

# Opel Post



Magazin für Mitarbeiter



## Wir leben Autos.

### Wir sind Opel. Und wir zeigen es!

Opel startet durch. Zeigen Sie als Mitarbeiter Flagge – für die beste deutsche Automarke<sup>1</sup>:

Sie geben Opel ein Gesicht – wir fotografieren Sie in Ihrem Werk.

Mit etwas Glück wird Ihr Foto für Poster und andere Werbemittel unserer Opel internen Aktion „Wir leben Autos.“ ausgewählt!

Unter allen Teilnehmern verlosen wir dreimal eine einmonatige Probefahrt mit dem neuen Opel Astra inkl. Tankkarte!<sup>2</sup>

| Fotetermine    |          |  |
|----------------|----------|--|
| Rüsselsheim    | 18.09.09 | im Anschluss an die Betriebsversammlung      |
|                | 21.09.09 | 10.30–13.30 Uhr in den Kantinen D10 und M2   |
|                | 23.09.09 | 10.30–13.30 Uhr in den Kantinen K171 und N50 |
| Eisenach       | 25.09.09 | im Anschluss an die Betriebsversammlung      |
| Kaiserslautern | 25.09.09 | im Anschluss an die Betriebsversammlung      |
| Bochum         | 28.09.09 | 10.00–14.00 Uhr im Betriebsrestaurant im D4  |

<sup>1</sup> AUTO BILD Qualitätsreport 2008, Heft 42, S. 37–49.

<sup>2</sup> Die Tankkarte ist an allen Standorten für die entsprechende Werkstanzstelle gültig.



Wir leben Autos.

Um Ihr Foto veröffentlichen zu dürfen, benötigen wir einige Angaben. Bitte füllen Sie die Felder in Druckbuchstaben aus, und bringen Sie den Abschnitt zu Ihrem Fototermin mit:

Name \_\_\_\_\_  
 Vorname \_\_\_\_\_  
 Stammmummer \_\_\_\_\_  
 Werk \_\_\_\_\_  
 Bildnummer (wird vom Fotografen ausgefüllt) \_\_\_\_\_

Ich bin damit einverstanden, meine Stammmummer als persönliches Login für die passwortgeschützte Internetseite zu nutzen.

Mit der Nutzung meines Fotos durch die Adam Opel GmbH für interne Marketingzwecke (z. B. Poster, Intranet und andere Werbemittel) bin ich einverstanden.

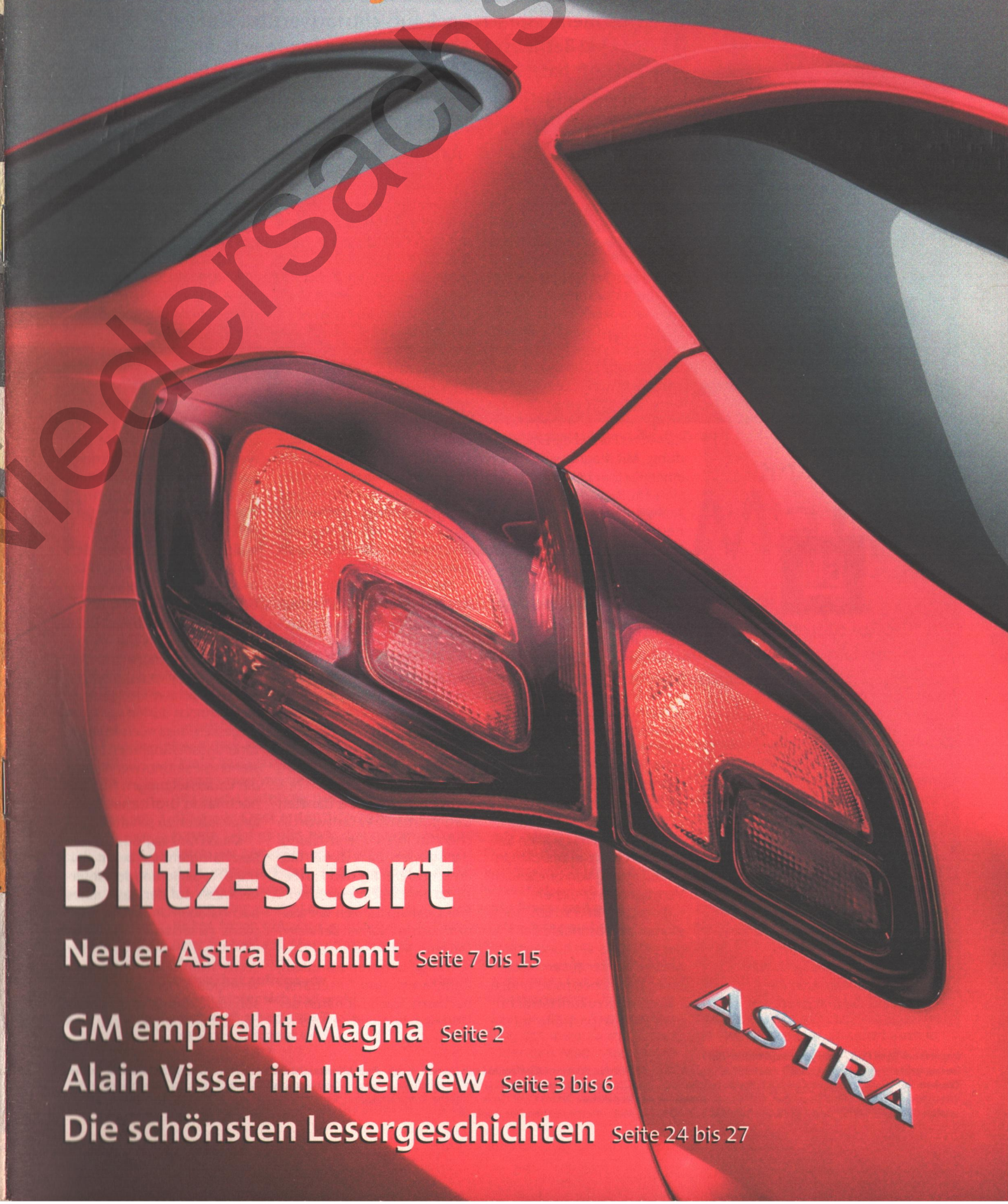
Ort, Datum \_\_\_\_\_ Unterschrift \_\_\_\_\_

### Gewinnen mit Opel.

Unter allen Teilnehmern verlosen wir dreimal eine einmonatige Probefahrt mit dem neuen Opel Astra inkl. Tankkarte!<sup>2</sup>

<sup>2</sup> Die Tankkarte ist an allen Standorten für die entsprechende Werkstanzstelle gültig.

Teilnahmeberechtigt sind alle Mitarbeiter der Adam Opel GmbH, der Opel Eisenach GmbH, der General Motors Powertrain-Germany GmbH, der Opel Live GmbH, der Opel Special Vehicles GmbH, der GM Europe GmbH sowie alle ehemaligen Mitarbeiter der Adam Opel GmbH bei der Dussmann AG & Co. KGaA, Pitney Bowes Management Services Deutschland GmbH, Caterpillar Logistics Supply Chain Services GmbH und Arinso People Services GmbH, die das 18. Lebensjahr vollendet haben und eine gültige Fahrerlaubnis der Klasse B besitzen. Eine Barauszahlung der Gewinne ist nicht möglich. Der Rechtsweg ist ausgeschlossen.



# Blitz-Start

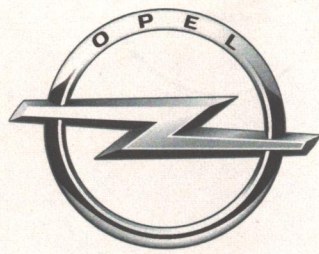
Neuer Astra kommt Seite 7 bis 15

GM empfiehlt Magna Seite 2

Alain Visser im Interview Seite 3 bis 6

Die schönsten Lesergeschichten Seite 24 bis 27

# ASTRA



Wir leben Autos.

# Neue Partner

Von einem „Meilenstein für eine vielversprechende Zukunft unseres Unternehmens“, sprach Opel-Aufsichtsratsvorsitzender Carl-Peter Forster. Und Betriebsratschef Klaus Franz freute sich, dass „Opel nun eine Zukunft hat.“ Anlass beider Reaktionen: Die Entscheidung des GM-Verwaltungsrats, das Angebot der kanadisch-österreichischen Magna International Inc. als neuen Investor und Mehrheitseigner von Opel zu empfehlen.

Berlin/Rüsselsheim (jh). Die Empfehlung des GM-Verwaltungsrates wurde auch durch die von GM-Managern und deutschen Regierungsvertretern paritätisch besetzte Opel-Treuhandgesellschaft unterstützt. „Wir freuen uns, dass diese Lösung nach intensiven Gesprächen gefunden werden konnte und blicken der Zusammenarbeit zuversichtlich entgegen“, kommentierte Carl-Peter Forster die Entscheidung. „Mit Magna würden wir einen Partner bekommen, der sich im Autogeschäft auskennt und der unserem Unternehmen hervorragende Zukunftsaussichten bietet. Insbesondere durch die Verbindung mit den russischen Partnern GAZ und Sberbank ergeben sich neue Chancen auf den Märkten Osteuropas.“

Magna-Chef Siegfried Wolf betonte: „Zusammen mit General Motors, den Opel-Beschäftigten und den Opel-Händlern werden wir jetzt hart arbeiten, um Opel in eine erfolgreiche Zukunft zu führen.“ Bis zur endgültigen Umsetzung dieser Lösung bedarf es allerdings noch erheblicher Anstrengungen von allen Seiten, zum Beispiel um die Unterzeichnung von bindenden Verträgen zu erreichen.

Forster unterstrich noch einmal die besondere Rolle, in der sich Opel als hundertprozentige Tochter des amerikanischen GM-Konzerns befunden habe: Trotz zukunftssträchtigen Produktportfolios sei die

Traditionsmarke aufgrund der Insolvenz des Mutterkonzerns auf Unterstützung angewiesen. „Wir wissen, dass dies ein besonderer und sehr komplexer Fall war. Wir werden uns der Unterstützung würdig erweisen und die Brückenfinanzierung ebenso wie mögliche Bürgschaften nach einem definierten Plan zurückzahlen.“

Mit dabei die Tatsache, dass die deutschen Kunden in dieser kritischen Phase Opel die Treue hielten und die Marke ihre Verkäufe im ersten Halbjahr um fast 30 Prozent steigern konnte. Mit einem Marktanteil von 8,7 Prozent festigte Opel seinen Rang als zweitstärkste Marke.

Nach dem großen Erfolg des Insignia, von dem innerhalb eines Jahres bereits 150 000 Fahrzeuge geordert wurden, steht zur IAA in Frankfurt die Markteinführung des neuen Astra bevor, auf dem ebenfalls hohe Erwartungen ruhen. Der Nachfolger des Meriva, Europas erfolgreichster kompakter Minivan, kommt dann 2010.

Forster und Franz dankten den politisch Verantwortlichen für ihre Unterstützung: „Wir wissen, dass diese Hilfe entscheidend für den Fortbestand unseres Unternehmens war. Deshalb danken wir ausdrücklich im Namen der vielen tausend Mitarbeiter bei Opel sowie bei unseren Händlern, Zulieferern und Geschäftspartnern. Nach Monaten der Ungewissheit gibt es jetzt die

ne Zukunftsperspektive. Es ist eine Perspektive, die wir nutzen werden.“

Aufsichtsratschef Forster machte deutlich, dass die weltweite technologische Verbindung mit GM bestehen bleibt. Die Zusammenarbeit habe sich bewährt und sichere dem Unternehmen dank großer Stückzahlen und gemeinsamer Ressourcen wichtige Skaleneffekte. So werde Opel weiterhin Strukturen wie den weltweiten Einkauf gemeinsam mit GM nutzen. Fahrzeuge wie den Ampera könne man nur gemeinsam zur Serienreife bringen.

Bei aller Freude über den nun vorgesehenen Weg müsse man, so Forster, aber realistisch bleiben. „Wir sind zuversichtlich, denn wir haben nicht nur die richtigen Fahrzeuge, sondern auch engagierte Mitarbeiter, die alles daran setzen werden, Opel zum Erfolg zu führen. Dennoch dürfen wir nicht vergessen, dass noch Restrukturierungsmaßnahmen bevorstehen. Sie sind notwendig, um die Voraussetzungen für eine nachhaltig profitable Opel-Organisation zu schaffen.“

Klaus Franz sagte dazu: „Die Beschäftigten sind bereit, Beiträge zur Sanierung des Unternehmens auf der Basis eines nachhaltigen Unternehmensplans zu leisten.“ Aus Sicht der Arbeitnehmervertreter seien Standortschließungen vermeidbar. Der geplante Personalabbau müsse im Detail geprüft werden, so Franz. ■



Kraftvoll zupacken: Alain Visser ist für die Zukunft von Opel weiterhin sehr optimistisch

## Neustart einer Marke

Mit der Wirtschaftskrise sind die Absatzzahlen aller Automobilhersteller massiv in den Keller gegangen. Jetzt startete mit der IAA in Frankfurt die weltgrößte Automesse. Ein Hoffnungsschimmer? Für Opel allemal, sagt Alain Visser. Wir sprachen mit ihm über den neuen Astra und den überarbeiteten Unternehmensauftritt.

Rüsselsheim (jh). Die Zahlen sind alles andere als gut – das gilt auch für Opel. Die Zulassungen sind in ganz Europa mächtig gesunken. Aber es gibt auch Lichtblicke. In Deutschland etwa, wo Opel ordentlich zulegen konnte. Und es gibt bald den neuen Astra, der gerade in Frankfurt seine Weltpremiere feiert. Was das alles für Opel bedeutet? Wir sprachen mit einem, der es wissen muss. Alain Visser, frisch gebackener Vizepräsident für Verkauf, Marketing und Aftersales in Europa.

**Opel hat aufregende Zeiten hinter sich und wohl auch noch eine ganze Weile vor sich – wie geht es der Marke zurzeit?**

Wir sind über eine sehr lange Zeit fast täglich in den Schlagzeilen und sehr oft ging es dabei um die Zukunft

von Opel. Wer so regelmäßig so grundlegend in Frage gestellt wird, müsste eigentlich furchtbar schlechte Imagewerte haben. Aber das Gegenteil ist der Fall. Bei den Imagewerten sehen wir deutlich positive Trends, vor allem im deutschen Markt. Das freut uns sehr und das hatten wir eigentlich so auch nicht wirklich erwartet.

**Schlechte Presse und gute Imagewerte – wie passt das zusammen?**

Das funktioniert nur, weil die Kunden deutlich zu trennen wissen zwischen der Produktstrategie von Opel und der unternehmerischen Situation. Der große Erfolg des Insignia mit seiner überwältigenden Medienresonanz und der Wahl zum „Auto des Jahres“ hat der Marke insgesamt enorm geholfen.

**Wie passt die aktuelle Lage zum Markenauftritt von Opel?**

Wir haben uns natürlich gründlich überlegt, was wir machen, wenn wir mit dem neuen Astra starten und wenn die lange Zeit mit den großen Fragezeichen vorbei ist, wenn wir als Unternehmen und als Marke insgesamt neu durchstarten. Mit dem Astra setzen wir fort, was wir mit dem Insignia begonnen haben – auch in der Kommunikation. Unser neuer Blitz mit dem integrierten Opel-Schriftzug findet sich auch beim Astra am Grill. Er gefiel uns so gut, dass wir gesagt haben: Den brauchen wir auch fürs Unternehmen. Deshalb verwenden wir diesen Blitz ab sofort auch in unserem Unternehmensauftritt und koppeln das Ganze noch mit einem neuen Slogan: Wir leben Autos.

weiter auf Seite 4 ▶

MAGNA



Established in 1841

SBERBANK



Nachdem der GM-Verwaltungsrat und die Opel-Treuhand grünes Licht gegeben haben, werden Magna/Sberbank und General Motors in Kürze in die Detailverhandlungen über die Opel-Zukunft einsteigen.

Impressum Opel Post – Ausgabe September 2009

Herausgeber: Adam Opel GmbH, Interne Kommunikation, 65423 Rüsselsheim. Chefredakteur: Jürgen Hepp. Redaktionsassistentin: Irene Nowotny. Mitarbeiter in den Werken: Rüsselsheim: Rainer Rohrbach. Bochum: Johannes Schmitz. Kaiserslautern: Nadja Henkel. Eisenach: Karin Lorenz. 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.

### Wie kamen Sie auf „Wir leben Autos“?

Wir haben in den letzten Monaten wohl an die 200 Ideen getestet, aber keine ging uns direkt ins Blut. Bis uns dann die zündende Idee kam und wir sagten: Ja, genau das ist es, da ist alles drin. Die deutschen Wurzeln der Marke kommen ebenso zum Ausdruck wie die Begeisterung und die positive Einstellung, die unsere Mitarbeiter und Händler miteinander teilen. Im Vergleich zu einem „Wir bauen Autos“ versprüht „Wir leben Autos“ außerdem viel mehr Energie und Leidenschaft. Der Claim passt hundertprozentig, er passt zur Markenpositionierung, er ist kurz und prägnant und es ist ein deutscher Claim, der zeigt: Wir sind ein internationales Unternehmen mit deutschen Wurzeln. Das alles wollten wir ausdrücken und das alles vereint sich perfekt in diesem einen Satz: „Wir leben Autos“.

### Das „Entdecke Opel“ ist weder besonders alt noch überholt: Wozu brauchen wir denn jetzt einen neuen Claim?

Ich bin ein großer Verfechter der Meinung, dass man nicht alle Augenblicke seinen Markenclaim ändern darf. Und: Ja, stimmt, an dem „Entdecke Opel“ ist nichts falsch. Obwohl mir von Anfang an bewusst war, dass er nicht die strategische Stärke besitzt, um zehn Jahre mit ihm zu arbeiten. Wir entwickeln uns weiter, wie unsere Fahrzeuge auch. Mit dem Insignia haben wir eine neue Design- und Produktsprache eingeläutet, das wollen wir jetzt konsequent in den anderen Bereichen fortsetzen. Und wir haben mit „Wir leben Autos“ jetzt einen Claim, der ganz wunderbar alles das zusammenfasst, wofür Opel steht: Stolz, Leidenschaft, Technikkompetenz – das ist alles drin.

### Der neue Markenauftritt gilt europaweit und in allen Sprachen?

Wir werden diesen Claim in ganz Europa auf Deutsch benutzen.

### Kann das funktionieren?

Wir haben das getestet und sehr positive Resonanz aus den Märkten bekommen. Natürlich wird es einen gewissen Prozentsatz an Menschen geben, die den Claim nicht verstehen werden, aber allein die Tatsache, dass es ein deutschsprachiger Claim ist, ist natürlich schon ein Statement über und für die Marke. Wir bekennen uns zu unseren Wurzeln, lautet die Botschaft. Und die wird ankommen, davon bin ich überzeugt.

### Schadet so ein Wechsel des öffentlichen Auftritts nicht mehr als er nützt?

Gewiss nicht. Der Bekanntheit der Marke wird das keinen Abbruch tun, und uns gibt es die Gelegenheit, ein wenig moderner und pointierter aufzutreten. Wir werden beispielsweise in allen unseren

Auftritten in Werbung und Marketing den neuen Blitz deutlich größer positionieren als bisher. Zusammen mit dem Slogan demonstriert der neue Blitz so das Selbstbewusstsein und den Stolz der Marke und seiner Mitarbeiter.

### Als eine Art inoffizieller Slogan der letzten Monate kann wohl „Wir sind Opel“ gelten. Das fand bei der Neupositionierung keinen Widerhall. Warum nicht?

Wir haben schon seit Anfang des Jahres eine sehr starke Sympathiewelle in der deutschen Öffentlichkeit verzeichnen können. Trotz aller Schwierigkeiten, und aller negativen Schlagzeilen hielten die Leute zu uns, weil wir ein Bestandteil der öffentlichen Kultur sind, weil wir eine Volks-Marke sind. Und als wir uns noch überlegt haben, wie wir diese Sympathiewelle für uns nutzen können, da entstand als eine Initiative von unten sozusagen, aus Kreisen der Mitarbeiter und der Fanclubs das „Wir sind Opel“ – eine sensationelle Geschichte. Wir haben das unterstützt, wo immer wir konnten.

### Aber nicht öffentlich?

Doch sicher, wir haben T-Shirts machen lassen und vieles mehr. Es hat uns schon ein wenig überrascht, mit welcher Wucht

diese Mitarbeiterinitiative voranging und Anerkennung fand. Fast hätte sie ja das Potenzial für einen neuen Claim gehabt. Das hat uns sehr stolz gemacht. Aber diese sehr emotionale Bewegung ist vor allem nach innen gerichtet, sie taugt nicht so sehr für die Kundenansprache. Mit „Wir sind Opel“ überzeugen sie keinen Fahrer einer anderen Marke. Mit starken Produkten wie dem Insignia und dem neuen Astra und einem selbstbewussten „Wir leben Autos“ stehen wir auf dem Markt dann doch ganz anders da.

### Es ist Messezeit und für Opel steht die IAA ganz im Zeichen des neuen Astra. Von diesem Modell hängt für uns alle unglaublich viel ab. Sind wir gewappnet für den harten Konkurrenzkampf in der Kompaktklasse?

Absolut. Auch wenn es etwas komisch klingen mag, aber der Insignia war für uns der Test. Er war der erste Opel mit neuer Produkt- und Designphilosophie, das neue Gesicht von Opel. Und wir wussten, dass er der Schlüssel sein würde für den Erfolg des Astra. Denn der Astra wird die zweite Umsetzung dieser neuen Philosophie sein. Der Insignia liegt weit über unseren Erwartungen und das lässt uns für den Astra sehr



Fotos (2): Liebschner

Sind wir Opel oder leben wir Autos? Beides natürlich, sagt Alain Visser

zuversichtlich in die Zukunft blicken. Was auch dringend notwendig ist, denn machen wir uns nichts vor: Für unsere Zukunft brauchen wir den Astra, er ist nach wie vor das Rückgrat der Marke. Vom Insignia wollen wir 150 000 Einheiten pro Jahr verkaufen, vom Astra immerhin 500 000.

### Welches waren die wichtigsten Entwicklungs- und Designthemen im Lastenheft des neuen Astra?

Wir sind mit dem Insignia schon viel emotionaler geworden und mit dem Astra werden wir beim Thema Emotion noch einmal deutlich Gas geben. Ich denke, wir haben hier ein sehr gutes Allroundkonzept. Wir haben deutliche Fortschritte erzielt im Design, in den Innenräumen und bei der Ausstattung. In punkto Motorisierung und CO<sub>2</sub>-Werte sind wir auf einem sehr guten Weg. Zudem wird der neue Astra ein sehr gutes Preis-Leistungs-Verhältnis haben. Vielleicht noch eine kleine Anekdote am Rande. Ich erinnere mich noch, wie ich ganz am Anfang mit Mark Adams gesprochen habe. Wir waren uns einig, dass der neue Fünftürer mindestens so sportlich aussehen sollte wie der jetzige Dreitürer. Kürzlich haben wir im Designstudio beide nebeneinander gesehen. Der Dreitürer ist noch immer ein sehr sportliches, gut aussehendes Coupé, das sich auch noch gut verkauft, aber der neue Fünftürer ist das deutlich sportlichere und elegantere Modell.

### Wenn ein Freund Sie fragen würde, warum er sich einen Astra statt eines Golf kaufen sollte, was würden Sie ihm antworten?

In der Marktpositionierung unterscheiden wir uns mehr als je zuvor vom Golf. Der Golf ist das rationale Produkt, sehr solide und wertbeständig. Alles das wird der Astra auch sein, dabei aber deutlich emotionaler. Ich würde ihm also sagen: Im Astra findest du alles, was der Golf hat in punkto Qualität, Technologie und Ausstattung, aber du hast mit dem Astra ein viel moderneres Auto, ein viel eleganteres Design. Du hast alle Vorteile vom Golf, aber wir bieten dir viel mehr Emotion.

### Wir beschreiben den neuen Astra gern als kleinen Insignia. Gab es Überlegungen, dem Astra auch einen neuen Namen zu geben?

Ja, aber das war eine sehr kurze Diskussion. Bei Vectra und Insignia war die Sache doch deutlich anders, dort wollten wir das Auto ganz anders positionieren. Beim Astra wollen wir das Auto ganz anders gestalten, aber nicht neu positionieren. Der Astra ist und bleibt ein ganz starkes Zugpferd der Kompaktklasse. Trotz seines Alters ist die aktuelle Version in Europa immer noch die Nummer drei, das ist ein ausgezeichnetes Ergebnis. Wir brauchen also keinen neuen Namen, sondern ein neues, modernes Auto – und das kommt jetzt.

### Wir starten in Kürze mit der fünftürigen Limousine in den

### Markt. Warum kommt nicht die wahrscheinlich deutlich häufiger nachgefragte Kombi-Variante zuerst?

In Deutschland ist es tatsächlich das Kombi-Modell, das deutlich häufiger gekauft wird – sowohl beim Insignia als auch beim Astra. In Europa jedoch ist der Fünftürer die mit Abstand gefragteste Variante, vor dem Kombi und dem Dreitürer.

### Welchen Modell-Mix erwarten wir für die Zukunft?

In Europa rechnen wir mit ungefähr 15 Prozent Dreitürer, rund 25 Prozent Kombi und 60 Prozent Fünftürer. In Deutschland sieht das ganz anders aus, hier erwarten wir 65 bis 70 Prozent Kombi, auch ungefähr 15 Prozent Dreitürer und ungefähr noch mal so viel fünftürige Limousinen.

### Welches sind die wichtigsten Märkte für den Astra?

Eindeutig Deutschland und England. Zusammen machen sie den Bärenanteil in Europa aus. Kommt der Astra hier gut an, dann haben wir es geschafft.

### Wie wird der Astra beworben. Können Sie uns schon Details der Kampagne verraten?

Wir sind mitten in der Vorbereitung und ich kann jetzt schon so viel sagen, dass wir hier einen dem Fahrzeug gebührenden Auftritt haben werden. Mit dem Insignia haben wir in der Werbung bewusst auf den Premiumaspekt gesetzt und das so weit ausgereizt, wie es die Marke Opel hergibt. Beim Astra werden wir natürlich viel mehr in die Breite und zum großen Publikum gehen, werden viel weniger Premium kommunizieren, aber trotzdem sehr hochwertig sein. Das Hauptthema des Astra-Auftritts ist Energie und das spielen wir sehr emotional durch alle Bereiche.

### Wann wird es losgehen?

Hier in Deutschland im November, in vielen anderen Märkten erst Anfang 2010, weil das Auto dort erst später eingeführt wird.

### Wird es nennenswerte regionale Unterschiede geben oder wird das eine europäische Kampagne?

Es wird ganz klar eine europäische Kampagne geben. Wir sind dabei, das Geschäft operativ insgesamt immer mehr in die Verantwortung der Länder zu geben, aber alles, was die Marke betrifft, werden wir

weiter auf Seite 6 ▶

## Steckbrief Alain Visser

**Titel:** Alain Visser wurde zum 1. September 2009 in Erweiterung seiner Verantwortung als GM Europa Vizepräsident Opel zum GME Vizepräsident Verkauf, Marketing und Aftersales für die Marken Opel und Vauxhall ernannt.

**Tätigkeit:** Als Verantwortlicher für die Marken Opel und Vauxhall ist er zuständig für deren Ausbau in Europa. Als Mitglied der Opel-Geschäftsführung leitet er nicht nur die europäischen Marketingaktivitäten von Opel/Vauxhall, sondern auch den europäischen Vertrieb.

**Herkunft:** Visser wurde am 24. September 1963 in Antwerpen, Belgien, geboren.

**Ausbildung:** Sein erstes Studium schloss er als diplomierter Übersetzer 1985 an der Universität Antwerpen ab. Insgesamt spricht Visser sechs Sprachen. Seinen Master of Business Administration (MBA) erhielt er 1999 an der Duke Universität in North Carolina (USA).

**Laufbahn:** Visser begann seine berufliche Laufbahn 1987 bei Ford Belgium. Von 1991 bis 2003 absolvierte er eine internationale Karriere bis zur Position des Managing Directors von Ford Benelux.



### Laufbahn bei Opel:

- Januar 2004 Exekutiv Direktor für Verkaufsentwicklungsprojekte
  - Juni 2004 Vorstand der Adam Opel AG mit Verantwortung für die europäischen Marketing-Aktivitäten der Marken Opel und Vauxhall
  - Dezember 2005 Mitglied der Geschäftsleitung der Adam Opel GmbH
  - Oktober 2007 Chief Marketing Officer von GME
  - März 2009 GM Europa Vizepräsident Opel
- Familienstand:** Alain Visser ist verheiratet und hat zwei Kinder.
- Erstes Auto:** Ford Escort XR3i Cabrio
- Lieblingsauto:** Aston Martin DB 9
- „Einsame Insel“:** Auf die Frage, was er in die Abgeschiedenheit mitnehmen würde, antwortet Alain Visser: „Meine Frau, meine Kinder und einen iPod“. Und wie er am liebsten dahin käme. „Mit einem neuen Astra natürlich!“

noch weiter zentral lenken. Auch wenn es nicht überall besonders populär sein mag, aber mein Leitspruch lautet: Gutes Marketing ist keine Frage von Basisdemokratie.

**Aber es gibt doch durchaus kulturelle Unterschiede innerhalb Europas. Müssen die nicht berücksichtigt werden?**

Keine Frage, die gibt es. Aber die sind geringer als die Unterschiede zwischen den Menschen, die diese Unterschiede repräsentieren, das ist meine Erfahrung. Ein Beispiel: Vauxhall hat in England jahrelang eigene Werbung gemacht und alle Welt sagte, das geht auch gar nicht anders. Seit zwei Jahren gibt es dort keinen Sonderweg mehr – und es funktioniert, gut sogar.

**Wie wollen Sie die Mitarbeiter zu Astra-Botschaftern machen? Wird es besondere Angebote für Mitarbeiter geben?**

Zunächst einmal werden wir die Mitarbeiter über den neuen Markenauftritt umfassend informieren. Jede Mitarbeiterin und jeder Mitarbeiter wird ein Informationspaket von uns geschickt bekommen, in dem wir den neuen Markenauftritt erklären und sagen, was wir vorhaben und wohin wir mit ihr und ihm gehen wollen. Dann werden wir jede erdenkliche Möglichkeit nutzen, der Belegschaft den neuen Astra zu zeigen und zu erklären. Da wird einiges passieren, gerade auch intern, lassen Sie sich überraschen.

**Der Astra ist enorm wichtig, aber auch nicht alles. Was machen die anderen Modellreihen?**

Wir hatten 2008 und 2009 wenig neue Produkte, das war uns bewusst. Das wichtigste Modell war der Insignia, aber der macht nur zehn Prozent vom gesamten Volumen aus, damit allein können sie eine

Marke nicht aufblühen lassen. Nun geht es allerdings richtig los: Wir beginnen beim Astra jetzt mit dem Fünftürer, dann kommen Movano und Meriva und weitere Astra-Varianten. Und wenn Sie diese neuen Modelle im Design bei Mark Adams alle sehen könnten, dann wüssten Sie: Hier entsteht eine neue Marke. Eine Erfahrung übrigens, die auch die potenziellen Investoren gemacht haben. Alle, denen wir diese Modelle gezeigt haben, haben erkannt, dass das Ausdruck einer neuen Marke ist, die sich viel moderner und viel mutiger positioniert.

**Das ist aber noch Zukunft. Wo stehen wir zurzeit?**

Europäisch betrachtet geht es uns – wie den meisten anderen Herstellern – alles andere als gut. Die Wirtschaftskrise hat der gesamten Automobilindustrie schwere Einschnitte beschert. In Deutschland sieht das dank der Umweltprämie deutlich besser aus. Hier haben wir dank der erwähnten Sympathiewelle im ersten Halbjahr sogar mehr zulegen können als der Markt. Während die Auftragseingänge insgesamt um 25 Prozent gestiegen sind, kamen wir auf ein Plus von 40 Prozent. Das freut uns natürlich sehr, hilft aber nicht, die Einbrüche in Europa auszugleichen. Deshalb noch einmal: Wenn Astra und Meriva auf dem Markt sind und wir diese Modelle mit dem Insignia zusammen betrachten, dann ist vom Volumen

her ungefähr die Hälfte unserer Fahrzeuge neu. Dass nimmt der Kunde schon deutlich wahr. Und das wird uns helfen, wenn sich die wirtschaftliche Lage bessert, und die Leute endlich wieder mehr Autos kaufen.

**Die Umweltprämie hat uns in Deutschland nachweislich sehr gut getan. Es gibt aber Kritiker, die prophezeien, dass nach Ablauf der Förderung der Rückgang umso dramatischer ausfällt, weil niemand mehr Autos kaufen wird?**

Ganz klar werden wir einen Auftragsrückgang erleben, das brauchen wir überhaupt nicht diskutieren. Aber es gibt zwei Gründe, die mich glauben lassen, dass dieser Rückgang nicht so dramatisch ausfallen wird, wie von vielen befürchtet. Es gibt sehr viele Kunden, die den Kauf eines neuen Autos lange vor sich her geschoben haben. Die wirtschaftliche Situation war nicht rosig, die CO<sub>2</sub>-Besteuerung lange ein Thema, das hat die Leute verunsichert und zögern lassen. Und dann gab es grünes Licht für die 2.500 Euro Prämie, da haben viele zugeschlagen. Das heißt: Hier haben weniger Leute als befürchtet ihren Autokauf vorgezogen, sondern viele haben ihre aufgeschobene Entscheidung jetzt erst umgesetzt.

**Und zweitens?**

Wir sehen auch, dass viele der Käufer keine klassischen Neuwagenkäufer sind. Die hätten sich normalerweise einen Gebrauchtwagen gekauft, sind jetzt mit der Prämie aber umgeschwenkt und haben sich einen kleinen Neuwagen zugelegt, weil sie zum Gebrauchtwagenpreis einen Neuwagen bekommen haben. Deshalb wird es nach dem Auslaufen der Prämie sicher einen Rückgang geben, aber keinen so dramatischen. Was uns außerdem helfen sollte, ist, dass wir jetzt, zum Ende der Abwrackprämie, mit wirklich neuen und tollen Modellen wie Astra und Meriva auf den Markt kommen. Die werden auch ohne staatlichen Kaufanreiz ihre Käufer finden.



Nachgefragt: Alain Visser mit Chefredakteur Jürgen Hepp



„Wir leben Autos“ heißt der neue Slogan von Opel. Zusammen mit dem neuen Blitz, der jetzt den Firmennamen integriert, tritt Opel damit künftig deutlich emotionaler am Markt auf. Ein umfassendes Informationspaket über den neuen Opel-Auftritt – Alain Visser präsentiert uns hier Teile davon – wird in Kürze allen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern zur Verfügung gestellt.

# Der neue Astra kommt: Gewinnen Sie eine Testfahrt

Rüsselsheim (jh). Seit dem Start der ersten Kadett-Generation im Jahr 1936 prägen Opel-Modelle die automobilen Kompaktklasse. Mit durchschnittlich knapp 500 000 Einheiten pro Jahr belegte der Astra in diesem Segment europaweit schon immer einen Podiumsplatz. Dabei beläuft sich der Anteil der Kompaktklasse am Gesamtmarkt auf 27 Prozent. Bei Opel entfällt gut ein Drittel des Verkaufsvolumens auf den Astra.

Jetzt steht der neue Astra in den Startlöchern: Auf der IAA feiert er dieser Tage Weltpremiere, noch im September und Oktober wird er der internationalen Presse im Detail vorgestellt und Ende des Jahres kommt er in Deutschland zu den Händlern und damit auf die Straße.

Der Neuling wird die Kompaktklasse um viele Komfort- und Sicherheitseinrichtungen bereichern, die der Insignia in die Mittelklasse einführt.

Auf Wunsch bietet er für die Klasse einzigartige Technologien wie das komplett neue mechatronische Fahrwerk, die jüngste Generation des Adaptiven Fahrlichts, die Frontkamera mit Verkehrschilderkennung und Spurhalteassistent oder den mit dem AGR-Gütesiegel ausgezeichneten Ergonomiesitz.

All dies zeigen wir Ihnen auf den nächsten Seiten ausführlich. Doch zunächst wol-

len wir Ihnen noch ein anderes Angebot machen: Hätten Sie Lust einen Astra Probe zu fahren? Wir bieten Ihnen in Zusammenarbeit mit dem Verkauf an Mitarbeiter zehn Wochenend-Probefahrten mit dem neuen Erfolgsmodell (je nach Produktverfügbarkeit im Frühjahr 2010). Interesse? Dann beantworten Sie uns folgende drei Fragen zur neuen Kompaktklasse im Zeichen des Blitzes:

**1** Das Motorenangebot beim neuen Astra umfasst insgesamt acht Triebwerke mit einem Leistungsspektrum von  
 a) 95 PS bis 180 PS  
 b) 60 PS bis 220 PS  
 c) 75 PS bis 160 PS

**2** Der Astra-Anlaufmanager in Ellesmere Port heißt  
 a) Daniel Pain  
 b) David Lane  
 c) Dennis Rain

**3** Der Astra bekommt einen überarbeiteten Blitz an den Bug. Neu daran:  
 a) er ist doppelt so groß wie bisher  
 b) der Schriftzug „Opel“ ist in den Blitz integriert  
 c) er wird künftig in Wagenfarbe lackiert

Die richtige Antwort zu finden, ist für Opel Post-Leser gar nicht schwer – sie sind nämlich allesamt Teil der Berichterstattung dieser Ausgabe. Wer glaubt, die richtigen Lösungen parat zu haben, schreibt diese 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 2. Oktober 2009.**  
 Alle diejenigen, die zwar die richtigen Antworten wussten, aber partout kein Losglück hatten, müssen sich nicht grämen. Unter allen richtigen Antworten verlosen wir 25 ebenso informative wie hochwertige Bücher (in-

klusive CD) über die Opel Kompaktklasse. Mitmachen lohnt sich also.

Die Gewinner werden von uns ausgelost und schriftlich benachrichtigt. Der Rechtsweg ist ausgeschlossen.



Ein echter Sportsmann: Schon der Fünftürer wirkt wie ein Topathlet

Bella figura: Mit dem Astra ist man in jeder Metropole perfekt gekleidet

## Chic dank guter Gene

Astra setzt neue Formensprache konsequent fort

Rüsselsheim (ot). Der Astra bringt einen neuen Look in die Kompaktklasse: Die Designer haben die mehrfach ausgezeichnete Formensprache der Marke für die Anforderungen dieses Segments neu interpretiert: Starke, sportliche Linien in Kombination mit eleganten Oberflächen sowie eine Variation des Pfeil- und Sichel-Motivs aus dem Topmodell Insignia machen den Astra klar als Opel erkennbar und gleichzeitig unverwechselbar.

„Wir haben das Werk fortgesetzt, das wir mit dem Insignia begonnen haben“, sagt Design-Chef Mark Adams. „Beim Astra haben wir unserer Designsprache einen frischen Ausdruck gegeben. Man kann sich die beiden Autos als Teile einer Familie vorstellen. Sie besitzen zwar dieselben Gene, sind aber eigenständige Persönlichkeiten mit individuellem Charakter.“

Die Linienführung der neuen Astra-Generation wirkt schnell und geschwungen, verleiht dem Auto so seinen sportlichen Look. Die Silhouette ist durch die weit nach vorn gezogene, flache Windschutzscheibe und die nach hinten abfallende Dachlinie gekennzeichnet. Die stark

geneigten A-Säulen gehen in die flache Motorhaube über, die in die schmalen Klarglas-Scheinwerfer mündet. Der dunkle Untergrund verstärkt Tiefe und dreidimensionale Anmutung der Leuchten, während das pfeilförmige Tagfahrlicht in ihren äußersten Spitzen den Adleraugen-Charakter unterstreicht.

Eine gespannte, aber dennoch weiche Schulterlinie erstreckt sich über das gesamte Seitenteil bis in die dreidimensional ausgeformte Rückleuchte. Die gesamte Fensterfront ist von einer matten Chromleiste eingefasst – eine Besonderheit in der Kompaktklasse, die den Astra optisch aufwertet. Vor den hinteren Radläufen findet sich das Sichel-Thema, das im Insignia die Fronttüren ziert. Im Astra verläuft die Linie allerdings genau umgekehrt, nämlich nach hinten oben und verleiht dem Kompakten so seine Eigenständigkeit.

In der Rückansicht wirkt der neue Astra deutlich dynamischer als ein normales Fließheckauto – ohne dabei auf Platzangebot oder Flexibilität zu verzichten. Die muskulösen Proportionen erzielten die Designer durch kräftige Karosse-

rieschultern in Kombination mit der herumreichenden C-Säule und der sich nach unten verjüngenden Heckscheibe. Ein dezenter Heckspoiler am Dach setzt nicht nur einen optischen Akzent, sondern verbessert gleichzeitig die Aerodynamik.

Auch bei der Fahrzeugsicherheit haben Designer und Ingenieure von Beginn an zusammengearbeitet. Gemeinsam entwickelten sie zum Beispiel einen neuen Stoßfänger, der Schäden an Fahrzeugfront und -heck gering hält, dabei das Verletzungsrisiko für Passagiere und Passanten minimiert und gleichzeitig Kosten für Reparaturen und Versicherungsprämien sparen hilft. Die weit nach vorn

reichende Windschutzscheibe ist ebenfalls ein Ergebnis dieser Bemühungen. Und sie ist nicht nur ein Sicherheitsfeature, sondern trägt auch zum eleganten Styling bei.

„Der neue Astra ist das Ergebnis jahrelanger Arbeit – nicht nur von unserem Team, sondern auch von unseren Designer-Vorfahren, die an den insgesamt neun Generationen von Kadett und Astra gearbeitet haben“, fasst Astra-Designer Uwe Müller zusammen. „Wir haben einige Elemente aus der Vergangenheit wiederbelebt, sie aber knackiger und moderner ausgeführt. Und wir haben die Formgebung revolutioniert, indem wir das Auto wie eine Skulptur gestalteten.“



Fotos (2): Opel

# Wohlfühl-Atmosphäre

Im Innenaum überrascht der Astra mit vielen Variationen zum Thema Sportlichkeit und Eleganz

Rüsselsheim (ot). Die fließende Form der Karosserie setzt sich im Innenraum in einer geschwungenen, dynamischen Linienführung fort. „Der Astra ist ein sportliches Auto mit einem Schuss Eleganz, während der Insignia für pure Eleganz mit sportlichem Touch steht“, erläutert John Puskar, Leiter des Innenraum-Designs.

Das charakteristische Pfeil- und Sichel-Motiv, das erstmals beim Insignia für Aufsehen sorgte, prägt in eigenständiger Ausbildung sowohl die Karosserie als auch den Innenraum des neuen Astra. So greift die Türgriff-Armlehnen-Kombination ebenso das Pfeilthema auf wie die Verkleidung der Schaltkulisse und das Lenkrad. Sobald man von außen die Tür öffnet, fällt der Blick auf den sichelförmigen Verlauf des Armaturenrägers: Ein weiterer Bogen spannt sich einladend um Fahrer und Beifahrer und reicht bis in die Türverkleidung.

Der Innenraum zeichnet sich durch geschwungene, spannungsreiche Linien aus, die dem Auge schmeicheln und Wohlfühl-Atmosphäre schaffen. Unterschiedliche Lichtquellen tragen zu diesem Effekt bei. Die sanfte, ringförmige Beleuchtung um die Schaltkulisse ist nur ein Beispiel dafür, wie die Aerodynamik des Astra auch in der Interieurgestaltung zur Geltung kommt. Sobald der Schlüssel gedreht wird, erhellen sich die Lichter und sorgen so für ein besonderes Cockpitgefühl.

Auch die Mittelkonsole betont das Gefühl von Tiefe und Raum: Sie verläuft vom Armaturenräger in einem flachen Winkel von 30 Grad zur Schaltkulisse. Es entsteht der Eindruck eines großzügigen Raumgefühls. Auf diese Weise bildet sich eine fließende Oberfläche, die die Gangschaltung integriert und ganz auf kurze Bedienwege des Fahrers ausgerichtet ist.

Die Mittelkonsole, die äußeren Belüftungsdüsen sowie die Türgriff-Armlehnen-Kombination

zeichnen sich durch besondere Material- und Fertigungsqualität aus. Die Verwendung von Klavierlack und glänzenden Aluminiumelementen sind typische Beispiele. Die indirekte Beleuchtung am Schalthebel, in den Türverkleidungen und in der Decke oberhalb der Mittelkonsole erhellt den Innenraum bei Dunkelheit mit einem sanften Rot-Ton und macht die Atmosphäre noch angenehmer.

Wie im Insignia umgeben auch im Astra charakteristische Chromeinfassungen Tachometer, Drehzahlmesser sowie Temperatur- und Kraftstoffanzeigen, was das technisch-sportive Ambiente unterstreicht. Die großen Sichtfelder von Tacho und Drehzahlmesser sind einander zugeneigt und so stärker auf den Fahrer zentriert.

Der neue Astra bietet eine Einstiegsversion namens Selection sowie die Versionen Edition, Sport und Cosmo mit einer großen Auswahl an Dekor- und Stoffapplikationen für Armaturenräger, Mittelkonsole, Türverkleidungen und Sitzpolster. Edition verkörpert ein jugendliches, modernes Lebensgefühl.



Fotos (2): Opel

Wo das Auge hinfällt: Nichts als...

Die Sport-Version vermittelt sportive Eleganz, während Cosmo ganz auf Gedeihenheit ausgelegt ist.

Die Sitze sind ein weiteres Beispiel für die hohe Qualität des neuen Astra. Sie verfügen über die im Wettbewerbsvergleich größten Einstellbereiche – 65 Millimeter in der Höhe und 280 Millimeter in der Länge. Auf diese Weise findet jeder Fahrer die ideale Sitzposition. Darüber hinaus zeichnen sich die ergonomischen Sportsitze durch eine besonders rückenfreundliche Struktur aus. Sie ist gekennzeichnet durch eine vierfach elektrisch justierbare Lendenwirbelstütze, verbesserte Neigungseinstellung sowie ergonomisch geformte Sitzwangen für optimalen Seitenhalt.



...spannungsreiche Linien und harmonische Formen

# Perfekte Teamarbeit

Abstimmung mit den Füßen: Das Fahrwerk passt sich automatisch den Bedürfnissen des Fahrers an

Rüsselsheim (ot). Für die zukünftige Generation des Astra haben die Opel-Ingenieure eine völlig neue Fahrwerksgeometrie mit langem Radstand und breiter Spur entwickelt. Diese Auslegung verleiht dem Fahrzeug spürbar mehr Agilität und Stabilität. Zudem verbessert sich auch der Komfort.

Mit der deutlich verbreiterten Spur (vorn um 56, hinten um 70 Millimeter) sowie dem um 71 Millimeter längeren Radstand steht das Auto noch satter auf der Straße und tritt optisch noch kräftiger in Erscheinung. Damit sind auch wichtige technische Verbesserungen verbunden: Die neuen Maße wirken sich positiv auf die Handling-Eigenschaften aus.

Opel war der erste Automobilhersteller, der mit der aktuellen Astra-Generation ein fortschrittliches adaptives Dämpfersystem in die Kompaktklasse eingeführt hat und leistete

damit Pionierarbeit als Vorreiter innovativer mechatronischer Fahrwerksregelungen. Mit dem neuen Astra hält die vom Insignia bekannte adaptive Fahrwerkskontrolle FlexRide Einzug in die Kompaktklasse. FlexRide passt die Abstimmung des Fahrwerks automatisch den Bedürfnissen des Fahrers an.

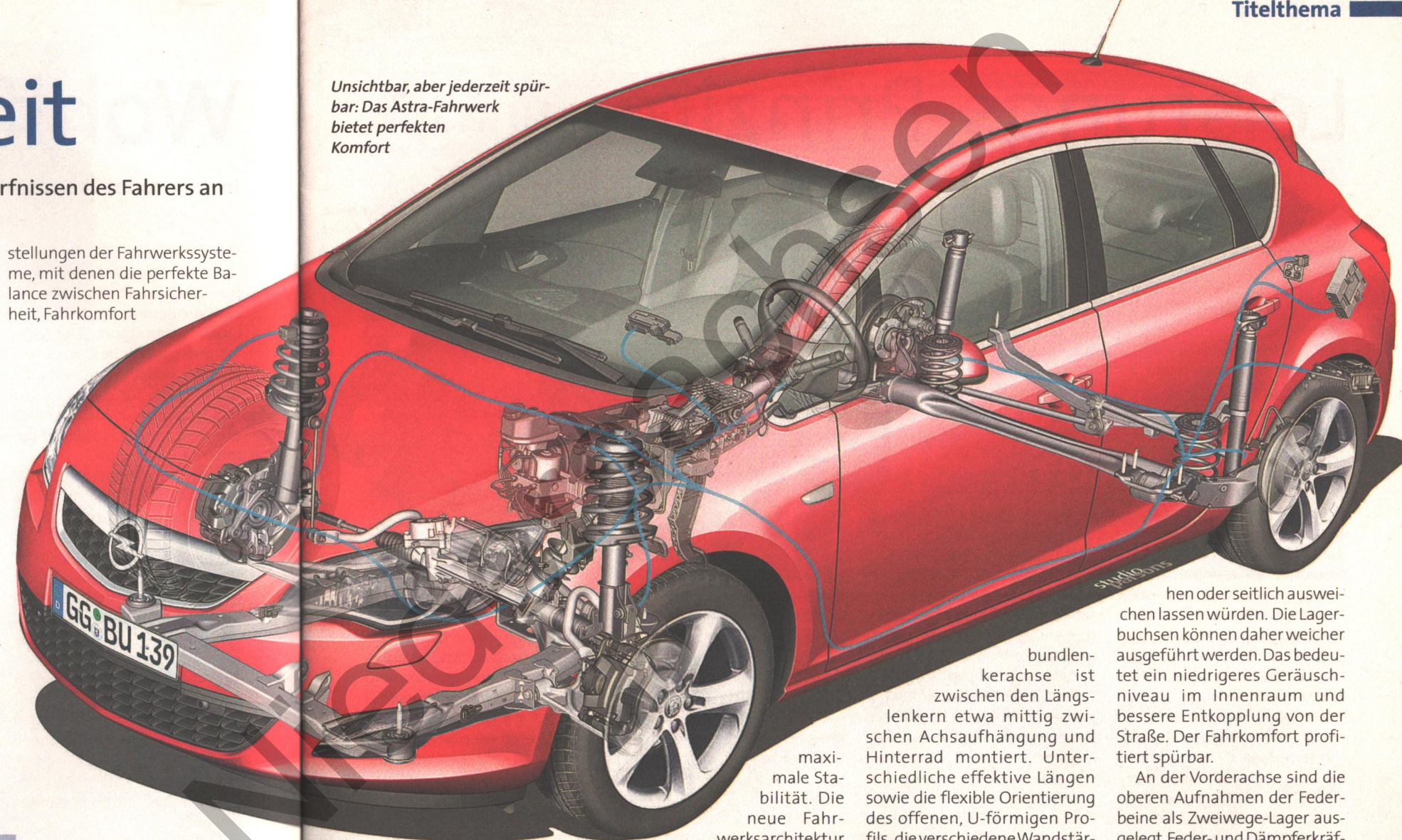
FlexRide verbindet die einzelnen elektronischen Fahrhilfen wie das Fahrstabilitätsprogramm ESP, die adaptiven Dämpfer CDC, die elektronisch gesteuerte Lenkung, die Gaspedalkalibrierung und gegebenenfalls die Schaltlogik beim Automatikgetriebe zu einem System, das den Fahrerwunsch optimal umsetzt.

FlexRide adaptiert die Systeme automatisch an die jeweils vorliegende Fahrsituation. Bei schneller Kurvenfahrt werden die Systeme zum Beispiel in Richtung Dynamik getrimmt, bei gelassenem Dahingleiten

wird auf maximalen Komfort geregelt. Ebenso passt FlexRide das Fahrzeug dem Fahrstil an. Abhängig davon, wie der Fahrer das Fahrzeug bewegt, fühlt es sich dynamischer oder entspannter an. Nach seinen eigenen Vorlieben kann der Fahrer die Fahrdynamik durch die Auswahl der Modi Standard, Sport und Tour, sowie durch die Personalisierung des Sport-Modus anpassen.

Herzstück von FlexRide ist das DMC-Steuergerät (Driving Mode Control). Zur Optimierung des Fahrwerkverhaltens nutzt es die Informationen der Fahrzeugsensorik und überwacht damit fortwährend den Fahrzeugzustand. Alle Parameter, die Auskunft über Fahrstil und -situation wie zum Beispiel Brems- und Lenkmanöver oder das Beschleunigungsverhalten geben, werden von Sensoren erfasst und verarbeitet. Daraus ermittelt FlexRide die optimalen Ein-

stellungen der Fahrwerkssysteme, mit denen die perfekte Balance zwischen Fahrsicherheit, Fahrkomfort



Unsichtbar, aber jederzeit spürbar: Das Astra-Fahrwerk bietet perfekten Komfort

## Innovative Hinterachs-Konstruktion kombiniert Verbundlenker und Watt-Gestänge

Das **Watt-Gestänge** leitet in Kurven die Querkräfte nahe der Radmitte direkt in die Karosserie. Das minimiert die Querabweichung der Hinterachse in Kurven. **Vorteil:** Signifikant verbesserte Querstabilität, mehr Fahrdynamik.

Der solide **Querträger** ist direkt am Unterboden hinter der Mittelachse der Hinterräder angebracht. Er nimmt die Querkräfte über das Watt-Gestänge auf und lenkt sie an die Karosserie. **Vorteil:** Höhere Fahrstabilität.

Die **adaptiven Dämpfer** sind integraler Bestandteil des FlexRide-Systems. Sie reagieren in Millisekunden auf Veränderungen des Fahrzeugzustandes. **Vorteil:** Höchste Sicherheit auch in extremen Fahrsituationen.

Der **Ausgleichslenker mit spielfreien Kugelgelenken** ermöglicht durch Rotationsbewegungen spielfreie Übertragung der Querkräfte in jeder Position. **Vorteil:** Exakte Radführung.

Die **Lagerbuchsen der Hauptachslager** können auf Grund des Watt-Gestängekonzepts deutlich weicher ausgelegt werden. **Vorteil:** Bessere Entkopplung von Fahrbahnregungen. Daraus resultiert ein niedrigeres Geräuschniveau im Innenraum und eine spürbare Steigerung des Fahrkomforts.

Das **Torsionsprofil** der Verbundlenkerachse mit unterschiedlichen effektiven Längen, flexibler Orientierung und des U-förmigen Profils und unterschiedlichen Wandstärken führt zu einer optimalen Abstimmung des Überneigungs- und Steuerverhaltens. **Vorteil:** Signifikant verbesserte Fahrstabilität.

und Fahrdynamik erzielt wird.

Ohne Aktivierung des Sport- oder Tour-Modus befindet sich FlexRide im Standard-Modus. Darin passt sich die Dämpfereinstellung innerhalb von Millisekunden kontinuierlich den Fahr- und Straßenbedingungen an. Alternativ kann der Fahrer über die jeweilige Taste in der Armaturentafel das auf Komfort ausgelegte Tour-Set-Up oder das dynamischere Sport-Programm wählen. Deaktiviert er den Sport- oder Tour-Modus, kehrt das System wieder zur Standardeinstellung zurück.

Zur Maximierung des Fahrkomforts reagieren im Tour-Modus die Dämpfer weicher, außerdem ist die Lenkung leichtgängiger. Lange Autofahrten werden dadurch ermüdungsfreier und entspannter.

Im Sport-Modus bietet

FlexRide ein temperamentvolles Fahrerlebnis mit engerem Fahrbahnkontakt: Die Dämpfung wird härter, die Lenkung reagiert direkter und das elektronische Gaspedal spricht progressiver an. Um dem jetzt sportlicheren Auto auch optisch Rechnung zu tragen, verändert sich die Beleuchtung der Instrumente von weiß zu rot. Darüber hinaus kann der Fahrer die Sporeinstellungen personalisieren und via Radio- oder Navi-Display selbst bestimmen, ob die schärferen Kennlinien für Stoßdämpfer und/oder Servolenkung aktiviert werden sollen oder nicht.

So bietet das intelligente FlexRide-System nicht nur mehr Fahrspaß, sondern in Notfällen auch ein entscheidendes Plus an Sicherheit: Bei einem Ausweichmanöver im Tour-Modus geben die Sensoren dies an das DMC weiter. Die CDC-Dämpfer werden binnen einer Millisekunde straffer und gewährleisten so

maximale Stabilität. Die neue Fahrwerksarchitektur kombiniert McPherson-Federbeine an der Vorderachse – wie beim Insignia – und eine neuartige Verbundlenker-Hinterachse mit clever positioniertem Watt-Gestänge. Unerwünschte Geräusche und Vibrationen werden an der Vorderachse durch doppelte Isolation von Fahrwerk und Motor, an der Hinterachse durch spezielle Auslegung des Watt-Gestänges und Achs-Isolation wirksam unterdrückt. So werden herausragende Handling-Eigenschaften mit hohem Fahrkomfort verbunden.

Die innovative Hinterachsaufhängung verfügt über alle Vorteile einer Verbundlenker-Konstruktion gegenüber einer Mehrlenker-Achse wie kompakte und leichte Bauweise, in Kurven größere Sturzsteifigkeit der Räder beim „Rollen“ der Karosserie um die Längsachse sowie minimierte Reibung innerhalb der Aufhängung. Das Watt-Gestänge verbessert zusätzlich signifikant die Querstabilität.

Das Torsionsprofil der Ver-

binden oder seitlich ausweichen lassen würden. Die Lagerbuchsen können daher weicher ausgeführt werden. Das bedeutet ein niedrigeres Geräuschniveau im Innenraum und bessere Entkopplung von der Straße. Der Fahrkomfort profitiert spürbar.

An der Vorderachse sind die oberen Aufnahmen der Federbeine als Zweiwege-Lager ausgelegt, Feder- und Dämpferkräfte werden so getrennt in die Karosseriestruktur geleitet. Um die ungefederten Massen zu verringern und die Gewichtsverteilung zu verbessern, bestehen Lenkhebel und unterer Querlenker aus Aluminium, der Stabilisator aus Hohlprofilstahl. Der L-förmige Querlenker ist durch zwei Buchsen mit dem vorderen Hilfsrahmen verbunden. Die vordere ist sehr steif ausgelegt, die hintere ist als radial belastetes Hydrauliklager ausgeführt. Generell wurden zur Verbesserung von Handling und Fahrkomfort die Aufhängungsgeometrie und die Fahrwerksbuchsen so ausgelegt, dass sie Längs- und Querkräfte optimal aufnehmen. Für optimale Entkopplung von der Straße wird die hintere Querlenkerbuchse zudem hydraulisch gedämpft. Sie minimiert so zusammen mit der zusätzlichen Isolation des vorderen Aggregatträgers die Einleitung von Vibrationen in die Karosserie.

Das Watt-Gestänge ist an einem soliden Querträger am Unterboden direkt hinter der Mittelachse der Hinterräder angebracht. Es besteht aus einem kurzen, schwenkbaren Ausgleichslenker mit Kugelgelenken an jedem Ende, an denen die Querstreben der Räder befestigt sind. Die bei Kurvenfahrt entstehenden Querkräfte werden durch das Gestänge an die Karosserie umgelenkt und dort aufgenommen.

Hauptvorteil dieser Konstruktion ist, dass in den Hauptachslagern kaum Kräfte abgestützt werden müssen, die die Achse bei Kurvenfahrt verdre-

# Leistungs-Prinzip

Rüsselsheim (ot). Mit der Welt-premiere des neuen Astra auf der IAA präsentiert Opel eine hocheffiziente Motorenpalette mit bemerkenswert niedrigen Verbrauchswerten in diesem Segment.

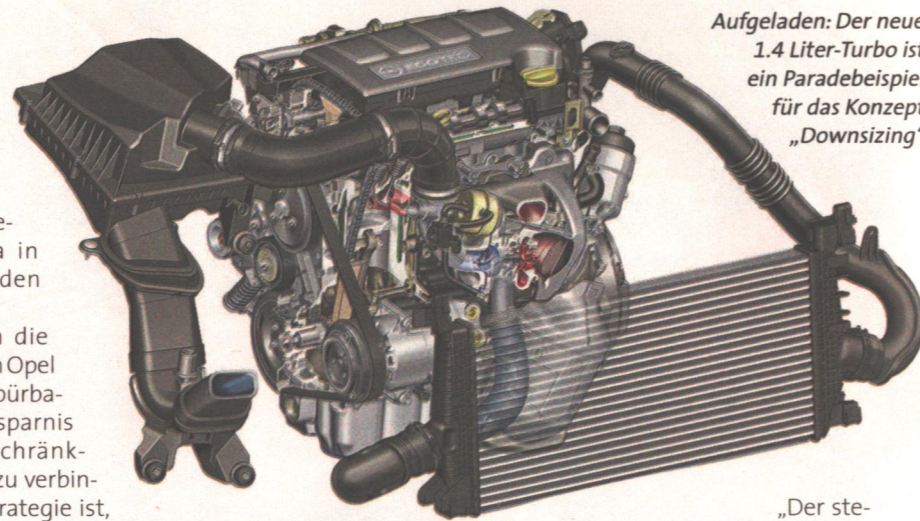
Die zehnte Generation der Opel-Kompaktklasse steht für die Philosophie der Marke, erschwingliche Autos zu bauen, die hohen Alltagsnutzen mit Fahrspaß vereinen. Der neue Astra, der noch dieses Jahr auf den Markt kommt, startet mit einer kompletten Motorenpalette aus acht Triebwerken von 70 kW/95 PS bis 132 kW/180 PS. Obwohl die Außenabmessungen gewachsen sind, um einen noch großzügigeren Innenraum zu ermöglichen, konnten die Entwickler den Kraftstoffverbrauch deutlich senken und die Leistung steigern.

Die Palette der Astra-Motoren ist nicht nur leistungsstark, sondern senkt im Durchschnitt auch die CO<sub>2</sub>-Emissionen um gut 12 Prozent im Vergleich zum Vorgängermodell mit Schaltgetriebe. Auch der Kraftstoffverbrauch geht entsprechend zurück: Der mittlere Verbrauch der Diesel liegt im Schnitt bei 4,6 Liter je 100 Kilometer.

Voraussichtlich knapp die Hälfte aller Käufer wird sich für die vier Diesellagregate entscheiden, mit denen der Astra in Europa auf den Markt kommt.

„Wir setzen die Philosophie von Opel fort, im Alltag spürbare Kraftstoffersparnis mit uneingeschränktem Fahrspaß zu verbinden. Unsere Strategie ist, die komplette Astra-Palette mit effizienten Motoren zu erschwinglichen Preisen anzubieten, anstatt unsere ganze Aufmerksamkeit auf eine einzelne, spektakuläre und zugleich teure CO<sub>2</sub>-sparende Version zu konzentrieren“, so Carl-Peter Forster, Vorsitzender des Opel-Aufsichtsrats.

Das Antriebsangebot für den neuen Astra ist durch hohe Effizienz gekennzeichnet. Die Motoren verfügen über hohe Literleistungen bei gleichzeitig ge-



Aufgeladen: Der neue 1.4 Liter-Turbo ist ein Paradebeispiel für das Konzept „Downsizing“

ringem Kraftstoffverbrauch und niedrigen CO<sub>2</sub>-Emissionen. Alle Aggregate erfüllen die Euro 5-Norm. Für die Kraftübertragung stehen 6-Gang-Schaltgetriebe zur Verfügung; mit fünf Gängen kommen der 1.4- und der 1.6 Liter-Benziner sowie der 1.3 Liter-Turbodiesel aus. Auf Wunsch sind der 1.6, der 1.4 Turbo und der 1.6 Turbo genauso wie der 2.0 Liter-Turbodiesel mit einer 6-Stufen-Automatik erhältlich.

„Der stetige Verbesserungsprozess und das Motor-Downsizing zielen darauf ab, unsere Fahrzeuge noch umweltverträglicher zu machen“, erklärt Opel-Chef Hans Demant. „Wir sind sehr stolz auf unsere Ingenieure, denn mit dem neuen Astra präsentieren wir eine herausragende und sehr wettbewerbsfähige Neuvorstellung im Kompaktsegment.“

Das CDTI-Turbodiesel-Angebot umfasst 1.3-, 1.7- und 2.0 Liter-Motoren, durchweg mit



## Technische Daten

Fahrleistungen, Kraftstoffverbrauch (l/100 km) nach 1999/100/EU und CO<sub>2</sub>-Emissionen

|                                | Höchstgeschwindigkeit<br>in km/h | Beschleunigung<br>von 0 – 100 km/h<br>in Sekunden | Stadt*<br>in l/100 km | außers*<br>in l/100 km | kombiniert*<br>in l/100 km | CO <sub>2</sub> -Emissionen<br>nach 1999/100/EU (g/km) |
|--------------------------------|----------------------------------|---|-----------------------|------------------------|----------------------------|--|
| 1.4                            | 178                              | 14,2  | 7,2                   | 4,5                    | 5,5                        | 129  |
| 1.6 – MT5                      | 188                              | 11,7  | 8,3                   | 5,1                    | 6,3                        | 147  |
| 1.6 – AT6                      | 182                              | 13,3  | 9,8                   | 5,6                    | 7,1                        | 167  |
| 1.4 Turbo – MT6                | 205                              | 9,7   | 7,8                   | 4,8                    | 5,9                        | 139  |
| 1.4 Turbo – AT6                | 201                              | 9,8   | 9,7                   | 5,5                    | 7,0                        | 164  |
| 1.6 Turbo – MT6                | 221                              | 8,5   | 8,8                   | 5,6                    | 6,8                        | 159  |
| 1.6 Turbo – AT6                | 210                              | 9,0   | 10,3                  | 5,9                    | 7,5                        | 176  |
| 1.3 CDTI ecoFLEX               | 170                              | 14,7  | 5,1                   | 3,6                    | 4,2                        | 109  |
| 1.7 CDTI (81 kW/110 PS) – MT6  | 181                              | 12,6  | 5,7                   | 4,1                    | 4,7                        | 124  |
| 1.7 CDTI (92 kW/125 PS) – MT6  | 195                              | 11,5  | 5,7                   | 4,1                    | 4,7                        | 124  |
| 2.0 CDTI (118 kW/160 PS) – MT6 | 215                              | 9,0   | 6,4                   | 4,1                    | 4,9                        | 129  |
| 2.0 CDTI (118 kW/160 PS) – AT6 | 209                              | 9,2   | 7,9                   | 4,6                    | 5,8                        | 154  |

Flotte Feger: Das Motorenprogramm für den Astra ist sehr wettbewerbsfähig



Common-Rail-Technologie und serienmäßigem Partikelfilter. Das Leistungsspektrum erstreckt sich von 70 kW/95 PS bis 118 kW/160 PS. Diese Aggregate-Familie verbraucht durchschnittlich 15,2 Prozent weniger Diesel als die Vorgänger-Generation. Selbst der 118 kW/160 PS starke 2.0 CDTI begnügt sich im Schnitt mit 4,9 Litern pro 100 Kilometer, was einem CO<sub>2</sub>-Ausstoß von nur 129 Gramm pro Kilometer entspricht.

Im Frühjahr 2010 wird die genügsame Dieselpalette zudem um eine ecoFLEX-Version ergänzt, die bei einem Gesamtver-

brauch von lediglich 4,2 l/100 km nur 109 g/km CO<sub>2</sub> emittieren wird.

Die Bandbreite der Ottomotoren reicht vom 1.4 Liter mit 74 kW/100 PS bis hin zum 1.6 Turbo mit 132 kW/180 PS. Der sparsamste Benziner mit 74 kW/100 PS verbraucht nur 5,5 Liter, schlägt mit lediglich 129 Gramm CO<sub>2</sub> pro Kilometer zu Buche. Das macht ihn zum effizientesten Benziner im Kompaktsegment.

Für die Opel-Strategie, die Emissionen durch stetige Verbesserungen und kleinvolumigere, effizienzgesteigerte Mo-

toren (Downsizing) zu reduzieren, steht exemplarisch der 1.4 Liter Turbo. Dieses neu entwickelte, 103 kW/140 PS starke Triebwerk stellt zwischen 1.850 und 4.900 min<sup>-1</sup> ein Drehmoment von rund 200 Nm zur Verfügung. Der Turbobenziner mit 1.4 Liter Hubraum tritt an die Stelle des bisherigen 1.8 Liter großen Saugers, der es bei gleicher Leistung auf 175 Nm brachte. Trotz der um 15 Prozent höheren Kraft verbraucht der aufgeladene Motor nur 5,9 Liter Sprit pro 100 Kilometer – fast 18 Prozent weniger als das bisherige 1.8 Liter Aggregat. ■

# Fünftes Rad am Wagen

Opel spendiert jetzt auch dem Astra das geniale, weil ausziehbare Fahrradträgersystem „FlexFix“

Rüsselsheim (ot). Flexibilität ohne umständlichen Ein- und Ausbau – das kommt beim Kunden an. Deshalb bietet der neue Astra auf Wunsch die optimale Transportmöglichkeit für Fahrräder: das integrierte Trägersystem FlexFix, das bei Bedarf wie eine Schublade aus dem hinteren Stoßfänger gezogen wird. Opel ist der einzige Hersteller, der dieses innovative Trägersystem – bisher schon in Corsa und Antara – anbietet.

Der Transport von Fahrrädern wird einfach und bequem, weil kein zusätzlicher Träger auf das Dach oder eine Anhängerkuppelung montiert werden muss.

Die kompakt ausgeführte Hinterachse des neuen Astra hat diese Karosseriekonstruktion ermöglicht, die die Vielzahl cleverer Stauraummöglichkeiten im neuen Astra zusätzlich erweitert.

FlexFix ist nahezu unsichtbar im hinteren Stoßfänger untergebracht und wird wie eine Schublade herausgezogen und



Schubladen-System: FlexFix macht Astra-Fahrer unendlich mobil

aufgeklappt. Der auf Zug reagierende FlexFix-Entriegelungshebel sitzt an der Kofferraumkante und ist auch bei voller Beladung zugänglich. Werkzeug wird nicht benötigt. Nach Gebrauch lässt sich die FlexFix-Schublade mühelos in ihr Heckschürzen-Staufach zurückschieben.

Der FlexFix-Träger nimmt zwei Fahrräder

mit gängigen Reifengrößen zwischen 18 und 28 Zoll auf. Die Nutzlast ist auf 40 Kilogramm ausgelegt. Auch in puncto Sicherheit ist das mit eigenen Rückleuchten ausgestattete System vorbildlich: Sobald der Astra-Fahrer den Rückwärtsgang einlegt, erinnert ein Signalton an den hinten ausgefahrenen Träger.

## Wo ist der Handschuh?

Expertenteam entwickelte vorbildliche Ablagemöglichkeit

Rüsselsheim (ot). Liegen die Handschuhe wirklich im Handschuhfach? Nur eine von vielen Fragen, die ein Expertenteam mehr als 400 potenziellen Kunden stellte. Sie wollten herausfinden, wer welche Dinge wo im Auto aufbewahrt. Das Ergebnis zeigt sich im neuen Astra: Er verfügt über intelligente Ablagemöglichkeiten, die es so in der Kompaktklasse kein zweites Mal gibt. Auf einige der Lösungen hält Opel sogar das Patent.

Zunächst identifizierte das Team die beliebtesten Utensilien, die Europas Autofahrer dabei haben: Stifte, Münzen, Taschenlampe, Straßenkarte, Sonnenbrille, Parkscheibe, Geld-

börse, Taschentücher, Handy, CDs, Süßigkeiten, Jacke sowie 0,5- bis 1,5-Liter-Flaschen. Nicht zu vergessen: Handschuhe.

Dann machte sich das Opel-Team daran, die Nutzbarkeit und Zugänglichkeit – sprich: die Flexibilität – aller in Frage kommenden Ablagemöglichkeiten zu optimieren. Teammitglied Max Kuncl vergleicht die Arbeit mit einem Puzzle: „Wir mussten nicht nur die besten Ablageplätze für die Utensilien finden, sondern die Verstaumöglichkeiten auch in Einklang mit dem Design bringen.“

Die Lösungen sind dabei oft von bestechender Klarheit: Ein klappbares Hartschalenetui für

Sonnenbrillen befindet sich oberhalb der Fahrertür, Münzschlitze und Stifthalter wurden in die Innenkante des Handschuhfachs integriert. Das Fach selbst hat zwei herausnehmbare Zwischenablagen, die es noch praktischer machen. Außerdem gibt es neu ein Mini-Handschuhfach unter dem Lichtschalter.

Andere neue Verstaumöglichkeiten sind ebenso einfach wie

raffiniert: Die multifunktionale Mittelkonsole ist groß genug für die CD-Ablage und bietet bis zu neun entsprechende Fächer plus eine weitere kleine Ablage. Hinzu kommt ein Einsatz für zwei Becherhalter. Zusätzlich hat die



Praktisch: Ein bis ins Letzte durchdachter Innenraum

# Stapellauf in England

In Ellesmere Port läuft alles auf den Astra hinaus

Ellesmere Port/Rüsselsheim (dp/jh). Für David Lane ist das Auto der Star. Der Anlaufmanager für die globale Kompaktklasse bleibt gern im Hintergrund, doch mit dem Fortschritt, den der neue Astra im englischen Ellesmere Port nimmt, findet er sich selbst immer mehr im Rampenlicht wieder. Die Opel Post sprach mit David Lane zu Beginn der Fertigung von verkaufsfähigen Fahrzeugen. In dieser Phase kurz vor dem regulären Produktionsstart werden noch einmal 585 Fahrzeuge in fünf so genannten „batches“ (Bündeln) gefertigt. Die erste Tranche lief Ende Juli von der Linie. „Natürlich blieb der Weg bisher nicht ohne Herausforderungen.“ Aber: „Wir sind, wo wir sein sollten“, zeigt sich der Anlaufmanager zufrieden.

Im Gespräch gibt sich Lane optimistisch, die Produktionsvorbereitungen seien im Plan.

Ellesmere Port hat jüngst – als drittes GM-Werk weltweit – das Qualitätslevel drei erreicht. „Ein Erfolg, der vor allem dem Team zu verdanken ist.“ Rund 200 Kolleginnen und Kollegen ziehen im Werk an einem Strang – in Fertigung, Instandhaltung, Logistik, Training und, und, und... „Dazu kommen 200 Mitarbeiter aus den zentralen Bereichen, die uns phantastisch unterstützt haben ebenso wie der Betriebsrat und natürlich viele



Hoher Besuch: David Lane (l.) zeigt Prinz Charles sein Werk

externe Kräfte. Hier ist ein echtes Team gewachsen, das getragen war von dem Wunsch, erfolgreich zu sein.“

Zudem ist es ein grenzübergreifendes Team. Zahlreiche Kolleginnen und Kollegen aus anderen Werken, aus Entwicklung, Einkauf, Materialwirtschaft und Qualität unterstützen die Briten beim Astra-Anlauf. Da ein so wichtiges Produkt Chefsache ist, überzeugten sich auch Opel-Chef Hans Demant sowie die Geschäftsführer Tom McMillen und Reinald Hoben zusammen mit dem Astra-Chefentwickler (VLE), Dr. Peter Mertens, vor Ort von den Fortschritten.

„Seit unserem letzten Besuch sind einige Hürden genommen worden“, freut sich Demant. „Natürlich bleibt noch eine



Chefsache: Opel-Chef Hans Demant, die Geschäftsführer Tom McMillen und Reinald Hoben sowie Astra-VLE Dr. Peter Mertens (v. l.) informierten sich vor Ort über den Stand der Anlauf-Dinge

mit anpacken – und sich freuen, einen Teil der Unterstützung, die sie selbst empfangen haben, jetzt „zurückzahlen“ zu können.

„Ob in der Liniensequenz, in der aufwändigen Elektrik oder im Anstellen von Teilen an die Linie – jedes Werk hat in der Anlaufphase mit ganz eigenen Problemen zu kämpfen“, weiß David Lane aus langjähriger Erfahrung. Deshalb komme es darauf an, wie mit den Problemen umgegangen werde. Wesentlich sei es, dass alle Beteiligten die Problemlösungen konsequent miteinander austauschen. So verwundert es nicht, wenn er sagt: „Kommunikation ist der Schlüssel zum Erfolg. Reden die Leute miteinander und sind sie bereit, aufeinander zu hören, merken sie, wie einfach sich Probleme lösen lassen. Und das ist es, wofür wir da sind. Letztlich arbeiten wir alle auf ein Ziel hin.“

Das steht für die Autobauer von der Insel unmittelbar vor der Tür: Die Weltpremiere des Astra auf der IAA und die sich fast unmittelbar anschließende Pressevorstellung des Modells. „Wir gehen davon aus, dass beides ein großer Erfolg wird. Und spätestens dann wissen wir, wofür wir die viele Arbeit und den Stress der letzten Wochen und Monate investiert haben“, freut sich David Lane schon jetzt auf die Schlagzeilen über das kommende Erfolgsmodell.



# Stolze sechs Jahrzehnte Kundendienst am Leser

Mitarbeiterzeitschriften entstanden, als die Industrialisierung so richtig Fahrt aufgenommen hatte, die Betriebe und ihre Belegschaften immer größer wurden – und damit Zusammenarbeit und Zusammenhalt nicht mehr nur selbstredend funktionierten. Sie waren anfangs oft eher Flugblatt als professionelles Druckwerk, aber sie hatten von Anfang an einen klaren Auftrag: die innerbetriebliche Kommunikation auf- und ausbauen. Die Mitarbeiterzeitung entwickelte sich schnell zum Flaggschiff der Internen Kommunikation – und ist jetzt in Deutschland immerhin schon 120 Jahre alt. Halb so alt und damit allemal ausgesprochen traditionsreich ist die Opel Post.

Die Mitarbeiterzeitung von Opel erschien erstmals im Sommer 1949 und feiert jetzt ihren 60. Geburtstag. Ein kurzer Rückblick in acht Kapiteln:

## Die Vorgänger

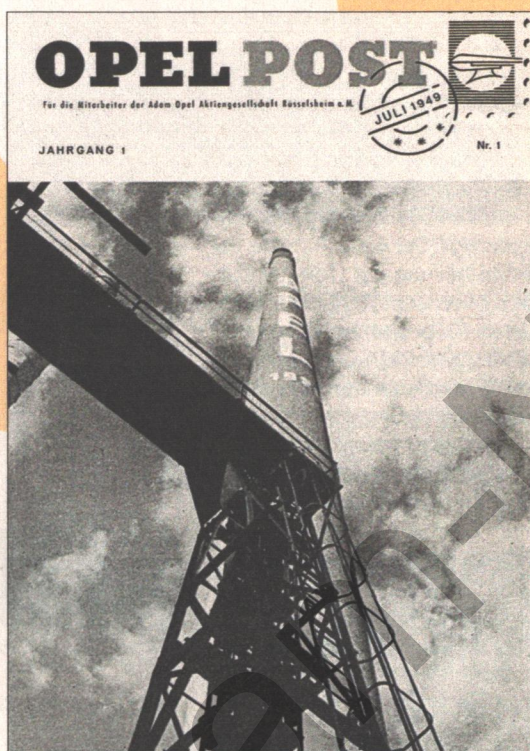
Im Februar 1930 ließ der damalige Werksdirektor I.J. Reuter ein Flugblatt mit dem Namen „Der Opel Geist“ verteilen. Ab April erschien dieser Opel Geist dann regelmäßig. Mit vier Seiten Umfang war es noch eine bescheidene Zeitung, dennoch markiert dieser Moment den Beginn der gedruckten Mitarbeitermedien bei Opel. Die ersten Ausgaben beschäftigten sich mit betriebsinternen Fragen, ergänzt um Sportartikel, Familiennachrichten und Kleinanzeigen.

Ab 1933 änderten sich Inhalt und Tonalität rasch, 1934 folgte dann die Umbenennung: Unter den Nazis wurde aus dem Opel Geist die Opel Werksgemeinschaft und 1936 dann der Opel Kamerad. Anfang der 40er Jahre wird die im Kameraden abgedruckte Liste der gefallenen Opler immer länger, das Papier wird schlechter und die Frequenz geringer. 1944 erscheint nur noch eine Ausgabe. Die dort angekündigte Ausgabe September erscheint nicht mehr: Im Sommer 1944 wird das Rüsselsheimer Stammwerk bei einem Luftangriff weitgehend zerstört.

## Der Erstling

Nach dem Krieg sind viele Güter des täglichen Lebens rar und rationiert – auch Papier. Wer letzteres bedrucken darf, entscheiden zudem die Alliierten. 1949 sind Rüsselsheim und das Opel-Werk zwar noch nicht wieder zur Normalität zurückgekehrt, aber immerhin beschäftigen sich schon wieder 10 000 Menschen mit dem Aufbau einer Autofabrik. Der perfekte Zeitpunkt für eine neue Mitarbeiterzeitung. Als Papier wieder ausreichend verfügbar ist, geht es los: Im Sommer 1949 erscheint die erste Opel Post.

Inhaltlich zeigt die Opel Post „Geist“ und knüpft an ihren bewährten Vorgänger aus den frühen 30er Jahren an. Neben einem umfangreichen Leitartikel eben über die erste Ausgabe gibt es Geschichten aus dem Werk, gibt es ein „schwarzes Brett“ und gibt es natürlich eine Sportecke.



So fing alles an: Die erste Opel Post von 1949

## Die Fünziger

In schöner Regelmäßigkeit, nämlich mit durchschnittlich zehn Ausgaben pro Jahr begleitet die Opel Post den Wiederaufbau. Sie erklärt ihren Lesern das „ABC“ der neuen Wirtschaftsordnung ebenso wie die Organisation des stetig wachsenden Stammwerks in Rüsselsheim. Dazu werden in reichlich bebilderten Betriebsreportagen diverse Arbeitsplätze und -abläufe im Automobilbau erklärt.

Auch wenn es ein Neuanfang ist: Opel blickt auf eine reiche Vergangenheit zurück. Das zeigt sich nicht zuletzt an den Seiten, auf denen die Opel Post die Jubilare ehrt – zum Teil für 50-jährige Betriebs-

zugehörigkeit, quasi Mitarbeiter der allerersten Stunde! Ist der Alltag Anfang der 50er Jahre vielleicht noch etwas beschwerlich und trist – die Opel Post setzt im handlichen DIN A4-Format und mit der Schmuckfarbe Gelb einen informativen und bunten Akzent.

## Die Sechziger

Es kommt Bewegung ins Spiel, die Opel Post wird deutlich dynamischer. Auf den Fotos fliegen die Funken, sportliche Modelle fahren durch die Bilder. Einen großen Stellenwert innerhalb der Berichterstattung nimmt das Vorschlagswesen ein. Die Opel Post hilft dabei, das Gold in den Köpfen der Menschen zu heben. Und sie ist meinungsfreudig: Kommentare, Namensartikel, Leserbriefe finden sich in bald jedem Heft.

Ansonsten kennen die 60er Jahre nur eine Richtung: Es geht nach oben. Wachstum ist angesagt. Es entstehen diverse neue Werksteile, in Bochum und Kaiserslautern gar zwei komplett neue Werke. Das fließt direkt in die Berichterstattung ein: Die Opel Post wendet sich unmittelbar mit eigenen Rubriken an die Mitarbeiter in den neuen Werken.

Dass die nicht immer vor Ort rekrutiert wurden, ist ebenfalls ein großes Thema – auch in der Opel Post. Die Ankunft der ersten Gastarbeiter wird publizistisch ausführlich begleitet, ebenso wie ihre oft für beide Seiten nicht ganz reibungslose Eingewöhnung. Hier versucht die Mitarbeiterzeitung in bester Absicht Völkerverbindend zu wirken.

## Die Siebziger

Der Name „Opel Post“ hält sich hartnäckig, obwohl er 1949 als Provisorium angekündigt wurde. Einzig die Typografie und die Platzierung auf der Titelseite, die ändert sich über die Jahre in schöner Regelmäßigkeit.

Rein optisch die auffälligste Veränderung der 70er? Die Haare werden deutlich länger und die Röcke in ebensolchem Maße kürzer! Die Opel Post geht mit der Zeit und wird in ihrer Aufmachung deutlich plakativer – und ein wenig mehr „sexy“. Dafür müssen aber auch wieder richtig unangenehme Themen angepackt werden: Die Ölkrise erwischt die bis dahin aufblühende Autoindustrie kalt.

Dazu kommen die Spätfolgen des 68er Aufruhrs. Sozialpolitische Themen werden deutlich häufiger aufgegriffen, dabei stets

an Fairness und Anstand im gern auch kontroversen Umgang miteinander appelliert. Auch dem Betriebsrat – keine Selbstverständlichkeit im deutschen Mitarbeitermedienwald – wird reichlich Platz eingeräumt.

## Die Achtziger

Adieu Magazinformat: Die 80er Jahre werden noch plakativer und die Opel Post damit zur „richtigen“ Zeitung im großen Format. Damit nicht genug: 1985 wagt die Opel Post den Schritt auf den Boulevard. Die Titelseite wird rot, bekommt richtig große Bilder und massive Überschriften, dicke Linien und Unterstreichungen setzen zusätzliche Akzente. Die „rote Phase“ hat nicht lange Bestand, nach wenigen Ausgaben kommt die Kehrtwende im Erscheinungsbild. Was bleibt ist eine prall gefüllte Zeitung.

Ins Bewusstsein der Leserinnen und Leser drängen neue Themen: Die Umweltdiskussion erblüht zu voller Pracht. Wirtschaftlichkeit, „saubere“ Modelle, Katalysatortechnik, Tempolimit lauten die Schlagworte. Die der wachsenden Begeisterung für den Motorsport aber nicht im Wege stehen. Wie überhaupt der Sport massiv ins Blatt zurückkehrt. Nicht zuletzt mit Steffi Graf, mit der Opel zum Vorreiter des Sportsponsorings wird.

## Die Neunziger

Anfang des neuen Jahrzehnts bekommt Steffi Graf Konkurrenz durch eine Reihe schmucker, junger Herren. Opel nimmt den FC Bayern München unter Vertrag. Die Jungs des Rekordmeisters laufen ab sofort mit Opel auf der Brust übers millionenfach beäugte Grün der Fußballstadion.

Da passt es gut, dass die Technik deutliche Fortschritte gemacht hat, in diesem Fall die Drucktechnik. So erscheint die Opel Post ab 1993 komplett in Farbe. Außerdem wird das Erscheinungsbild insgesamt deutlich moderner und die Opel Post immer umfangreicher. Kein Wunder, es passiert ja auch viel – die Wiedervereinigung zum Beispiel beschert Opel nicht nur ungeahnte Verkaufserfolge, sondern auch den Neubau eines Werks in Eisenach.

Auch in der Berichterstattung geht die Opel Post neue Wege. Die Redaktion greift besondere Themen auf und entwickelt daraus Schwerpunktheften, die in Spezial-Ausgaben aus allen Blickwinkeln pu-

blizistisch beleuchtet werden. So entstehen teils umfangreiche Hefte zu Themen wie Globalisierung, Qualität und Markenpflege.

## Das neue Jahrtausend

Die Aufregung um die Jahrtausendwende weicht schon bald den Anforderungen des Alltags. Und die haben es in sich: Opel erlebt in den ersten Jahren des 21. Jahrhunderts seine größten wirtschaftlichen Herausforderungen. Restrukturierungen, Kapazitäts- und Personalanpassungen, globale Irritationen: die Themen haben es in sich.

Die Opel Post wechselt 2005 wieder ins Magazinformat, vor allem aus wirtschaftlichen Überlegungen. Inhaltlich bleibt sie dabei aber gewohnt dicht am Geschehen und am Leserinteresse.

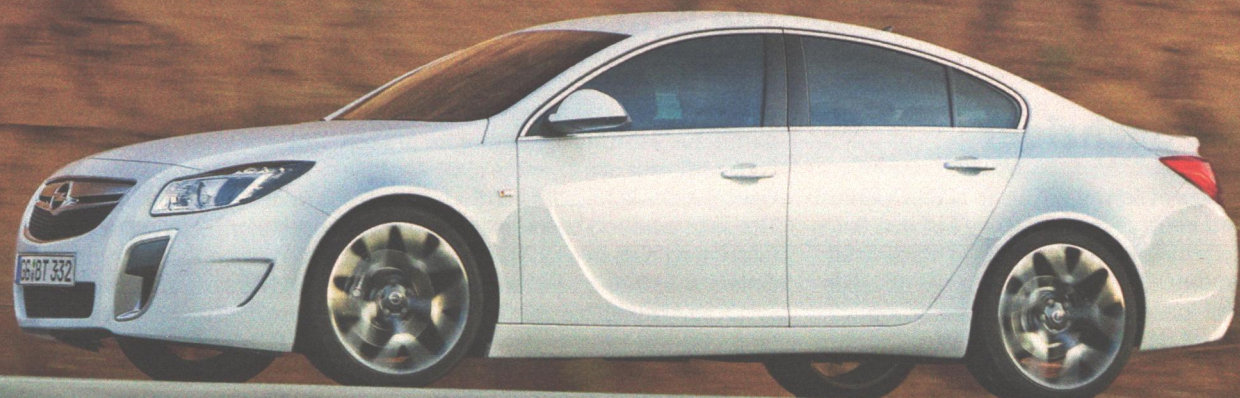
Das ist sogar „amtlich“ festgehalten: Zwischen 2002 und 2008 landet die Opel Post beim Grand Prix für Mitarbeiterzeitungen insgesamt fünf Mal auf dem Treppchen. Die den Grand Prix ausrichtende Deutsche Public Relations Gesellschaft (DPRG) kürt die Opel Post zu einem der besten Mitarbeitermedien Deutschlands.



Kein bisschen alt: Die Opel Post 2009

# Elegantes Kraftpaket

Der Insignia OPC ist der stärkste Serien-Opel aller Zeiten



Geniales Geschenk:  
Zum 10. Geburtstag  
spendiert Opel seinen...



...Kunden mit dem Insignia OPC eine ebenso elegante...

Rüsselsheim (ot). Dynamisches und leidenschaftliches Autofahren hat bei Opel einen neuen Namen: Insignia OPC. Der 2,8 Liter große V6-Turbo-Benziner mit 239 kW/325 PS und bärenstarken 435 Newtonmetern Drehmoment macht ihn zum stärksten Serien-Opel aller Zeiten. Die OPC-Variante des Autos des Jahres 2009, die in den drei Karosserieformen Stufen- und Schräghecklimousine sowie Sports Tourer zu Preisen ab 44 900 Euro angeboten wird, erreicht eine Höchstgeschwindigkeit von 250 km/h (abgeregelt) und absolviert den Sprint von null auf Tempo 100 in nur sechs Sekunden.

Zum zehnten Geburtstag der erfolgreichen OPC-Modellreihen hat Opel dem sportlichsten Insignia zahlreiche hochwertige Hightech-Features implantiert. Als erstes OPC-Modell ist der Insignia mit adaptivem 4x4-Allradantrieb und elektronischem Sportdifferenzial ausgestattet. Diese Komponenten sind ebenso serienmäßig wie das FlexRide Premium-Fahrwerk, dem die Entwickler einen gezielt sportlichen, fahraktiven Charakter gegeben haben.

Die Recaro-Vordersitze mit vierfach einstellbarer Lordosenstütze und Sitzflächenverlängerung sind die ersten reinrassigen

gen Sportsitze der gesamten Autoindustrie, die das begehrte Gütesiegel der Aktion Gesunder Rücken e.V. (AGR) erhalten haben. „Während die ecoFLEX-Version eine einzigartige Stellung unter den besonders umweltfreundlichen Limousinen einnimmt, würzt die OPC-Variante die Insignia-Familie mit ein wenig feurigem Chili“, so Opel-Chef Hans Demant. „Der Insignia OPC ist der erste Vertreter einer neuen Art von Hochleistungsautos bei Opel – souveräne Kraft und ein Spitzen-Fahrwerk sorgen für jede Menge Fahrspaß.“

Der Insignia OPC beschleunigt in sechs Sekunden von null auf Tempo 100 und erreicht abgeregelt 250 km/h Spitze. Auch sein Durchzugsvermögen ist bemerkenswert: In nur 7,1 Sekunden beschleunigt er im fünften Gang von 80 auf 120 km/h.

Die neue 325 PS starke OPC-Version des 2.8V6 Turbo profitiert von einer speziellen Kalibrierung der Motorsteuerung. Außerdem wurde der Turboladedruck auf 0,9 bar erhöht und ein verbessertes Abgassystem reduziert den Gegenruck. Die vom Spezialisten Remus entwickelte Auspuffanlage aus rostfreiem Edelstahl ist 20 Prozent leichter als ihr Serien-Pendant. Und da der angemessene Motorsound bei einem so sportlichen Modell besonders wichtig ist, haben die Akustik-Ingenieure von Opel neue Mittel- und Endschalldämpfer entwickelt.

Der neue 2.8 V6 Hightech-Turbo gibt seine Kraft an ein Sechsgang-Schaltgetriebe ab. Für ein Optimum an sportlicher Performance wurde die Achsübersetzung im Vergleich zum normalen V6 Turbo der Insignia Sport- und Cosmo-Versionen von 3,76 auf 3,90:1 verkürzt. ■



...wie sportliche Hochleistungs-Variante

## Highlights der OPC-Geschichte

- 2009** Marktstart Insignia OPC Limousine und Insignia OPC Sports Tourer (2,8-Liter-V6-Turbo-Motor mit 239 kW/325 PS)
- 2009** Marktstart Astra OPC Race Camp Edition
- 2008** Sondermodell Astra OPC „Nürburgring Edition“ in limitierter Auflage
- 2007** Kleinwagen-Rekord des Corsa OPC auf der Nürburgring-Nordschleife
- 2007** Marktstart des Corsa OPC (1,6-Liter-Turbo, 141 kW/192 PS)
- 2006** Streckenrekord für Vans auf der Nordschleife durch den Zafira OPC
- 2006** Einführung des Meriva OPC (1,6-Liter-Turbo mit 132 kW/180 PS)
- 2005** Kompaktklasse-Rekord mit dem Astra OPC
- 2005** Marktstart von Vectra OPC und Vectra Caravan OPC (2,8-Liter-V6-Turbo, 188 kW/255 PS)
- 2005** Zweite Generation des Zafira OPC (2,0-Liter-Turbo, 177 kW/240 PS)
- 2005** Marktstart des aktuellen Astra OPC (2,0-Liter-Turbo, 177 kW/240 PS)
- 2005** Europaweiter Verkauf von rund 20 000 OPC-Fahrzeugen in nur fünf Jahren
- 2004** Start der OPC Line-Pakete
- 2002** Marktstart der zweiten Astra OPC-Generation (2,0-Liter-Turbo, 147 kW/200 PS) als Dreitürer und Caravan
- 2001** Einführung des Zafira OPC (2,0-Liter-Turbo, 141 kW/192 PS)
- 1999** Marktstart des Astra OPC (2,0-Liter-Saugmotor, 118 kW/160 PS). Die auf 3 000 Stück limitierte Auflage ist innerhalb von vier Monaten ausverkauft
- 1997** Opel gründet die Opel Performance Center GmbH (OPC)

# Power mit Dauer

Vor zehn Jahren startete das Opel Performance Center seinen OPC-Erstling

Rüsselsheim (ot). Welches sportliche Potenzial und technologische Know-how in den Topmodellen der Opel-Baureihen steckt, stellen seit zehn Jahren die Spitzensportler des Opel Performance Centers (OPC) unter Beweis. Die neuesten Familienmitglieder – Insignia OPC Limousine und Insignia OPC Sports Tourer – schlagen mit Power und Effizienz ein neues Kapitel in der OPC-Geschichte auf.

Die Zahlen belegen den Erfolg des OPC-Portfolios: Das erste OPC-Modell, ein auf 3 000

km/h Spitze. Das serienmäßige Sechsgang-Getriebe setzt ein maximales Drehmoment von 266 Newtonmetern mit Overboost um.

In den vergangenen Jahren haben OPC-Fahrzeuge auf der 20,8 Kilometer langen Nürburgring-Nordschleife regelmäßig Rekorde gebrochen. Den Anfang machte 2005 der Astra OPC mit 8:35:94 Minuten. Der 2006 vom Zafira OPC aufgestellte Van-Rekord von 8:54:38 Minuten hat auch heute noch Gültigkeit. Und der Corsa OPC setzt die Marke im Segment der Kleinwagensportler: Markenbotschafter Manuel Reu-

ter bewältigte 2007 die Strecke in einem Serien-Corsa OPC in 8:47:99 Minuten. Über die Rekordjagd hinaus absolvierten alle OPC-Fahrzeuge strenge Ausdauertests in der „Grünen Hölle“, die als die anspruchsvollste Rennstrecke der Welt gilt.

Die legendäre Nordschleife ist ureigenes Opel-Territorium. Bereits seit den 60er Jahren haben sich die Autos mit dem Blitz dort härtesten Tests unterzogen. Der Nürburgring hat sich als idealer Test-Ort erwiesen, besonders natürlich für die OPC-Modelle: Auch der Insignia OPC musste jüngst in den 10 000-Kilometer-Dauertest – und bestand fehlerlos. ■



Astra OPC: Der Erstgeborene



Zafira OPC: Auch ein Van muss nicht nur braver Lastesel sein

Stück limitierter 118 kW/160 PS starker Astra mit 2,0-Liter-Saugmotor, war bereits vier Monate nach seinem Start 1999 ausverkauft. Seitdem wurden mehr als 50 000 Opel-Spitzensportler aller Modellreihen ausgeliefert – vom Corsa OPC bis zum Zafira OPC.

Dabei bewies die Marke mit dem Blitz, dass auch die Kombination aus Leistung und Monocab sehr attraktiv sein kann. So war Opel der erste Hersteller, der 2001 mit dem 192 PS starken Zweiliter-Zafira OPC die Hochleistungsversion eines Vans auf den Markt brachte – zur Freude von mehr als 12 000 Kunden.

Der populärste OPC des vergangenen Jahres war der Corsa OPC. Mit seinem 1,6-Liter-Turbomotor und 192 PS beschleunigt der kleine Bolide in 7,2 Sekunden von null auf 100 km/h und erreicht 225



Corsa OPC: Sportlichkeit ist keine Frage von Größe



Foto: Opel

# Nachhaltig automobil

Zur IAA zeigt Opel eine Vielzahl von Beispielen, wie sich auf breiter Basis die Umwelt schonen lässt

Rüsselsheim (ot). Auf der IAA unterstreicht Opel das Bekenntnis zu sauberer Mobilität. So führt das Unternehmen ab kommendem Jahr Start/Stop-Systeme in seinen wichtigsten Baureihen ein – eines von vielen Beispielen, wie Opel Technologien für nachhaltige Mobilität auf breiter Basis verfügbar macht.

Innerhalb der nächsten 24 Monate werden die wichtigsten Baureihen über das Start/Stop-System verfügen. Es spart speziell im Stadtverkehr Kraftstoff:

Im Stand schaltet es den Motor ab, statt ihn im Leerlauf drehen zu lassen, zum Beispiel an einer roten Ampel. Wenn der Fahrer bei Grün die Kupplung tritt, springt der Motor automatisch wieder an.

In diesem Jahr haben bereits zwei Modelle die ecoFLEX-Familie nach oben ergänzt, die sich neben ihren günstigen Verbrauchs- und Emissionswerten durch hohe Leistung bei gleichzeitig günstigem Preis auszeichnen: Einmal der Insignia ecoFLEX. Er ist als Limousine so

wie Sports Tourer mit Zweiliter-Turbodiesel-Motoren erhältlich, die 96 kW/130 PS und 118 kW/160 PS leisten. Die Limousine ist mit einem  $c_w$ -Wert von 0,26 besonders aerodynamisch und begnügt sich mit 5,2 Litern Diesel je 100 Kilometer, emittiert also 136 g/km CO<sub>2</sub>. Der Kombi verbraucht nur 0,1 Liter mehr auf 100 Kilometer. Zudem kam der neue Zafira 1.6 CNG Turbo. Seinem Erdgasmotor macht ein Abgaslader Druck, sodass der Siebensitzer bei einer Leistung von 110

kW/150 PS lediglich 139 g/km CO<sub>2</sub> ausstößt.

Im Januar 2010 startet der neue Corsa ecoFLEX 1.3 CDTI mit einem CO<sub>2</sub>-Ausstoß von lediglich 98 Gramm pro Kilometer. Auf ihn folgt im Frühjahr die ecoFLEX-Version des neuen Astra mit nur 109 g/km CO<sub>2</sub>, was einem Verbrauch von 4,2 Litern Diesel je 100 Kilometer entspricht. Dies macht den Astra ecoFLEX zu einem der verbrauchs- und kostengünstigsten Modelle in der Kompaktklasse.

**Tierisch:** In Dudenhofen absolvieren gerade so genannte Maultiere („Mule Cars“) ihren Testdienst mit dem Voltec-Elektroantriebssystem

Dass die Opel-Kundschaft besonders umweltbewusst ist, zeigt sich unter anderem darin, dass die ecoFLEX-Palette einen Anteil von fast 40 Prozent an den in diesem Jahr in Deutschland verkauften Opel-Modellen hatte.

Den nächsten Meilenstein auf dem Weg zu nachhaltiger Mobilität markiert der Ampera, der Ende 2011 auf den Markt kommt. Das Elektroauto mit verlängerter Reichweite ist ein alltagstauglicher Fünftürer mit vier vollwertigen Sitzplätzen. Im vergangenen Monat wurde im Testzentrum Dudenhofen mit der praktischen Erprobung von Ampera-Technologieträgern begonnen. In zwei so genannten Mules (von engl. mule = Maultier) haben die Ingenieure das neue Voltec-Elektroantriebssystem in ein gewöhnliches Serienauto integriert.

Die Räder des Ampera werden zu jeder Zeit und bei jeder Geschwindigkeit elektrisch angetrieben. Strecken bis 60 Kilometer legt das Fahrzeug rein elektrisch mit der Energie zurück, die in einer 16 kWh fassenden Lithium-Ionen-Batterie gespeichert ist. Damit fährt der Ampera völlig frei von CO<sub>2</sub>- und anderen schädlichen Emissio-

## Prüfung bestanden

Berlin (ud). Neun Monate auf den Straßen Berlins haben gezeigt, dass die vierte Generation von Brennstoffzellenfahrzeugen den Alltagsanforderungen gewachsen ist.

„Die Rückmeldungen, die wir von unseren Partnern über die täglichen Erfahrungen mit Fahrzeug und Betankung erhalten, sind vielversprechend und hilfreich“, so Dr. Lars Peter Thiesen, Leiter der Wasserstoff- und Brennstoffzellen-Einführungsstrategie in Europa. „Die Fahrzeuge sind im Alltags-einsatz in der Großstadt zuverlässig und belegen das Zukunftspotenzial der Wasserstofftechnologie.“

Auch sind zwischenzeitlich neue technologische Erkenntnisse in die Fahrzeuge eingeflossen, die auf den ersten Ergebnissen der Berliner Feldversuche beruhen. Mithilfe der Daten konnten weitere Verbesserungen im Hinblick auf Zuverlässigkeit, Leistungsfähigkeit und Verbrauch erzielt werden.

Seit Dezember 2008 fahren zehn HydroGen4 Fahrzeuge in Berlin und haben dabei mehr als 50 000 Kilometer zurückgelegt. Als Partner von Opel testen neun große Unternehmen – ADAC, Allianz, Axel Springer AG, Coca-Cola, Hilton, Linde, Schindler, Total und Veolia – die Fahrzeuge im Alltagsbetrieb.



Foto: Fahrlog

# Wir kandidieren

10 aus 22 000: Beim OPC Race Camp sind die Finalisten gefunden

Rüsselsheim (ot). Das Team der zweiten Staffel des OPC Race Camp ist komplett. Nachdem sich die Kandidaten qualifiziert haben, dürfen sie sich schon jetzt als Sieger fühlen. Immerhin sind sie die besten von über 22 000 Bewerbern respektive 750 Kandidaten, die bei Race Camp-Chef Manuel Reuter und Opel-Markenbotschafter Jockel Winkelhock „vorfahren“ durften. Alle Finalisten haben inzwischen ihren A-Lizenz-Rennfahrerlehrgang erfolgreich absolviert.

Für neun Männer und eine Frau geht es jetzt darum, sich auf das Finale von OPC Race Camp 2010 vorzubereiten, das 24-Stunden-Rennen im Mai 2010 auf dem Nürburgring. Wer die ehemaligen Opel-Werkspiloten Manuel Reuter und Joachim Winkelhock kennt, der weiß, dass für sie Professionalität an oberster Stelle steht. „Schließlich wird unseren Fahrern beim 24-

Stunden-Rennen kein Anfängerbonus eingeräumt“, erläutert Winkelhock den Aufwand, „sie müssen gegen Vollprofis und die Weltelite des Langstrecken-Motorsports antreten. Darauf werden wir sie konsequent vorbereiten.“

Der Castingdruck ist zwar weg, eine Stammplatzgarantie hat aber auch jetzt noch keiner. Jeweils vier Fahrer werden für die beiden Einsatzfahrzeuge gemeldet, zwei weitere werden zunächst mit einem Platz auf der Ersatzbank vorlieb nehmen müssen.

Wie schnell und wie gut kommen die einzelnen Kandidaten mit und auf der Nordschleife zurecht? Welche Fahrerkombination ist optimal für jedes Auto? Und, ganz wichtig: Wie funktioniert die jeweilige Besetzung als Team? Elementare Fragen, die es im Hinblick auf eine optimale Erfolgsstrategie noch zu klären gilt. Es bleibt spannend.



Foto: Opel

Endrunde: Die Top Ten freuen sich jetzt auf „höllische“ Zeiten

## Hintergrund kompakt

Nach 18 500 Bewerbern in der Erstauflage setzte der Aufruf zur zweiten Staffel „OPC Race Camp“ mit rund 22 000 Rennfahreraspiranten aus Deutschland, Österreich und der Schweiz erneut Maßstäbe.

Besonderheit dieses einzigartigen Motorsportformats: Gesucht werden talentierte Autofahrer ohne Rennfahrervergangenheit, die in mehreren Qualifikationsstufen einschließlich Fitness-tests, Lizenzprüfungen und Wettkampfeinsätzen die einmalige Chance erhalten, sich unter professioneller Anleitung zur Rennreife zu entwickeln.

Für die zehn Talentiertesten winkt der Einsatz beim größten und schwierigsten Langstreckenrennen der Welt, dem 24-Stunden-Rennen auf dem Nürburgring.

# Jenseits von Afrika

Das „feuerrote Spielmobil“ kehrt in seine alte Heimat zurück

Rüsselsheim (jh). Es ist groß, es ist rot und irgendwie ist es auch knuffig; Kinder jedenfalls fahren auf dieses Auto total ab. Als das „feuerrote Spielmobil“ am 14. Mai 1972 zum ersten Mal über die bundesdeutschen Fernsehschirme rollt, ahnt keiner der Verantwortlichen vom Bayerischen Rundfunk (BR), dass diese Sendung einmal Kult werden würde. Ebenso überraschend: Jetzt kehrt einer der Hauptdarsteller, der lange Zeit als verschollen galt, auf die Bühne zurück. Der rote Opel Blitz mit der Inventarnummer 246 des BR wurde im westafrikanischen Namibia entdeckt und kam via Hafen Hamburg zurück in die Heimat.

im ehemaligen Deutsch-Südwest verschlagen. In einer Gemeinschaftsaktion holten der Bayerische Rundfunk, „AutoBild“ und Opel das „feuerrote Spielmobil“ nach Deutschland zurück. Der noch immer fahrbereite Opel Blitz, Baujahr 1962, wird vom Hersteller restauriert und soll später einen Ehrenplatz im Rüsselsheimer Automuseum bekommen. Zuvor setzt das Bayerische Fernsehen zu seinem 50. Geburtstag noch auf die Strahlkraft des wiederentdeckten Klassikers und auch der Axel Springer-Verlag möchte das Spielmobil zu besonderen Anlässen wie Klassiker-Fahrten einsetzen. ■

Am Haken: Durch Zufall in Afrika entdeckt, kam der Blitz via Hamburger Hafen zurück in seine deutsche (Auto-)Heimat



Mit der Kamera festgehalten: Kinder lieben das feuerrote Spielmobil noch immer heiß und innig



Fotos (4): Opel

Bei der Melodie von „Kri-Kra-Krokodil, wir fahren mit dem Spielmobil“ oder „Pi-Pa-Pelikan, Spielmobil geht ran“ werden heute noch viele Mittvierziger wehmütig. Bis 1981 fuhr das Spielmobil mit den Stoffhunden Wuff und Biff sowie der Trickfigur Wummi durch die Lande, zeigte die Menschen, die am Wegesrand lebten und erzählte deren Geschichten. Mit dem Ende der Serie verlor sich auch die Spur des Opel Blitz – bis 2008 ein Autor der Zeitschrift „AutoBild“ den Opel Blitz in Namibia entdeckte. Auf verschlungenen Pfaden hatte es das Spielmobil in die 20 000-Seelen-Gemeinde Otjiwarongo

NAME: RALPH HERFORTH  
BERUF: SCHAUSPIELER  
AUTO: INSIGNIA & ANTARA

„Ein absolutes Traumauto, das mich schon in meiner Kindheit begeisterte“, schwärmt Ralph Herforth vom Diplomat AV8 Coupé von 1966, dem Rüsselsheimer Flaggschiff der 60er Jahre. Eines jener seltenen Exemplare pilotierte der Charakter-Mime jüngst auf der 650 Kilometer langen Oldtimer-Rallye Hamburg – Berlin.

Für den Auftritt im Alltag nutzt der aus vielen Film- und Fernsehproduktionen wie „Knöckin' on Heaven's Door“, „Der Felsen“ oder „Kurz und Schmerzlos“ bekannte Schauspieler einen Insignia 2.0 CDTi, den der Vater von zwei Kindern seit kurzem zusätzlich zu seinem Antara fährt. Der Insignia ist für Ralph Herforth „ein tolles, top-verarbeitetes Auto, das Technologie, Design und Fahrkomfort in unheimlich gutem Zusammenspiel zeigt“.

Außerdem erfüllt er seine Anforderungen in puncto Flexibilität: „In meinem Job muss ich jedes Mal aufs Neue in eine Rolle schlüpfen. Genauso vielseitig ist für mich der Insignia – zum einen als Limousine, zum anderen als sportliches Powerauto. Dabei bleibt es zugleich ein Familienauto mit soviel Platz, dass wir sogar unsere Tante Mo, ein Beagle-Mädchen, sicher mitnehmen können.“

Auf seinen Antara möchte der 49-Jährige dennoch nicht verzichten. Mit ihm scheut er abseits der Straßen Berlins keinen Waldweg, keine Spitzkehre und kein Schlagloch, wenn er sich zu seinem Haus am See begibt.



Foto: Opel

## Eine Entscheidung ohne späte Reue

Fachleute prognostizieren dem Insignia ausgesprochen wettbewerbsfähige Restwerte

Rüsselsheim (ot). Der Insignia ist nicht nur eine der bestverkauften Mittelklasse-Limousinen in Europa, ihm wird im Wettbewerbsvergleich auch eine hohe Wertstabilität prognostiziert. Das unterstreichen Analysen der renommierten Marktforscher DAT und EurotaxSchwacke. Beide haben die zukünftige Restwertentwicklung der Insignia 1.8 und 2.0 CDTi Edition-Modelle – als Stufenhecklimousine und auch Sports Tourer – näher beleuchtet.

„In einem schwierigem Restwertumfeld wird sich das Fahrzeug gegenüber seinen Wettbewerbern behaupten. Es ist zu erwarten, dass der Insignia in drei Jahren höhere Gebrauchtwagenpreise erzielen wird als die meisten seiner Volumen-Wettbewerber. Die marktgängigen Listenpreise erlauben es den Kunden, zu höherwertigen Ausstattungslinien und zusätzlichen



Foto: Opel

Gute Entscheidung: Der Insignia

Optionen zu greifen. Dies wird sich positiv auf den Wiederverkaufswert auswirken“, so Michael Bergmann, Geschäftsführer von EurotaxSchwacke.

Mit einem prognostizierten Restwert von 40 Prozent in drei Jahren und einer Laufleistung von 90 000 Kilometern kann der Insignia Sports Tourer mit dem 130 PS

starken Selbstzünder auch arrivierten Mitstreitern Paroli bieten. Die Stuttgarter Marktexperten von der DAT bescheinigen dem Rüsselsheimer Kombi sogar einen um sieben Prozentpunkte höheren Restwert (47 Prozent), was einen Wertverlauf auf dem Niveau der Premiumklasse darstellt.

Nicht nur der Sports Tourer überzeugt im umkämpften Mittelklasse-segment, auch die Limousine mit dem 140 PS starken 1,8-Liter-Motor kann sich im schwierigen Restwertumfeld behaupten. Mit einem Restwert von 32 Prozent (EurotaxSchwacke) beziehungsweise 44 Prozent (DAT) hat die Insignia-Limousine gegenüber dem stärksten Mitbewerber in der Mittelklasse einen Mehrwert von jeweils fünf Prozentpunkten. ■



# Leser-Briefe

110 Jahre Automobilbau im Zeichen des Blitzes, das sind 110 Jahre prall gefüllt mit Geschichte und Geschichten. Wir hatten dieses Jubiläum zum Anlass genommen, Sie zu bitten, uns Ihre schönsten Geschichten mit oder über Opel zu schicken – und Sie sind dieser Aufforderung äußerst zahlreich gefolgt. Vielen Dank dafür! Allerdings war es harte Arbeit, aus dieser großen Fülle an Einsendungen die interessantesten Geschichten auszusuchen. Auf den folgenden vier Seiten haben wir eine Auswahl für Sie getroffen:

**Johann Mühlbauer, Opel-Rentner aus Ellerbek bei Hamburg, schickte uns nicht nur ein Bild vom Bandablauf des 500 000ten Kadett in „seinem“ Opel-Werk in Bochum, sondern erinnert sich noch lebhaft an eine skurrile Geschichte aus seiner aktiven Zeit:**

„Ich hatte mit so manch seltsamen Kunden zu tun. Einer ist mir besonders in Erinnerung geblieben. Es war ein etwas schwieriger Zeitgenosse. Er war mächtig stolz auf seinen GT und behielt ihn stets ganz streng im Auge. An seinem GT

war ein Scheibenwischer defekt und ich sollte ihn reparieren. Der Kunde setzte sich zu mir vor den Wagen und ließ mich keinen Augenblick aus den Augen. Er blieb die ganze Zeit vor mir sitzen und wachte über jeden meiner Handgriffe.“



Jubiläum-Feier: Johann Mühlbauer war in Bochum dabei



„Drei Esel-Stärken und ein Opel-Fan“ titelt Erich Schnell

**Erich Schnell aus Bingen schickte uns ein vielsagendes Foto, das auch ohne große Worte auskommt:**

„Das Bild habe ich in Namibia aufgenommen, es entstand auf dem Gelände eines Waisenhauses mit circa 70 Kindern in Oshipeto im Ovamboland an der Grenze zu Angola.

Es erübrigt sich fast schon zu erwähnen, dass das fernab jeglicher Zivilisation liegt. Als Untertitel schlage ich vor: Drei Esel-Stärken und ein Opel-Fan“

**Erich Weller, Seniorchef des gleichnamigen Opel-Autohauses in Bietigheim-Bissingen, erinnert sich lebhaft an ein einschneidendes Ereignis aus dem Jahr 1952:**

„Als junger Autoverkäufer kam ein älteres Ehepaar zu mir und die Dame erklärte, sie habe zwar schon lange einen Führerschein, sei aber längere Zeit nicht mehr gefahren. Ob sie wohl mit einem neuen Opel Olympia zurecht käme. Ich bejahte vehement, schließlich wollte ich ein Auto verkaufen. Auch erklärte ich mich bereit, bei ihrer ersten

Fahrt dabei zu sein und sie einzuweisen. Sie kaufte das Auto, es war ein beiger Opel Olympia Baujahr 1952. Wir machten uns dann auf den Weg und ich bemühte mich mit ruhiger Stimme zu erklären, wie man startet, kuppelt, anfährt und bremst. Das war alles etwas mühsam, aber endlich waren wir dann auf offener Strecke und die →



Kurzfristig hatte Kurt Smaga Probleme mit Kadett-Drillingen

**Kurt Smaga, Opel-Rentner aus Bochum, erinnert sich an eine weit zurückliegende Geschichte, die ihm heute noch „wie ein Sechser im Lotto“ vorkommt:**

„Ich wohnte damals in Langendreer. Vor dem Haus gab es nur vier Stellplätze. Als ich von der Frühschicht kam, waren, oh Wunder, alle Plätze frei. Also parkte ich meinen Kadett direkt vor der Tür. Als ich einige Stunden später mit dem Auto ins Zentrum wollte, bekam ich einen großen Schreck: Mein Autoschlüssel passte nicht mehr. Als ich aufblickte sah ich, das nebenan noch ein Kadett stand,

in der gleichen Farbe. Kann passieren... Aber sieh an: Der Schlüssel passt auch hier nicht. Aber das ist doch mein Auto. Hat schließlich die Nummer „24“ im Kennzeichen. Bis ich endlich merke, was passiert ist: Von vier abgestellten Kadetten haben drei die gleiche Farbe – und alle Kennzeichen enden auf „24“. Das Rätsel hat sich nie gelöst, ich habe später nie wieder einen dieser Wagen gesehen.“

→ Straße vor uns frei, bis auf einen langsam fahrenden Lastwagen. Wir näherten uns einer unübersichtlichen Rechtskurve, so dass ich meiner Fahrerin beschied, sie möge abbremser und hinter dem Wagen bleiben. Pustekuchen: Sie gab Gas und setzte zum Überholen an. Vor uns tauchte der Gegenverkehr auf, so dass ich nicht anders konnte, als ins Lenkrad zu greifen, den Wagen nach rechts zu steuern und gleichzeitig die Handbremse zu ziehen. Die Hinterreifen quietschten, der Wagen schaukelte wie auf hoher See, wir kamen gerade noch rechtzeitig zum Stehen. In dem Moment rauschte schon der Gegenverkehr an uns vorbei.

Ich war in diesem Moment in keiner guten Verfassung. Im Gegensatz zu meiner Fahrerin – sie strahlte mich triumphierend an und sagte: Herr Weller, haben Sie gesehen, wie ich die Situation gemeistert habe? – Ich kann den Schreck noch 57 Jahre später lebhaft nachempfinden.“

**Axel Kupetz aus Schlitz in Hessen schildert, wie er von Opel infiziert wurde – in der DDR!**

„1956 in Leipzig geboren, entwickelte sich meine Opel-Leidenschaft bereits in frühen Kinderjahren. Sie wurde durch die Leipziger Messe begünstigt, durch die sich meine Heimatstadt zweimal jährlich zu einer Drehscheibe zwischen Ost und West entwickelte. Während der Messezeiten hielt eine gewisse Internationalität Einzug in den täglichen Straßenverkehr.

Mich faszinierten besonders die großen Opel-Kapitäne. Panoramascheiben und Chrom ohne Ende zogen mich als Steppke in ihren Bann. Kurz nach der Führerscheinprüfung kam Verwandtschaft aus Hessen nach Leipzig. Zu meiner Überraschung reisten Cousin und Ehefrau im Diplomat Ban. Nach einer Einweisung durch den

**Aus Flörsheim-Wicker schrieben uns Nora und Herbert Weilbacher:**

„Zwischen 1980 und 1985 hatten wir übers Wochenende oft Testwagen. Da wir die Berge liebten, ging es immer Richtung Bayern, Österreich und Schweiz. Dadurch lernten wir viele Gegenden kennen, vor allem viele Berge von oben – Zugspitze, Jungfrauoch, Schildhorn, Säntis, Rigi, Nebelhorn, Tegelberg, Jenner... Einmal im Herbst erlebten wir an einem Samstag im Allgäu den Almbtrieb mit und wollten am Sonntag zu-

rückkehren als unser Testwagen, ein Senator, einfach liegen blieb. Nach telefonischer Rücksprache mit dem Betriebsleiter in Rüsselsheim wurden wir in eine örtliche Werkstatt abgeschleppt. Wie sich später herausstellte war es nur eine Kleinigkeit, aber wir konnten dadurch zwei Tage länger im Allgäu bleiben. Mittlerweile sind wir 82 Jahre alt, werden diese Touren und Erlebnisse aber nie vergessen.“



Der erste Weilbacher-Opel war 1960 ein grüner 1200er

Cousin in die mir unbekannte Opel-Automatik bekam ich den Diplomat zu einigen Spritztouren anvertraut. Nun hatte ich die Marke auch in der Praxis in mein Herz geschlossen. Aber jemals einen Opel sein Eigen zu nennen, war zu jener Zeit im Osten Deutschlands fast ausgeschlossen. Wie das Leben so spielt, wurde mir Anfang der 1980er Jahre ein Rekord A Coupé aus privater DDR-Hand angeboten und ich schlug begeistert zu. Mein Stolz, am Volant eines Opel zu sitzen, sah mir bestimmt jeder an. Nach vier Jahren am Steuer des Rekord bot man mir einen Ascona-B 1,9S Automatik an. Ich schlug sofort zu. Hin und wieder traf man auch andere Leute, die in der glücklichen Lage waren, einen Opel ihr Eigen zu nennen. Aus solchen Begegnungen heraus entstand 1986

in Sachsen der erste Opel-Club der DDR. Dadurch ergaben sich auch die ersten Kontakte zur „Alt-Opel Interessengemeinschaft“ im Westen. Nach Öffnung des „Eisernen Vorhanges“ im Herbst 1989 machte ich mich mit meiner Familie und dem Opel sofort auf den Weg von Leipzig in Richtung Hessen. Nach der ersehnten Überquerung der innerdeutschen Grenze wurden die aus Richtung Osten kommenden Fahrzeuge von der Bevölkerung begeistert begrüßt. Nur von uns nahm die jubelnde Menge keine Notiz – unser Ascona B war für sie nichts Ungewöhnliches und auch nicht als DDR-Fahrzeug einzuordnen. Das Leipziger Kennzeichen an unserem Opel ging in der Begeisterung über die vielen Ladas, Trabis und Wartburgs völlig unter...“

**70**  
JAHRE  
Opel Innovationen

### Anne-Trude Zieres aus Rüsselsheim erinnert in ihrer Geschichte an längst vergangene Zeiten:

„1934 kam mein Vater aus der Bayerischen Rhön nach Rüsselsheim, in der Hoffnung hier Arbeit zu finden. Er hatte Glück und fand als gelernter Schuhmacher eine Anstellung in der Sattlerei von Opel. Später verguckte er sich in ein junges Mädchen aus Flörsheim und 1938 kam ich auf die Welt. Nach meiner Geburt wechselte mein Vater zur Werksfeuerwehr. 1942 begannen meine Eltern in der B-Siedlung ein Haus zu bauen, doch schon kurz nach Baubeginn wurde mein Vater eingezogen und an die Ostfront versetzt. Er blieb im Krieg. Meine Mutter war dann eine echte Trümmerfrau und baute Rüs-



Neue Heimat: Der Opel-Kindergarten nach dem Krieg

selsheim wieder mit auf. 1948 fand sie Arbeit in der Werksverpflegung bei Opel. Sie bekam die Erlaubnis, mir an jedem Werktag – natürlich gegen Bezahlung – eine Essensportion an das Portal 45 zu bringen, die ich dort unter Aufsicht des Werk-schutzes verzehren durfte.

Als Halbwaise und Schlüsselkind durfte ich später auch den neu eröffneten Opel-Kindergarten im Eichsfeld besuchen, der uns Kindern bald zur zweiten Heimat wurde. 25 Jahre lang hat meine Mutter noch

bei Opel gearbeitet und anschließend ihre überaus geschätzte Opel-Rente genossen. Wie auch ich es tue, gemeinsam mit meinem Ehemann, der fast 40 Jahre bei Opel gearbeitet hat. In meinem Beruf als selbstständige Friseurmeisterin war die Mehrzahl meiner Kunden entweder selbst bei Opel beschäftigt oder sie hatten Angehörige, die dort arbeiteten. Wie oft haben wir die Frage diskutiert: Was wären wir ohne Opel? Unsere Antwort: Wir alle brauchen Opel, denn wir sind Opel! ▶

### Harald Pamp aus Bochum schreibt uns über ein denkwürdiges Jubiläum:

„Ein besonderes Ereignis war der erste in Bochum zusammengebaute Kadett-Motor, quasi der „Urahn“ einer langen Reihe Bochumer Motoren. Die Teile für den ersten Motor hatten wir im Regal in einer Ecke unseres Magazins gelagert. Es war ein echtes Spitzenmaßerzeugnis, das da auf unserem Tisch entstand. Nachdem der Motor fertig war, begannen wir zu improvisieren.

Ich brachte von zu Hause in einer Aral-Öldose etwas Benzin mit, ein Kollege hatte aus seinem Auto die Batterie ausgebaut, die wir zum Anlassen benötigten. Unsere Vorbereitungen hatten sich in der Halle herumgesprochen, so dass die Kollegen Spalier gestanden haben. Dabei waren wir uns keineswegs sicher, ob das „Ding“ auch laufen würde. Ich habe dann mit einer zweiten Benzinpumpe Sprit in den Vergaser gepumpt. Anlassen, nach kurzem Stötern – rumms, rumms – lief er. Da ging ein Aufschrei durch die Menge, als ob ein Tor für den VfL gefallen wäre! Der Jubel war unbeschreiblich, es war schließlich unser „Erster“.

Das muss im September 1962 gewesen sein. Der Motor röhre beim Gasgeben laut wie ein Panzer, da er ja keinen Auspuff hatte. Ruums, rumms, röh, röh – das hörte man in der ganzen Halle und lockte alle Kollegen an, die natürlich alle mal Gas geben wollten. Ein für uns alle erhebendes Erlebnis.“ ▶



Die Oldiefans Klaus Lewitz, Benno Bunse und Norbert Hoppe (v.l.)

### Norbert Hoppe vom gleichnamigen Autohaus aus Warburg meint:

„Wir sind ein kleiner Familienbetrieb mit 19 Mitarbeitern, der 1923 gegründet wurde. Inzwischen arbeitet die dritte Generation im Geschäft. Wir vertreiben ausschließlich die Marke Opel – und das mit Herz. Wir investieren stetig neu, um unsere Kunden in einem ansprechenden Ambiente willkommen zu heißen.

Wie wertbeständig die Marke Opel ist, zeigt sich immer wieder auch in unseren Oldies. Ein Opel 1,8 Liter, ein Sechszylinder mit 32 PS, Baujahr 1930, hat dies erst jüngst wieder bei einer Oldtimer-Rallye unter Beweis gestellt. Bei einer schönen und erfolgreichen Fahrt durch den Reinhardswald hat der Oldtimer wieder einmal souverän 150 Kilometer abgespult. Ein toller Erfolg, der von

unendlich vielen Menschen mit Wohlwollen quittiert wird. Die Politik kann sich gar nicht vorstellen, bei wie vielen

Menschen das Herz für diese Marke schlägt. Auch wir sind Opel und das seit vielen Jahrzehnten.“ ▶



Zelten zu Titos Zeiten war eine aufregende Sache

### Helma Bandt aus Rüsselsheim bestand ihr größtes Opel-Abenteuer im Jahr 1956:

„Ich hatte gerade meinen Führerschein gemacht und meine Eltern waren seit kurzem Besitzer eines Opel Rekord. Mein Onkel, damals wohl so um die 50, hatte auch gerade erst seinen Führerschein bekommen und ebenfalls einen Opel gekauft. Da mein Vater, Karl Kraft, gelernter Werkzeugmacher bei Opel, sehr unternehmungslustig war, beschlossen wir gemeinsam mit unseren beiden Opel in Urlaub nach Jugoslawien zu fahren. So eine Reise war damals noch etwas sehr Seltenes. Im Sommer fuhren wir schließlich los, hatten ein Zelt, Schlafsäcke, Luftmatratzen, einen Benzinkocher und Essgeschirr im Gepäck. Wir landeten auf einem Campingplatz in Opatia bei Rijeka. Einer der Höhepunkte des Urlaubs sollte eine Fahrt ins Hinterland werden. Auf dem Rückweg wählten wir die Küstenstraße. Dort bekamen wir einen Schreck, als unter dem Heck des vorausfahrenden Wagens meines Onkels plötzlich Rauch aufstieg. Es stellt

sich heraus, dass er schon geraume Zeit mit angezogener Handbremse gefahren war. Guter Rat war jetzt teuer. Mein Vater entschloss sich schließlich, das Kommando über den defekten Wagen zu übernehmen und übergab mir, obwohl ich noch nicht allzu viel Praxis hatte sammeln können, das Lenkrad unseres Rekord.

Nun begann eine recht abenteuerliche Rückreise. Serpentine folgte auf Serpentine, links gähnte stets der Abgrund. Meine Tante und meine Mutter waren mit den Nerven bald am Ende. Während der ganzen Fahrt hörte man nur ihr „ui, ui, ui, geb acht!“ Das war der ganze Wortschatz, der ihnen vor lauter Angst noch geblieben war. Zum Glück erreichten wir alle höchst lebendig den Zeltplatz, wo mein Vater später den Wagen reparierte und wir unseren Urlaub unbeschwert fortsetzen konnten. Ein Erlebnis, das uns viele weitere Urlaube als Gesprächsstoff diente...“ ▶

### Der mittlerweile 87-jährige Willi Boller aus Biebertal erinnert sich an seine Zeit in der Versuchsabteilung in Rüsselsheim:

„Es kam der Tag, an dem ich mit meinem Kollegen Franz aus Frankfurt-Höchst den neuen Kadett mit Frontantrieb zusammengebaut hatte.

Nach vielen Wochen Kleinarbeit waren wir stolz, die Geburtsstunde des ersten Frontantriebwagens zu erleben und den Herren der Führungsriege das neue Modell vorstellen zu dürfen. Wir gaben gegen Mittag Bescheid, dass der Wagen zur Besichtigung freigegeben war. Mein Obermeister meldete die Fer-

tigstellung nach oben weiter. Als mein Kollege und ich vom Mittag zurück kamen, war der Chefsingenieur bereits an „unserem“ Wagen und bat mich, die Beifahrertür zu öffnen. Als ich es tat, kullerte mir eine Flasche Sekt entgegen. Es war sein Dankeschön für unsere Arbeit. Später kamen noch weitere Herren der oberen Etage.

Da hatten nicht nur wir zwei noch einen schönen Nachmittag mit dem allerersten frontgetriebenen Kadett.“ ▶



Im Juni 1964 gab's im Hause Boller den ersten Opel

### Gerd Sieber aus Bochum schreibt uns seine ganz eigene Opel-Geschichte, die schon im zarten Alter von sechs Jahren begann:

„Im Mai 1945 waren wir in einem Opel P4-Lieferwagen auf der Flucht aus Sachsen. Wir kamen aber nicht weit, der Wagen wurde beschlagnahmt. Später hatten wir einen von Soldaten demolierten Opel zum „Chauffeur“ spielen entdeckt. Aus dieser Zeit war mir die Marke Opel sehr präsent. 1952 begann ich eine Lehre in einer Autowerkstatt in Zittau, eine frühere Opel-Werkstatt. 1957 kam ich als DDR-Flüchtling nach Bochum. Mit dem Bau

des Opel-Werks gab es für mich nur ein Ziel – da musste ich dabei sein. So wurde ich ein Mann der ersten Stunde. 1964 konnte ich mir dann meinen ersten Opel leisten – ein Kadett Coupé mit schwarzem Dach – ein Hingucker, ich nannte ihn „Sweetie“. In den Jahren danach habe ich als Werksangehöriger mehr als 40 Opel-Modelle gefahren. Heute als Rentner ist es ein Insignia – in dem festen Glauben, das es nicht mein letzter Opel ist.“ ▶



Mit Kadett, Bj. 1964 – Gerd Sieber ist angekommen

# Virtuell ist schnell

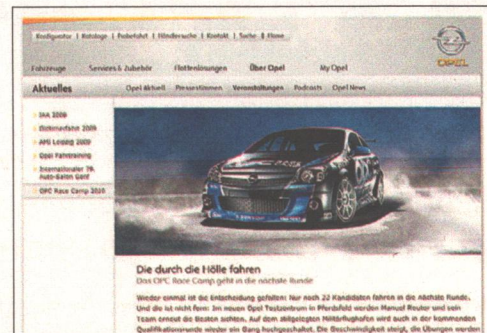
Der Verkauf an Mitarbeiter ist mit seinem umfassenden Angebot jetzt auch im Internet präsent

Rüsselsheim (jh). Mit dem Insignia hat Opel jüngst bewiesen und mit dem neuen Astra wird Opel in Kürze ein weiteres Mal eindrucksvoll bewiesen: Die Marke mit dem Blitz ist nicht nur auf der Höhe der Zeit, sie ist vielen Wettbewerbern deutlich voraus. Davon sollen auch die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter profitieren – indem sie die Opel-Modelle zu attraktiven Konditionen leasen oder kaufen können. Und indem sie dies jetzt noch viel einfacher tun können: Mit seinem Internetauftritt unter [www.wirfahrenopel.de](http://www.wirfahrenopel.de) schlägt der Verkauf an Mitarbeiter ein neues Kapitel in punkto Kundenservice auf.

Ab sofort können sich alle Kauf- und Leasingberechtigten



Inter-nett: Einmal eingeloggt wartet die ganze Angebots-Palette jetzt auch auf interne Kundschaft



online über die neuesten Angebote informieren und sind damit definitiv immer auf dem allerletzten Stand der Dinge. Da diese Seiten des Verkaufs nicht öffentlich sind, müssen sich Mitarbeiter auf der Startseite einloggen – ganz einfach mit

dem Nachnamen und der Stammmnummer. Da auch Angehörige und Lebensgefährten die Angebote nutzen können, gibt es die Möglichkeit über einen entsprechenden Antrag auch diesen einen eigenen Nutzernamen und ein Passwort zu verschaffen.

Wer diese „Hürde“ genommen hat, trifft auf das ganze ebenso überwältigende wie übersichtlich aufbereitete Angebot. Angefangen von der gesamten Palette an Informationen über Verkauf und Leasing – wie Berechtigungen, Konditionen, Angebote, Anträge und vieles mehr – bis zur ganzen

Fülle des Modellprogramms – inklusive Konfigurator – findet sich auf den Seiten des Verkaufs an Mitarbeiter alles, was mobil macht.

Wer nicht permanent online lebt, aber trotzdem auf dem Laufenden sein möchte, kann sich auch einen Newsletter abonnieren, mit dem der Verkauf regelmäßig über neue Angebote informiert.

Das schönste an dem neuen, umfassenden Service: Er ersetzt den alten nicht. Sprich: Wer das persönliche Gespräch und die Beratung vor Ort mehr schätzt als den Service mittels Siliziumeinheit, der ist in den Verkaufsbüros an den Standorten auch weiterhin gern gesehener Kunde – und kann künftig noch schneller bedient werden, weil sein Kollege sich sein neues Auto gerade per Computer ordert.

Alles weitere ab sofort unter: [www.wirfahrenopel.de](http://www.wirfahrenopel.de)



Eine für alle: Der Verkauf an Mitarbeiter ist online

## Ab in die Post

Die Personalabteilung benötigt jetzt Ihre Lohnsteuerkarte für 2010

Ab Ende September 2009 erhalten Sie Ihre neue Lohnsteuerkarte für das Jahr 2010. Um eine reibungslose Bearbeitung Ihrer Lohnsteuerkarte sicherstellen zu können, bitten wir Sie, auf folgende Details zu achten:

- Bitte tragen Sie oben rechts im Feld „Ordnungsmerkmal des Arbeitgebers“ Ihre GMIN ein. Die GMIN finden Sie im unteren Teil Ihrer Entgeltabrechnung.

Zur Abgabe Ihrer Lohnsteuerkarte bei der Adam Opel GmbH stehen Ihnen folgende Möglichkeiten zur Verfügung:

- Einwurf in den Briefkasten an den HR Servicepoints
- Abgabe bei Ihrer Mitarbeiterbetreuungsstelle
- Versenden an folgende Adresse:

**Adam Opel GmbH  
HR Service Center  
IPC: 34-01  
65423 Rüsselsheim**

Wir möchten darauf hinweisen, dass bei Nichtvorlage der Lohnsteuerkarte der Arbeitgeber gemäß § 39 EStG dazu verpflichtet ist, die Abrechnung des Entgelts ab dem 31. März 2010 gemäß Steuerklasse 6 vorzunehmen. Rentenzahlungen zur Opel Alters- und Hinterbliebenenversorgung werden bei Nichtvorlage der Lohnsteuerkarte gestoppt.

Sollte sich Ihre Adresse geändert haben, teilen Sie uns dies bitte – auch wenn sie auf der Lohnsteuerkarte aktuell abgedruckt ist – zusätzlich per E-Form (für aktive Mitarbeiter an den Servicepoints erhältlich) oder mit einem formlosen Schreiben (gilt für Rentner und Hinterbliebene) mit. Bitte nutzen Sie hierfür den Briefkasten an den HR Servicepoints oder eine der oben genannten Adressen.

# Gefahr in Verzug?

Rüsselsheim (jh). Sie heißt „H1N1“, „Neue Grippe“ oder etwas populärer „Schweinegrippe“. Die Weltgesundheitsorganisation (WHO) hat sie zur Pandemie erklärt. Ende August waren laut Robert-Koch-Institut mehr als 14 500 Menschen in Deutschland an der Grippe erkrankt. Auch an den Opel-Standorten gibt es schon mehrere Verdachtsfälle. Wie können und wie müssen wir uns schützen? Die Opel Post fragte Dr. Peter Etz, Leitender Werksarzt von Opel in Rüsselsheim.



Nachgefragt: Dr. Peter Etz

### Woran erkennt man die neue Grippe?

Die Symptome ähneln denen der jährlichen Grippe im Winter: Fieber, Husten, Kopf- und Gliederschmerzen, Müdigkeit und Appetitlosigkeit sind die häufigsten Erscheinungen.

### Wer ist besonders gefährdet?

Das sind vorrangig jüngere Menschen – vom Kleinkind bis zum jungen Erwachsenen – oder solche mit einer Grunderkrankung, denen eine solche Grippe dann zusätzlich zusetzt. Auch Schwangere haben ein höheres Risiko für Komplikationen. Dazu kommen alle, die regelmäßig mit vielen Menschen zu tun

haben, bei uns im Haus also der medizinische Dienst oder Werksfeuerwehr und Werkschutz. Außerdem jene Kolleginnen und Kollegen, die beruflich viel im Ausland unterwegs sind.

### Das ist aber eine überschaubare Gruppe. Besteht denn für die anderen keine Gefahr?

Anstecken kann sich natürlich jeder. Wer gesund und robust ist, dem wird die Grippe nicht so zusetzen, aber mit steigender Verbreitung erreicht die Grippe halt auch mehr Menschen aus den Risikogruppen.

### Was ist also zu tun, um das Risiko so gering wie möglich zu halten?

Jeder kann sich und andere schützen, indem er einige hygienische Grundregeln einhält. Zu denen zählt das regelmäßige gründliche Händewaschen. Kaltes Wasser reicht aus, aber waschen Sie sich die Hände mit Seife und auch zwischen den Fingern. Beim Husten sollten Sie Abstand zu anderen halten und auch nicht in die Hand Husten, denn die reichen Sie anschließend wieder jemanden und schon kann der sich infiziert haben. Es gibt einige wenige Regeln, die wirkungsvoll vorbeugen helfen.

### Trotzdem trifft die Bundesregierung jetzt Vorbereitungen, Millionen Menschen impfen zu lassen. Was ist da los?

Außerhalb Deutschlands gab es schon einige Todesfälle, bei uns verläuft die Schweinegrippe bisher aber relativ mild. Wir sollten uns deshalb aber nicht in Sicherheit wiegen, das wäre trügerisch. Bei der jährlich wiederkehrenden Grippewelle kennen wir die zirkulierenden Viren mittlerweile ganz gut und wissen, wie die sich verändern. Hierfür gibt es bewährte Impfstoffe und auch die Immunsysteme vieler Menschen können diesen Viren einige entgegensetzen.

### Haben wir also alles im Griff?

Nur bedingt. Das H1N1-Virus ist neu, es besteht in der Bevölkerung noch kein ausreichender Immunschutz. Richtig gefährlich kann es werden, wenn das neue Virus in der kommenden kalten Jahreszeit mit der normalen saisonalen Grippe zusammentrifft. Dann könnte sich das Virus verändern. Die Folgen wären nicht abzusehen, aber sehr ernst zu nehmen. Im letzten

Jahrhundert haben drei Grippewellen weltweit immerhin bis zu 50 Millionen Todesopfer gefordert.

### Wer sollte sich impfen lassen?

Allen, die zu den genannten Risikogruppen zählen, empfehlen wir dringend, sich impfen zu lassen. Allen anderen steht diese Entscheidung frei.

### Ab wann wird geimpft und wer wird das tun?

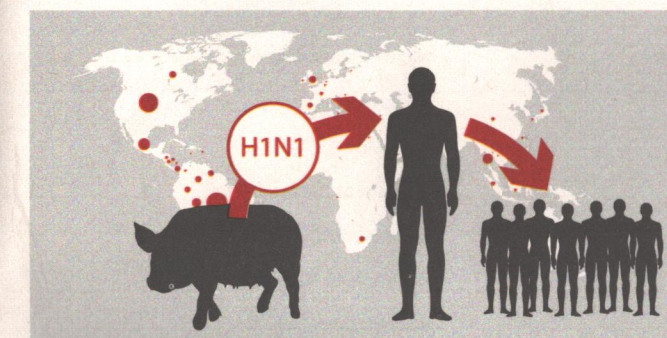
Der Impfstoff befindet sich zurzeit noch in der klinischen Erprobung. Ich rechne damit, dass er im Oktober oder November verfügbar sein wird. Ursprünglich sah die offizielle Planung für die Impfung vor, dass die Gesundheitsämter die Impfung übernehmen. Es zeigt sich aber, dass die mit dem erwarteten Ansturm wohl überfordert wären. Deshalb sollen auch wir als Werksärzte eingebunden werden. Zurzeit verhandle ich mit den Ämtern, wie wir an die benötigte Menge Impfstoff kommen können.

### Was wird die Impfung kosten?

Das notwendige zweimalige Impfen soll 28 Euro kosten. Das übernehmen allerdings die Gesundheitsträger, für den Patienten fallen keine weiteren Kosten an.

### Wie geht es weiter?

Wir raten allen Menschen, sich an die Hygieneregeln zu halten und offenen Auges durchs Leben zu gehen, dann ist das Risiko, sich zu infizieren, berechenbar. Sobald Impfstoff verfügbar ist oder sich an der Lage insgesamt etwas ändert, werden wir über die Interne Kommunikation umfassend informieren.



H1N1 ist zur „Pandemie“ erklärt worden, also zur gefährlichen länder- und kontinenteübergreifenden Ausbreitung einer Infektionskrankheit. Was kann und soll ich zur Vorsorge tun? Wie und wo kann ich mich informieren? Hier:

- Die wichtigsten Tipps sind in der Broschüre „Selbstverteidigung gegen Grippe“ zusammengefasst, die im Unternehmen verteilt wurde. Wer noch kein Exemplar hat, bekommt eins bei seinem Werksärztlichen Dienst.
- Die Broschüre und viele weitere nützliche Hinweise stehen auch im Intranet auf [Socrates.gm.com](http://Socrates.gm.com) unter der Rubrik Quicklinks.
- Das Robert-Koch-Institut liefert im Internet unter [www.rki.de/influenza](http://www.rki.de/influenza) aktuelle Daten und viele Hintergrundinformationen.
- Beratung, Empfehlungen und natürlich Diagnose bieten die **Werksmediziner** an allen Standorten.

## 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](http://www.opel-mitarbeiterfahrzeuge.de)

|  |  |   |      |
|--|--|---|------|
| Coupon per Deutsche Post AG an:<br><b>Anzeigenservice</b><br><b>Jahreswagen</b><br><b>Postfach 1503</b><br><b>65405 Rüsselsheim</b>              |  | <b>Kontakt details</b> Folgende Angaben (bis auf die Privattelefonnummer und private E-Mail-Adresse) werden nicht veröffentlicht: |      |
|  |  | Vorname   | Name |
|  |  | Opel Stammnummer  |      |
|  |  | (PLZ) Ort   |      |
|  |  | *Privattelefonnummer (notwendig für die Veröffentlichung)   |      |
|  |  | *Private E-Mail-Adresse (falls vorhanden)   |      |
| *eines muss ausgefüllt sein  |  |   |      |
| <b>Basisdaten</b><br>Modellvariante (z.B. Edition, Cosmo)<br><input type="text"/>  |  | Türen<br><input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5              |      |
| Motorisierung (z.B. 1.2 16V, 1.7 CDTI)<br><input type="text"/>   |  | Leistung (PS/kW)<br><input type="text"/>  |      |
| Erstzulassung (Monat - Jahr)<br><input type="text"/>   |  | Kraftstoff<br><input type="text"/>  |      |
| Preis<br><input type="text"/>  |  | Getriebe<br><input type="text"/>  |      |
| km-Stand<br><input type="text"/>   |  | Farbe<br><input type="text"/>   |      |
| Mögliche weitere Angaben<br><input type="text"/><br><input type="text"/><br><input type="text"/><br><input type="text"/><br><input type="text"/> |  |   |      |
| <b>Extras</b>  |  |   |      |
| <input type="checkbox"/> AFL / Bi-Xenon-Kurvenlicht  | <input type="checkbox"/> Halogen-Nebelscheinwerfer | <input type="checkbox"/> Nichtraucherwagen  |      |
| <input type="checkbox"/> Anhängerkupplung  | <input type="checkbox"/> IDS Plus                  | <input type="checkbox"/> Niveauregulierung  |      |
| <input type="checkbox"/> Anschluss-Garantie  | <input type="checkbox"/> IDS Sportfahrwerk         | <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"/> Leichtmetallfelgen        | <input type="checkbox"/> Sitzbelegungserkennung   |      |
| <input type="checkbox"/> FlexOrganizer   | <input type="checkbox"/> Lenkradfernbedienung      | <input type="checkbox"/> Sitzheizung  |      |
| <input type="checkbox"/> Festpreis   | <input type="checkbox"/> Lenkrad-Höhen-Verstellung | <input checked="" type="checkbox"/> Standheizung  |      |
| <input type="checkbox"/> Garagenwagen  | <input type="checkbox"/> Navigationssystem         | <input type="checkbox"/> Vollw. Reserverad  |      |
| <input type="checkbox"/> Geschwindigkeitsregler  |  |   |      |
| <b>Fahrzeug</b>  |  |   |      |
| <input type="checkbox"/> Astra TwinTop   | <input type="checkbox"/> Signum                    | <input type="checkbox"/> Zafira   |      |
| <input type="checkbox"/> Agila   | <input type="checkbox"/> Corsa                     | <input type="checkbox"/> Tigra TwinTop  |      |
| <input type="checkbox"/> Antara  | <input type="checkbox"/> Combo                     | <input type="checkbox"/> Vectra   |      |
| <input type="checkbox"/> Astra   | <input type="checkbox"/> Meriva                    | <input type="checkbox"/> Vectra Caravan   |      |
| <input type="checkbox"/> Astra Caravan   | <input type="checkbox"/> Opel GT                   | <input type="checkbox"/> Vivaro   |      |
| Anderes Opel-/GM- Modell:<br><input type="text"/>  |  |   |      |

• 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](http://www.opel.de)

## Der neue Opel Astra ist da!



**! ab sofort bestellbar**

**Ab sofort können Sie den neuen Opel Astra beim Verkauf an Mitarbeiter ab 15.900 €\* bestellen!**

Ihre Vorteile:

- 20% Mitarbeiternachlass und bis zu 5% Treueprämie
- Premium-Pakete zur Einführung mit bis zu 450 € Kundenpreisvorteil gegenüber der unverbindlichen Preisempfehlung:  
Edition: 17"-Alu-Felgen und AGR-Fahrersitz  
Cosmo/Sport: 18"-Alu-Felgen und AGR-Fahrersitz
- Werksauslieferung (ab Dezember 2009)
- Finanzierung ist möglich
- Mitarbeiter-Leasing für ausgewählte Benzinmotoren und Ausstattungen

\* unverbindliche Preisempfehlung; gilt für den voraussichtlich ab April 2010 verfügbaren Opel Astra 1.4 ecoFLEX mit 64 kW/87 PS.

Ihr Team vom Verkauf an Mitarbeiter

Rüsselsheim:  
Adam Opel Haus  
Erdgeschoss  
06142-7-72472

Fahrzeugzentrum  
für Mitarbeiter  
M-118  
06142-7-74710

Bochum:  
Verkaufszentrum  
am Tor 4  
0234-989-3574

Kaiserslautern:  
PS-Service Center  
0631-355-2881

Eisenach:  
Verkaufsstelle  
für Mitarbeiter  
03691-66-1322



Wir leben Autos.

[www.wir-fahren-opel.de](http://www.wir-fahren-opel.de)