum am Tor 4
0234 9893574

Kaiserslautern:
PS-Service Center
0631 3552881

Eisenach:
Verkaufsstelle für Mitarbeiter
03691 661322

Die Opel Post befragte GME-Chef Carl-Peter Forster

Seite 4-8



Saab präsentiert mit dem 9-4X einen Zukunfts-Schweden

Seite 12/13



Lichtexperten erklären Zukunft der Beleuchtung

WM-Torfrau arbeitet im Modellbau

Seite 30



Seite 16/17



Seite 20/21

Eisenach bietet besonders begehrte Modelle

Unternehmen

10 Netzwerk gegen Vorurteile: Arbeitsdirektor Holger Kimmes unterzeichnete in Frankfurt mit der „Charta der Vielfalt“ eine bundesweite Initiative, die sich für Vielfalt stark macht.

Markt

12 Nachwuchs für die schwedische Schwester: Mit dem 9-4X stellt Saab eine Studie vor, mit der die Marke künftig im kräftig wachsenden Crossover-Segment mitmischen will.

14 Aufregender Auftakt: Das Heimspiel der ersten Autoshow 2008 nutzte GM, um Weltpremiere seiner Marken Cadillac, Corvette, Hummer, Saturn und Saab zu zeigen.

Entwicklung

16-17 Das Licht wird intelligent: Mit der nächsten Generation der Fahrzeugbeleuchtung passt sich die Lichtverteilung der Scheinwerfer den vorherrschenden Sichtverhältnissen an.

19 Mit dem Strom schwimmen: Die Zukunft des Automobils ist elektrisch, deshalb setzt ein neues Schulungskonzept verstärkt auf den Aufbau elektrotechnischer Fertigkeiten.

Fertigung

22 Aus eins mach zwei: Mit dem guten Willen aller Beteiligten war es kein Problem, eine anspruchsvolle Aufgabe in die Teilzeit-Hände zweier junger Mütter zu legen.

25 Qualität für den Globus: Mitarbeiter aus Bochum und Rüsselsheim nahmen in Korea mit Kollegen aus aller Welt die Vereinheitlichung von Analyseprozessen in Angriff.

27 Atlantik-Überquerung: An der Rüsselsheimer Pilotlinie bauen zurzeit rund 30 Kolleginnen und Kollegen aus den USA erste Integrationsfahrzeuge der neuen globalen Mittelklasse.

Mitarbeiter

29 Stiftung ehrt Stifte: Für ihr umfangreiches ehrenamtliches Engagement zeichnete die Elinor Kirchner von Opel-Stiftung wieder eine ganze Reihe junger Menschen aus.

Impressum Opel Post
Herausgeber: Adam Opel GmbH, Interne Kommunikation, 65423 Rüsselsheim **Chefredakteur:** Jürgen Hepp **Redaktionsassistentin:** Irene Nowotny **Mitarbeiter in den Werken:** Rüsselsheim: Dr. Gudrun Langer Bochum: Norbert Held Kaiserslautern: Rainer Rohrbach Eisenach: Matthias Mederacke Engineering: Stefan Zech **Gestaltung und Litho:** D+K Horst Repschläger GmbH, Wiesbaden **Druck:** J. Fink Druckerei, Ostfildern **Anschrift der Redaktion:** Adam Opel GmbH, Interne Kommunikation, Redaktion Opel Post, IPC D5-08, 65423 Rüsselsheim, Telefon 06142/7-74057 und 73898, Telefax 06142/7-78131, E-Mail: interne.medien@de.opel.com. Die Redaktion haftet nicht für unverlangt eingesandte Manuskripte, Unterlagen und Fotos. Nachdruck nur mit Quellenangabe. Mit vollem Namen gekennzeichnete Beiträge geben nicht unbedingt die Meinung der Redaktion wieder. Alle Rechte vorbehalten.

Gewinnen Sie: Erste Testfahrten mit dem Insignia

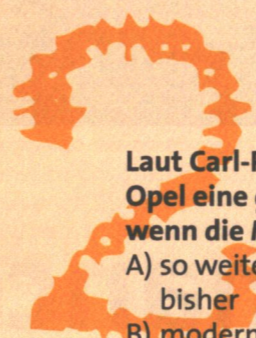


Paukenschlag: Das ist alles, was wir bisher vom Insignia kennen. Doch hier gibt es schon jetzt die ersten Testfahrten zu gewinnen

Rüsselsheim (jh). Gewichtige Dinge werfen große Schatten voraus: Obwohl der Insignia erst im Herbst in den Handel kommt, verlost die Opel Post hier und heute die ersten Testfahrten mit der neuen Mittelklasse von Opel. Insgesamt haben wir für unsere Leser acht Plätze im ersten umfassenden Testprogramm für „Zivilisten“ ergattert können, das im August oder September starten wird.

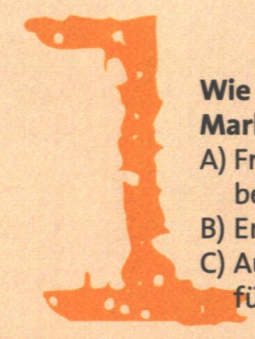
Wem das noch deutlich zu lange hin ist, der muss trotzdem nicht verzichten. Wir bieten zusätzlich zehn Mal ein Wochenende mit einem aufregenden Fahrzeug aus der Opel-Flotte. Erleben Sie so Dynamik und Fahrfreude pur – zum Beispiel in einem Corsa OPC oder einem Astra GTC.

Apropos Dynamik und Fahrfreude: Irgendeinen Haken muss die Sache doch haben? Richtig. So viele tolle Preise wollen wir nicht einfach verschenken, dafür müssen Sie ein wenig arbeiten. Wir hätten von Ihnen gern drei Fragen zur Marke beantwortet:



Laut Carl-Peter Forster hat Opel eine große Chance, wenn die Marke sich

- A) so weiter entwickelt wie bisher
- B) modern präsentiert, ohne überkandidelt zu sein
- C) auch wieder dem Bau von Motorrädern zuwendet



Wie lautet der neue Markenclaim von Opel?

- A) Frisches Denken für bessere Autos
- B) Entdecke Opel
- C) Aufregende Autos für alle



Wie viele Mitarbeiter beteiligten sich an der Umfrage zur Marke?

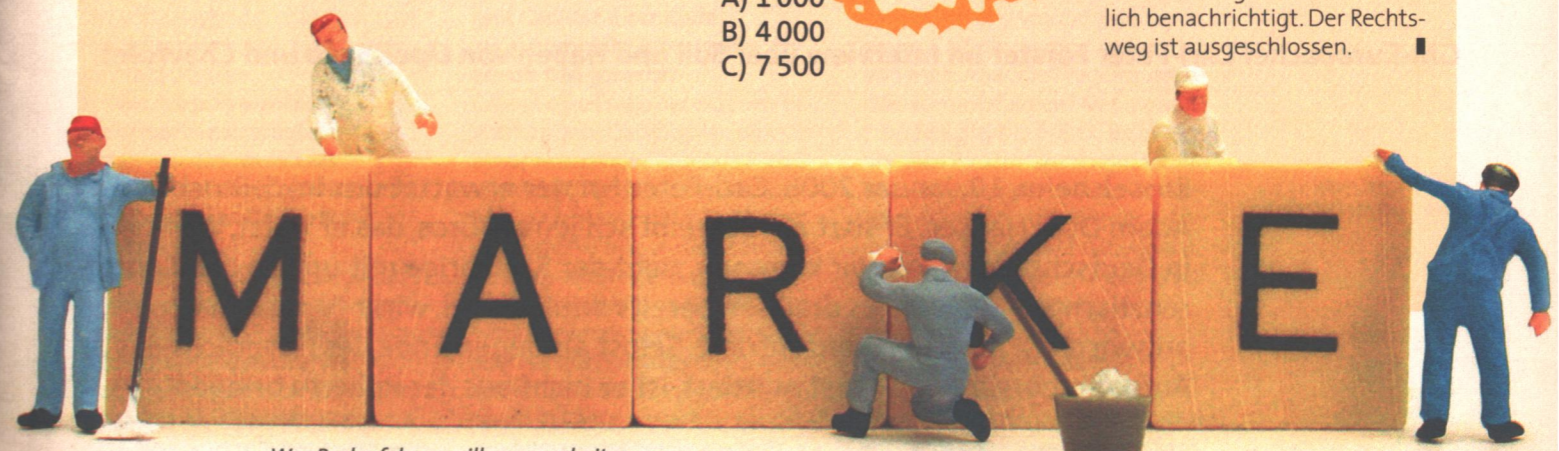
- A) 1 000
- B) 4 000
- C) 7 500

Sie werden sehen: Die richtige Antwort zu finden, ist gar nicht schwer und es lohnt sich. Ein kleiner Tipp: Intensives Studium dieser Opel Post hilft bei der Suche nach der richtigen Lösung. Diese schreiben Sie auf eine Postkarte, am besten in Kurzform, also zum Beispiel „1 C“, wenn Sie der Meinung sind, dass „C“ die richtige Antwort auf die erste Frage ist. Auf die Karte gehören noch Ihr Name, Anschrift und Stamm- bzw. Rentennummer. Dann schicken Sie diese an

Adam Opel GmbH
 Redaktion Opel Post
 Stichwort: Gewinnspiel
 IPC D5 - 08
 65423 Rüsselsheim

Einsendeschluss ist der 29. Februar 2008.

Die insgesamt 18 Gewinner werden ausgelost und schriftlich benachrichtigt. Der Rechtsweg ist ausgeschlossen.

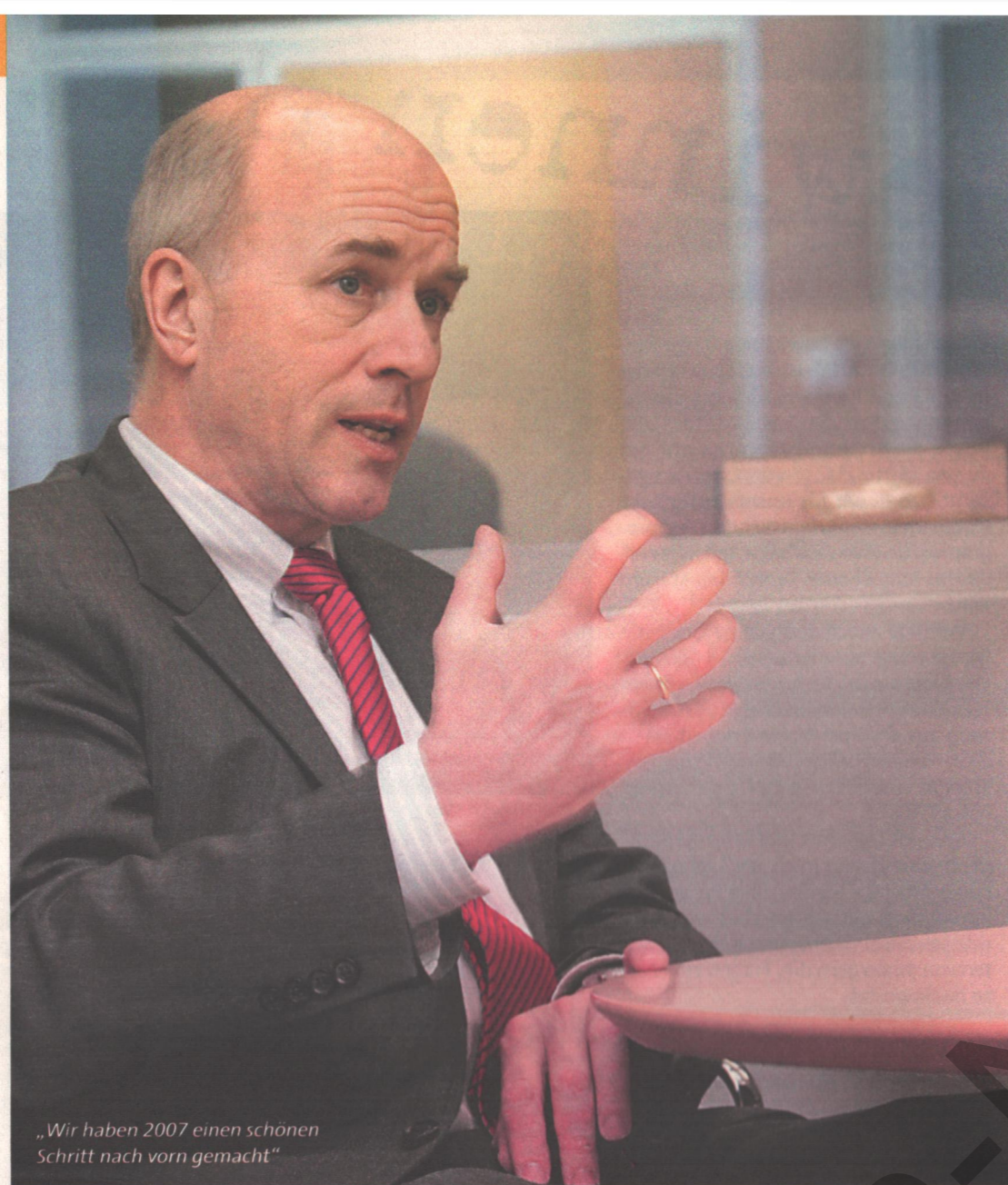


Wer Probe fahren will, muss arbeiten: Unsere drei Fragen drehen sich alle um das Thema Marke

Carl-Peter Forster ist seit Juni 2004 Präsident von General Motors Europa und Aufsichtsratsvorsitzender der Adam Opel GmbH. Im Januar 2006 wurde er zum Group Vice President von General Motors ernannt und ist damit Mitglied im obersten GM-Entscheidungsgremium, dem Automotive Strategy Board.

Seit April 2005 ist er auch Chairman der Saab Automobile AB. Zuvor war Forster von April 2001 an Vorstandsvorsitzender und Managing Director von Opel.

Carl-Peter Forster wurde am 9. Mai 1954 in London geboren und wuchs dort, in Bonn und Athen auf. Er erwarb zwei Diplome, in Volkswirtschaftslehre an der Universität Bonn sowie in Luft- und Raumfahrttechnik an der TU München.



„Wir haben 2007 einen schönen Schritt nach vorn gemacht“

„Wir müssen die Chance für alle Marken nutzen“

GM-Europachef Carl-Peter Forster im Interview über Soll und Haben von Opel, Saab und Chevrolet

Text: Jürgen Hepp
Foto: Andreas Liebschner

Rüsselsheim, 10. Januar 2008. Carl-Peter Forster erwartet uns im 5. Stock des Adam Opel Hauses. Er sitzt am Schreibtisch jenes Büros, das er nutzt, wenn er in Deutschland ist. Als wir kommen, zieht der 53-Jährige mit uns an den Konferenzstisch um. Obwohl es draußen bereits dunkel wird, wirkt Forster frisch, antwortet präzise und konzentriert. Selbst als gegen Ende des Gesprächs das Aufnahmegerät den Dienst quittiert, ist er nicht aus der Ruhe zu bringen.

Eine volle Stunde haben wir uns im Terminplan des Europachefs erobern können. Gut so, denn die Fülle von Fragen, auf die wir aus berufenem Mund eine Antwort erwarten, wirkt einschüchternd. Im kurzen Vorgespräch legt der Fotograf die Sitzordnung fest und wir erläutern die Themenfelder, die wir gern besprochen hätten. „Informierte Mitarbeiter sind mir wichtig“, zeigt sich Carl-Peter Forster von den vorbereiteten Fragen unbeeindruckt. „Also machen wir das so“. Ab jetzt läuft das Band.

GM erzielt 2007 einen neuen Verkaufsrekord in Europa. Treibt das die Messlatte für 2008 weiter nach oben?

Also, ich freue mich erst mal sehr, dass wir bei den Verkaufszahlen einen schönen Schritt nach vorne getan haben. Jetzt spielen wir wieder in der Liga der erfolgreichen Volumenhersteller in Europa. Wir werden wieder als Wettbewerber respektiert. Und auch im Ergebnis haben wir uns dahin bewegt, wo sich die Volumenhersteller in Europa befinden. Das ist allerdings meist nur knapp positiv. Angesichts unserer Größe ist das weit weniger als wir selbst von uns erwarten sollten. Die Profitabilität ist marginal, das muss man einfach so sagen.

Wie lauten die wichtigsten Ziele für 2008?

Wenn ich ganz oben anfangen, dann wollen wir einen weiteren Volumensprung machen. Und wir wollen auch im Ergebnis einen Sprung nach vorne machen. Dabei haben wir kein ideales Jahr, denn 2008 stehen nicht sehr viele neue Anläufe auf dem Programm. Diese Situation sollten wir nutzen, uns perfekt auf die nächste Welle neuer Produkte vorzubereiten. Außerdem wollen wir in so wichtigen Wachstumsmärkten wie Russland die Voraussetzung schaffen, dort in fünf Jahren das dreifache Volumen abzusetzen.

Was muss in punkto Mehrmarkenstrategie getan werden, damit die einzelnen Marken optimal zum Erfolg von GM beitragen können?

Das letzte Jahr hat gezeigt, dass wir in Ländern wie Russland noch große Chancen haben. Für uns sehr positiv und auch etwas überraschend war die Entwicklung der Marke Opel. Wir hatten gedacht, dass sie vom Preis her eventuell

eine Nummer zu groß sei für die russischen Kunden. Stattdessen haben wir unseren Opel-Absatz dort fast verdoppelt. Das zeigt: Wir müssen die Chancen in diesen Wachstumsmärkten für alle Marken nutzen. Wir dachten immer, das sind Chevrolet-Länder. Nein, das sind Länder, in denen wir auch mit Opel erfolgreich sein können. Das mussten und müssen wir noch lernen.

Lassen Sie uns über die einzelnen Marken reden: Die europäische Neuaufstellung von Chevrolet kann angesichts zumeist zweistelliger Zuwachsraten als gelungen gelten. Ein Grund für ungetriebene Freude?

Das sieht zweifellos alles sehr gut aus. Trotzdem glaube ich, sind wir mit Chevrolet erst ganz am Anfang. Denn wir beginnen gerade, neue Produkte herauszubringen, die unter der Ägide von General Motors entwickelt worden sind. Wir haben auch noch keine breite Palette von Dieselmotoren, beginnen jetzt erst langsam mit diesen Aggregaten. Wir sind schon sehr zufrieden mit Chevrolet in Osteuropa, aber ich persönlich glaube, es gibt für Chevrolet noch mehr Möglichkeiten in Westeuropa.

Wo und welche?

Ganz klar am unteren Ende der Preisskala, insbesondere mit kleineren Autos. Chevrolet ist ja heute schon sehr erfolgreich mit dem Matiz und mit dem Kalos. Wir sehen auch, dass der Chevrolet Captiva sehr gut ankommt, weil das Geländewagen-Image sehr gut mit dem Markennamen Chevrolet zusammenpasst. Wir wollen Chevrolet gegen die japanischen und koreanischen Importmarken positionieren. Da ist noch einiges drin – und zwar ohne, dass Chevy mit Opel kollidiert.

Wurden und werden Saab und Cadillac ihrer Rolle als automobiler Topangebot von GM gerecht?

Das ist eine Frage der eigenen Erwartungen. Cadillac ist eine in Europa neu einzuführende Premiummarke. Premium braucht Zeit, bis es sich etabliert hat. Das haben mittlerweile alle verstanden. Wir verzeichnen Steigerungsraten von 20 bis 25 Prozent für Cadillac. Das sind hervorragende Werte, die aber natürlich auf niedrigen Stückzahlen basieren. Es möge bitte niemand Wunder erwarten, wir setzen hier auf soliden Fortschritt.

Und wie sehen Sie die Lage von Saab?

Wir sind sehr zufrieden mit dem, was wir in den letzten Jahren an Produktüberarbeitung bei 9-5 und 9-3 gemacht haben. Jetzt kommen noch der Allradantrieb und der Twinturbo für den 9-3. Das sind alles sehr schöne Produkte, die gut angenommen werden. Aber zweifellos stünde Saab eine Produktoffensive gut zu Gesicht. Da müssen wir alle uns aber noch bis 2009 gedulden.

Funktioniert Saab überall gleich gut?

Ich bin sehr zufrieden damit, was das Team in England gemacht hat. Unsere Position in Schweden ist sehr gut, in Spanien, überhaupt in Südeuropa, stehen wir gut da. In anderen Märkten haben wir noch Arbeit zu leisten. In Deutschland zum Beispiel lässt sich die Positionierung der Marke noch deutlich optimieren. Im Großen und Ganzen bin ich zufrieden, auch wenn Saab mehr Potenzial hat, als wir momentan ausschöpfen werden. Aber dafür brauchen wir eine Kompletterneuerung der Produkte.

Welche Rolle wird der jetzt in Detroit gezeigte Saab 9-4 für die Marke spielen?

Nach wie vor sind die SUV ein Wachstumssegment. Der 9-4 ist ein mittelgroßer SUV, sehr schick gemacht, mit einer interessanten Motorenpalette. Es wird ein sehr schönes Auto, das sehr gut zu Saab passt. Wir freuen uns darauf.

Apropos Detroit: Erwarten Sie von der Autoshow Trends, die auch für Europa von Bedeutung sind?

Generell ist für alle interessant, was mit alternativen Antrieben passiert, und was andere Hersteller dazu sagen. Alle reden über Hybrid. Auch wir haben in den USA jetzt mehrere Hybrid-Fahrzeuge eingeführt und werden wohl auch einen Cadillac Hybrid in Europa anbieten. Aber die Frage ist doch: Was kommt danach? Nehmen Sie zum Beispiel die E-Flex-Technologie, also Elektrofahrzeuge mit einem Diesel-, Benzin- oder sonstigem Aggregat zum Wiederaufladen. Es ist interessant zu beobachten, was die generellen Trends sind.

Lassen Sie uns etwas ausführlicher über Opel reden. Wie steht es um die Marke?

In der Rückschau auf die letzten sechs, sieben Jahre ist festzustellen

General Motors hat im vergangenen Jahr in Europa einen Rekordabsatz verbucht. Im Vergleich zum Vorjahr ist die Zahl der verkauften Autos um 8,9 Prozent auf 2,182 Millionen gestiegen.

Der Marktanteil kletterte damit um 0,3 Prozentpunkte auf 9,5 Prozent, der höchste Wert seit 1999. Außerdem verzeichnete GM die höchste Zuwachsraten in der europäischen Autoindustrie: 179 000 verkaufte Autos mehr als in 2006.

Die Wachstumsmotoren waren Großbritannien, Russland, Italien, die Ukraine und Griechenland.

weiter auf Seite 6 ▶

len, dass wir mit einer Fülle neuer Produkte von Vectra über Meriva, Astra und Zafira bis zum Corsa das Ansehen von Opel erheblich verbessern konnten. Auch die Qualität hat sich deutlich verbessert. Opel ist jetzt wieder da. Auch unabhängige Beobachter erkennen an, dass die Marke Opel nach einem Durchhänger einen deutlichen Schritt nach vorne gemacht hat. Aber damit dürfen wir nicht aufhören, wir müssen die Marke Opel noch weiter nach vorne bewegen.

In diesen Zusammenhang gehört die neue Markenkampagne, in der Opel um seine (Neu-)Entdeckung wirbt. Was werden die Kunden finden?

Mit dem Slogan ‚Entdecke Opel‘ wollen wir signalisieren: An Opel ist viel mehr dran, als ihr uns im Moment vielleicht schon zutraut. Wer früher von Opel einmal enttäuscht war, traut uns noch nicht wieder zu, Klasse Autos zu bauen. Wir wollen die Menschen wieder neugieriger machen und sie stärker an die Marke heranführen, als uns das in den letzten Jahren gelungen ist. ‚Entdecke Opel‘ gibt uns die Chance, die Kunden auf bestimmte Dinge bei Opel hinzuweisen.

Auf welche zum Beispiel?

Auf unsere Markenwerte wie dynamisches und kraftvolles Design, wie die Vielseitigkeit und Flexibilität unserer Modelle, das unverwechselbare Fahrerlebnis, das Opel-Fahrzeuge bieten und natürlich auf unsere umweltverträglichen Technologien. Das sind echte Pfunde, mit denen die Marke wuchern kann. Aber das müssen wir weitertreiben, wir müssen weiter interessante Duftnoten setzen. Die Marke Opel hat die größte Chance, wenn sie sich modern präsentiert, ohne überkandidelt zu sein.

Was haben wir uns darunter vorzustellen?

Denken Sie an die vielen pfiffigen Lösungen der letzten Jahre, ich nenne nur mal das Flex 7-Sitzsystem, den Flex-Fix-Fahrradträger oder das Astra-Panoramadach. Damit haben wir viel technologische Kompetenz gezeigt, was für eine deutsche Ingenieurmarke wie Opel sehr wichtig ist. Das werden wir beim Insignia fortsetzen und das wollen wir auch noch weiter verstärken. So entsteht dann auch wieder ein Qualitätsimage. Lassen Sie mich



„Wir müssen Wachstumsmärkte für alle Marken nutzen“

das Ganze etwas zuspitzen: Wir sind schon jetzt besser als unser Ruf, an dem wir mit aller Macht arbeiten.

Innerhalb der Organisation ist vielerorts eine gewisse Spannung spürbar, wenn die Sprache auf den Insignia kommt. Wo stehen wir mit den Vorbereitungen für das neue Mittelklasse-Modell? Der Insignia ist das wirklich erste komplett global neu entwickelte Auto in den letzten Jahren. Es ist eine Riesenanstrengung für das ganze Team und hat sicher viele Menschen hier in Rüsselsheim und bei GM überhaupt an die

Grenze dessen geführt, was sie leisten können. Dabei ist tolle Arbeit geleistet worden und das auch noch in einer Rekordzeit.

Und dann ist auch noch alles im grünen Bereich?

Es gibt unendlich viele kleine Details. Da müssen wir schauen, dass wir den Zeitplan halten. Wir werden sehr genau beobachten, wie wir die letzten Vorbereitungen für den Anlauf hinkriegen. Darüber wird zurzeit viel diskutiert. Wir sind Gott sei Dank sehr kritisch mit uns selbst. Das ist gut so. Und wir haben eine Devise: Wir werden ein Auto in Top-Qualität auf den Markt bringen. Wir können auch

selbstbewusst sagen: Das wird ein Erfolg, wenn wir bis zum Ende alles richtig machen.

Ist das Selbstvertrauen oder Zweckoptimismus?

Wir haben hier ein absolut tolles Auto gemacht, das sieht jeder sofort. Selbstvertrauen ist also unbedingt berechtigt. Das Auto muss jetzt aber noch perfekt auf die Straße gebracht werden, perfekt in punkto Qualität und mit viel Liebe zum Detail. Auch in der Art und Weise, wie wir das Auto einführen, wie wir es den Medien, Händlern und Kunden vorstellen. Da gibt es noch unglaublich viele Möglichkeiten, das perfekt zu machen. Das muss ein Paukenschlag sein. Der Insignia ist unser Flaggschiff bei Opel jetzt und für die nächsten Jahre. Das muss einfach sitzen.

Ist der Insignia ein Schicksalsmodell für Opel?

Es gibt nicht ein Schicksalsmodell. Der Insignia ist der erste von einer ganzen Reihe von Produktanläufen, die alle gut funktionieren müssen. Wenn unsere neuen Modelle im Detail sehr gut gemacht sind, dann haben wir die Chance, die Marke Opel ein Stück nach vorne zu befördern. Ergänzt mit den richtigen Marketingstrategien, die wir im Moment durchdenken, mit wirklich pfiffigen Launches, wollen wir die Marke aufwerten. Das schaffen wir, wenn wir uns keine Nachlässigkeiten erlauben und jeder sagt, ich tue mein Allerbestes, um dieses Auto auf die Straße zu bringen.

Stichwort Straße: Welche Märkte waren 2007 die Treiber des Erfolgs und auf welche Märkte setzen wir 2008 die größten Hoffnungen?

Mit Ausnahme Deutschlands haben alle Märkte gut funktioniert. Deutschland war eine Enttäuschung für alle Hersteller, das ist aber weniger ein Opel-Thema, mehr ein Marktthema gewesen. Die Kunden haben einfach keine Autos gekauft. Wir können nur hoffen, dass sich Deutschland wieder etwas besser aufstellt, dass die Menschen mehr Zutrauen in ihre eigene Kaufkraft gewinnen. Andererseits war auch so klar, dass Westeuropa einfach kein Wachstumsgebiet mehr ist. Zumindest was die Zahl der Fahrzeuge angeht. In Westeuropa gibt es nach wie vor Wachstumschancen, aber die beziehen sich mehr darauf, dass pro Auto mehr Auto

verkauft wird, also die Ausstattung steigt.

Was gut für die Erlöse ist?

Unbedingt, ja. Das letzte Jahr hat auch gezeigt, dass wir noch große Chancen haben in Ländern wie Russland zum Beispiel. Wir haben unsere Absatzzahl dort fast verdoppelt. Das zeigt: Wir müssen wirklich die Chance in diesen Wachstumsmärkten nutzen – für alle Marken, auch für Opel.

Das Kraftfahrtbundesamt hat gemeldet, der Automarkt in Deutschland ist 2007 um 9,2 Prozent zurückgegangen. Die Volumenhersteller VW, Ford und Opel/GM haben sogar zweistellige Absatzeinbußen zu verzeichnen. Ist Deutschland ein Problemmarkt?

Der deutsche Markt ist für alle Hersteller ein Riesenproblem. Ich hoffe, dass wir 2008 ein zartes Wiederaufleben des Marktes erleben werden. Aber ausgemacht ist das keineswegs. Wir sollten keine Riesenschritte erwarten, denn die CO₂-Gesetzgebung ist immer noch nicht klar. Außerdem sind die verfügbaren Nettoeinkommen in den letzten drei Jahren nicht gestiegen.

Sie wurden jüngst mehrfach zitiert mit dem Satz, die deutsche Autobranche werde von der Leit- zur Leid-Industrie. Was veranlasst Sie zu diesem Urteil und welche Konsequenzen hat es?

Ich habe den Eindruck, viele Politiker in Deutschland und in Europa sehen einfach nicht, wie wichtig die Autoindustrie ist. Dabei ist sie hervorragend aufgestellt, mit starken Herstellern, aber auch Zulieferern, die in Europa ein enormes Gewicht haben. Wir reden hier insgesamt über eine beschäftigungspolitisch sehr bedeutsame Branche. Dazu kommen noch die ganzen Forschungs- und Lehreinrichtungen, die Studenten für unsere Industrie ausbilden und wichtige Forschungsarbeiten leisten. All das zusammen bildet eine unglaublich starke Industrie.

Die – speziell in Deutschland und Westeuropa – mit Absatzsorgen kämpft.

Richtig. Und da macht es uns die Politik nicht leichter, wenn sie glaubt, die Industrie so angehen zu können wie zum Beispiel beim Thema CO₂. Experten haben ausgerechnet, dass die CO₂-Regelungen bis zu 1 300 Euro pro Fahr-

zeug kosten können. Das wird eines Tages der Kunde zahlen müssen. Es ist unehrlich, so zu tun, als würden die Autohersteller die Zeche zahlen. Wir wissen, dass Mobilität die Basis unseres wirtschaftlichen Handelns ist, das muss man dann aber auch anders handhaben. Den Autofahrern und den Autoherstellern wird zu oft in die Tasche gelangt. Das ist wirtschaftlich falsch.

Ist aber sicher nicht der einzige Grund, warum Absatzwachstum in Zukunft eher in Zentral- und Osteuropa stattfinden wird. Was bedeutet das für die Erlöse?

Ganz klar, am meisten Geld verdienen wir mit gut ausgestatteten Fahrzeugen in Westeuropa. Im Hinblick auf die Stückzahlen haben wir hier sicher keine großen Überraschungen zu erwarten. Interessant ist aber noch etwas anderes: Der Bürger mag im Moment das Gefühl haben, die Politik greift ihm ordentlich in die Tasche. Nur gilt für Europa generell, dass die Menschen langsam aber sicher wohlhabender werden und sich mehr leisten können. Das letzte Jahr hat gezeigt, dass in Ländern wie Russland die Fahrzeuge meist noch eine Nummer kleiner und nicht so perfekt ausgestattet sind, aber trotzdem ist das ein lukratives Geschäft für uns – gerade bei den Wachstumsaussichten.

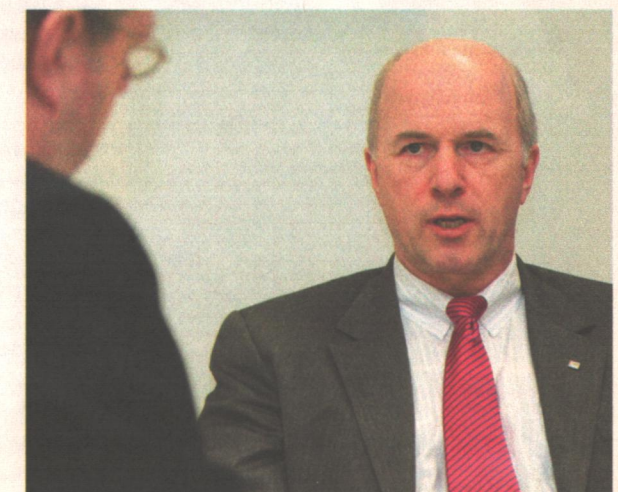
Und was heißt das für die Beschäftigung in Produktion und Konstruktion?

Wir verfügen hier in Rüsselsheim über ein exzellentes Entwicklungszentrum, das mit der neuen Mittelklasse gerade sein erstes globales Projekt auf die Startrampe

In Russland verkaufte GM 95,2 Prozent mehr Fahrzeuge als im Vorjahr. Im Vergleich: Das industrielle Wachstum in Russland betrug 33,5 Prozent. Insgesamt wurden 258 835 Autos verkauft.

Der Marktanteil wuchs um drei Prozentpunkte auf 9,6 Prozent. Opel verzeichnete mit einem Wachstum von 232 Prozent herausragende Verkaufszahlen in Russland. Der Marktanteil ist dadurch von 1,5 auf 2,5 Prozentpunkte gewachsen.

weiter auf Seite 8 ▶



„Den Autofahrern wird zu oft in die Tasche gegriffen“



„Wir werden dort produzieren müssen, wo wir Autos verkaufen“

Vauxhall verkaufte im vergangenen Jahr 384 387 Pkw und Nutzfahrzeuge in Großbritannien – ein Wachstum von zehn Prozent, das zu einem Marktanteil von 13,7 Prozent führte.

Chevrolet erreichte in Europa einen Rekord-Marktanteil von zwei Prozent, was eine Verbesserung von 0,4 Prozentpunkten bedeutet. Die Verkäufe zogen um 33,6 Prozent auf 457 224 Einheiten an.

Saab verkaufte 84 930 Fahrzeuge und behielt seinen Marktanteil von 0,4 Prozent bei. Während überall in Europa ein leichter Rückgang der Verkaufszahlen zu verspüren war, wuchs die Marke in Südeuropa genauso stark wie in Zentral- und Osteuropa.

Die Verkaufszahlen bei **Cadillac** wuchsen im vergangenen Geschäftsjahr um 31 Prozent auf 4 508 Einheiten. Die **Corvette** fand 1 257 Kunden und die Verkäufe bei **Hummer** stiegen um 18 Prozent auf 2 292 Einheiten.

schiebt. Mit einem erfolgreichen Abschluss wird der Standort auch international noch einmal deutlich an Renommee gewinnen. In der Fertigung ist die Lage etwas anders. Wir werden dort produzieren müssen, wo wir Autos verkaufen. Das heißt, dass wir die Fertigung in Zentral- und Osteuropa ausbauen werden. Was nicht automatisch bedeutet, Volumen aus dem Westen abzuziehen. Wir fangen jetzt auch verstärkt an, Chevrolet-Modelle nicht mehr aus Asien nach Europa zu verschiffen, sondern sie hier selbst zu bauen.

Was müssen Westeuropa und Deutschland tun, um weiter im Konzert mitzuspielen, sprich wettbewerbsfähig zu bleiben? Auch in Westeuropa werden wir weiterhin Autos bauen, aber in welchem Umfang kann Ihnen im Moment niemand ehrlich beantworten. Zuwächse werden wir hier gewiss nicht mehr sehen, und ob wir das Niveau werden halten können, ist zurzeit auch nicht zu sagen. Ich wünschte, ich könnte bessere Aussichten präsentieren, aber die Lage ist und bleibt schwierig. Ich kann hier leider keine Entwarnung geben.

Das heißt für die Werke in Deutschland? Wir müssen extrem produktiv sein, um hier weiterhin Autos bauen zu können. Dass das geht, hat jüngst zum Beispiel Bochum gezeigt. Das Werk war in der Vergangenheit immer wieder für Sorgenfalten gut, bis es 2007 das flexibelste Werk seiner Klasse in Europa wurde. Mit der Zusage für den Astra-Nachfolger hat Bochum über den Tag hinaus eine Zukunft.

Einige Experten sagen voraus, dass die Zukunft

der individuellen Mobilität bei Billigstautomobilen für wenige tausend Dollar das Stück liegen wird.

Ist das auch Ihre Prognose? Nein überhaupt nicht. Das mag in Indien funktionieren, wo Millionen Menschen darauf warten, vom Fahrrad oder von der Rikscha auf ein kleines, preiswertes Auto umsteigen zu können. Das funktioniert aber schon in Russland nicht mehr. Dort wollen die Kunden ein familientaugliches Auto mit gutem Komfort.

GM investiert massiv in Technologien, die die Abhängigkeit von fossilen Brennstoffen verringern soll, eine aufwändige und teure Entwicklung. Wie passen Billigautos und Hybridantrieb zusammen?

Gar nicht. Zu den wichtigsten Trends der Automobilbranche zählen gewiss kostengünstige Mobilität und die Reaktion auf den Klimawandel. Aber in ein 2 000 oder 3 000 Dollar billiges Auto werden sie nicht die aktuellste Spritsparteknik unterbringen können. Fest steht hingegen, dass die Sensibilität der Verbraucher in den entwickelten Märkten für das Thema Verkehr und Umwelt noch nie größer war als jetzt. Die Bereitschaft, für bestmögliche Umweltschonung etwas mehr auszugeben, ist hingegen nicht sehr groß. Deshalb wird es auch interessant sein zu beobachten, wie der Kunde auf CO₂-basierte Kfz-Steuern reagiert. Zahlt er anstandslos, kauft er kleinere Autos oder sehr viel kleinere Motoren?

Die Klima- und Umweltdiskussion ist sehr vielschichtig. Sie wird sich nicht auf den finanziellen Aspekt reduzieren lassen?

Das ist zweifellos richtig. Aber wir alle müssen uns klar machen, dass es Umwelt-Innovationen nicht zum Nulltarif geben wird. Darüber hinaus haben wir als Konzern schon sehr viel getan und tun immer noch sehr viel, der Thematik auch von technologischer Seite gerecht zu werden. Die Effizienz unserer Verbrennungsmotoren haben wir schon deutlich gesteigert, unsere Erdgasmodelle kommen gut an, wir haben diverse Modelle auf den Betrieb von Kraftstoffen auf Biomassebasis hin optimiert und wir treiben unsere Anstrengungen, die Brennstoffzelle und den Elektromotor zum Antrieb der Zukunft zu machen, konsequent voran.

Wagen wir einen Blick in die Zukunft: Wo sehen Sie die individuelle Mobilität in einem Jahrzehnt?

Im Prinzip da, wo sie jetzt ist. Individuelle Mobilität ist ein Grundbedürfnis der Menschen in fast allen Kulturen. Sie bedeutet Individualität, Unabhängigkeit und letztlich Freiheit. Und sie ist nach wie vor Grundlage für Wohlstand und Wachstum. Nur braucht sie zunehmend intelligente Steuerung. Alle Prognosen deuten darauf hin, dass sowohl der Individual- als auch der Güterverkehr auf unseren Straßen weiter zunehmen werden. Deshalb arbeiten wir in diversen Projekten mit der öffentlichen Hand und anderen Herstellern zusammen, um den Verkehrsfluss zu optimieren und mit intelligenten Lösungen einen Beitrag zur Verbesserung der allgemeinen Verkehrssituation zu leisten. Das wird seine Grenzen in Ballungsräumen und Innenstädten haben, aber die individuelle Mobilität – um auf Ihre Frage zurückzukommen – nicht wesentlich einschränken.

In zehn Jahren soll es auch erste fahrerlose, so genannte autonome Automobile von GM geben, die sich selbstständig fortbewegen. Können Sie sich vorstellen, im Fond zu sitzen, während sich Ihr Auto ohne Ihr Zutun fortbewegt?

Absolut. Ich bin sicher, dass so etwas kommen wird. Das wird eine Sache der Gewöhnung, keine der Technik. Die ist machbar. Dennoch: Ich persönlich habe immer noch Freude am Selbstfahren.

Starke Marke?

Mitarbeiterbefragung: Knapp 4 000 Fragebögen ausgewertet

Rüsselsheim (jh). Aus verschiedenen Marktforschungsstudien wissen die Markenverantwortlichen von Opel, dass das Bild der Marke mit dem Blitz in der Öffentlichkeit zurzeit eher uneinheitlich und nicht klar genug profiliert ist. Mit der neuen Marketingstrategie wird die Marke Opel jetzt deutlicher am Markt positioniert. Bevor die „Entdecke Opel“-Kampagne Ende Dezember letzten Jahres startete, sollte auf jeden Fall noch eine wichtige Gruppe Markenbotschafter die Chance erhalten, ihre Sicht der Dinge darzulegen – die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.

Und die haben die Gelegenheit, sich zu Wort zu melden, ausführlich genutzt. Knapp 4 000 ausgefüllte Fragebögen kamen zur Auswertung zurück – davon knapp zwei Drittel online und mehr als ein Drittel in Papierform. „Das ist eine bemerkenswerte hohe Teilnahmequote“, freut sich Vertriebs-Geschäftsführer Thomas Owsianski. „Unabhängig von den einzelnen Rückmeldungen zeigt uns allein die große Beteiligung, wie sehr unseren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern die Marke am Herzen liegt.“

Inhaltlich hat die interne Befragung ähnliche Erkenntnisse erbracht wie die Marktforschungen, die auf Kundenbefragungen beruhen. Das Bild der Marke Opel ist auch bei jenen, die für die Marke arbeiten, nicht einheitlich. Zwar nennt die überwiegende Mehrzahl der Beschäftigten Vielseitigkeit, Flexibilität, Familienorientierung und Sicherheit als deutliche Stärken der Opel-Modelle. Auch Fahrspaß, Qualität und Innovation werden positiv wahrgenommen. Aber eindeutige Zuordnungen sind eher selten.

Was bedeutet das? „Im Urteil der Beschäftigten besitzen die Opel-Modelle rationale Stärken, die sie auch über unmittelbare Wettbewerber erheben. Aber auf emotionaler Ebene überzeugen sie nur eingeschränkt. Die echte Begeisterung fehlt bei vielen“, so Umfragefachmann Dr. Reinhard Rheker vom Meinungsforschungsinstitut Market Insight, das die Mitarbeiterbefragung für Opel durchführte.

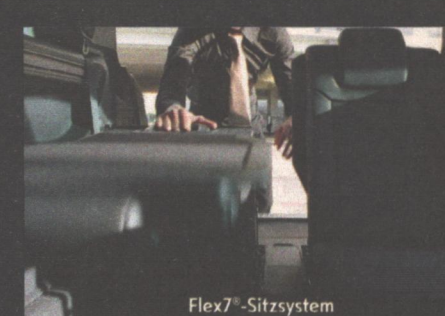
Außerdem müsse man berücksichtigen, dass die Teilnahme freiwillig war, und deshalb davon auszugehen sei, so Dr. Rheker, dass „insbesondere jene Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter von ihrem Recht auf freie Rede Gebrauch gemacht haben, die mit der aktuellen Situation eher unzufrieden sind“.

Interessant auch: Frauen und Beschäftigte unter 30 Jahren nehmen die Marke Opel, die Produkte und die Werbung deutlich positiver wahr als Männer und Beschäftigte jenseits der 50. Insgesamt jedoch gilt Opel als traditionsreiches Unternehmen und starke Marke – die im Moment unter einem unscharfen Image leidet.

„Die Umfrageergebnisse insgesamt, aber auch die vielen, vielen Kommentare der Mitarbeiter haben uns zusätzlich geholfen, die Stimmungslage noch besser einzuschätzen“, sagt Thomas Owsianski. „Ich bin sicher, dass wir mit den jetzt eingeleiteten Schritten auf dem richtigen Weg sind, die Marke Opel deutlich voran zu bringen. Und ich hoffe sehr, dass uns die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter dabei tatkräftig unterstützen, denn niemand ist im persönlichen Umfeld glaubwürdiger und überzeugender.“

Entdecke Opel – im TV

Kurz vor dem Jahreswechsel startete Opel eine neue Markenkampagne. Im Mittelpunkt dieser Kampagne steht die Einladung, Opel neu und intensiver kennenzulernen. Daher lautet der neue Slogan auch: „Entdecke Opel“. Auftakt ist ein neuer Marken TV-Spot. Er positioniert Opel überraschend und emotional als innovative deutsche Marke. Beispiele sind: praktische Innovationen für jeden Tag (Flex7, Flex-Fix, Panorama-Windschutzscheibe), Premium-Technologie nicht nur für die Oberklasse (AFL) und fortschrittliche Umwelttechnologie (Flextreme). Gleichzeitig stellt der Fernsehspot den neuen Markenclaim vor: „Entdecke Opel“ wird künftig fester Bestandteil der Opel-Kommunikation sein.



Flex7-Sitzsystem



Panorama-Windschutzscheibe



Opel Flextreme



Vielfalt statt Einfalt

Umgang ohne Vorurteile: Unternehmen unterschreibt die „Charta der Vielfalt“

Frankfurt/Main (jh). Die Fähigkeiten und Kompetenzen aller Menschen anzuerkennen und zu fördern – unabhängig von Geschlecht, Rasse, Nationalität, Hautfarbe, Religion oder Weltanschauung, Behinderung, Alter, sexueller Orientierung und Identität – das ist in einer globalisierten Welt unerlässlich. Auch für Opel. Deshalb hat Personalgeschäftsführer Holger Kimmes jetzt die „Charta der Vielfalt“ unterzeichnet.

Diese bundesweite Unternehmensinitiative hat sich der Verpflichtung zur kulturellen Vielfalt und der Wertschätzung von multiethnischen Belegschaften verschrieben. Die Initiative wurde im Dezember 2006 von vier Unternehmen gemeinsam mit der Beauftragten der Bundesregierung für Migration, Flüchtlinge und Integration, Staatsministerin Maria Böhmer, ins Leben



Setzen gemeinsam auf „Diversity“: Staatsministerin Maria Böhmer und Opel-Arbeitsdirektor Holger Kimmes

gerufen. Bisher haben über 230 Unternehmen und Institutionen die Charta unterschrieben. Allein dadurch erreicht diese Initiative rund 1,7 Millionen Beschäftigte.

Mit zahlreichen Betriebsvereinbarungen hat Opel in der Vergangenheit immer wieder bewiesen, dass der vorurteilslose Umgang miteinander grundlegend in den Unternehmenswerten verankert ist. Die Integrationsvereinbarung von 2002, die die Integration von schwerbehinderten Menschen regelt, die BV zum Integrationsmanagement in Rüsselsheim aus dem letzten Jahr oder auch die Betriebsvereinbarung „Chancengleichheit und respektvolle Zusammenar-

beit“ von 2001 sowie deren Neufassung 2007 belegen, dass Geschäftsleitung und Arbeitnehmervertretung auf Vielfalt (engl. „Diversity“) setzen.

„Deutschland ist Exportweltmeister und fertigt für den Weltmarkt. Wir bei Opel wollen unsere Produkte an Kunden gleich welcher Herkunft, welchen Geschlechts oder welcher Anschauung verkaufen. Da wäre es doch verrückt, wenn wir intern anders dächten und handelten“, so Holger Kimmes anlässlich des Charta-Beitritts in Frankfurt am Main.

Mit der Unterzeichnung ist Opel jetzt Teil eines bundesweit tätigen Netzwerks. Es will das Bewusstsein dafür schärfen, dass ethnische und kulturelle Vielfalt eine wichtige wirtschaftliche Ressource ist. Dazu werden die Charta-Teilnehmer mit Wettbewerben, Workshops und Konferenzen über ihre Erfahrungen informieren und aufklären, was „Diversity“-Konzepte bringen und wie sie sich erfolgreich umsetzen lassen.



Berliner Blitz-Überraschung

Jubiläum im Marken- und Kommunikationszentrum Opel in Berlin: Die Hauptstadtrepräsentanz der Marke mit dem Blitz verzeichnete den millionsten Besucher seit der Eröffnung 2002. Mark Fölsener, Leiter Opel in Berlin, und Uwe Berlinghoff, Direktor Regierungsbeziehungen,

begrüßten eine überraschte Norma Kralisch und überreichten der Diplom-Schauspielerin unter anderem einen Gutschein für eine Probefahrt-Woche mit dem Corsa OPC und einen Gutschein für zwei Eintrittskarten zu der Revue „Glanzlichter“ im Friedrichstadtpalast.



Vorbildliche Werte

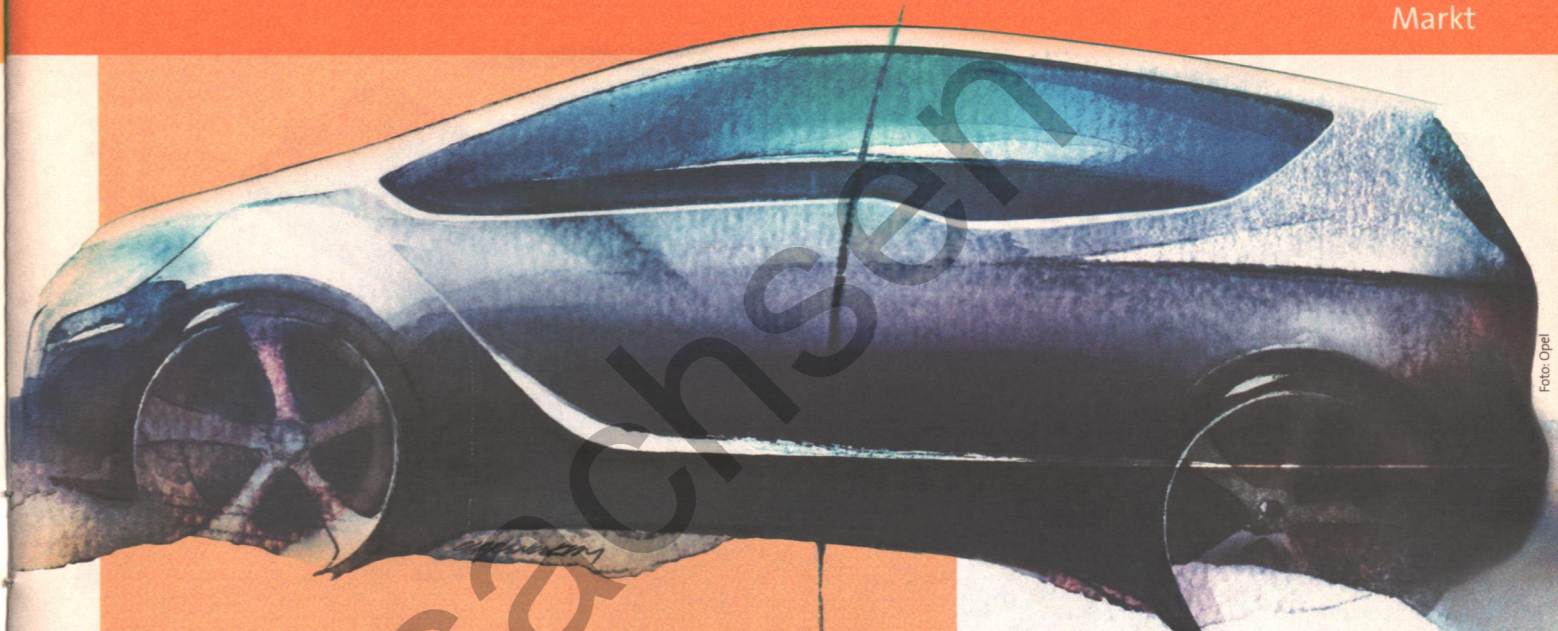
Firmen-Ranking in China sieht GM auf Platz 1

Shanghai (ot). General Motors belegt in der Liste der für China bedeutendsten Unternehmen, der „2007 World Top 500 Company's Contribution in China List“, den ersten Platz. Demnach gilt GM als beispielhaft, was die Geschäftsentwicklung, das soziale Engagement, die soziale Verantwortung und das Markenimage in China angeht.

Die chinesische Wochenzeitung Southern Weekend, die All-China Federation of Trade Unions und das International Company Research Center der

Nankai-Universität vergaben die Auszeichnungen. Unter dem Motto „Globale Vision, lokale Aktion“ wurden die Unternehmen mit besonderem Fokus auf ihre sozialen Beiträge und ihre soziale Verantwortung bewertet.

2007 verkaufte GM als erster internationaler Automobilhersteller eine Million Fahrzeuge innerhalb eines Jahres in China. Mit einem Gesamtabsatz von 1 031 974 Automobilen schloss GM zum dritten Mal in Folge als bester ausländischer Hersteller ab.



Flexibilität ohne Ende

Der Meriva Concept wird auf dem Genfer Salon einen Blick auf neue Monocab-Konzepte erlauben

Auf dem Genfer Automobilsalon wird Opel Anfang März mit dem Meriva Concept eine nächste Stufe der Monocab-Flexibilität präsentieren, die Vision eines künftigen kleinen Monocabs – ein Segment, das der aktuelle Meriva seit seinem Start 2003 anführt. Der Meriva Concept überträgt die neue Formensprache der Marke auf ein kleines Monocab und entwickelt sie gleichzeitig deutlich weiter. Die Seitenlinie zeigt die markante, häkchen-

förmige Sicke, die schon ein Kennzeichen der Studien GTC Coupé und Flex-treme war. Besonders auffällig ist der Schwung in der Fensterlinie auf Höhe der B-Säule, der den hinteren Passagieren eine besonders gute Aussicht ermöglicht. Am Heck finden sich vor allem bei den Rückleuchten Anklänge an den Insignia. Die leicht nach hinten abgesenkte Dachlinie betont den insgesamt dynamischen Charakter des Monocabs.

Neue Nummer 1

Deutschlands Autokäufer haben entschieden: Der Corsa ist in seiner Klasse das meistverkaufte Auto des Jahres 2007. Laut Angaben des Kraftfahrtbundesamtes (KBA) wurden über 79 000 Corsa in Deutschland neu zugelassen, deutlich mehr als von seinem schärfsten Wettbewerber. Auch europaweit hat der Corsa mit über 458 000 Zulassungen 2007 stark zugelegt (317 000 in 2006). Insgesamt verkaufte sich der Kleinwagen von Opel seit Einführung der aktuellen Generation vor 15 Monaten fast 530 000 Mal.

Sorgenfreies Autoleben

Neuwagenkäufer erhalten jetzt sechs Jahre Garantie

Rüsselsheim (ot). Im Durchschnitt behält ein Neuwagenkäufer sein Fahrzeug 5,5 Jahre. Mit der neuen sechsjährigen Garantie, die Opel seit Anfang des Jahres Neuwagenkäufern bietet, ermöglicht die Marke mit dem Blitz ihren Kunden ein sorgenfreies Autoleben. Die Garantie setzt sich zusammen aus zwei Jahren Neuwagen-garantie plus vier Jahren Opel-Anschlussgarantie.

Bis 150 000 Kilometer Laufleistung übernimmt Opel in diesem Zeitraum die vollen Lohnkosten bei versicherten Reparaturen und anteilig die Materialkosten. Die Opel-Anschlussgarantie schließt alle wichtigen Baugruppen ein. Das Angebot ist zunächst befristet bis 31. März 2008 und gilt für alle Pkw-Neuwagenkäufe, ausgenommen bleibt das Agila Basismodell.

„Es hat sich in den letzten Jahren herumgesprochen, wie hochwertig und zuverlässig unsere Autos wieder sind. Dies belegen auch die Zahlen. So sind die Gewährleistungsfälle seit 2001 um 50 Prozent gesunken“, erklärt Vertriebs-Geschäftsführer Thomas Owsianski. „Getreu unserem neuen Markenclaim ‚Entdecke Opel‘ wollen wir so noch mehr Autofahrer von der neuen Opel-Qualität überzeugen.“



Marken-Statement

Mit dem 9-4X meldet Saab neue Ansprüche an

Detroit/Trollhättan (ot). Progressives Design und verantwortungsbewusster Fahrspaß dank BioPower-Technologie gepaart mit einem modernen Allradantriebssystem kennzeichnen das jetzt vorgestellte Saab 9-4X BioPower Concept. Mit dieser Studie unterstreicht die schwedische Schwester den Anspruch, in das wachsende Crossover-Segment einzusteigen.

Entwickelt wurde das Styling des Konzeptfahrzeugs von einem Team unter Leitung von GME-Designndirektor Anthony Lo zusammen mit Designern und Ingenieuren des Saab-Markenzentrums in Schweden. „Wir haben besonderen Wert darauf gelegt, die Designsprache des Aero X in ein Crossover-Format zu integrieren und es mit funktionellen Lifestyle-Features zu ergänzen, um so den speziellen Anforderungen moderner, aktiver Menschen gerecht zu werden“, erläutert Lo.

Im Innenraum des Viersitzers spiegelt das auf den Fahrer zugeschnittene Cockpit die vom



Foto: (5) Saab

Flug-Zeug: Das Cockpit greift bewusst Stilelemente aus der Luftfahrt-Tradition von Saab auf

Aero X inspirierte, klar strukturierte „Kommandozentrale“ wider, die sich über den integrierten Starterknopf und Infotainment-Kontrollinstrumenten von der Mittelkonsole bis zum Hauptanzeige-Bildschirm erstreckt. Ein Tachometer im Stil eines Höhen-

messers und die einem Flugzeug ähnelnde Form des Lenkrades erinnern an das Luftfahrt-Erbe von Saab. Grünes Signallicht beleuchtet alle Instrumente. Das Panorama-Glasdach sorgt dafür, dass sich der Outdoor-Spaß, für den das Fahrzeug steht, auch im Innern fortsetzt.

Das kompakte Vollaluminium-Vierzylinder-BioPower-Triebwerk kombiniert die Vorteile von Turboaufladung, Direkteinspritzung und variabler Ventilsteuerung mit der hohen Oktanzahl des Kraftstoffs E85 (85 Prozent Bioethanol/15 Prozent Benzin). Auf diese Weise verfügt der Zweilitermotor über 300 PS (221 kW) und 400 Newtonmeter maximales Drehmoment. Zugleich sinkt dabei – im Vergleich zu einem für die selbe Leistung nötigen hubraumstärkeren Saugmotor im Benzinbetrieb – in der Gesamtbetrachtung der Ausstoß von CO₂ und weiteren Emissionen erheblich – eine Formel, die gesteigerte Leistung, Fahrspaß und Umweltverträglichkeit vereint.

Das Allradantriebssystem Saab XWD sorgt für eine aktivere Einbindung des Fahrers. Die ausgeklügelte elektronische Regelung erlaubt eine

Kraft-Paket: BioPower verbindet Fahrspaß mit Verantwortungsgefühl

Wirklichkeit mit Anspruch: Der Saab 9-4X



Im Trainingslager

Die zehn besten Race Camper absolvieren mehrtägiges Fitnessprogramm



Höllisch fit: Die „Race Camp“-Kandidaten werden jetzt gezielt auf ihren Ring-Einsatz vorbereitet



Fotos (2): Opel

Rüsselsheim (ot). Mit einem mehrtägigen Fitnesscamp im österreichischen Saalfelden starteten Anfang des Jahres die zehn Besten des Rennfahrer-Castings „OPC Race Camp“ ihre Vorbereitung auf das 24-Stunden-Rennen auf dem Nürburgring. Eine erstklassige körperliche Verfassung ist für ein solches Projekt ebenso wichtig wie ein starker Zusammenhalt im Team. „Motorsport ist Mannschaftssport“, erklärt Teamchef Manuel Reuter. „Da sollte nicht nur technisch und organisatorisch ein Rädchen ins andere greifen, auch menschlich muss alles passen. Sonst bleibt der Erfolg aus, gerade unter hohen Dauerbelastungen

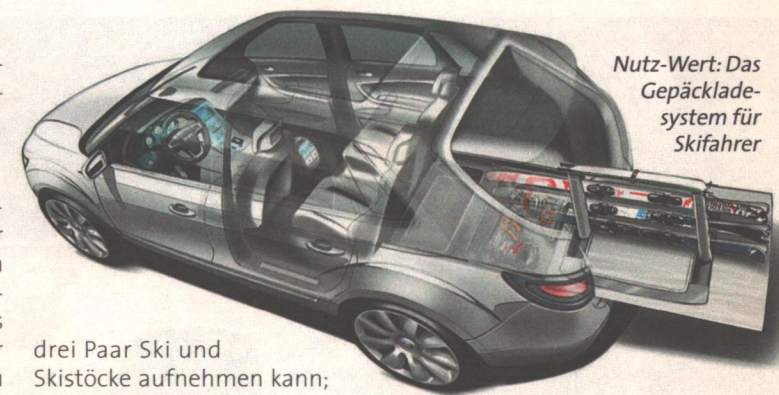
wie beim 24-Stunden-Rennen in der Eifel.“ In Saalfelden absolvierten die Kandidaten ein vielseitiges Wintertraining, unter anderem mit Schneewandern, Eiskarting, Alpinski, Skilanglauf und Eisklettern. Begleitet wurde das Intensivprogramm von ausführlichen Leistungstests des prominenten Sportmediziners Dr. Rainer Müller-Hörner – ehemals Europa- und Vizeweltmeister im Triathlon sowie Drittplatzierter beim legendären „Ironman“ von Hawaii – sowie dem Ernährungsspezialisten Zibi Szlufcik, mehrfacher Welt- und Europameister im Wintertriathlon und Absolvent der Trainerakademie der Sporthochschule Köln.

Mit dem weltweit ersten Rennfahrer-Casting, bei dem normale Autofahrer ohne Motorsportvergangenheit über ein professionelles Auswahl- und Ausbildungsprogramm ihr Rennfahrtalent entdecken und weiterentwickeln können, hat Opel im Frühjahr 2007 ein völlig neues Motorsport-Terrain eröffnet.

Seitdem hat sich die Spreu vom Weizen getrennt: Zwei Österreicher, zwei Schweizer und sechs deutsche Kandidaten haben sich dabei aus ehemals 18500 Bewerbern für das Team „OPC Race Camp“ qualifiziert. Sie werden nach mehreren noch ausstehenden Testläufen im Mai auf dem Ring antreten. ■

punktgenaue Drehmomentverteilung nicht nur zwischen den beiden Achsen, sondern auch zwischen den Hinterrädern. Mit dem elektronischen Sperrdifferential für die Hinterräder werden die Kontrollmöglichkeiten für den Fahrer noch weiter verbessert.

Die Designer von Saab arbeiteten mit Top-Skifahrern zusammen, um ein neuartiges und praktisches Gepäckladesystem für Skier und die entsprechende Ausrüstung im Fahrzeuginnern zu entwickeln. Der Gepäckraum besitzt einen Schiebeboden mit ausklappbarem Skihalter aus Aluminium, der bis zu



Nutz-Wert: Das Gepäckladesystem für Skifahrer

drei Paar Ski und Skistöcke aufnehmen kann; Skischuhe können in einem beheizbaren Fach unter dem Ladeboden verstaut werden. Der Boden der Heckladefläche ist zudem mit einem wasserdichten und kratzfesten Gummibelag überzogen.

Insgesamt erfüllt Saab mit dem 9-4X die Anforderungen, die aktive Menschen mit Outdoor-Hobbies an ein sportliches und zugleich umweltbewusstes Auto stellen. ■



Opel Post

Pure Ästhetik: Eine Seitenlinie für Genießer

Bilder einer Ausstellung

Neuheitenfeuerwerk: GM nutzt den Heimvorteil

Detroit (ot). Als Mitte Januar die erste große Automesse des Jahres, die North American International Auto Show in Detroit ihre Pforten öffnete, präsentierte GM eine Vielzahl an Weltpremieren der Marken Cadillac, Corvette, Hummer, Saturn und Saab. Im Fokus standen die Themen umweltfreundliche Mobilität und maximale Performance. Einige Beispiele:

Das Elektroauto Cadillac Provoq ist das jüngste Konzeptfahrzeug mit der E-Flex-Architektur von GM und der nächste Schritt zur Serienreife des innovativen Antriebskonzepts. Die Karosserie des Crossover ist im progressiven, kantigen Cadillac-Design gestaltet. Anders als der Opel Flextrame mit Diesel-Generator, der auf der IAA 2007 für Furore sorgte, kommt der Provoq dank Wasserstoff-Brennstoffzelle und Lithium-Ionen-Batterie ganz ohne fossilen Kraftstoff aus und emittiert nichts als Wasser.

Der Brennstoffzellenantrieb der fünften Generation ist nur halb so groß wie sein Vorgänger und sorgt in der Studie für eine Reichweite von bis zu 480 Kilometern mit einer Tankfüllung von sechs Kilogramm Wasserstoff. Die Antriebsleistung beträgt bis zu 88 kW, die in der Batterie gespeicherte Energie von bis zu 9 kWh kann kurzfristig weitere 60 kW beisteuern.



Der jüngste E-Flex-Spross: Cadillac Provoq

Der Saturn Vue Green Line ist das erste Kompakt-SUV mit Frontantrieb, das mit der Two-Mode-Hybridtechnologie von

GM ausgestattet ist. Gegenüber dem Vue mit konventionellem Antrieb ist sein Verbrauch um ein Drittel geringer, die Reich-

weite steigt auf über 800 Kilometer. Als Verbrennungsmotor kommt ein 3,6-Liter-V6-Benziner mit Direkteinspritzung und variablem Ventiltrieb zum Einsatz. Der Cadillac Escalade Hybrid bringt ab Mitte 2008 das Two-Mode-Hybridsystem in die Klasse der großen Luxus-SUVs.

Die erstmals präsentierte Open-Air-SUV-Studie Hummer HX mit umweltfreundlichem Bioethanol-Antrieb ist das Ergebnis einer Arbeit von drei GM-Nachwuchsdesignern. Sie ist die Vision eines Offroaders, die ökologische Effizienz mit den Kerneigenschaften der Marke Hummer, insbesondere der überlegenen Geländetauglichkeit, in Einklang bringt. Dank herausnehmbarer Dachhälften über Fahrer und Beifahrer lässt sich der HX in Sekundenschnelle in einen offenen SUT (Sport Utility Truck) verwandeln.



Kompakter SUV: Saturn Vue Green Line Two-Mode-Hybrid



Interessante Idee: Hummer HX



Bringt das Two-Mode-Hybridssystem in die Luxusklasse: der Cadillac Escalade

Mit Handicap überall hin

Marken-Umsteigerin Siegi Müller genießt jetzt die Möglichkeiten eines Vectra mit Mobilitätshilfen

Rüsselsheim (cc). Ein Totalschaden an ihrem Passat zwang Siegi Müller, sich nach einem neuen Auto umzusehen. Jetzt fährt die 47-Jährige einen Vectra Caravan V6-Diesel. Warum wir das erzählen? Nun, die gebürtige Bayerin sitzt seit ihrem 17. Lebensjahr im Rollstuhl und benötigt ein nicht alltägliches, auf ihre Belange umgerüstetes Fahrzeug. In diesem Fall handelt es sich um ein Handbedienegerät für Gas und Bremse sowie einen Lenkraddrehknopf.

Irgendwie kommt Ihnen Siegi Müller bekannt vor? Kein Wunder, sie war schon mehrfach als Fotomodell in Sachen Mobilitätshilfen für Opel tätig. Im April wird sie auf der Au-



Blitz mit Blumen: Trotz Behinderung ist Siegi Müller jetzt wieder äußerst mobil

tomesse in Leipzig wieder als Beraterin auf dem Opel-Stand Rede und Antwort stehen.

Nicht ganz unschuldig an dieser Blitz-Geschichte ist Reimer

Völz, der Freund von Siegi Müller. Er ist Ingenieur in der Vorausentwicklung und ebenfalls Rollstuhlfahrer. Auch er benötigt ein umgerüstetes Fahrzeug. Völz

nutzte kürzlich als erster Mitarbeiter die neue Möglichkeit, Autos mit Mobilitätshilfen direkt über den Verkauf an Werksangehörige zu beziehen.

Der neue Opel unterstützt Siegi Müllers aktiven Lebensstil perfekt: „Über eine Rampe, die im Kofferraum liegt, kann ich ohne fremde Hilfe meine Minitrac-Zugmaschine aus- und wieder einladen, mit der ich bei uns im Bayerischen Wald über Stock und Stein komme.“ Der kräftige Diesel bringe sie zudem mühelos jeden Berg rauf, der riesige Laderaum des Caravan schlucke den Minitrac genauso locker wie ihr Fahrrad. Und: „Schick ist der Vectra auch noch.“



Erfolgreiche Langnasen: Opel kommt in China gut an

Auto des Lächelns

Astra GTC mit Panoramadach in China ausgezeichnet

Peking (ot). Der Astra GTC mit Panorama-Frontscheibe ist in China als modischer Trendsetter unter den Importfahrzeugen ausgezeichnet worden. Den Titel „Most Fashionable Vehicle“ erhielt er durch das chinesische Handelszentrum für Importfahrzeuge und Sina.com, die größte chinesischsprachige Infotainment-Website. Besonderes Aufsehen erregte die Windschutzscheibe im XXL-Format.

Die Jury aus Wirtschafts- und Medienexperten sowie Internetnutzern

bewertete die Sieger in insgesamt zehn Kategorien nach Kriterien wie Leistungsfähigkeit, Sicherheit, technologische Innovationen, Markenimage und Design.

In China verkauft Opel neben dem Astra GTC, der seit vergangem Sommer angeboten wird, auch den fünftürigen Astra, den Astra TwinTop, Zafira und Vectra. Das expandierende Netz von derzeit 40 Opel-Händlern hat im vergangenen Jahr 3700 Fahrzeuge verkauft.

Cadillac-Studie zeigt Design pur

In Detroit präsentierte Cadillac mit dem CTS Coupé Concept eine aufregende Weltpremiere. GM-Designchef Ed Welburn betonte, dass „wir weder in Bergen von Marktdaten gewählt haben, noch ein massenkompatibles Auto entwerfen wollten. Hier geht es um Emotionen auf vier Rädern und die Essenz dessen, was Cadillac heute ausmacht.“ Besonders am Heck finden sich charakteristische Designmerkmale, die an einen kunstvollen Brillantschliff erinnern. Sie betonen das markante Profil des Autos und ergeben zusammen mit anderen klassischen Cadillac-Elementen wie vertikalen Front- und Heckleuchten ein modernes Design. Die Mittelkonsole des 2+2-Sitzers läuft von vorn bis hinten durch, die Passagiere nehmen in vier neu gestalteten Einzelsitzen Platz. In klassischer Coupé-Manier fehlt die B-Säule, die Serien-Frontscheibe ist flacher gestellt und betont die sportliche Silhouette zusätzlich.



Es werde schlaues Licht

Vorausschauend variabel passt sich die neue AFL-Generation Licht- und Verkehrsverhältnissen an

Seit Jahren ist Opel ein Vorreiter in Sachen automobiler Lichttechnologie. Jetzt präsentiert das Unternehmen die nächste, noch intelligentere AFL-Generation.

Dabei orientiert sich die Lichtverteilung der Scheinwerfer automatisch am jeweiligen Streckenprofil und an den vorherrschenden Sichtverhältnissen.

Rüsselsheim (ot). Unter allen Bedingungen die besten Sichtverhältnisse schaffen ohne den Gegenverkehr zu blenden – das ist seit jeher die Maxime der Lichttechnologie-Spezialisten. Wie wichtig gute Sicht im Straßenverkehr ist, beweist die Unfallstatistik: Nachts ist das Verkehrsaufkommen rund ein Drittel geringer als tagsüber. Doch das Risiko, während der Dämmerung oder in der Dunkelheit tödlich zu verunglücken, ist doppelt so hoch wie bei Helligkeit.

Neben dem Sicherheitsaspekt spricht der Fahrspaß für AFL: Der Fahrer kann dank besserer Einsicht in den Streckenverlauf besser über seinen Rhythmus und das passende Kurventempo entscheiden. Ein wichtiges Argument für moderne Lichttechnologie ist auch der geringere Kraftstoffverbrauch von Fahrzeugen mit Xenon-Scheinwerfern: Da das entzündete Gas eine wesentlich niedrigere Leistung erfordert, ist die Lichtmaschine weniger belastet.

Die neue AFL-Generation, die erstmals im Insignia zum Einsatz kommen wird, bietet insgesamt neun neue Lichtfunktionen:

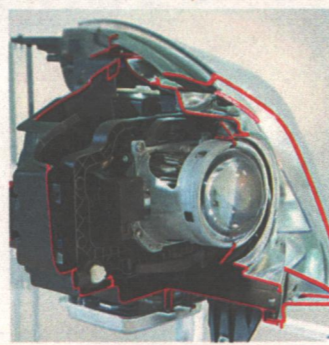
■ Bei Geschwindigkeiten unterhalb von 50 km/h bietet das Stadtlicht bei reduzierter Reichweite eine breitere Lichtverteilung. Dadurch können Fußgänger am Fahrbahnrand besser erkannt werden.

■ Für Zonen, die ganz besondere Vorsicht beim Fahren erfordern, ist das Spielstraßenlicht gedacht, das bei Geschwindigkeiten zwischen fünf und 30 km/h aktiviert wird. Der Lichtke-

gel beider Scheinwerfer wird dabei um acht Grad zum jeweiligen Straßenrand hin geschwenkt. Spielende Kinder sind so noch früher zu erkennen.

■ Das Landstraßenlicht leuchtet den linken und rechten Fahrbahnrand heller und weiträumiger aus als konventionelles Abblendlicht. Es wird zwischen 50 und 100 km/h aktiviert.

■ Beim Autobahnlicht leuchtet ein Lichtkegel die Fahrbahn deutlich weiter aus und betont dabei auch stärker den linken Fahrbahnrand. Eine gleichzeitige Erhöhung der elektrischen Leistung von 35 auf 38 Watt verbessert die Sicht noch einmal spürbar. Das Autobahnlicht schaltet sich bei Geschwindig-



Licht-Quelle: AFL-Scheinwerfer

keiten ab 100 km/h automatisch ein – allerdings nur, wenn die über den Lenkwinkelsensor festgestellten Kurvenradien indizieren, dass es sich nicht um das Streckenprofil einer Landstraße handeln kann.

■ Das Schlechtwetterlicht aktiviert sich bei Regen oder Schneefall, wenn der Regensensor Niederschlag feststellt oder der Scheibenwischer betätigt wird. Es variiert sowohl die Verteilung als auch die unterschiedliche Leistung des Lichts. Bei der Verteilung des Lichts werden die Fahrbahnränder stärker angestrahlt, um die dort vorhandenen Leitmarkierungen deutlicher wahrnehmbar zu machen, zur linken Seite hin wird der Kegel etwas kürzer. Ein weiterer Effekt, der entgegenkommenden Verkehrsteilnehmern hilft: Da sich die Lichtleistung des linken Kegels von 35 auf 32 Watt reduziert, wird der Gegenverkehr weniger geblendet,

als das normalerweise bei nasser, spiegelnder Fahrbahn der Fall ist. Zum rechten Fahrbahnrand hin erhöht sich die Lichtleistung dagegen von 35 auf 38 Watt.

■ Das statische Abbiegelicht (bereits aus der heutigen AFL-Generation bekannt) leuchtet den Bereich links und rechts des Fahrzeugs bis zu einem Winkel von 90 Grad aus und erleichtert

so zum Beispiel das Manövrieren in dunklen Einfahrten. Es wird bei Geschwindigkeiten von weniger als 40 km/h durch Lenkeinschlag beziehungsweise durch den Blinker aktiviert.

■ Das dynamische Kurvenlicht (auch schon realisiert) sorgt für eine bessere Ausleuchtung von Kurven. Beim Kurvenlicht leuchten die beweglichen Bi-Xenon-Scheinwerfer abhängig von Ge-

schwindigkeit und Lenkeinschlag in einem Winkel von bis zu 15 Grad rechts und links zur Fahrtrichtung in die Biegung hinein.

■ Das bekannte AFL-Fernlicht ist auf volle Lichtleistung und Reichweite ausgelegt. Es strahlt nicht asymmetrisch, sondern leuchtet die Fahrbahn in voller Breite optimal aus, und zwar mit einer von 35 auf 38 Watt erhöhten Lichtleistung.

■ Der Fernlicht-Assistent stellt ebenso eine Innovation im Segment wie einen wesentlichen Sicherheitsgewinn bei Fahrten während der Dunkelheit dar. Er schaltet automatisch das Fernlicht zur besseren Ausleuchtung der Fahrbahn ein

und sorgt so für entsprechend gute Sicht. Die Kamera des Systems erkennt die Scheinwerfer oder Rückleuchten anderer Fahrzeuge und schaltet im Bedarfsfall automatisch von Fern- auf Abblendlicht um, um andere Verkehrsteilnehmer nicht zu blenden.

Auf die Walze gegangen

„Mister Light“ von Opel gewährt einen Blick in moderne Lichttechnik

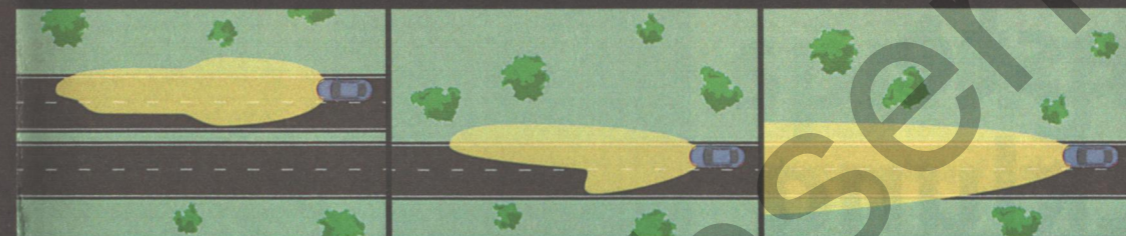


Rüsselsheim (jh). Immer genau das richtige Licht haben, um perfekt sehen zu können, das klingt nach paradiesischen Zuständen. Laut Ingolf Schneider, verantwortlicher Lichtingenieur der europäischen Entwicklung, ist das fürs Auto schon kein Thema mehr. Wir trafen den „Mister Light“ von Opel und fragten nach den Details.

Es heißt, die neue AFL-Generation passt sich den Sichtverhältnissen automatisch an. Wie kann das gehen?

Die neue Generation, die wir gemeinsam mit dem Lichtspezialisten Hella entwickelt haben, basiert auf lichtstarken Bi-

Licht-Gestalt: Der leitende Lichtingenieur Ingolf Schneider



Licht-Bilder: Je nach Geschwindigkeit, Lenkwinkel, Wittersituation und Kamerabild regelt das...



...neue, neunstufige AFL-System die Ausleuchtung von Straße und Verkehrsraum selbstständig



Fotos (4): Opel

Licht-Effekt: Eine Walze sorgt für verschiedene Lichtverteilungen

Xenon-Scheinwerfern. Bisher wurde die Hell-Dunkel-Grenze des Abblendlichts bei Gasentladungslampen mit Hilfe einer Strahlenblende gebildet. Bei der neuen Technologie kommt dagegen eine Frei-Form-Walze zum Einsatz. Auf deren Mantelfläche befinden sich mehrere exakt berechnete Konturen für die verschiedenen Lichtverteilungen.

Die wann und durch wen zum Einsatz kommen?

Zahlreiche Fahrzeugsensoren – darunter Geschwindigkeits-, Gierraten-, Lenkwinkel- und Regensensoren sowie die Kamera des Fernlicht-Assistenten und das Navigationssystem – ge-

ben der Steuerelektronik Informationen über Streckenprofil und Sichtverhältnisse. Die Software entscheidet dann, welche Lichtfunktion in der jeweiligen Fahrsituation angemessen ist. Entsprechend erteilt sie einen Befehl an einen Stellmotor. Dieser dreht die gewünschte Kontur auf der Walze in Sekundenbruchteilen in den Strahlengang und verändert dadurch die Lichtverteilung.

Der Rechner übernimmt also das Kommando – und das funktioniert?

Ja, unbedingt. Wir haben zwar unzählige nächtliche Fahrten hinter uns gebracht, bis

wir zum Beispiel den Verlauf der Hell-Dunkel-Grenze, die die Schwenk-Algorithmen des Kurvenlichts oder das Feintuning des Schlechtwetterlichts soweit abgestimmt hatten, dass alle Entwicklungs- und Projektingenieure zufrieden waren. Aber das Ergebnis überzeugt jetzt alle.

Also können Insignia-Fahrer die Nacht zum Tag machen?

Wie eine Untersuchung des Fachbereichs Lichttechnik der TU Darmstadt ergab, können Sie das schon fast wörtlich nehmen. Die Wissenschaftler wiesen durch Messungen der Augenbewegungen von Fahrern nach, dass die Sicht in Kurven bei einer Nachtfahrt mit mitlenkenden Scheinwerfern auf Xenon-Basis annähernd der bei Tage entspricht.

Wie lässt sich so etwas messen?

Bei der Versuchsreihe wurden die Augenbewegungen von über 50 verschiedenen Testpersonen während der Fahrt mittels einer hochsensiblen Infrarot-Videokamera erfasst. Die Auswertung der Videobilder und der Spiegelungen zweier auf die Pupille gerichteter Infrarotlicht-Strahler brachte das Ergebnis.

Das wie aussieht?

Die Kurveinsicht bei einer Nachtfahrt mit dynamischem Kurvenlicht auf Xenon-Basis erreicht mit 36 Metern annähernd den Blickschwerpunkt von 38 Metern bei normalem Tageslicht. Mit herkömmlichen statischen Halogen-Scheinwerfern liegt der entsprechende Blickschwerpunkt nachts bei 24 Metern.

Handfeste Entwicklung

Engineering-Infotag fokussiert auf neue Aufgaben

Rüsselsheim (sz). Zum Jahreswechsel informierte GME-Entwicklungschef Hans Demant seine Teams in Rüsselsheim und Millbrook über den Stand der Dinge. Parallel hatte Mats Fägerhag, der seit November 2007 neben dem Bereich Fahrzeugsysteme auch das Entwicklungszentrum in Schweden führt, die Mannschaft in Trollhättan auf den neuesten Stand gebracht.

Neben den Kennzahlen von GM in Europa standen zentrale Parameter des Engineering-Geschäftsplans und der Status laufender Projekte auf dem Programm. Da spielt der Insignia die Hauptrolle. Er ist nicht nur das erste Modell der nächsten Mittelklasse-

Generation, deren globale Entwicklung in den Händen der europäischen Entwicklungsorganisation liegt. Er biegt auch auf die Zielgerade ein, die Markteinführung ist nur noch wenige Monate entfernt. Um dem neuen Modell einen Start nach Maß zu ermöglichen, appellierte Hans Demant an die gesamte Entwicklungsmannschaft, dem Projektteam alle erdenkliche Unterstützung zu geben, um eine herausragende Produktionsqualität sicherzustellen.

Das gilt natürlich nicht nur für den Insignia. Die Qualität ist generell im Fokus der Optimierungsanstrengungen. Hier habe man zwar sehr gute, nachhaltige Fortschritte erzielt, die Konkurrenz habe sich aber ebenfalls und teilweise schneller verbessert, so Demant.

Auch bei anderen Erfolgsthemen müsse man am Ball bleiben. Exemplarisch nannte Demant die TÜV ISO-Zertifizierung, die die Entwicklungsorganisation erstmals kombiniert für die Bereiche Qualitäts- und Umweltmanagement für alle drei europäischen Entwicklungsstandorte erhielt. Darüber hinaus gab es spezielle Aktivitäten für weibliche Ingenieure sowie die Informati-

onsmessungen zur Mehrmarkenstrategie und deren Umsetzung im Engineering.

Umweltfreundliche Antriebe bilden einen wichtigen Pfeiler der von der Vorausentwicklung in Zusammenarbeit mit zahlreichen Fachbereichen erstellten Übersicht über wichtige Engineering-Trends. Den Teilnehmern bot sich ein intensiver Einblick in die Lösungsansätze anderer Hersteller im Vergleich zu den Ideen und Planungen des eigenen Hauses. Dazu passte auch die Präsentation der CO₂-Strategie von GME, für deren schnelle Umsetzung eigens eine bereichsübergreifende Projektgruppe gegründet wurde.

Ein Ausblick auf künftige Opel- und Saab-Modelle zum Abschluss der Infoveranstaltung war für die Entwickler genau die richtige Motivation, die Herausforderungen des Jahres 2008 mit frischen Kräften anzugehen.



Vor-Schau: Hans Demant setzte die Entwickler ins Bild

Fotos (2): Liebschner



Haus-Schau: Infotag-Besucher in Rüsselsheim

Die Zukunft gestalten

Vorausentwickler werfen gemeinsamen Blick in die Zukunft

Rüsselsheim/Trollhättan (wf). Noch im Dezember informierten Rainer Schmidt und sein Führungsteam im Rahmen eines Infotags der europäischen Voraus- und Konzeptentwicklung (ACE) ihre Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in Trollhättan und Rüsselsheim über die neuesten Trends in der Automobilentwicklung und zeigten auf, welche Konsequenzen sich daraus für die eigene Arbeit ergeben.

Da das Team von ACE-Chef Schmidt frühzeitig die Weichen stellt für die Entwicklung begehrter Autos der

europäischen Marken von GM, insbesondere Saab, Opel und Vauxhall, ist eine reibungslose Kooperation der Vorausentwickler entscheidendes Erfolgskriterium. Der Infotag demonstrierte, welche Fortschritte hier erzielt werden konnten und wie eng die schwedischen und die deutschen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zusammenarbeiten.

Rainer Schmidt freute sich zudem über die wichtige Rolle, die der europäischen Voraus- und Konzeptentwicklung innerhalb der weltweiten Vorausentwicklungs-Aktivitäten von GM



Ausblick: Rainer Schmidt...

beigemessen wird. Als sichtbares Zeichen der Wertschätzung ihrer Arbeit erinnerte Schmidt noch einmal daran, dass Mit-



...und sein Team sind der Zeit voraus

glieder seines Bereiches 2007 unter anderem einen Chairman's Honors Award für das Saab AeroX-Konzeptfahrzeug sowie einen Boss Kettering-Award für das Flex-Fix-System verliehen bekamen.

Der Funke springt über

Neues Schulungskonzept setzt Weiterbildungsschwerpunkt auf elektrotechnische Fertigkeiten

Rüsselsheim (jh). Langfristiges Unternehmensziel von General Motors ist es, das Automobil unabhängig vom Öl zu machen. Erste wegweisende Studien mit Brennstoffzellentechnologie und E-Flex-Architektur sind auf den Weg gebracht. Sie zeigen: Auf absehbare Sicht wird die Elektrifizierung des Automobils massiv voranschreiten. Was heißt das für die Qualifikation der Mitarbeiter?

So viel ist sicher: Mitarbeiter, die künftige Modelle auf die Räder stellen, werden verstärkt elektrotechnische Kompetenzen benötigen. Im Prototypenbau ebenso wie in der Serienfertigung und im Service. Vor diesem Hintergrund entwickelten die Autohersteller, der Verband der Automobilindustrie und die Berufsgenossenschaft ein Schulungskonzept für eine „Elektrofachkraft für festgelegte Tätigkeiten“.

Magdalena Seeberg von der GM University Europa, Bernd Kaufmann aus der GME-Brennstoffzellenentwicklung und Opel-Arbeitssicherheitsexperte Peter Seiler setzten dieses Konzept in Rüsselsheim in die Trainingspraxis um. Die ersten zwölf Mitarbeiter aus den Entwicklungsbereichen haben die Fortbildung jetzt erfolgreich und mit Zertifikat abgeschlossen.

Das erste Modul vermittelt Grundlagen der Elektrotechnik, Modul zwei erweitert diese Grundkenntnisse, woraufhin sich Modul drei konkret mit der Hybrid- und Brennstoffzellentechnologie von GM befasst. Die Vorbildung der Teilnehmer wird dabei berücksichtigt: Wer wie Kfz-Elektriker oder Kfz-Mechatroniker elektrotechnische Erfahrung mitbringt, kann im zweiten Modul ins Training einsteigen. Praktische Erfahrung sammeln alle Seminarteilnehmer dann an einem HydroGen4-Brennstoffzellenfahrzeug und an einem Chevrolet Tahoe mit Two-Mode-Hybrid.

Nach Beendigung aller drei Module und bestandener Ab-

schlussprüfung können die Mitarbeiter definierte Aufgaben an Fahrzeugelektroniksystemen mit Spannungen oberhalb von 25 Volt Wechselspannung und 50 Volt Gleichspannung übernehmen. Ohne die notwendigen Fachkenntnisse kann die Arbeit jenseits dieser Spannung lebensgefährlich sein. Beim Teardown von Hybridfahrzeugen, beim Aufbau von Konzeptfahrzeugen oder bei der Arbeit mit dem E-Flex-Konzept führt an diesen Spannungen aber kein Weg vorbei.

Da der Bedarf dieser zusätzlichen Qualifikation rasch zunehmen wird, sollen noch in diesem Jahr vier weitere Kurse starten. Und absehbar werden die ersten Teilnehmer aus der



Dutzend-Fach: Die 12 Absolventen des...

Fotos (2): Mehlfähr

Fertig- und Endmontage sowie Servicemitarbeiter aus den Werkstätten ins Methoden- und Trainingszentrum kommen. Dort erwerben sie die Sachkenntnis, die es ihnen ermöglicht, an der im Wortsinn spannungsreichen Zukunft der Antriebstechnik mitzuwirken.



...Pilotseminars haben bestanden

Elf erleichterte Techniker sollt Ihr sein

Kurz vor dem Höhepunkt der närrischen Tage freute sich ein Elferrat der besonderen Art über getane Arbeit: Elf Opel-Mitarbeiter haben sich an der Rüsselsheimer Heisenberg-Schule erfolgreich zum staatlich geprüften Techniker weitergebildet. Nach vier anstrengenden

Jahren mit der Doppelbelastung von Job und zusätzlich mehr als 2 500 Stunden Unterricht im Abendstudium gab es für die Absolventen der Studiengänge Maschinen-, Elektro- und Wirtschaftstechnik die Abschlusszeugnisse. Mit ihrer zusätzlichen Qualifikation haben die Techniker ihr berufliches Rüstzeug noch einmal deutlich aufwerten können.

Foto: Lüdemann



Nummer Eins hat sieben Nullen

Eisenach feiert zehnmillionsten Corsa

In der Werbung hat er's jahrelang angekündigt: „Irgendwann packt's alle“. Mittlerweile sind es zehn Millionen, ein Ende nicht abzusehen. Da eine Feier mit Schampus und Schickimicki nicht sein Stil ist, lud der Corsa die Gratulanten zu den Leuten ein, die ihn bauen. Ein Erlebnis der besonderen Art: Noch während im Zentrum des Werks die Festreden gehalten wurden, liefen die ersten Exemplare der nächsten Million vom Band.

Eisenach (es). Ein Womanizer war er ja schon immer. Der Frauenanteil unter seinen Käufern ist seit jeher ungewöhnlich hoch. Supermodel Linda Evangelista fuhr mit ihm und auf ihn ab, sogar Queen Elizabeth hatte ihren Spaß mit ihm – okay, sie hat sich dabei doublen lassen. Jedenfalls konnte die Nummer 1 mit den sieben Nullen unmöglich ohne weibliche Begleitung die Linie verlassen. Die, die seiner Einladung sehr gerne gefolgt war, war dann seiner auch wahrlich würdig: Schauspielerin, Regisseurin und Opel-Markenbotschafterin Esther Schweins steuerte den zehnmillionsten Corsa höchstpersönlich ins Blitzlichtgewitter der Fotografen.

Der Jubilar war ein Corsa eco-FLEX 1.3 CDTI, wie er auf der IAA vorgestellt wurde. Nur 4,5 Liter Diesel verbraucht er im Schnitt



Fest-Gesellschaft: Prominenz aus Politik und Unternehmen saß in der ersten Reihe

auf hundert Kilometer und mit einem CO₂-Ausstoß von 119 Gramm pro Kilometer findet er auch bei den Politikern Anerkennung, die sich gegenwärtig um einen Konsens in der Diskussion über Klimaerwärmung und Schadstoffregulierung bemühen. So auch bei Bundeswirtschaftsminister Michael Glos, der zur Feierstunde nach Eisenach gekommen war.

Der Minister blieb in seiner Festrede Politiker genug, um darauf hinzuweisen, dass die Lösung der anstehenden Fragen nicht zur Strafmaßnahme gegen die Automobilindustrie aus-

arten dürfe, da diese gerade die deutsche Wirtschaft entscheidend prägen. Darüber hinaus erinnerte Michael Glos daran, dass Opel nur zwei Tage nach der offiziellen deutschen Wiedervereinigung mit der Automobilproduktion in Eisenach begann und dankte dem Unternehmen für diesen schnellen und nachhaltigen Beitrag zur Integration der neuen Bundesländer.

Ein Dank, dem sich auch Thüringens Ministerpräsident Dieter Althaus, Eisenachs Oberbürgermeister Matthias Doht sowie Staatssekretär Professor Dr. Christian Juckenack anschlossen – letzterer war übrigens als Geburtstagskind gekommen.

Ein ehemaliger Chassis-Konstrukteur, der Mitte der 80er Jahre nach Rüsselsheim kam, freute sich ganz besonders über den Dank und das Lob der Politiker. Die erste Corsa-Generation war das erste große Projekt,



Prominente Werksbesucher: Fertigungsleiter Wolfgang Rentsch (2.v.r.) zeigt den Gästen die Produktion

an dem der junge Ingenieur damals verantwortlich mitarbeitete. Heute ist Hans Demant Vorsitzender der Geschäftsführung und stolzer denn je auf seinen großen Kleinen: „Was wir jetzt in der vierten Generation an

Technik und Design im Corsa anbieten, davon haben wir damals nicht einmal zu träumen gewagt“, erinnerte sich Demant. Hellwach nahm auch der jüngste Ehrengast am Jubiläums-Rundgang durch die Pro-

duktion teil: Mina, das erst sechs Monate alte Töchterchen von Esther Schweins, vermochte ihre Eindrücke zwar noch nicht zu kommentieren, aber ihren blitzenden Augen war anzusehen: Irgendwann packt's alle. ■

Saragossa wünscht „Feliz Cumpleaños“

Eisenach (es). Leo Wiels, Geschäftsführer von Opel Eisenach, hatte seine Begrüßungsrede gerade begonnen, als er kurz innehalten musste: „Es ist eigentlich unmöglich, dass ich alleine hier stehe“, erklärte er den Ehrengästen. „Denn ohne die großartigen Leistungen unserer Kollegen in Saragossa könnten wir heute in Eisenach doch gar nicht feiern.“

Schließlich lief in dem spanischen Opel-Werk schon 1982 der erste Corsa von der Linie und hat auch in der vierten Generation noch die Führungsverantwortung für das Projekt. Und die Spanier haben die elf Jahre Produktionsvorsprung, die sie gegenüber ihren deutschen Kollegen haben, fleißig genutzt: Etwa drei Viertel der nunmehr zehn Millionen Corsa wurden bei ihnen gebaut.

Die Werke mögen geografisch weit voneinander entfernt sein, eng miteinander verbunden sind sie dennoch. Die Zusammenarbeit klappt seit Jahren hervorragend. Im Rahmen personellen Austauschs haben sich viele Mitarbeiter untereinander kennengelernt, Grundlage so mancher Freundschaft, die seit Jahren andauert. Auch der amtierende stellvertretende Werksleiter in Saragossa arbeitete schon einige Jahre in Eisenach.



Spanisch-deutsche Freundschaft: Juan Arcéz, César Obarti, Leo Wiels und Harald Lieske (v.l.)

Kein Wunder, dass César Obarti gemeinsam mit einer kleinen spanischen Delegation sehr gerne nach Deutschland kam, um bei der Jubiläumsfeier dabei zu sein. Und er ließ sich von Leo Wiels natürlich nicht zweimal bitten, die Begrüßung der Ehrengäste gemeinsam vorzunehmen. Via Videoleinwand übermittelten anschließend noch weitere Freunde aus Saragossa Grüße nach Eisenach. Sie wurden zwar in Spanisch gesprochen, kamen aber niemandem so vor. ■

Am Anfang war Eisenach

Erster Opel lief 1990 vom Band

Eisenach (es). Thüringens Ministerpräsident Dieter Althaus zitierte in seiner Festansprache eine Schlagzeile, die er gerade am Morgen in der Zeitung gelesen hatte: „Thüringen ist der Star unter den neuen Bundesländern“. Und keiner der Anwesenden hätte es bestreiten wollen: Den Urknall, der diesen Stern entstehen ließ, hat Opel mitverursacht.

„Ich war dabei, als wir den ersten Corsa bauten“, erinnert sich Fertigungsmitarbeiter Mario Kalb. „Am Anfang schafften wir gerade mal einen die Woche.“ Im Herbst 2007 waren es dann zwei Millionen geworden – und auf den zweimillionsten war die Belegschaft genauso stolz wie auf den ersten.

Nicht nur im Werk hat sich seit der Opel-Ansiedlung viel getan. „Wenn man hier lebt, nimmt man die Veränderung gar nicht so unmittelbar wahr“, erklärt Helmut Maiwald, Manager in der Qualitätssicherung. „Eigentlich machen einen erst Kollegen, die nur hin und wieder nach Eisenach kommen, darauf aufmerksam: Die Stadt ist re-



Zeitzeugen: Helmut Maiwald...

...Lutz Baumbach und Mario Kalb

gelrecht aufgeblüht, das Angebot ist viel größer geworden.“

Was zugegeben nicht nur an Opel liegt, sondern auch an den zahlreichen Zulieferern, die sich nach der Marke mit dem Blitz ansiedelten. Ob Lear, AKTec, EDAG, FER, Automotive Lightning, der Katalysatorenhersteller Emitec oder das Alu-Felgenwerk der Borbet-Gruppe in Bad Langensalza – insgesamt rund 18000 Arbeitsplätze entstanden nach der Wende in der Region.

Allerdings darf auch nicht vergessen werden: Opel kam sehr gerne nach Eisenach, denn hier war jede Menge Fachkompetenz vorhanden. Schließlich blickt die Stadt be-

reits auf insgesamt 110 Jahre Automobilgeschichte zurück. Der Dixi, mehrere BMW-Modelle und der nicht erst zu DDR-Zeiten legendäre Wartburg entstanden hier.

Kurz nach dem Fall der Berliner Mauer 1989 schloss Opel ein Joint Venture mit dem VEB Automobilwerk Eisenach. So konnte schon am 5. Oktober 1990, zwei Tage nach der offiziellen Wiedervereinigung, mit einer CDK-Fertigung des Vectra begonnen werden. Zeitweise wurden auch Astra-Modelle in Eisenach gebaut.

Dieser automobilen Historie fühlt Opel sich nach wie vor verpflichtet. Sichtbares Zeichen dieser Verbundenheit: Opel Eisenach spendete den 999999. Corsa dem Automobilmuseum der Stadt – sehr zur Freude von Oberbürgermeister Matthias Doht. ■



Fest-Stimmung: Esther Schweins



Teilen sich nach Babypause den Arbeitsplatz: Angelika Schötteler (l.) und Beate Pfützner

Halbe Sachen

Zwei Ingenieurinnen zeigen, dass Job-Sharing viele Vorteile hat

Rüsselsheim (es). Mütter haben die Möglichkeit, nach einer Babypause zunächst auf einer halben Stelle ins Unternehmen zurückzukehren. So die Theorie. In der Praxis sind die Hürden, die es für so einen Teilzeitjob zu überwinden gilt, oft erheblich. Ziehen alle Beteiligten an einem Strang, kann Job-Sharing aber auch reibungslos funktionieren – wie bei Beate Pfützner und Angelika Schötteler.

Die beiden Ingenieurinnen teilen sich eine Stelle in der Qualitätssicherung des Werks Rüsselsheim. Sie überprüfen Innenraumteile, hauptsächlich Stoff- und Kunststoffteile, hauptsächlich Stoff- und Kunststoffteile, leiten bei auftretenden Fehlern Korrektur- und Problemlösungsprozesse ein. Sie erledigen diese Aufgaben für jeweils zweiein-

halb Tage in der Woche. Jeweils mittwochs gibt's ein zweistündiges Übergabegespräch, bei dem alle wichtigen Informationen ausgetauscht werden, die zuvor in einer Kladde gesammelt wurden – „unserem Schichtbuch“, erklärt Angelika Schötteler.

„Selbstverständlich tauchen auch zwischendurch immer wieder Fragen auf – dann ruft man die andere eben zuhause an“, so Beate Pfützner. Das ist kein Problem, dafür kennen sich die beiden viel zu gut, schließlich sind sie schon seit Jahren befreundet. Sie waren es auch, die sich dieses Modell ausdachten – „erst haben wir mehr scherzhaft darüber geredet, uns dann aber irgendwann gefragt: Warum eigentlich nicht?“

Gruppenleiter Günther Kreppel und Abteilungsleiter Peter Keilich waren von der Idee sofort angetan. „Damit waren eigentlich alle Voraussetzungen gegeben: Es passt im menschlichen Bereich und die maßgeblichen Leute haben uns von vornherein unterstützt.“ Sogar die Lieferanten, mit denen die beiden zusammenarbeiten, ziehen mit. Dem Wunsch, prinzipiell alle E-Mails an beide zu schicken, kamen sie gerne nach.

Außerdem erwies es sich als glückliche Fügung, dass die Lebensplanung der beiden Frauen und die Modellplanung des Unternehmens optimal harmonierten. Beate Pfützner nahm ihre Babypause 2003 bis 2006, Angelika Schötteler 2004 bis 2007. „In dieser Zeit gab es in Rüsselsheim keinen Modellwechsel, so dass wir uns schnell wieder an unseren Arbeitsplätzen zurechtfinden.“ Im September 2007 hatte sich das Duo gefunden: Pünktlich zur Produkt- und Prozessvalidierungs- (PPV-)Phase für den Insignia – perfektes Timing dank perfekter Planung.

Kurz notiert

Bis Anfang Juli wird das Werk Bochum insgesamt zwölf Extraschichten fahren. Damit reagiert Opel auf die starke Nachfrage nach dem Astra. Besonders im boomenden Russland und auf den benachbarten osteuropäischen Wachstumsmärkten ist der Astra stark gefragt. In Russland hat Opel 2007 mehr als 29 000 Astra verkauft – nach 9 600 Exemplaren im Jahr 2006.

In Eisenach hat Personalleiter Ralf Giesing sieben Jung-Facharbeitern zum Abschluss ihrer Ausbildung gratuliert. Alle Jungfacharbeiter erhalten einen Arbeitsvertrag.

Unternehmen Oberstufe

Das Werk Bochum stand bei drei Gymnasien auf dem Lehrplan

Bochum (es). Die Bedeutung des Unternehmens für die Region herausstellen und junge Menschen frühzeitig für die Marke begeistern – dazu bot ein Besuch von Gymnasiasten aus Essen und Recklinghausen im Werk Bochum Gelegenheit. Zu der Veranstaltung lud Opel im Rahmen seiner Mitarbeit im „Initiativkreis Ruhrgebiet“ ein, in dem sich Vertreter aus Politik und Wirtschaft gemeinsam bemühen, den Strukturwandel in der Region mitzugestalten.

Schüler, die ein Werk besuchen – das ist in der Opel-Welt an sich nicht ungewöhnlich. Interessant an dieser Veranstaltung war, dass sie intensiv vorbereitet wurde: Die drei Oberstufen-Klassen setzten sich mit Opel im Unterricht auseinander. „Dadurch konnten wir unser Unternehmen und unsere Produkte wesentlich ausführlicher vorstellen, als es normalerweise im Rahmen einer Werksführung mit Diskussion möglich ist“, so Bochums Ausbildungsleiter Stephan Menke, der im Vorfeld alle drei Schulen besuchte.

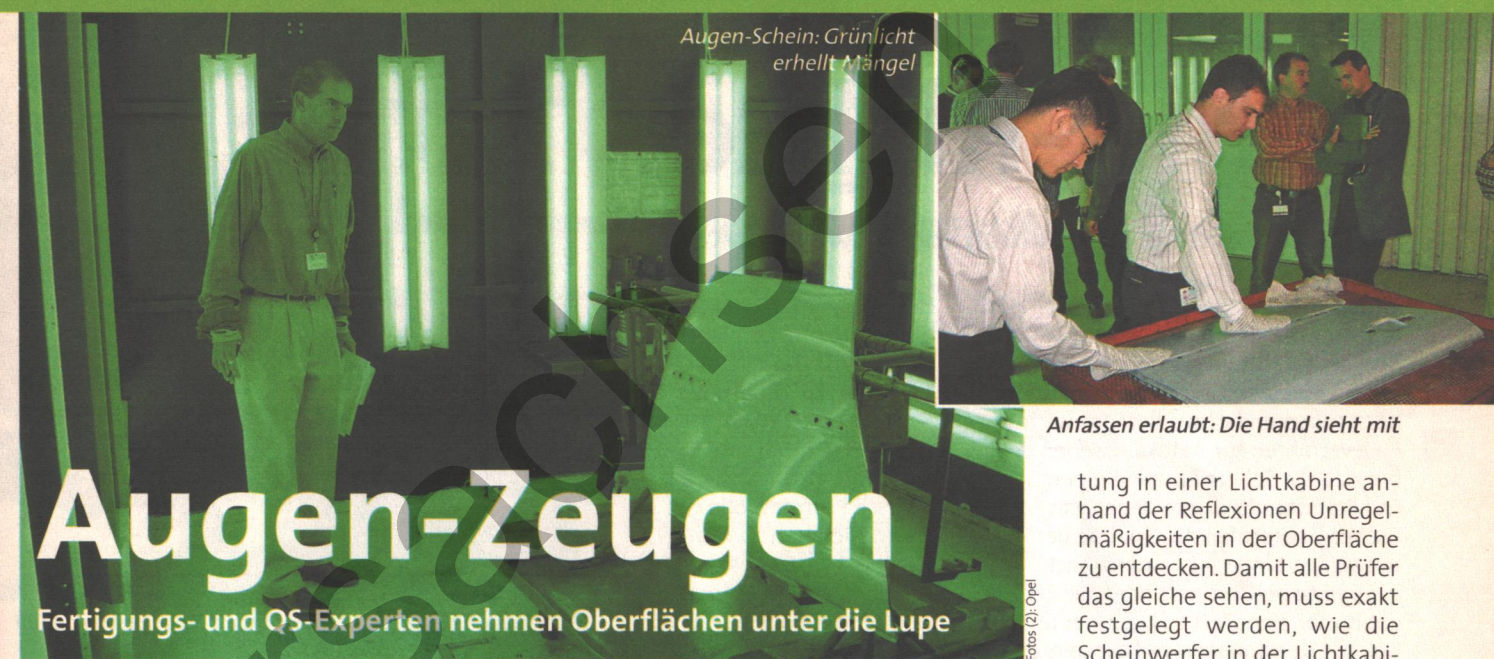
„Manche verfügen bereits über ein beachtliches technisches Wissen und fragten sehr gezielt nach Fahrzeugdetails“, stellte Stephan Menke im Gespräch mit den Gymnasiasten fest. Umgekehrt konnte auch er seine Zuhörer erstaunen – „vor allem damit,

welche Fortschritte wir in punkto Produktqualität gemacht haben.“ Wichtig sei auch, den angehenden Autofahrern die Bedeutung der Bochumer Produktionsstätte für die Region zu vermitteln: „Wenn sie sich bei ihrem ersten Autokauf für einen Opel entscheiden, unterstützen sie auch ein Stück Heimat.“

Auch bei der Organisation des eigentlichen Besuches gaben die Bochumer Gas. Als Werksführer wurden Studenten eingesetzt, die bei Opel eine Kooperative Ingenieursausbildung (KIA) absolvieren. „Die sind nicht so viel älter als die Gymnasiasten, was dem Dialog mit den Besuchern in diesem Fall besonders zuträglich ist“, so Menke. Und der abschließenden Diskussion stellte sich Werksdirektor Uwe Fechtner persönlich. Er gab bereitwillig Auskunft über die Situation und die Ausbildungsmöglichkeiten in Bochum, über die Umweltverträglichkeit von Opel-Modellen, aber auch über seinen persönlichen Werdegang.



Klassen-Sprecher: Werksdirektor Uwe Fechtner gab Auskunft



Augen-Zeugen

Fertigungs- und QS-Experten nehmen Oberflächen unter die Lupe

Rüsselsheim (es). Der erste Eindruck, den ein Kunde von einem Auto gewinnt, ist der wichtigste. Noch bevor er Qualität „erfährt“, muss sie ihm ins Auge springen. Qualitätsanmutung heißt dieses Feld – auf dem Opel in den letzten Jahren viel erreicht hat. Jetzt steht der nächste Schritt bevor: Die Einführung eines weltweit gültigen Prozesses zur Oberflächenbeurteilung. Zur Vorbereitung besuchten Klaus Elsässer, Meister der QS-Linie, und Dirk Flohr aus der Qualitätsorganisation einen Workshop, in

dem Fertigungs- und Qualitätsexperten aus allen GM-Regionen zusammenkamen.

Oberflächen, insbesondere jene der Außenteile, sind entscheidend für die Qualitätsanmutung. Darum wird der neue, standardisierte Prozess zunächst in den Presswerken eingeführt, nach und nach folgen dann Rohbau, aber auch Lieferanten.

Damit das Qualitätsniveau von allen Prüfern rund um den Globus gleich bewertet werden kann, müssen die Produktstan-

dards, die Beurteilungs- und Annahmekriterien sowie die Methoden genau beschrieben und vereinheitlicht werden. Den Spezialisten aus Europa wird die Einführung etwas leichter fallen, denn der neue Prozess basiert im wesentlichen auf einer existierenden GME-Richtlinie.

Betrachtet werden nicht einfach nur Blechteile. Wichtiger Bestandteil ist die Oberflächenbeurteilung an einem schwarz lackierten Fahrzeug, denn glänzendes Schwarz ist am besten geeignet, um bei der Begutach-

Anfassern erlaubt: Die Hand sieht mit

tung in einer Lichtkabine anhand der Reflexionen Unregelmäßigkeiten in der Oberfläche zu entdecken. Damit alle Prüfer das gleiche sehen, muss exakt festgelegt werden, wie die Scheinwerfer in der Lichtkabine positioniert sind und in welcher Lichtstärke sie strahlen.

So können auch die Qualitätsanmutung störende Effekte erkannt werden, die stylingabhängig sind, und gemeinsam mit Design, Produkt- oder Anlagenentwicklung beseitigt werden müssen. Der Workshop war der erste, wichtige Schritt in Richtung eines weltweit einheitlichen Prozesses. „Eine tolle Erfahrung“, bilanziert Dirk Flohr. „Vor allem hat das Treffen gezeigt, welches Potenzial in der überregionalen Zusammenarbeit steckt.“

Eingriff in das Räderwerk

Bochumer trotzen Produktionsausfall durch Wochenendarbeit

Bochum (es). Mit einem Notfalleinsatz in der Türzellenfertigung, der einigen Kollegen gar das freie Wochenende kostete, haben die Bochumer die Zafira-Produktion vor einem Stillstand bewahrt. Dabei zeigte sich, dass unverhofft nicht nur oft kommt, sondern auch nichts wirklich unmöglich ist.

So genannte Zykloidgetriebe gelten als fast verschleißfrei. Sie arbeiten nicht mit Zahnrädern, sondern mit einer Steuerungsscheibe, deren Mittelpunkt exzentrisch, also außerhalb der Wellenachse, liegt. Hohe Schockbelastung, geringe Reibungsverluste und eine gleichmäßige Lastenverteilung machen diese Getriebe extrem langlebig.

Ausgerechnet an einem Freitag gab ein solches Zykloidgetriebe an der Bördelanlage der Hintertür-Zellenfertigung seinen Geist auf. Die Getriebeart kommt im Werk zwar öfter vor, nicht aber diese konstruktionsbedingte Spezialanfertigung. Daher war auf die Schnelle kein Ersatz zu beschaffen, auch im Schwesterwerk Antwerpen nicht,

wo die Bochumer anfragten. Das einzige passende Zykloidgetriebe war im Einsatz – in der Vordertür-Zellenfertigung.

Produktionsstillstand drohte nicht nur in Bochum, sondern auch in Gleiwitz, das ebenfalls Türen aus dem Ruhrgebiet bezieht. Was war zu tun? Kurzenschlossen strichen sich Produktionsmitarbeiter das freie Wochenende – und fertigten zunächst Vordertüren auf Vorrat. Dann wanderte das Getriebe in die Hintertür-Zellenfertigung, so dass dort weiterproduziert werden konnte. Parallel machten sich Instandhalter, ME-Experten und Mitarbeiter des Service-Dienstleisters an die Reparatur des defekten Teils.

Am Montagmorgen lief der Betrieb wieder gewohnt rund. „Eine Superleistung aller Beteiligten“, freut sich Werksdirektor Uwe Fechtner. Damit sich der Vorfall nicht wiederholt, checkten die Instandhalter vorsichtshalber den Zustand aller anderen Zykloidgetriebe und wappneten sich mit Ersatzteilen.



Schicht-Malocher (v.l.): Juan M. Ripka, Rüdiger Warnecke, Michael Widawka, Edmund Behrendt, Bodo Palm,...



...Hacimehmet Sevgin, Klaus Albert, Stefan Schade, Frank Schilf und Hubert Gruhn

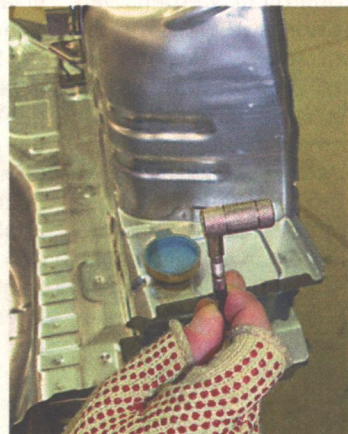
Punkt-Richter

Ultraschall hilft bei der Prüfung von Schweißpunkten

Eisenach (mm). Exakt 3 410 Schweißpunkte setzen die Roboterschweißzangen an jeden Corsa. Trotz neuer Technologien wie Laserschweißen und Klebtechnik ist Widerstandspunktschweißen das wichtigste Fügeverfahren für Autokarosserien geblieben. Da die Schweißpunkte einem hohen Qualitätsstandard unterliegen, ist systematisches Überprüfen der Qualität der Punktschweißverbindungen unerlässlich.

Es gibt zwei Prüfmethode: Bei der einen greift man handfest zu Hammer und Meißel, bei der anderen mit Fingerspitzengefühl zu einem Ultraschallprüfsystem. Wer mit Hammer und Meißel arbeitet, hinterlässt deutliche Spuren: die Punktschweißverbindungen werden zerstört und die Blechteile deformiert. „Die so genannte ‚zerstörende Prüfung‘ gilt als sicher, ist aber mit unserem Kostenbewusstsein nicht mehr vereinbar“, sagt Ronny Platzdasch, Koordinator der Ultraschall-Diagnose-Teams.

Das zu prüfende Material ist nur noch als Metallrohstoff zu verwenden. Die „Hammer- und Meißel-methode“ kommt aller-



Punkt-Spiel: Prüfkopf einrichten

dings regelmäßig dann zum Einsatz, wenn das zu prüfende Teil für die Ultraschallprüfung zu dick oder die Schweißpunkte nicht erreichbar oder sichtbar sind. Die Ultraschallprüfung, die als sicherste Prüfmethode gilt, ist freundlicher zum Material. Hier bleiben die aus dem Produktionsprozess entnommenen Teile erhalten und können nach der Prüfung wieder zurückgeführt werden. Außerdem gelingt es, frühzeitig negative Qualitätstrends zu erkennen und zu korrigieren.

Sieben Fertigungsmitarbeiter prüfen pro Schicht 500 bis 600 Schweißpunkte per Ultraschall. Jede Baugruppe wie Unterboden hinten, Vorderwagen, Stirnwand oder Aufbaustufe 1, gilt es nach einem festen Prüfzyklus im Ferti-

gungsverlauf drei Mal zu prüfen. Eine Arbeit, die viel Wissen, Geschick, Erfahrung und jede Menge Disziplin erfordert. Mit Fingerspitzengefühl muss der Prüfkopf möglichst auf die Schweißpunktmitte gesetzt und die Einschallrichtung optimiert werden. Die Messergebnisse richtig zu interpretieren, erfordert ebenfalls Übung.

Ganz ohne Hammer und Meißel geht es doch nicht. Einmal im Monat wird bei einem mit Ultraschall geprüften Teil eine „zerstörende Prüfung“ vorgenommen, als Überprüfung der Prüfmethode sozusagen.



Punkt-Landung: Die Messung erfordert Fingerspitzengefühl



Chain-Gang: Heribert Marchewitz, Ludger Dittrich, Dirk Cwiekalik, Michael Hillebrand und Thomas Kabacinski (v.l.) wechselten die Kette aus

Traglaschen zur Aufnahme der Gehänge.

Dann war richtig Maloche angesagt: Die Kette wurde an einer geeigneten Stelle im Keller unterbrochen, danach wurden rund 20 Meter lange Stücke alter Kette heraus- und ebenso lange neue Stücke aufgezogen. Die Arbeit zog sich über mehre-

re Schichten hin. Pro Schicht waren vier bis acht Mitarbeiter im Einsatz.

Die Plackerei hat sich gelohnt. Pünktlich zum 7. Januar konnte der Betrieb mit neuer Kette wieder aufgenommen werden. Die läuft seitdem wie geschmiert – im wahrsten Sinne des Wortes.

Glieder-Schmerzen

Bochumer Achsenbau bekam neue Förderkette

Bochum (es). Alle Jahre wieder mal die Kette wechseln, das kennt jeder vom Fahrrad: Das macht schmutzige Hände, ist aber nicht sehr kompliziert. Aber wie wechselt man eine 1000 Meter lange Förderkette im Achsenbau? Ganz einfach: Das macht ebenfalls schmutzige Hände, dauert aber länger, ist außerdem körperlich immens anstrengend und ziemlich kompliziert.

An der Kette werden Federbeine und Vorderradträger von den Montagelinien in den Verladekeller transportiert. Ende vergangenen Jahres häuften sich die Kettenrisse, und dem

Team vom Achsenbau war klar: Nach über 20 Jahren ist das Material ermüdet. Eine neue Kette muss her, wenn man keine Produktionsausfälle riskieren will.

Wie schafft man das in dem engen Zeitfenster der Produktionspause zwischen den Jahren – und zwar so kostengünstig wie möglich? Eigentlich ganz einfach: Neu angeschafft wurden nur die Kettenglieder. Die aus der Lackiererei ausgeliehenen 600 Trollies wurden durch Instandhalter und Azubis in der Werkstatt vormontiert. Zusätzlich fertigte Instandhaltungspartner TCM insgesamt 1100

Auf Linie bringen

Werk Rüsselsheim startet Vorbereitungen für Saab-Anlauf im Sommer 09

Rüsselsheim (es). Im Werk Rüsselsheim fällt in diesen Tagen auch der Startschuss für den Anlauf der Saab-Produktion ab Sommer 2009. Das Anlaufteam um Manager Martin Lux präsentierte seinen Ablaufplan, nach dem in den nächsten Monaten der Produktionsstart vorbereitet werden soll. Grundlage hierfür bildet der 54 Punkte umfassende globale Anlaufprozess („Global Launch Process“), der in allen GM-Werken weltweit zum Einsatz kommt.

Aufmerksame Zuhörer der ersten Präsentation waren neben dem ME-Chefingenieur der neuen Mittelklasse, Karsten Garbe, und dem Direktor für die künftige Saab-Modellreihe, Anders Svensson, Fachleute aus den Bereichen Produktentwicklung, Fertigungsplanung, Qualität, Einkauf, Marketing und Werk. Das elfköpfige Rüsselsheimer Anlaufteam ist identisch mit dem, das gegenwärtig auch den Insignia auf die Linie bringt. Die einzelnen Anlaufphasen werden im Wesentlichen identisch ablaufen – lediglich um ein Jahr zeitversetzt.

Einen für Fertigungsfragen wichtigen Unterschied zwi-

schen dem Opel- und dem Saab-Modell gibt es jedoch in der Fahrzeugarchitektur: Die Saab-Bauweise wird über einen längeren Radstand verfügen. Das bedingt anlagentechnisch einige Anpassungen im Rüsselsheimer Karosseriewerk, aber auch in der Lackiererei – vor allem im Hinblick auf Abdichtungsprozesse. In der Fertigung- und Endmontage wirkt sich der längere Radstand vor allem im Bereich der Hochzeit aus. Außerdem muss der Einbau einiger neuer Motor- und Getriebevarianten eingeplant werden.

„Gerade weil die Fahrzeugarchitektur weitgehend gleich ist, darf man nicht den Fehler begehen und glauben, dass der Anlauf ein Kinderspiel wird. Hier entsteht ein absolut eigenständiges Fahrzeug“, verdeutlicht Martin Lux. „Sowohl im Exterieur als auch im Interieur wird das Modell Designelemente aufweisen, auf die die Saab-Kundschaft großen Wert legt.“ Und das zum Teil bis ins kleinste Detail – wie das bei eingefleischten Saab-Freunden beliebte Zündschloss in der Mittelkonsole.



Anlauf genommen: Martin Lux

Berufsausbildung rührt die Werbetrommel



Foto: Opel

Ein Autohersteller lebt von findigen Mitarbeitern, deshalb ist Nachwuchsarbeit besonders wichtig. Zur Nachwuchsarbeit zählt auch die Eigenwerbung, schließlich wollen junge Leute wissen, was sie in einem Unternehmen erwartet. Die Hochschul- und Berufsinformationstage Darmstadt (hobit) bieten so eine Gelegenheit zur Eigenwerbung. Dort

präsentieren sich neben den Darmstädter Hochschulen auch diverse Unternehmen. Die Berufsausbildung von Opel war mit einem eigenen Stand vertreten. Arbeitsdirektor Holger Kimmes ließ es sich nicht nehmen, sich vor Ort und bei der Opel-„Standbesetzung“ – André Baumgarten, Alexandra Hölschen, Jennifer Moritz und Jasmin Ebert – zu informieren. ■

Regionale Unterschiede

Qualitätssicherer der GM-Welt diskutieren Analyseprozesse

Bochum/Rüsselsheim (es). Die globale Vereinheitlichung der Prozesse schreitet voran – und macht auch vor komplexen Werkzeugen der Qualitätssicherung nicht Halt. In Korea wurde jetzt ein wichtiger Schritt getan, den Umgang mit „PFMEA“ für alle Regionen zu synchronisieren. Das Kürzel steht für „Problem Failure Mode and Effects Analysis“ und beschreibt eine Problem-Erkennungs- und -Ursachen-Analyse.

Das Besondere an ihr: Sie wird angewandt, um mögliche Fehler im Vorfeld zu identifizieren. Denn um Qualität von Anfang an zu gewährleisten, müssen Störfaktoren eliminiert worden sein, bevor sie zu Fehlern werden. In Europa sind PFMEA schon lange fester Bestandteil – sowohl in der Planungsphase als auch im Produktionsprozess.

Auch in den anderen Regionen wurde

schon mit dem Verfahren gearbeitet, „allerdings unterschieden sich die Herangehensweisen“, erklärt Dirk Achenbach vom „Quality Operations“-Kernteam in Bochum. Gemeinsam mit Dierk Lange aus der Fertigungsplanung in Rüsselsheim war er in Korea dabei, um mit Kollegen aus der übrigen GM-Welt einen einheitlichen Weg auszuloten.

„Kurz gesagt, ging es sieben Tage lang darum, einen Kompromiss zu finden“, erklärt Achenbach. Denn die Europäer praktizieren seit jeher sehr detaillierte PFMEA, die Kollegen in Nordamerika achten dagegen stärker auf den Zeitfaktor, der bei einer Analyse zu berücksichtigen ist. Wo also ist der Mittelweg zwischen Tempo und Detaillierungsgrad, mit dem alle leben können?

„Wir hatten schon in Telefonkonferenzen



Such-Trupp: QS-Kollegen besprachen sich in Korea

und auf elektronischem Weg gemeinsame Vorgaben entwickelt. In Korea ging es nun darum, diese auszutesten“, so Achenbach. Dabei näherte man sich durchaus an, schloss die Arbeit aber noch nicht ab. In den nächsten Wochen wird jeder in seiner Region die Lösungsansätze testen, um zu sehen, ob sie auch vor Ort für jeden praktikabel sind. Wie das auch ausgehen mag, so viel ist sicher: Bei der Kompaktklasse und den nachfolgenden Modellen soll mit vereinheitlichten PFMEA gearbeitet werden. ■

Pfalz-Falz als Vorbild

Wird Lauterer Erfindung zum Exportschlager?

Kaiserslautern (es). Bei Falzanlagen gelten die Mitarbeiter in Kaiserslautern schon lange als die Spezialisten im Unternehmensverbund. Zuletzt präsentierten sie eine „dynamische Hochgeschwindigkeits-Rollfalzanlage“, die in punkto Tempo und Fertigungsqualität neue Maßstäbe in der Branche setzt. Mit einer solchen Anlage wird in Kaiserslautern auch die Aluminium-Motorhaube für den Insignia gefertigt.

Die Lauterer Erfindung, auf die bereits ein Patent angemeldet ist, ist in den Fokus eines GM-Expertenteams gerückt, das zurzeit acht besondere technische Innovationen begutachtet – und prüft, inwieweit GM-Werke in al-

ler Welt diese einsetzen können. Möglicherweise sind Hochgeschwindigkeits-Rollfalzanlagen aus der Pfalz also bald ein globales Exportgut.

Ein maßgeblicher Befürworter der Lauterer Innovation ist Timothy Connors, GME-Direktor ME Body. Er treibt das Projekt voran, seit er sich persönlich vor Ort von der Leistungsfähigkeit der Anlage überzeugt hat. „Um wettbewerbsfähig zu bleiben, müssen wir neue Technologien weiterentwickeln, die uns erlauben, flexibler zu sein bei gleichzeitig geringerem Investment“, so Connors. „Hochgeschwindigkeits-Rollfalzen ist eine Schlüsseltechnologie, um dieses Ziel zu erreichen. Es ermöglicht Rollfalzen auch in großvolumigen Serienproduktionen wie dem Insignia. Und: Künftig wollen wir unsere Patente auch global wirksamer nutzen.“

Technische Einzelheiten über ihre Erfindung geben Heinrich-Wolfram Kästner, Betriebsingenieur Zentralwerkstätten, sowie Reinhold Mertel, Meister der Mechanischen Werkstätten, nur ungern preis – das Patent soll schließlich nicht kopiert werden. Daher nur soviel: Kernstück ist ein spezieller Keramik-Rollkopf, dessen Geschwindigkeit elektronisch geregelt wird.

Teileänderungen können ohne großen Aufwand über die Software eingegeben werden. Im Durchschnitt falzt die Anlage doppelt so schnell wie bisherige Rollfalzmodelle. Und das in besserer Qualität, unter anderem, weil der neue Rollkopf ein Stauen des Materials in Falzrichtung vermeidet. Auch War-

teileänderungen können ohne großen Aufwand über die Software eingegeben werden. Im Durchschnitt falzt die Anlage doppelt so schnell wie bisherige Rollfalzmodelle. Und das in besserer Qualität, unter anderem, weil der neue Rollkopf ein Stauen des Materials in Falzrichtung vermeidet. Auch War-

teileänderungen können ohne großen Aufwand über die Software eingegeben werden. Im Durchschnitt falzt die Anlage doppelt so schnell wie bisherige Rollfalzmodelle. Und das in besserer Qualität, unter anderem, weil der neue Rollkopf ein Stauen des Materials in Falzrichtung vermeidet. Auch War-



Falz-Fans: Thomas Lissmann, Markus Jung, Reinhold Mertel, Heinrich-Wolfram Kästner und Jürgen Deutschmann (v.l.)

tungsarbeiten wie Reinigen werden automatisch bewerkstelligt.

Die erste serienreife Hochgeschwindigkeits-Rollfalzanlage aus Kaiserslautern kam in Spanien zum Einsatz. Gegenwärtig wird in der Pfalz die Produktion der Insignia-Motorhaube vorbereitet. Ein äußerst kompliziertes Unterfangen, denn die Haube muss beim Schließen praktisch eins werden mit der Karosserie. Spaltmaße und Toleranzwerte gibt es da quasi nicht mehr. Besonders diffizil war es, die richtige Rollengröße zu finden, mit der im Hinblick auf Wel-

tigkeit, Geschwindigkeit und Rolldruck im optimalen Verhältnis gearbeitet werden kann. „Wir haben es geschafft, erzielen die gewünschte Ausbringung in Top-Qualität“, berichtet Thomas Preis, in Kaiserslautern Manager Restrukturierungsprojekte.

Die Ergebnisse ihrer Feldforschung geben die Lauterer übrigens ins Engineering nach Rüsselsheim weiter. Dort entstehen gegenwärtig Simulationsprogramme für Falzverfahren. Diese zählen ebenfalls zu den acht Innovationen, die gegenwärtig untersucht werden.

Blitz-gescheit

Bochum bieten Trainings erfolgreich extern an

Bochum (es). Der Standort Bochum ist gerade dabei, mit einem neuen Produkt einen neuen Markt zu erobern. Nein, es handelt sich um kein neues Auto. Die Bochumer bieten seit knapp einem Jahr ihre SWE-Trainings auch externen Unternehmen an – und dieses Geschäft entwickelt sich überaus positiv.

Illustrativ könnte die Kundenklientel kaum sein, die Uwe Flöttchen, zuständig für Personalentwicklung, Training und GM-GMS, auflistet: Mitarbeiter der NRW-Bank, des Mineralölkonzerns BP, Führungskräfte der Deutschen Edelstahlwerke – sie alle waren schon im Bochumer Trainingszentrum,

um die SWE-Schulung (SWE ist das englische Kürzel für simulierte Arbeitsumgebung) zu durchlaufen, die auch jeder Opel-Mitarbeiter absolviert. „Wie man sieht, sind es keinesfalls nur Unternehmen, die mit Fließfertigung arbeiten“, so Flöttchen. „Auch Büroarbeitsplätze profitieren von Standardisierung, Disziplin, Teamfindung oder kontinuierlichen Verbesserungsprozessen – Elementen also, die auch unser SWE-Training vermittelt.“ BP denkt sogar darüber nach, die Opel-Schulungen zum festen Bestandteil seiner Berufsausbildung zu machen.

Auch Professoren und Studenten, etwa von der Uni Dort-

mund und der Bochumer Hochschule, stehen immer öfter an der eigens eingerichteten Produktionslinie im Trainingszentrum, wo im Rahmen der Schulung unter anderem Holzmodelle montiert werden müssen. „Die sind von der Möglichkeit, theoretisches und praktisches Studium optimal miteinander zu verbinden, natürlich besonders begeistert“, weiß Flöttchen. Zumal von den Hochschulen das SWE-Training kostenlos angeboten

wird. „Das verstehen wir als Imagepflege. Möglicherweise findet ja der ein oder andere Student einmal als Ingenieur den Weg zurück zu uns.“

Doch auch von den zahlenden Kunden ist bislang durchweg positives Feedback zu hören. Was sich offenbar herumspricht, denn die Nachfrage steigt: „Letztes Jahr haben wir im Schnitt pro Monat ein Unternehmen geschult – im Januar 2008 waren es bereits drei“, freut sich Flöttchen. ■

Transatlantischer Pakt

US-Kollegen bauen an der Rüsselsheimer Pilotlinie die ersten Integrationsmodelle des Saturn Aura

Rüsselsheim (es). Mit der Produkt- und Prozessvalidierungsphase (PPV) haben sich die Anlaufaktivitäten für den Insignia weitgehend ins Werk verlagert. An der Pilotlinie im Opel-Turm herrscht jedoch weiter rege Betriebsamkeit. Etwa 30 Mitarbeiter aus den USA bauen in diesen Wochen insgesamt 43 Integrationsfahrzeuge für die US-Version der neuen globalen GM-Mittelklasse auf: den Saturn Aura.

Sie stammen sowohl aus dem Entwicklungszentrum in Warren bei Detroit als auch aus dem Montagewerk in Fairfax bei Kansas City, das den Aura bauen wird. „Dabei hat es sich als sehr hilfreich erwiesen, dass wir mit dem Insignia schon eine Anlaufphase weiter sind“, berichtet Gregor Humm, in Rüsselsheim verantwortlicher Anlaufmanager für Fertigungsplanung. „Bei auftretenden Problemen schauen wir, ob uns diese auch schon begegnet sind und wie wir sie gelöst haben.“

Außerdem kommen die US-Kollegen regelmäßig ins Rüsselsheimer Werk, um live vor Ort Eindrücke aus der PPV-Phase zu sammeln, in der Fahrzeuge erstmals auf originalen Produktionsanlagen gefertigt

werden – „auch dabei gewinnen sie wertvolle Erkenntnisse, die sie mit in ihr Werk nehmen können.“

Die Rohkarossen, mit und an denen auf der Pilotlinie gearbeitet wird, entstanden zum Teil im Prototypenbau, zum Teil aber auch schon im Karosseriewerk, also bereits auf automatischen Anlagen – ein weiterer Vorteil, „denn das ist wesentlich günstiger, als alle benötigten Fahrzeuge von Hand aufzubauen.“



Gut gelaunte Piloten: Die transatlantische Zusammenarbeit ist effektiv und macht auch noch Spaß

werden – „auch dabei gewinnen sie wertvolle Erkenntnisse, die sie mit in ihr Werk nehmen können.“

Die Rohkarossen, mit und an denen auf der Pilotlinie gearbeitet wird, entstanden zum Teil im Prototypenbau, zum Teil aber auch schon im Karosseriewerk, also bereits auf automatischen Anlagen – ein weiterer Vorteil, „denn das ist wesentlich günstiger, als alle benötigten Fahrzeuge von Hand aufzubauen.“

Technisch bringt die Arbeit auf einem anderen Kontinent keine großen Umstellungen mit sich. „In den Staaten sind die Aufbausequenzen etwas anders, aber das spielt im Moment eigentlich keine große Rolle“, so Humm. Gegenwärtig gilt der Motorenintegration das größere Augenmerk. Denn im Aura sind Aggregate mit größeren Hubräumen als im Insignia vorgesehen, diese gilt es einwandfrei einzupassen.

Die Zusammenarbeit mit amerikanischen Kollegen ist nicht nur fruchtbar, sondern macht auch Spaß. „Es stimmt auch im menschlichen Bereich“, erzählt Marcus Frerichs von der Pilotlinie. Auch privat habe man schon einiges gemeinsam unternommen. Insofern sind die Weichen bereits optimal gestellt, wenn der Tag kommt, ab dem der Erfahrungstransfer in die umgekehrte Richtung läuft.

Für die künftigen Saab-Modelle wollen die Deutschen nämlich von den Amerikanern lernen. Denn die Saab-Reihe verfügt über einen größeren Radstand, wie er auch im Nachfolger des Buick LaCrosse vorgesehen ist – und mit dem starten die Amerikaner früher als die Deutschen mit dem Saab. Im Sommer letzten Jahres war bereits eine kleine Rüsselsheimer Abordnung vor Ort in Warren und begleitete dort den Aufbau der Integrationsfahrzeuge.

„Für uns ist die Arbeit hier an der Pilotlinie eine ganz spannende Zeit. Der Wille, die neue Mittelklasse überall auf der Welt zu einem Erfolg zu machen, ist bei jedem deutlich spürbar. So macht Teamwork einfach riesig Spaß“, fasst Kristi Puder, Anlaufmanagerin für die neue Mittelklasse in den USA, ihre Erfahrungen in Deutschland zusammen. ■

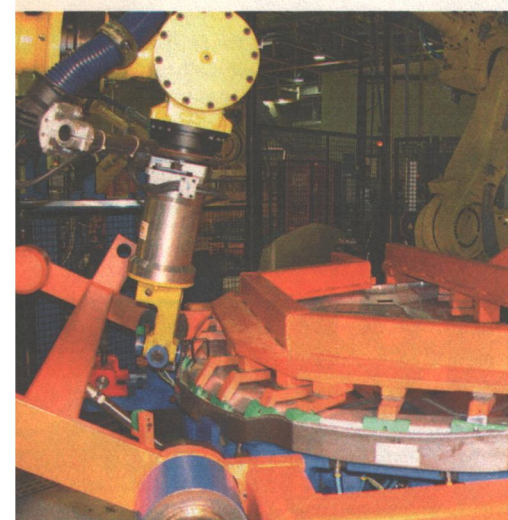


Verkaufsschlager: Mit dem SWE-Training ist Bochum keineswegs auf dem Holzweg

mund und der Bochumer Hochschule, stehen immer öfter an der eigens eingerichteten Produktionslinie im Trainingszentrum, wo im Rahmen der Schulung unter anderem Holzmodelle montiert werden müssen. „Die sind von der Möglichkeit, theoretisches und praktisches Studium optimal miteinander zu verbinden, natürlich besonders begeistert“, weiß Flöttchen. Zumal von den Hochschulen das SWE-Training kostenlos angeboten

wird. „Das verstehen wir als Imagepflege. Möglicherweise findet ja der ein oder andere Student einmal als Ingenieur den Weg zurück zu uns.“

Doch auch von den zahlenden Kunden ist bislang durchweg positives Feedback zu hören. Was sich offenbar herumspricht, denn die Nachfrage steigt: „Letztes Jahr haben wir im Schnitt pro Monat ein Unternehmen geschult – im Januar 2008 waren es bereits drei“, freut sich Flöttchen. ■



Kopf-Arbeit: Der Keramik-Rollkopf macht den Unterschied

Aufbauhilfe Ost

Eisenacher Kollege unterstützt russisches Werk in Sachen Qualität

Sankt Petersburg/Eisenach (med). In Folge der wirtschaftlichen Entwicklung des Riesenreichs ist der russische Automarkt einer der am schnellsten wachsenden. Besonders dynamisch entwickelt sich die Automobilindustrie. Zu eines ihrer Zentren entwickelt sich St. Petersburg. Auch General Motors baut dort ein Werk, für das Günter Frühauf aus Eisenach Aufbauhilfe leistet. Er ist kürzlich als Ingenieur für Qualitätssysteme in die boomende Stadt entsendet worden und hilft bis Anfang 2009, Qualitätsprozesse zu entwickeln, zu trainieren und einzuführen.

„Petersburg ist eine Stadt der Kontraste“, hat der 48-jährige Thüringer beobachtet. „Historische Gebäude, teils liebevoll renoviert, teils halb verfallen, reihen sich neben modernen Neubauten. Lada und Wolga parken neben Opel und Mercedes. Alt steht neben neu. Rostlaube neben Luxuskarosse.“ Mit rund 4,5 Millionen Einwohnern ist St. Petersburg die nördlichste Metropole der Welt. Sie ist ein bedeutender Verkehrsknotenpunkt, in dem Fluss- und Seeschiffahrtsrouten, Eisenbahn und Straßennetz aufeinander treffen – ein wichtiges Kriterium bei Investitionsentscheidungen westlicher Unternehmen.



Riesenreich: Russland...

Angezogen von einer sich rasch entwickelnden Infrastruktur mit ausgebauten Verkehrswegen, qualifizierten Arbeitskräften, erschlossenen Gewerbeflächen sowie lokalen Steuervergünstigungen und natürlich auch durch die Nähe zum Hauptabsatzmarkt investieren zurzeit rund die Hälfte aller Fahrzeughersteller in dieser Region.

Jüngste Beispiele sind Nissan und General Motors. Nissan unterzeichnete einen Vertrag über den Bau eines Autowerkes im Nordwesten der Stadt, General Motors im Südosten. Der Chevrolet Captiva – und kurze Zeit später auch der Opel Anta-

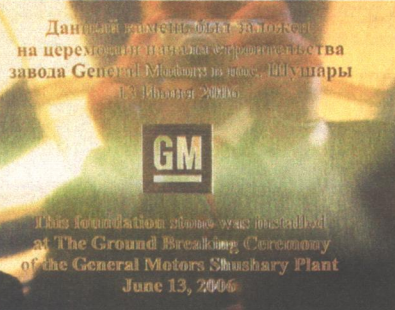


Foto: Opel

...boomt – und das GM-Werk erhält Hilfe...

ra – sollen als erstes GM-Modell in Petersburg vom Band rollen. Nissan will hier ab 2008 jährlich 50 000 Autos zweier Baureihen montieren. GM startet mit 25 000 Autos und peilt für seine 900 Beschäftigten bei Vollausslastung eine Stückzahl von 70 000 Einheiten an.

Bevor es im neuen Werk losgeht, trainieren in angemieteten Hallen im benachbarten Stadtteil Arsenal die GM-Mitar-



...von Günter Frühauf

beiter die Fertigung von Captiva und Astra, für beide wird das Material zu großen Teilen als Bausatz (SKD) angeliefert.

Auch Mitbewerber Toyota baut in unmittelbarer Nachbarschaft des künftigen GM-Werkes an einer Produktionsstätte für 50 000 Autos pro Jahr. Etwas außerhalb der Stadtgrenzen von St. Petersburg liegt Wsewoloshsk. Dort lässt Ford seit 2002 mehr als 60 000 Focus montieren.

Diese Bündelung von Automobilherstellern bewirkt den Zuzug von Zulieferern und schafft neue Aufträge. Toyota will ein Tochterunternehmen ansiedeln, das Sitze herstellt. Ein russischer Investor hat angekündigt, eine Fabrik für Glasscheiben zu bauen. Das sächsische Unternehmen Hörmann-Rawema plant für das Kirow-Werk, einem der großen Industrieunternehmen der Stadt, eine neue Gießerei. Und noch ein Beispiel: Auf dem Industriegebiet in Schuschary errichtet derzeit der kanadische Zulieferer Magma ein neues Werk für die Fertigung von Innenraum-Kunststoffteilen. Später dann soll ein Getriebewerk folgen.

Entsprechend hoch ist der Bedarf an Arbeitern und Fachkräften. „Offiziell gibt es keine Arbeitslose. Wer arbeiten will, bekommt Arbeit“ sagt Günter Frühauf. Diese dann für die bevorstehenden Aufgaben fit zu machen, ist Teil seiner spannenden Aufgabe in einer ebenso spannenden Metropole.

Jugend-Bewegung

Zahlreiche Nachwuchskräfte für ehrenamtliches Engagement geehrt



Preis gegeben: Die Stiftung hatte zur Ehrung in den Ratssaal geladen

Foto: Liebschiner

Rüsselsheim (jw). Jugendliche zu belohnen, die sich durch besonderes Engagement auf technischem oder sozialem Gebiet ausgezeichnet haben, ist das Anliegen der Elinor Kirchner von Opel-Stiftung. Bei der jüngsten Preisverleihung gehörten zum wiederholten Mal mehrere Opel-Mitarbeiter zu den Geehrten.

So hatten die Azubis Christoph Elmer, Kay Gärtner, Patric Brack, Rene Jelonek, Irina Fischbach, Oliver Bartloff, Michael Nimas, Simon Schmenger und Christoph Raubert mehrere Tage lang freiwillig einen Spielplatz im Rüsselsheimer Ortsteil Kö-

nigstädten instandgesetzt und wieder nutzbar gemacht. Die Zusammenarbeit im Team sei dabei eine wichtige Erfahrung gewesen, berichteten sie.

Geehrt wurden auch Jan Brunken, Florian Pauls, Christin Thau, Nadja Maiss, Maximilian Mühlenz, Jasmin Ebert, Fabian Leib, Jamie Gerits und Anett Meissner. Sie hatten im Rahmen ihrer Ausbildung Werkstücke für den Weihnachtsmarkt hergestellt und dann auch dort verkauft. Mehr als 70 Artikel, vom Grillbesteck bis zum Vogelhäuschen, waren dazu mit großem Ideenreichtum produziert wor-

den. Der Erlös ging an die Kinderstation des Stadtkrankenhauses.

Mit dem 25-jährigen Christian Kunze wurde zudem ein Preisträger ausgezeichnet, der inzwischen als Ingenieur bei Powertrain Getriebe entwickelt. Dort hatte er auch seine Diplomarbeit zur „Simulation von Lastkollektiven für manuelle Schaltgetriebe“ erstellt. Mit seiner Arbeit habe er einen wichtigen Grundstein gelegt für eine noch frühzeitigere Berechnung statischer wie dynamischer Belastungsfälle, die teure und zeitaufwändige Fahrzeugtests überflüssig mache, lobte sein

Betreuer bei Powertrain, Rolf Krüttgen.

„Entdecke die Jugend“, appellierte Personal-Geschäftsführer Holger Kimmes in Anlehnung an die neue Markenkampagne an Politik und Medien. Mit Blick auf den vielfältigen ehrenamtlichen Einsatz der rund 40 jungen Preisträger forderte er als Vorstandsmitglied der Stiftung dazu auf, solch beispielhaftes Engagement in der öffentlichen Diskussion zu würdigen.

Wer Jugendliche kennt, die in herausragender Weise Eigeninitiative zum Wohle der Allgemeinheit zeigen, kann diese auch 2008 nominieren. Erneut stehen bis zu 20 000 Euro an Preisgeldern zur Verfügung. Auch Eigenbewerbungen sind möglich. Genauere Informationen gibt es im Internet unter www.ekvos.de.

Aktive Ruheständler erkunden die Opel-Welt



Foto: privat

Preisfrage: Was haben Hamburg, Warendorf, Saulheim, Gütersloh, Hameln und Bielefeld gemeinsam? Dort leben besonders aktive Opel-Rentner. Und die treffen sich bis heute immer noch regelmäßig, zuletzt in Eisenach. Die Ehemaligen, die zu aktiven Zeiten für die Vertriebsregion West gearbeitet hatten, schauten sich im Eisenacher Werk um, sahen sich die Stadt an, besuchten das dortige Automobilmuseum und natürlich die Wartburg. An zwei gemeinsamen Abenden blieb ausreichend Zeit, die vielen Eindrücke zu diskutieren – bei thüringischen Spezialitäten, versteht sich.

Ausstellungs-Stück

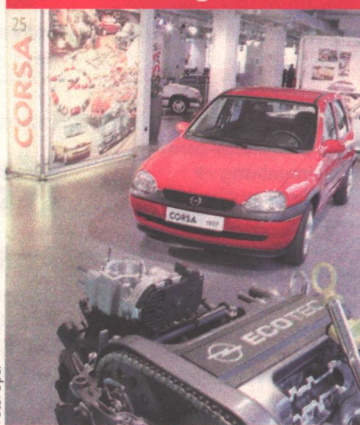


Foto: Opel

Zehn Millionen Käufer haben den Corsa und seine nahen Verwandten fast überall auf der Welt ins Herz geschlossen. Pünktlich zum Jubiläum ehrt Opel das Erfolgsmodell mit einer eigenen Ausstellung. Bild- und Texttafeln informieren über Design und Entwicklung, aber auch über legendär gewordene Werbespots. Außerdem werden mehrere Originale – vom Serienfahrzeug bis zur Studie – präsentiert. Die Ausstellung im Rüsselsheimer Opel Forum dauert bis zum 31. März und ist werktags von 7 Uhr bis 18.30 Uhr geöffnet. Von April bis August 2008 wird die Corsa-Schau bei Opel in Bochum gezeigt, danach in Eisenach.

Kleine Opel, große Auswahl

Jürgen Winnik hat bisher 600 Modellautos mit Blitz zusammengetragen

Rüsselsheim (es). Schon mal einen dreiachsigen Calibra gesehen oder einen Astra als Abschleppfahrzeug? In der Sammlung von Jürgen Winnik finden sich solche Eigenbauten. Allerdings nur im Maßstab 1:43. Seit 20 Jahren sammelt der Mitarbeiter aus dem Zentralmagazin des Werks Rüsselsheim Fahrzeugmodelle seines Arbeitgebers. Auf über 600 Exemplare ist der Bestand mittlerweile angewachsen.

Begonnen hat es mit den Opel, die er selber gerade fuhr: C-Kadett und Manta. Dann besuchte er Börsen und Messen, bot anderen Sammlern Tauschhandel an. So kam Winnik zu einigen echten Raritäten – etwa die Nachbildung eines Olympia, der als Einsatzfahrzeug für die Schweizer Straßenwacht unterwegs war. Dazu kommen DTM-Modelle, Sonderfahrzeuge wie Taxis – und bei Polizeiautos wird fein unterschieden, ob die jeweiligen Modelle in England, Holland oder Deutschland auf Verbrecherjagd gingen.

Gelegentlich zersägt Jürgen Winnik abends ein paar Modelle und fügt sie zu recht eigenwillig an-

mutenden Eigenbauten zusammen – mit miniaturnahem Geschick und viel Liebe zum Detail. Besonders Pickups haben es ihm angetan. So hat er unter anderem Omega-, Calibra- und Corsa-Modellen Ladeflächen angepasst. Varianten, die zwar in echt wohl eher bescheidene Marktchancen hätten, in der Winnik-Version aber einen optischen Reiz haben.

Auch bei den erwachsenen Modellen liebt der 47-Jährige das Besondere. In seiner Garage steht ein Senator 24 V und seine Frau fährt ein E-Kadett-Cabrio, das nach wie vor fast täglich im Einsatz ist. Möglich ist das nur dank regelmäßiger fachmännischer Wartung, für die sich Jürgen Winnik gerne die Zeit nimmt: „Ich bin nun mal ein Opel-Nostalgiker.“

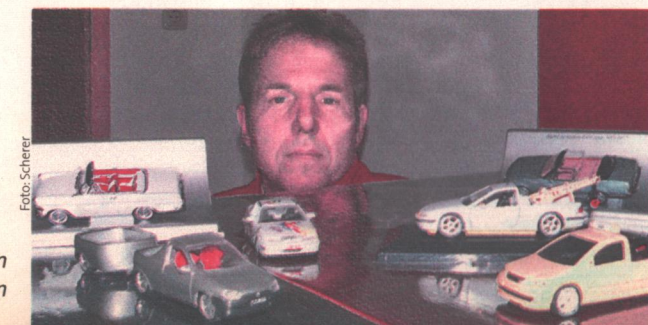


Foto: Scherer

Wir gratulieren

40 Jahre

Rüsselsheim

Januar
Ludwig Dechert
Paul Eckert
Josef Hammer
Harald Heucher
Werner Hundhammer

Bochum

Januar
Peter Brettschneider

25 Jahre

Rüsselsheim

Januar
Winfried Barth
Peter Wistuba

Bochum

Januar
Thomas Loosch

Wir gedenken

Rüsselsheim

Josip Sakic
geb. 15.3.1961
gest. 15.12.2007
Facility Management
Integrationsabteilung

Wer fährt mit?

Mainz-Ebersheim-Zornheim-Umgebung → Rüsselsheim, suche/biete Fahrgemeinschaft, Portal 60 oder Portal 8, Schicht A, Tel.: 06136/764509

Eppenhain-Ruppertshain/Fischbach (im Taunus) Eppstein → Rüsselsheim, suche/biete Fahrgemeinschaft, Gleitzeit, Tel.: 0177/2608292

Idstein/Ts. → Rüsselsheim, suche/biete Fahrgemeinschaft, auch nur 2 - 3 mal die Woche, 40 Std., Gleitzeit, 7.00-16.00 Uhr, N 23, Tel. 06126/56415

Prächtige Paraden

Gehörlose Modellbauerin aus Rüsselsheim sichert deutschem Team den WM-Titel

Rüsselsheim (es). Nicole Loeck ist von Geburt an hörbehindert. Was ihrer Sportbegeisterung nie einen Abbruch tat. Bis 2001 spielte die heute 26-Jährige recht erfolgreich Hockey, ehe sie sich entschloss, in ein spezielles Gehörlosenteam einzutreten. Hockeymannschaften für Menschen mit dieser speziellen Einschränkung gibt es jedoch nicht. Daher wechselte sie zum Fußball, zum Gehörlosen Sportverein Darmstadt. Dort spielt sie „Futsal“, eine Hallenfußballvariante, bei der fünf gegen fünf, auf Handballtore und ohne Bande gespielt wird.

Ende vergangenen Jahres feierte sie ihren größten Triumph: Sie stand bei der Gehörlosen-Weltmeisterschaft in Sofia im deutschen Tor. Nach einem Siegeszug bis ins Finale schlugen sie und ihr Team die russischen Damen in einem dramatischen Match 3:2.

Seither können die Kolleginnen und Kollegen im Rüsselsheimer Modellbau stolz sein, mit einer echten Weltmeisterin zusammenarbeiten zu dürfen. Einen großen Empfang hätten sie ihr zwar nicht bereitet, „aber herzlich gratuliert haben sie mir schon“, freut sich Nicole Loeck.

Ihr sportlicher Ehrgeiz ist mit dem Titel jedoch noch nicht gestillt. In diesem Sommer stehen in Griechenland die Gehörlosen-Weltmeisterschaften auf dem



Rück-Halt: Nicole Loeck trug bei der Gehörlosen-WM die Nr. 1

normalen Fußballfeld an. Da will Nicole Loeck wieder dabei sein – und natürlich gewinnen.

Weil sich das Nationalteam nur zu drei mehrtägigen Lehrgängen treffen kann, sucht sie jetzt einen „hörenden“ Verein, bei dem sie mittrainieren kann, um sich an die Abmessungen eines normalen Fußballtors und des Strafraums zu gewöhnen. Der müsste doch zu finden sein, oder?

Kassen-Zettel

Azubis engagieren sich für Kinder

Rüsselsheim/Bochum (jh). Die Azubis in Rüsselsheim und Bochum haben auf dem Weihnachtsmarkt ihrer Stadt wieder viele selbst gefertigte Artikel verkaufen können, spricht: Es kam wieder ordentlich Geld in die Kassen. Das spendet der Nachwuchs traditionell an soziale Einrichtungen. In Rüsselsheim erlösten die Azubis 6 500 Euro.

Einen symbolischen Scheck in dieser Höhe überreichte eine Abordnung der Auszubildenden der Kinderstation des Klinikums Rüsselsheim. Die Auszubildenden selbst hatten sich für die Klinik entschieden, um ihre Verbundenheit zur Stadt und ihren Einrichtungen auszudrücken. In Bochum investierten die Azubis den Reinerlös in eine hochwertige Spiellandschaft. Diese spendeten sie an den heilpädagogischen Kindergarten an der Hedwigstraße. Die Spiellandschaft kann von den Kindern selbstständig umgebaut werden und fördert so die Motorik und den Gleichgewichtssinn.



Bochum: Spende für Spiellandschaft in Kindergarten

Beiträge angepasst

Rüsselsheim (ot). Der Verwaltungsrat der BKK Aktiv hat beschlossen, den Beitragssatz zum 1. Januar 2008 auf 14,4 Prozent anzuheben. Massive Kostensteigerungen für ärztliche Behandlung und Arzneimittel sowie Leistungserweiterungen nach der letzten Gesundheitsreform machen eine Beitragssatzanpassung unumgänglich, teilte die BKK Aktiv mit. Auch andere Kassen haben bereits signalisiert, die Beiträge anzuheben.



Rüsselsheim: Scheck für die Kinderstation des Klinikums

Die Anzeige für Ihren Jahres- oder Gebrauchtwagen

Sie wollen Ihr Angebot in der Opel-Jahreswagenbörse veröffentlichen? Gute Idee! Der Service ist kostenlos und Sie erreichen potenzielle Käufer, die besonders an Opel-Fahrzeugen interessiert sind. Füllen Sie dieses Formular aus oder gehen Sie zum Aufgeben Ihrer Anzeige ins Internet. Online können Sie Ihr Fahrzeug mit einem ansprechenden Foto noch attraktiver darstellen und Ihre Angaben jederzeit ändern. Die Internet-Adresse für Ihren Jahres- oder Gebrauchtwagen: www.opel-mitarbeiterfahrzeuge.de

Fahrzeug

- | | | | |
|--|--|---|---|
| <input type="checkbox"/> Agila | <input type="checkbox"/> Astra TwinTop | <input type="checkbox"/> Signum | <input type="checkbox"/> Zafira |
| <input type="checkbox"/> Antara | <input type="checkbox"/> Corsa | <input type="checkbox"/> Tigra TwinTop | Anderes Opel-/GM- Modell:
<input type="text"/> |
| <input type="checkbox"/> Astra | <input type="checkbox"/> Combo | <input type="checkbox"/> Vectra | |
| <input type="checkbox"/> Astra Caravan | <input type="checkbox"/> Meriva | <input type="checkbox"/> Vectra Caravan | |
| | <input type="checkbox"/> Opel GT | <input type="checkbox"/> Vivaro | |

Basisdaten

Modellvariante (z.B. Edition, Cosmo)	Türen	Mögliche weitere Angaben <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/>
<input type="text"/>	<input type="text"/>	
Motorisierung (z.B. 1.2 16V, 1.7 CDTI)	Leistung (PS/kW)	
<input type="text"/>	<input type="text"/>	
Erstzulassung (Monat - Jahr)	Kraftstoff	
<input type="text"/>	<input type="text"/>	
Preis	Getriebe	
<input type="text"/>	<input type="text"/>	
km-Stand	Farbe	
<input type="text"/>	<input type="text"/>	

Extras

- | | | |
|---|--|---|
| <input type="checkbox"/> AFL / Bi-Xenon-Kurvenlicht | <input type="checkbox"/> Halogen-Nebelscheinwerfer | <input type="checkbox"/> Nichtraucherwagen |
| <input type="checkbox"/> Anhängerkupplung | <input type="checkbox"/> IDS Sportfahrwerk | <input type="checkbox"/> Niveauregulierung |
| <input type="checkbox"/> Anschluss-Garantie | <input type="checkbox"/> IDS Plus | <input type="checkbox"/> Parkpilot |
| <input type="checkbox"/> Berg-Anfahr-Assistent | <input type="checkbox"/> Klimaanlage | <input type="checkbox"/> Quickheat Heizsystem |
| <input type="checkbox"/> Bordcomputer | <input type="checkbox"/> Klimaautomatik | <input type="checkbox"/> Regensensor |
| <input type="checkbox"/> CD-Spieler | <input type="checkbox"/> Kopfairbag | <input type="checkbox"/> Reifendruck-Kontrollsystem |
| <input type="checkbox"/> Dachreling | <input type="checkbox"/> Lederausstattung | <input type="checkbox"/> Rücksitzbank geteilt |
| <input type="checkbox"/> elektrische Außenspiegel | <input type="checkbox"/> Lederlenkrad | <input type="checkbox"/> Schiebedach |
| <input type="checkbox"/> Flex-Fix-Trägersystem | <input type="checkbox"/> Lenkradfernbedienung | <input type="checkbox"/> Sitzbelegungserkennung |
| <input type="checkbox"/> FlexOrganizer | <input type="checkbox"/> Lenkrad-Höhen-Verstellung | <input type="checkbox"/> Sitzheizung |
| <input type="checkbox"/> Festpreis | <input type="checkbox"/> Leichtmetallfelgen | <input type="checkbox"/> Standheizung |
| <input type="checkbox"/> Garagenwagen | <input type="checkbox"/> Navigationssystem | <input type="checkbox"/> Vollw. Reserverad |
| <input type="checkbox"/> Geschwindigkeitsregler | | |

Kontaktdetails

Folgende Angaben (bis auf die Privattelefonnummer und private E-Mail-Adresse) werden nicht veröffentlicht:

Vorname	Name
<input type="text"/>	<input type="text"/>
Opel Stammnummer	<input type="text"/>
(PLZ) Ort	<input type="text"/>
*Privattelefonnummer (notwendig für die Veröffentlichung)	
<input type="text"/>	
*Private E-Mail-Adresse (falls vorhanden)	
<input type="text"/>	

Coupon per Deutsche Post AG an:

Anzeigenservice
Jahreswagen
Postfach 1503
65405 Rüsselsheim

*eines muss ausgefüllt sein

• Nur für Werksangehörige und Rentner • Erstzulassung und Privattelefonnummer unbedingt angeben • Leerkästchen zwischen den Wörtern • Ein Buchstabe /Zahl pro Kästchen • Anzeige bleibt 30 Tage im Internet • Fehlerhafte Anzeigen werden nicht zurückgesandt • Es besteht kein Rechtsanspruch auf Veröffentlichung • Jahres- und Gebrauchtwagen im Internet unter www.opel.de • Einen Anzeigenteil gibt es auch per Telefon 0180/ 500 27 91