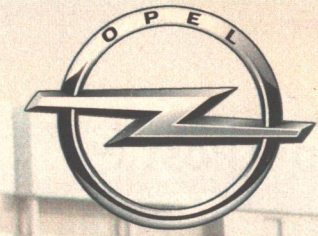


Opel Post



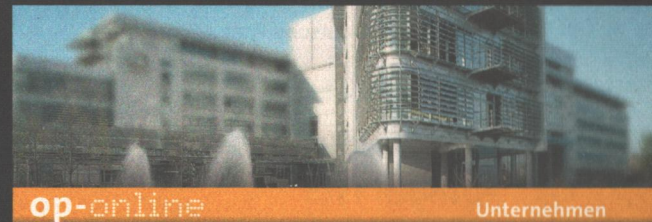
Magazin für Mitarbeiter

www.opelpost.de

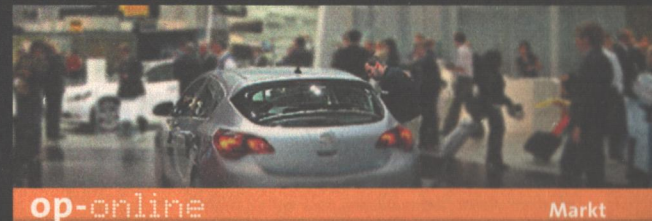
Seit mehr als 60 Jahren versorgt die Opel Post alle Mitarbeiter und alle Ehemaligen zuverlässig mit den wesentlichen Informationen aus dem Unternehmen.

Jetzt haben wir dieses bewährte Angebot um eine Online-Ausgabe ergänzt.

Schauen Sie selbst und lassen sich überzeugen von der **Opel Post online**.



op-online Unternehmen



op-online Markt



op-online Fertigung



op-online Entwicklung



op-online Mitarbeiter



Opel Post

online



Blitzgescheit

Alles über den neuen Meriva Seite 7 bis 13

Nick Reilly stellt Zukunftsplan vor Seite 3 bis 5

Interview zur Mobilität von morgen Seite 18 bis 21

Buick bald „made in Rüsselsheim“ Seite 22 bis 25



In der letzten Opel Post hatten wir Pläne vorgestellt, mit einer Online-Ausgabe ins Netz zu gehen. Das ist mittlerweile geschehen: www.opelpost.de ist live und in Farbe jederzeit und überall aufzurufen.

In den ersten fünf Werktagen ihres Bestehens hatte diese Seite fast 17 000 Besucher. Das hat unsere kühnsten Erwartungen übertroffen. Die Nutzerzahlen bewegen sich seither auf erfreulich hohem Niveau – obwohl wir die Werbetrommel noch gar nicht so richtig angeschmissen haben.

Das neue Infoangebot der Internen Kommunikation trifft also offenbar Ihren Geschmack. Das freut uns. Noch mehr würde uns freuen, Ihnen gefiele auch diese gedruckte Opel Post. Sie hat sich optisch zwar kaum verändert, aber inhaltlich.

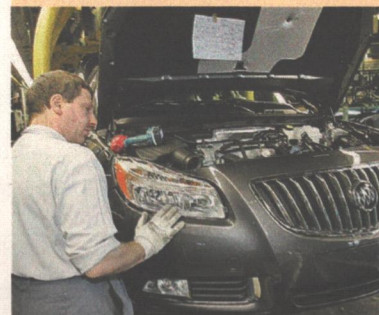
Da alles Aktuelle stets online zu lesen ist, kümmern wir uns hier mehr um die Hintergründe. Wir ließen uns von Ingenieuren den Meriva erklären, sprachen in aller Ausführlichkeit über Elektromobilität und schauten dem Anlaufteam in Rüsselsheim über die Schulter. Wir hoffen sehr, Ihnen gefällt diese neue Mischung und Sie nutzen künftig gern und ausführlich beide Angebote ergänzend: Die Opel Post und www.opelpost.de



Seite 10/11
Was macht die FlexDoors des Meriva so besonders? Wir zeigen es.



Seite 16/17
In toller Teamarbeit entstanden neue Kampagnenmodelle des Corsa



Seite 22 - 25
Wir begleiteten das Anlaufteam bei seiner Arbeit am Buick Regal



Seite 26
Das Werk Eisenach hat seine Fertigung noch weiter flexibilisiert



Seite 29
Die Opel Post führte ihr erstes Interview „ohne Worte“

Unternehmen

6 **Interessenvertreter:** Im März sind die Beschäftigten an allen deutschen Standorten aufgerufen, einen neuen Betriebsrat zu wählen. Wir sagen wann, wo und wie das geht.

Titelthema

8/9 **Ambitionierte Entwicklung:** Der Autoglas- und Türenspezialist Peter Schübler erläutert uns die Details der FlexDoors und weht uns in die lange Geschichte von hinten angeschlagenen Fondtüren ein.

12 **Botschafts-Dienst:** Journalisten aus ganz Europa konnten sich in Rüsselsheim den Meriva schon intensiv anschauen. Einer der Workshops war allerdings für Mitarbeiter reserviert.

Entwicklung

18-21 **Was uns in Zukunft antreibt:** Mit dem verantwortlichen Ingenieur für die Markteinführung des Elektroautos Ampera sprachen wir über die Mobilitätskonzepte von morgen.

Fertigung

26 **In Stellung gebracht:** In Bochum beginnen sowohl das Anlauf- als auch das Pilotteam, sich grundlegend auf die Fertigung der neuen Generation des Zafira einzustellen.

Mitarbeiter

29 **Immer zur Stelle:** Am Standort Rüsselsheim feiert die Suchtberatung ihren 20. Geburtstag. Grund genug, sich dem Tabuthema Sucht einmal etwas ausführlicher zu widmen.

Impressum Opel Post – Ausgabe Februar 2010
Herausgeber: Adam Opel GmbH, Interne Kommunikation, 65423 Rüsselsheim **Chefredakteur:** Jürgen Hepp
Redaktionsassistentin: Irene Nowotny **Mitarbeiter in den Werken:** Rüsselsheim: Dr. Gudrun Langer 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.

Opel investiert 11 Milliarden Euro bis 2014 Positive Bewertung des Unternehmensplans durch die unabhängige Wirtschaftsprüfungsgesellschaft Warth & Klein Zukunftsplan und offizieller Bürgschaftsantrag an Regierung übermittelt Produktoffensive mit Design und Technologie für mehr Wachstum Schwerpunkt auf alternativen Antrieben, attraktiven Modellen und Wachstumsmärkten Break-even im Jahr 2011, Profitabilität für 2012 erwartet 20 Prozent Kapazitätsreduzierung in Europa

Zukunftsplan präsentiert

Opel-Chef Nick Reilly: „Wir wissen jetzt wie die Reise in eine erfolgreiche Zukunft aussieht“

Frankfurt/Rüsselsheim. Opel-Chef Nick Reilly hat jetzt einen umfassenden Plan zur Zukunftssicherung des Unternehmens vorgestellt. Innerhalb der nächsten fünf Jahre wird Opel/Vauxhall 11 Milliarden Euro investieren, um 80 Pro-

zent des Produktportfolios zu erneuern. Dabei wird ein Schwerpunkt auf alternativen Antrieben liegen. „Wir freuen uns, dass wir nun eine unabhängige Bestätigung

mit allen Partnern daran arbeiten, unser Ziel schnell zu erreichen.“ Der Zukunftsplan sieht vor, 80 Prozent der Fahrzeugpalette bis 2012 zu erneuern. Das beinhaltet acht wichtige Modelleinführungen im Jahr 2010, darunter

in der europäischen Automobilindustrie ist. Darüber hinaus wird Opel/Vauxhall eine ganze Palette neuer Produkte vorstellen, die auf umweltfreundlichen Technologien basieren. Dazu gehören:

- Ein Investment von einer Milliarde Euro in innovative und spritsparende Motoren- und Getriebetechnologie
- Ein weiteres Elektrofahrzeug mit verlängerter Reichweite, zusätzlich zum Ampera
- Rein batteriebetriebene Elektrofahrzeuge in kleineren Fahrzeugklassen
- Ausweitung der Angebotspalette für Fahrzeuge mit Gasantrieb (CNG und LPG)
- Start/Stop-Technologie und Hubraumverkleinerung der Motoren

Zudem hat das Unternehmen seine Anstrengungen forciert, ein Einstiegsmodell im Segment unterhalb des Corsa einzuführen und dem Geschäft mit leichten Nutzfahrzeugen neuen Schub zu verleihen. In mehreren Studien wird derzeit geprüft, wie man profitable Exportprogramme für den Mittleren Osten und den Asien-Pazifik-Raum umsetzen kann.

„Opel/Vauxhall hat eine klare Vision: Wir wollen ein führender europäischer Hersteller sein, der dank eines starken Teams attraktive, weltweit anerkannte Automobile von hervorragender Qualität auf Basis deutscher Ingenieurskompetenz anbietet. Diese Vision werden wir umsetzen, indem wir ein



Enormes Medieninteresse: Opel-Chef Nick Reilly auf der Pressekonferenz in Frankfurt

für die Tragfähigkeit unseres Plans haben. Dieser Plan zeigt einen klaren Weg zu nachhaltiger Profitabilität“, sagte Reilly. „Wir wissen jetzt, wie die Reise in eine erfolgreiche Zukunft aussieht und werden gemeinsam

Meriva, Corsa, Movano und Astra Sports Tourer, sowie weitere vier im Jahr 2011. Besonders erwähnenswert ist dabei der Ampera, ein Elektrofahrzeug mit verlängerter Reichweite, das einzigartig

ist dabei der Ampera, ein Elektrofahrzeug mit verlängerter Reichweite, das einzigartig

attraktives, erweitertes Produktportfolio anbieten, das auf einer strategischen Offensive hin zu alternativen Antriebstechnologien basiert", sagte Reilly.

Um diese Ziele zu erreichen, hat das Unternehmen seit November intensiv an der Schärfung seines Markenbildes und seiner Produkt-Grundsätze gearbeitet. Opel stellt sicher, dass die Grundwerte der Marke in jedem zukünftigen Fahrzeug und im gesamten Handeln des Unternehmens zum Ausdruck kommen. Für alle Produkte ist das Internationale Technische Entwicklungszentrum (ITEZ) in Rüsselsheim verantwortlich.

Sollten Fahrzeuge auf einer anderswo entwickelten Architektur basieren, werden die Projekte früh genug ins ITEZ zurückgeführt um sicherzustellen, dass sie den Grundwerten der Marke entsprechen.

Für die Umsetzung des Zukunftsplans besteht ein Finanzierungsbedarf in Höhe von 3,3 Milliarden Euro, um den Geschäftsbetrieb während der Restrukturierung aufrecht zu erhalten. Das Unternehmen will in den nächsten fünf Jahren insgesamt 11 Milliarden Euro investieren.

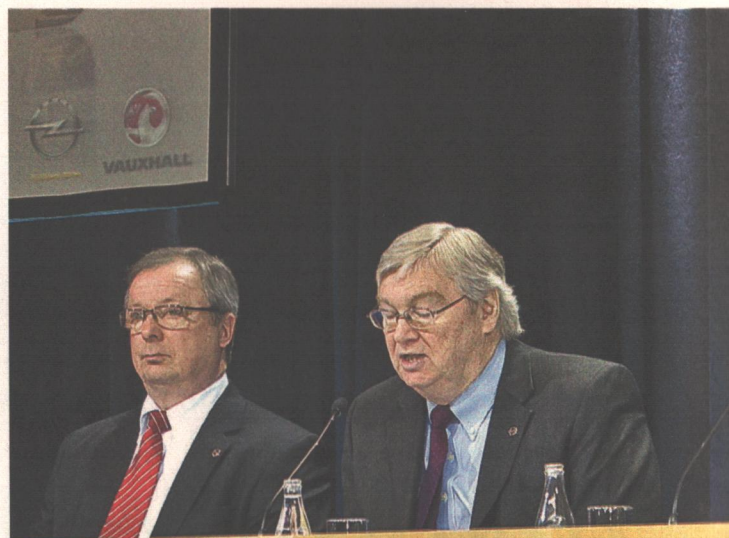
Die Muttergesellschaft General Motors hat bereits mit 600 Millionen Dollar zum Finanzierungsplan beigetragen. Dieser Betrag ist Teil des Finanzierungsbedarfs in Höhe von 3,3 Milliarden Euro.

Zusätzlich hat GM im Januar Vorauszahlungen in Höhe von 650 Millionen Euro geleistet, um ausreichend Liquidität zu gewährleisten. Das Unternehmen wird weiterhin mit den europäischen Regierungen darauf hinarbeiten, die Finanzierung von rund 2,7 Milliarden Euro durch Kredite oder Kreditbürgschaften sicherzustellen.

Die Gespräche mit den Arbeitnehmervertretern über den Gesamtplan dauern auf europäischer und nationaler Ebene an.

„Wir werden ein europäisches Unternehmen formen, das profitabel ist und dauerhaft auf eigenen Füßen steht“, sagte Reilly. „Damit sichern wir unsere Produktionsbasis in Europa – und das ist gut für Europa, für unsere Mitarbeiter und für unsere Kunden. Deshalb sind wir davon überzeugt, dass der Plan von unseren Mitarbeitern unterstützt wird.“

Der Geschäftsplan sieht vor, dass Opel/Vauxhall den Break-even im Jahr 2011 erreicht und ab 2012 profitabel ist. Unabhängig



Nick Reilly Dr. Susanne Wegerhoff

Standen der Presse Rede und Antwort: Reinald Hoben, Nick Reilly,

gige Marktprognosen erwarten, dass in diesem Jahr 13,4 Millionen Fahrzeuge in Europa verkauft werden. Das sind 20 Prozent weniger als in 2007. Das Unternehmen erwartet nicht, dass der Markt in naher Zukunft zum hohen Niveau früherer Jahre zurückkehren wird.

Deshalb wird Opel/Vauxhall seine Kapazität um rund 20 Prozent reduzieren, um sich den derzeitigen und prognostizierten Marktbedingungen anzupassen.

Das macht einen Stellenabbau von 8 300 Arbeitsplätzen in Europa notwendig. Betroffen sind 1 300 Arbeitsplätze in der Verwaltung und 7 000 in der Produktion. Dies beinhaltet auch die bereits bekanntgegebene Absicht, das Werk im belgischen Antwerpen zu schließen.

Sobald die Kapazitätsreduzierung umgesetzt ist, wird das Unternehmen seine Werke mit 112 Prozent Kapazitätsauslastung im Zweischichtbetrieb und 87



Dr. Susanne Wegerhoff und Frank Weber (v.l.)

Prozent Kapazitätsauslastung im Dreischichtbetrieb fahren. Damit verfügt es zusammen mit weiteren möglichen Maßnahmen über genügend Potenzial, um die Produktion zu steigern sobald sich die Märkte erholen.

Das Unternehmen hat die früheren Europa-Managementstrukturen von General Motors in Zürich aufgelöst und wird nun vom Opel-Stammsitz in Rüsselsheim aus geleitet.

Opel ist mit Zuversicht ins Jahr 2010 gestartet. Der Marktanteil in Westeuropa konnte trotz des harten Preiswettbewerbs im Jahr 2009 bei 7,59 Prozent stabil gehalten werden. Im Heimatmarkt Deutschland hat Opel seinen Marktanteil gesteigert und Platz zwei der Zulassungsstatistik zurückerobert, während Vauxhall in Großbritannien seine Position als Nummer zwei gehalten hat. Die Verkaufszahlen des Insignia – im vergangenen Jahr „Auto des Jahres“ in Europa – schnellten auf 160 000 Einheiten in 2009. Der Insignia ist Europas Nummer eins bei den Mittelklasselimosinen.

Der neue Astra hat schon vor seiner Markteinführung das prestigeträchtige „Goldene Lenkrad“ und einige weitere Preise gewonnen. Bislang liegen über 75 000 Bestellungen für den Astra-Fünftürer vor.

Auch im Bereich Qualität wurde die positive Entwicklung bei Opel von unabhängigen Organisationen bestätigt – beispielsweise hat die DEKRA in ihrem Mängelreport 2010 dem Corsa die niedrigste Mängelquote aller Fahrzeuge

weiter: „Wir haben jetzt alle notwendigen Zutaten für eine erfolgreiche Zukunft: eine motivierte Belegschaft, eine neue Unternehmenskultur, die dem Einzelnen mehr Verantwortung gibt, eine auf innovativen und spritsparenden Technologien basierende Produktoffensive sowie eine wettbewerbsfähige Kostenstruktur, die auf konservativen Volumenprognosen basiert. Hinzu kommt ein engagiertes Management-Team, das von Rüsselsheim aus das Unternehmen leitet und auf die Unterstützung von vielen Menschen außerhalb des Unternehmens zählen kann. Jetzt liegt es an uns zu beweisen, dass wir es schaffen können. Ich bin davon überzeugt, dass es uns gelingt!“

Trotz eines Rückgangs des Produktionsvolumens um 16 Prozent konnte das Unternehmen die Fertigungsstunden pro Fahrzeug um vier Prozent reduzieren, was die Leistungsfähigkeit der Produktionsorganisation verdeutlicht. Opel/Vauxhall hat damit erstmals die Marke von 20 Stunden/Fahrzeug unterschritten. Das ist ein Meilenstein in der Automobilindustrie, der bislang nur von zwei weiteren Herstellern erreicht wurde.

„Unsere Ankündigung markiert den Anfang einer neuen Ära für Opel/Vauxhall. Es ist die größte Erneuerung in der jüngsten Geschichte des Unternehmens“, sagte Nick Reilly. Und

Gesicht gezeigt

„Wir leben Autos“ ist nicht nur der neue Slogan von Opel – der kurze Satz ist für viele Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter längst zu einem Bekenntnis geworden. Folglich bedurfte es nicht sehr viel Überredungskunst als es galt, dem Slogan ein Gesicht zu geben: Der Aufruf zu einer internen Fotoaktion im Herbst 2009 stieß auf riesige Resonanz. Hunderte Kolleginnen und Kollegen ließen sich unter dem Motto „Wir sind Opel. Und wir zeigen es!“ ablichten. Per Los wurden 636 „Gesichter“ ausgewählt, um mit ihrem Konterfei für die Marke zu werben. Die frisch gedruckten Poster und Aufsteller sind jetzt überall in den Werken zu sehen. Als kleinen Anreiz gab es je dreimal einen Monat im neuen Astra zu gewinnen. Die glücklichen Gewinner sind jetzt ermittelt. Details dazu unter opelpost.de

Die Details über die Zukunft der Produktionsstätten

		Reduzierung von Arbeitsplätzen
Antwerpen	Es besteht die Absicht, das Werk Antwerpen zu schließen und die Produktion des derzeitigen Astra-Dreitürers nach Bochum zu verlagern, bis zum Anlauf des neuen Astra-Dreitürers; Ankündigung vom 21. Januar 2010.	2.377
Bochum	Exklusive Produktion des neuen Zafira im Dreischichtbetrieb bei angepasster Kapazität. Die F13-Getriebeproduktion läuft aus. F17-Getriebe aus Aspern ersetzt F13-Getriebe.	1.799
Ellesmere Port	Produktion des Astra-Fünftürers und des Astra Caravan; Aufnahme der dritten Schicht Mitte 2011.	0
Eisenach	Produktion aller Corsa-Dreitürer-Varianten des aktuellen Modells; Verlagerung Dreitürer-spezifischer Pressteile von Saragossa nach Deutschland. Dreischichtbetrieb mit Corsa der nächsten Generation.	300
Gleiwitz	Produktion von Fünftürer, Viertürer und Dreitürer der neuen Astra-Generation; Einführung der dritten Schicht Mitte 2010.	0
Luton	Fortsetzung der Produktion der aktuellen Modelle bis zum Lebenszyklusende 2013; mögliche neue Aufträge werden untersucht.	369
Rüsselsheim	Exklusiver Produktionsstandort für alle Insignia-Varianten; zusätzliche Flexibilität für den Astra-Fünftürer ab 2011. Verlagerung der F40-Getriebefertigung in ein anderes Werk.	862
Saragossa	Beibehalten der Zweilinienfertigung und der installierten Kapazität. Führendes Werk für die GSV Plattform nach 2013. Volumenanteile für Saragossa und Eisenach beschlossen. Zuteilung des neuen Combo und anderer Corsa GSV-Derivate im Fall eines positiven Business Case.	900
Aspern	Fortführung der Produktion des M20 / M32 MT6 Getriebes und der Familie 0 Motoren (1,0, 1,2 und 1,4); erhöhte Volumina des F17-Getriebes, da das F13-Getriebe durch das F17-Getriebe ersetzt wird.	0
Szentgotthard	Produktion des Familie 1 Benzinmotors (1,6 und 1,8) und der Allison-Getriebe.	0
Kaiserslautern	Nutzung als wettbewerbsfähigem Zulieferer für Pressteile und Komponenten. Dieselmotor verbleibt über den gesamten Lebenszyklus, L850-Motor wird wegen geringer Nachfrage im Jahr 2011 eingestellt.	300

Arbeitsplatzabbau in Vertrieb und Verwaltung

	Reduzierung (gerundet)
Deutschland	650
Großbritannien	150
Belgien	110
Schweiz	80 (GME-Zentrale)
Frankreich	50
Ungarn	40
Italien	40
Polen	40
Russland	40
Niederlande	20
Schweden	10
Portugal	10
Schweiz	10 (Verkaufsorganisation)
Anderere	50
Total	1.300



Vertrauen in die Vertreter

Beschäftigte sind aufgerufen, ihre Betriebsräte zu wählen

„Arbeite und bete“ lautete die Losung vieler Unternehmer, die sie ihren Arbeitern noch zur vorletzten Jahrhundertwende mit auf den Weg gaben. Das ist zum Glück Geschichte. Längst gibt es allgemein anerkannte und verbrieft Mitarbeiterrechte, deren Wahrung Betriebsräte garantieren. Deren Neuwahl steht jetzt an: Im März sind alle Beschäftigten aufgerufen, ihre Interessenvertreter zu wählen.

Rüsselsheim (jh). Der Wahltermin liegt inmitten turbulenter Zeiten für Opel. Management und Arbeitnehmervertreter verhandeln seit geraumer Zeit über die Zukunft des Unternehmens. Dabei ist es wichtig, ein robustes Mandat für diese Verhandlungen zu haben. Für die Arbeitnehmerseite heißt das: Je höher die Wahlbeteiligung, desto mehr Gewicht kann der Betriebsrat in die Verhandlungen legen, um die Interessen der Beschäftigten zu wahren.

Wahlberechtigt sind alle Beschäftigten, die am Wahltag das 18. Lebensjahr vollendet haben. Auch Beschäftigte in Leiharbeit dürfen wählen, sofern sie am Wahltag mindestens drei Monate im Betrieb eingesetzt waren. Gewählt wird in Wahllokalen, die zum Wahltag eingerichtet werden. Jeder Wahlberechtigte erhält eine Wahlkarte, auf der das nächste Wahllokal vermerkt ist.

Wer am Tag der Wahl nicht im Betrieb ist, kann seine Stimme per Briefwahl abgeben. Briefwahlunterlagen gibt es beim Wahlvorstand (siehe nebenstehende Auflistung). Häufig oder länger Abwesende (wie Außendienst und Elternzeitler) bekommen ihre Briefwahlunterlagen automatisch zugesandt.

Gewählt werden kann jeder Beschäftigte, der zum Wahltermin sechs Monate dem Betrieb angehört. Beschäftigte und Gewerkschaften können Wahlvorschläge einreichen, die auf einer Vorschlagsliste vermerkt werden. Lassen sich alle Interessierten auf einer Liste eintragen, gibt es Persönlichkeitswahl, so dass alle Kandidatinnen und Kandidaten einzeln angekreuzt werden können. Werden mehrere Listen eingereicht, gibt es Listenwahl. Die Kandidatinnen und Kandidaten werden dann in der Reihenfolge der Listenplätze gewählt.

Mitbestimmung und Betriebsratswahlen haben bei Opel eine lange Tradition. Wenige Wochen nach Ende des Zweiten Weltkriegs setzte die amerikanische Militärregierung in Rüsselsheim einen Betriebsrat ein, schon 1946 gab es erste Betriebsratswahlen. Seit 1952 regelt ein Betriebsverfassungsgesetz die Vertretung von Mitarbeiterinteressen.

Bei aller Rechtssicherheit ist aber klar: Unter demokratischen Spielregeln hängt die Effektivität gewählter Interessenvertreter immer auch von der Wahlbeteiligung ab...

Rüsselsheim

Termin: 9. März
Mandate: 41

Adresse:
Wahlvorstand
Gebäude D 10, II.,
Zimmer 268
Telefon: 60643 o. 60644

Bürozeiten:
arbeitstäglich
von 8.00 bis 16.00 Uhr

Bochum

Termin: 9. März
Mandate: 31

Adresse:
Wahlvorstand
Gebäude D1, 3. Etage,
Zimmer 318
Tel. 0234-989-4890 o.
Tel. 0234-989-4889

Bürozeiten:
arbeitstäglich
von 7.45 bis 15.45 Uhr

Kaiserslautern

Termin: 9. März
Mandate: 23

Adresse:
Wahlvorstand
Gebäude K-2
1-OG
Tel. 0631-355-1699

Bürozeiten:
Mo. - Do. 9.00 bis 12.00
und 13.30 bis 15.30 Uhr
Do. 5.00 bis 7.00 Uhr
Fr. 9.00 bis 12.00 Uhr

Eisenach

Termin: 23./24. März
Mandate: 17

Adresse:
Wahlvorstand
Adam Opel Str. 100
Büro 2, Stock E55
99817 Eisenach

Bürozeiten:
13.00 bis 15.00 Uhr
21.00 bis 23.00 Uhr

Dudenhofen

Termin: 9. März
Mandate: 9

Adresse:
Wahlvorstand/BR Büro
Am Opel Pruffeld 2
63110 Rodgau
Tel: 06106-281-165/292

Bürozeiten:
Mo. - Fr.
8.00 bis 16.00 Uhr

Ganz schön flexi

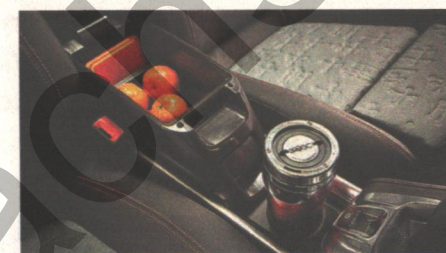
Der neue Meriva ist ein Vielseitigkeits-Champion – Wir erklären warum

Rüsselsheim (jh). Mit neuartigen Konzepten für Türsystem, Sitzkonfiguration und Mittelkonsole setzt der neue Meriva Standards in Sachen Variabilität. Hier die Details:



FlexDoors

Sie sind einmalig in diesem Segment. FlexDoors ermöglichen den Zustieg auf Höhe der B-Säule, wo zwischen Dach und Fußraum mehr Raum ist. Das Resultat: deutliche Vorteile in Sachen Ergonomie. So können Eltern, die ihren Nachwuchs im Kindersitz unterbringen wollen, bequem in jenem Bereich hantieren, der normalerweise von der geöffneten Tür versperrt wird. Personen, die aussteigen wollen, gleiten ganz einfach von den Rücksitzen, statt sich mit dem Rumpf über das Radhaus drehen zu müssen. Bei gleichzeitig geöffneten vorderen und hinteren Türen bilden die FlexDoors eine regelrechte Schutzzone. Eltern und Kinder werden so nicht getrennt und können sicher und behütet aussteigen.



FlexRail

So heißt die neue Mittelkonsole, in der sich die kleinen Dinge des täglichen Lebens bequem und einfach unterbringen lassen – ob Handtasche, Zeitschriften, MP3-Player, CDs oder Kosmetiktücher. Die hohe Position des Schalthebels und die serienmäßige elektrische Handbremse schaffen zusätzliche Ablagemöglichkeiten zwischen den Vordersitzen.



FlexSpace

Das innovativste Sitz-Konzept im Minivan-Segment erlaubt die variable Gestaltung

des Fonds – ohne Sitze auszubauen. Das System wurde so verbessert, dass es einfach und intuitiv zu bedienen ist. So lassen sich die Rücksitze jetzt mit einem Handgriff verschieben und die Rücksitzlehnen umklappen. Damit ist der Innenraum leicht vom Fünf- bis zum Zweisitzer zu verwandeln. Die beiden äußeren Rücksitze lassen sich nach innen und hinten schieben. Für maximales Ladevolumen können sämtliche Rücksitzlehnen umgeklappt werden.



FlexFix

Neu im Meriva: Das in die Heckstoßstange integrierte Fahrradträger-System. Es wird wie eine Schublade herausgezogen. Dadurch gestaltet sich der Fahrrad-Transport ganz bequem und kinderleicht – ohne weitere Hilfsmittel oder Platzbedarf in der Garage. Auf den FlexFix-Träger passen zwei Bikes. Wird er nicht gebraucht, verschwindet er unsichtbar im Stoßfänger.

Und noch mehr Highlights für entspannte Mobilität

Die neu entwickelten Sitze bieten einen Komfort, wie er sonst nur in größeren Fahrzeugen üblich ist. Auch die Einstellmöglichkeiten sind führend in dieser Klasse. Die Ergonomie-Sportsitze mit variabler Sitzflächenneigung, elektrisch einstellbarer Lordosenstütze, vierfach verstellbaren Kopfstützen und ausziehbarer Oberschenkel-Auflage sind optional für die Meriva-Varianten Edition und Cosmo lieferbar. Diese Sitze tragen das Gütesiegel der unabhängigen Aktion Gesunder Rücken (AGR) e.V.

Erstmals bietet Opel im Meriva als Option das Panora-

ma-Sonnendach an. Ausgerüstet mit einer elektrischen Jalousie, ist es mit einer Länge von fast zwei Metern das größte im Segment der kleinen Monocabs.

Der Innenraum lässt sich mit sechs verschiedenen Farb- und Ausstattungslinien gestalten, das größte Auswahl-spektrum, das Opel je für ein einzelnes Modell angeboten hat. Der hohe Standard bei Passungen und Ausführung der Stoffe und Materialien sowie die Anordnung und Gestaltung der Instrumente ist typisch für höherpreisige Fahrzeuge.



Mehr als nur eine Tür

Was macht eine Fondtür zur FlexDoor und wer entwickelt so etwas? Hier die Antwort

Flexibilität heißt, den vorhandenen Raum so effizient wie möglich zu nutzen. Beim Meriva schließt das sogar die Türen mit ein. Wie das geht? Das erklärt uns Peter Schübler, als Supervisor für Autoglas und Türkomponenten einer der intimsten Kenner der FlexDoors.

Rüsselsheim (jh). Zunächst einmal verwarft sich Schübler gegen die auf der Hand liegende Charakterisierung als „Vater“ der FlexDoors. Die seien nicht sein Baby, die seien das Baby eines Teams mit ihm als Teamsprecher, erklärt der Maschinenbau-Ingenieur. Wie ernst ihm diese Unterscheidung ist, wird klar, sobald er ins Detail geht. Denn da zeigt sich die ganze Komplexität der Neuentwicklung.

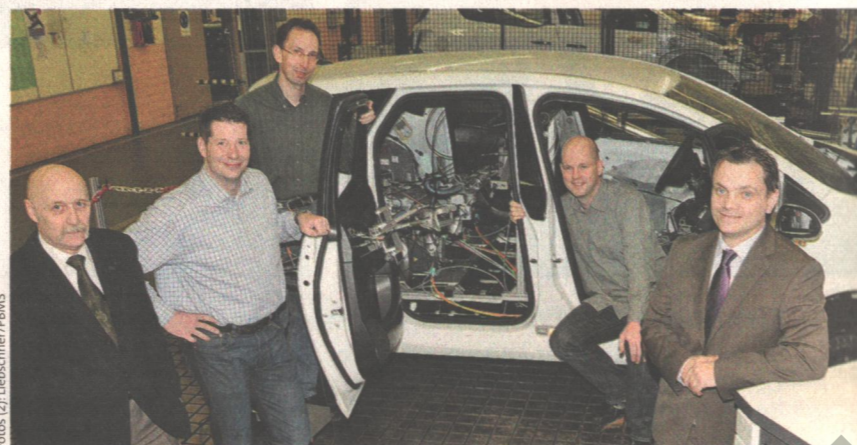
Die Scharniere an der C-Säule statt an der B-Säule anzuschlagen ist die eine Sache. „Das war eine ambitionierte Aufgabe, die aber keinen Karosseriekonstrukteur vor unlösbare Aufgaben stellt.“ Dagegen habe es enorme Anstrengungen bedurft, die Schloss-Schließlogik anzupassen. „Das hat die Kollegen der Elektrik genauso wie unseren Bereich mächtig gefordert.“

Wer ist Peter Schübler?

Nach einer Lehre zum Werkzeugbauer studiert Peter Schübler in Darmstadt Maschinenbau. Anschließend arbeitet er drei Jahre lang bei einem Zulieferer. Anfang 1998 kommt er schließlich zu Opel.

Hier wird er Fachmann für alles, was mit Autoglas zu tun hat. Später kommen die Türen hinzu. Als größte Herausforderung – neben den FlexDoors – bezeichnet Schübler die Einführung der Panorama-Frontscheibe.

Der Ingenieur ist verheiratet und Vater zweier Kinder. Als solcher überlegt der Zafira-Fahrer jetzt, ob der neue Meriva nicht auch für ihn eine echte Alternative ist.



Teil des Ganzen: Zum Türen-Teamwork zählen neben Peter Schübler (r.) auch Werner Bittmann, Andreas Heberer, Stefan Bock und Marius Götz (v.l.)

Die FlexDoors sind nicht nur einfach eine neue Entwicklung. Sie sind so neu, dass es für sie keinerlei Vorbilder gibt, auf die die Ingenieure aufbauen konnten. Sie haben keine konkreten Vorbilder – obwohl so genannte Kutschertüren zu Beginn des Automobilbaus die Regel waren. Aber damals waren Autotüren und -schlösser ähnlich „raffiniert“ wie Zimmertüren heute.

Je größer und schneller die Autos wurden, umso mehr geriet diese Verschlusstechnik ins Hintertreffen. „Die Straßen waren schlechter als heute und die Karosserien weniger verwindungssteif. Da sprang die Tür während der Fahrt gern einmal auf“, so Schübler. Was folgt, ist ein normaler Reflex. Der Fondspassagier greift nach der Tür und versucht sie festzuhalten. Mit nicht immer befriedigendem Ausgang. So entstand der Begriff „Selbstmördertüren“. Die dann folgerichtig 1961 verboten wurden.

Dabei hat das grundlegende Prinzip der hinten angeschlagenen Türen nur Vorteile. Ein- und Ausstieg sind deutlich bequemer, auch und gerade in engen Parklücken, das „Handling“ des Nachwuchses wird zum Kinderspiel, weil der Zugang mit Kind und Kegel von schräg vorne und

nicht von schräg hinten erfolgt.

„Aus Kundensicht liegen die Vorteile eindeutig auf der Hand. Die alles entscheidende Frage für uns war daher: Wie machen wir ein solches System gesetzeskonform als auch kundenfreundlich?“, skizziert Peter Schübler die Ausgangslage. Und da war in erster Linie das Fachwissen und die Kreativität der Elektrik-Experten gefragt.

Die das Problem mit umfangreich vernetzten Systemen in den Griff bekamen. Dabei galt es, neben dem eigentlichen Verschlusssystem vor allem dem Zentralrechner des Autos die Interaktion der hinteren Türen mit dem Verschlusssystem beizubringen. „Wenn irgendetwas hinten nicht richtig ist, muss der Fahrer das auf seinem Platz wissen, zum Beispiel durch Warntöne und Warnhinweise in der Armaturentafel“. Dass die Schloss- und Türkonstruktion dynamischen Belastungen während des Fahrbetriebs und im Crashfall standhält, war hingegen die einfachere Aufgabe, sagt der Türspezialist.

Der als eine der größten Herausforderungen die komplett neue Art der Teamarbeit nennt. „Bei den FlexDoors war es nicht so, dass sich ein paar Konstrukteure zusammuntun

Untersuchung ohne Schrecken...

Marketing setzte schon früh auf „Car Clinics“ – Auch interne Tester waren gefragt

Rüsselsheim (jh). Der Köder muss dem Fisch schmecken und nicht dem Angler, sagt eine Volksweisheit. Das gilt auch für neue Autos. Die müssen dem Kunden gefallen und dann erst dem Konstrukteur. Deshalb werden so früh als möglich Kunden gefragt, wie ihnen ein Fahrzeug oder Fahrzeugkonzept gefällt. Ein Job für die Marktforscher im Zeichen des Blitzes. Die befragen Autofahrer dann in so genannten „Car Clinics“ zu den Vor- und Nachteilen.

Natürlich auch beim neuen Meriva. Hier allerdings setzte die Marktforschung noch früher ein. Um zu erfahren, wie hinten angeschlagene Türen auf Automobilisten wirken, taten sich Marketingexperten und Ingenieure bereits 2005 zusammen. Sie versahen ein Fahrzeug der ersten Meriva-Generation auf der Fahrerseite mit einer solchen Tür. So ließen sich neues und altes Konzept direkt vergleichen.

In den Folgemonaten waren Ingenieure, Designer und Marketingleute mit dem ungewöhnlichen Prototyp unterwegs. Die Familien wurden eingeweiht und so manche Testfahrt führte zum Kindergarten oder in die Schule. „Die Rückmeldungen waren für uns sehr ermutigend“, erinnert sich Verena Wieneke, Produktmanagerin aus dem Internationalen Marketing. Viele Kinder hätten die Tür als „cool“ empfunden, viele Eltern sich darüber gefreut, dass sie sich mit dem Kindersitz nicht mehr verrenken mussten und vielen älteren Testern gefiel der bequeme Einstieg.

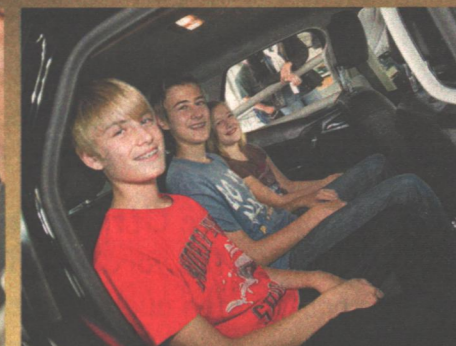
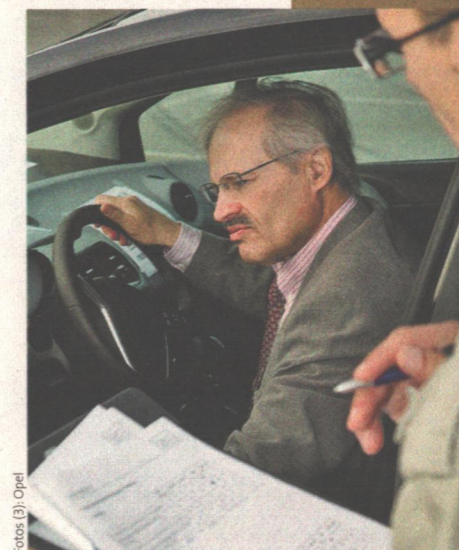
Nach diesen guten Erfahrungen mussten die Kolleginnen und Kollegen auch beim neuen Meriva ran. Marketing lud in Kooperation mit dem Team von Martina Lenz aus dem Bereich GME Validation eine ganze Reihe von ihnen zu einer „Car Clinic“ aufs Parkdeck vis à vis vom Adam Opel Haus.

Dort stand ein Prototyp der zweiten Meriva-Generation zur Begutachtung bereit. Und die Bewertungsprofis aus der Entwicklung notierten jede Äußerung der internen Tester sorgfältig.

„Solche Tests liefern uns immer noch zusätzlich nützliche Erkenntnisse“, freut sich Wieneke über das rege Interesse der Hobby-Kritiker aus den eigenen Reihen. „Einerseits kann man den Kolleginnen und Kollegen kein ‚x‘ für ein ‚u‘ vormachen,

andererseits haben sie einen feinen Blick für die Details“, weiß die Produktmanagerin aus langjähriger Erfahrung.

Jüngstes Beispiel: Der zusätzliche Haltegriff an der B-Säule ist eine Anregung, die von den Testern kam. „Eine perfekte Ergänzung des ganzen Türsystems“ freut sich Verena Wieneke.



Kritische Prüfer: Zahlreiche Beschäftigte – teilweise samt Anhang – ließen sich intensiv befragen. Und bekamen als Dankeschön Gummibärchen aus der Privatschatulle der „Validation“-Profis

und dann als Team mächtig loslegen.“ Hier waren von Anfang an zusätzliche Fakultäten gefragt. Eben die Elektrik, natürlich die Qualitäts- und die Fertigungsorganisation, aber auch der Service-Bereich.

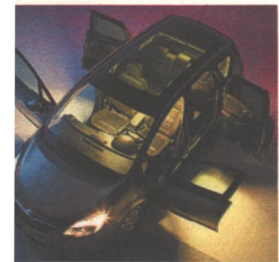
„Außerdem brauchten wir umfassende Dauerprüfverfahren.“ Ein Validierungsroboter musste her, der das Zusammenspiel von Hard- und Software der FlexDoors intensiv testen konnte. Als weiteres Beispiel für die Herausforderungen im Team

nennt Schübler die ungewöhnlich frühe Einbindung der Aftersales-Organisation. „Die Kollegen aus dem Service machten unmissverständlich klar, dass sie zum Marktstart nicht nur die Techniker des Kunden InfoCenters geschult haben wollten, sie brauchten auch mit der ersten Auslieferung an die Händler ein zuverlässiges Update für deren Diagnosegeräte.“

Dass die Qualitätsorganisation dann auch noch ein bestimmtes

Türzuschlagsgeräusch hören wollte, zählt Schübler da schon eher zu den normalen Anforderungen. „Ein solches Fahrzeug-übergreifendes Experten-Team zu initiieren und zu formen war die eigentliche Herausforderung“, blickt der Ingenieur auf die FlexDoor-Entwicklung zurück. Dass das Projekt jetzt zu einem so guten Abschluss gekommen ist, das macht Peter Schübler und alle, die ihn auf diesem Weg begleitet haben, mächtig stolz.

Die neue Art Türen zu öffnen



Die „FlexDoors“ im Meriva, das sind hinten angeschlagene Fondtüren. Was ist daran so toll? Wir haben es uns erklären lassen:

Die meisten vorn angeschlagenen Hintertüren lassen sich in einem Winkel von 68 Grad öffnen. Beim Meriva öffnen sich die FlexDoors in vier Stufen bis zu 84 Grad weit und bilden so fast einen rechten Winkel zum Fahrzeug. Das ermöglicht einen äußerst bequemen Einstieg.

Da der weite Öffnungswinkel auch für die vorderen Türen gilt, profitieren auch Fahrer und Beifahrer von dem neuen Raum-erlebnis.

Die FlexDoors arbeiten mit elektronischen Schlössern. Ab 4 km/h aktivieren sie sich automatisch und die Türen lassen sich nicht mehr öffnen.

Lösen bei einem Unfall die Airbags aus, entriegeln sich die Türen automatisch.

Unter 4 km/h zeigt eine grüne Leuchtdiode am Türgriff, dass der Fondpassagier die Tür öffnen kann.



Eine zusätzliche Metallplatte in der B-Säule gibt noch mehr Stabilität und hilft, bei einem Seitenaufprall das Eindringen der Tür in den Fahrgastraum zu minimieren. Zudem sieht das schwarz verkleidete Bauteil auch noch gut aus...

Zusätzliche Haltegriffe an der B-Säule erleichtern das Ein- und Aussteigen ungemain.

Damit auch die C-Säule den Belastungen durch die Tür stand hält, verstärkten die Ingenieure auch den inneren Holm bis hinunter zum Türschweller.

Zur sicheren Befestigung der Fondtüren benötigt der Meriva einen Abstand von 360 Millimetern zwischen den Scharnieren. Um diesen Raum zu gewinnen, musste die C-Säule um 70 bis 80 Millimeter vom Radlauf nach vorn verlagert werden.

FlexPresentation

Ein Workshop der Produktpräsentation für die Presse war für Mitarbeiter reserviert

Rüsselsheim (jh). Für die erste umfassende Produktpräsentation nutzten die Kollegen der Presseabteilung die Räumlichkeiten der Oldtimerwerkstatt. Dort wurde der Meriva europäischen Medienvertretern von Entwicklern, Designern und Marketingexperten im Detail vorgestellt – inklusive ausführlicher Sitzprobe. Lediglich die Testfahrt blieb noch ausgespart. Zehn Tage lang wurden zwei Gruppen täglich jeweils zweieinhalb Stunden lang die Vorzüge des neuen Flexibilitätsmeisters nahegebracht.

Einen kompletten Workshop-Durchlauf lang konnten sich am Projekt beteiligte Mitarbeiter intensiv mit „ihrem“ Baby beschäftigen. Gleich ob After-sales, Einkauf, Entwicklung, Finanz, Marketing, Qualität oder Vertrieb: Das Projekt Meriva hat alle Bereiche

auf Trab gehalten. Als kleines Dankeschön konnten sich Vertreter dieser Bereiche davon überzeugen, dass sich ihr Einsatz hundertprozentig gelohnt hat.

Klaus Nüchter, als Vehicle Line Executive Gesamtverantwortlicher

In einer weiteren Station konnten die Workshop-Teilnehmer sich intensiv mit dem neuen Sitzsystem des Meriva beschäftigen. Auch hier wiesen Entwicklungsexperten den Weg und erläuterten ihren Kollegen die maßgeblichen Neuerungen. Um



Gespannte Zuhörer: Projektbeteiligte aus allen Bereichen durchliefen in der Oldtimerwerkstatt einen kompletten Workshop des „Static Launch“

des Projektes, begrüßte die internen Teilnehmer und erklärte die verschiedenen Stationen des Workshops. Verena Wienecke, Produktmanagerin aus dem Europäischen Marketingteam, stellte die Kundensicht in den Fokus. Beide erläuterten, dass es von Anfang an erklärtes Entwicklungsziel war, den Meriva zum flexibelsten Fahrzeug im Segment der fünftürigen Minivans zu machen.

Welche Anstrengungen das Design und die Entwicklung unternommen haben, um dieses Ziel zu erreichen, erklärten zwei Experten am lebenden Objekt. Sie präsentierten auf einer Drehbühne alle Details des Meriva. Dazu gab es mehrere Innenraummodelle zu begutachten, die die geplanten Ausstattungsvarianten zeigen sowie ein Demonstrationsmodell mit der neuen Mittelarmlehne, dem FlexRail-System. Darin lassen sich die zahlreichen kleinen Dinge des täglichen Bedarfs bequem und einfach unterbringen – von der Handtasche über Kindermalbücher bis hin zum MP3-Player. In der neuen Mittelkonsole lässt sich nicht nur die Höhe der diversen Ablagemöglichkeiten einstellen, sondern auch die Position der Module.

das möglichst anschaulich tun zu können, gab es auch hier jede Menge Exponate – in diesem Fall historische und aktuelle Autos. Denn hinten angeschlagene Fondtüren sind keineswegs eine Erfindung der Neuzeit. Diese gab es schon im Kutschenbau. Das Konzept wurde dann in den Automobilbau übernommen, später aber aus Sicherheitsgründen verworfen.

Dass die Sicherheitsbedenken mittlerweile ausgeräumt sind und der deutlich größere Komfort eindeutig für ein solches Türkonzept spricht, war eine der zentralen Botschaften der Türspezialisten aus dem Entwicklungszentrum. Die sie unter anderem untermauerten, indem sie ein Londoner Taxi und einen Rolls Royce mit Portaltüren vorführten. Der neue Meriva musste sich angesichts so prominenter Konkurrenz keineswegs verstecken. Im Gegenteil: In dieser Klasse gibt es kein vergleichbares Angebot, waren sich die Kolleginnen und Kollegen an diesem Tag einig.

Sicher ist auch: Weder die geladenen Journalisten noch die internen Workshop-Besucher sind in so kurzer Zeit so oft in ein Auto ein- und ausgestiegen und hatten so viel Spaß dabei.



Forschungs-Reisende: Die zweistündige Erkundung des Meriva war, abgesehen vom Erinnerungsfoto, ...



...mit Arbeit verbunden. Selten dürften Autotester in so kurzer Zeit so oft ein- und wieder ausgestiegen sein

Alles schon dagewesen?

Zur Geschichte hinten angeschlagener Autotüren



Brüder im Geiste? Hand aufs Herz, aber Rolls Royce und Meriva trennen mehr als sie eint

Rüsselsheim (ot). Lange bevor es motorgetriebene Fahrzeuge gab, waren hinten angeschlagene Türen allgemein bekannt und üblich – in Pferdekutschen. Zu einer Zeit, als der Personentransport wenigen Privilegierten vorbehalten blieb und das Verlassen des Gefährts mit Anmut zelebriert wurde, waren Türen, die sich weit nach vorne öffneten, schlicht die natürliche Lösung.

Nach und nach ersetzten Motoren die natürlichen Pferdestärken und die ersten Autos übernahmen das Design ihrer Vorfahren – inklusive der Art, die Türen zu öffnen. Auf diese Weise konnten auch Damen mit langen Kleidern problemlos ein- und aussteigen. Und ein Chauffeur konnte geschwind aussteigen, die Fondtür öffnen und gleichzeitig an Ort und Stelle den Fahrgästen aus dem Wagen helfen. Der gesamte Vorgang bestach durch Eleganz und ergonomische Perfektion.

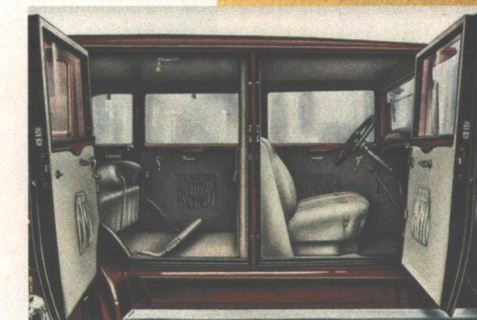
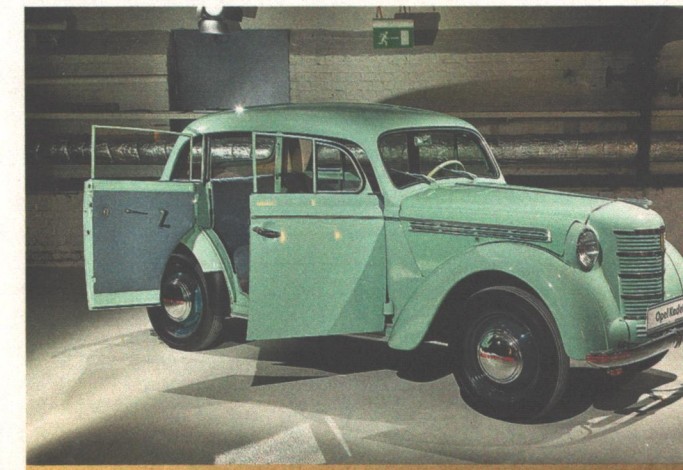
Opel begann Anfang des 20. Jahrhunderts – in den ersten Tagen des pferdelosen Personentransports – mit der Produktion von Automobilen, die über hinten angeschlagene Türen, so genannte „Kutschen-türen“, verfügten. Ein Beispiel ist der Opel-Motorwagen 16/18 PS „System Darracq“ von 1904. Er zeichnete sich durch eine hohe, aus Holz gefertigte Karosserie mit zwei hinten angeschlagenen Türen aus. Passagiere konnten so über das Trittbrett direkt ein- und aussteigen, ohne sich dabei drehen oder beugen zu müssen. Für den Chauffeur, der vorn saß, gab es derweil noch keine Türen.

Der erste viertürige Opel mit hinten angeschlagenen Türen war die Opel-Limousine mit 10/45 PS von 1925. Der größere Admiral, zwischen 1937 und 1939 produziert, bot die Kutschentüren sowohl beim viertürigen Cabriolet als auch bei der Limousine.

Die erfolgreiche und über Jahre hinweg gefertigte Kapitän-Limousine verfügte über eine hochmoderne, selbsttragende Karosserie und traditionelle, an der C-Säule befestigte Türen. Von 1938 bis 1953 verließen mehr als 100 000 Kapitän-Modelle mit hinten angeschlagenen Türen die Werkshallen.

Selbst heute sind Rolls Royce mit Kutschen-türen ausgestattet. Auch die traditionellen Londoner Black Cabs sind dafür berühmt – praktisch für die Taxifahrer: Sie können nach hinten greifen und die Fahrgasttür öffnen, ohne auszusteigen. Und die Passagiere können Bezahlen gehen, ohne zuerst um die geöffnete Tür herumlaufen zu müssen. Wie der neue Meriva haben diese Modelle eine zentrale B-Säule.

Weitere Autos mit hinten angeschlagenen Türen sind im Gegensatz dazu asymmetrisch aufgebaut: Die vorderen Türen sind größer als die hinteren, die nur dann geöffnet werden können, wenn die vorderen bereits offen sind.



Unglaublich bequem, aber immer weniger sicher: Hinten angeschlagene Fondtüren stammen noch aus der Zeit der Kutschen und waren im Opel Pullmann von 1929 (l.), im Kadett aus den 30ern (o.) und im Kapitän der 50er (u.) noch selbstverständlich. Erleben Sie jetzt ihr Comeback?



Fotos: Liebschmer/PBMS (3), Opel

Quälen fürs Podest

Die zehn Nachwuchsfahrer aus dem OPC Race Camp rackern für die Fitness

Saalfelden (fm). Die herrliche Bergwelt im Salzburger Land zeigt sich von ihrer schönsten Seite, aber die Mitglieder des Teams OPC Race Camp haben kein Auge dafür. Konzentriert widmen sie sich ihrer

Aufgabe: Der steile Eishang will bezwungen werden.

Eisklettern ist der aktuelle Programmpunkt beim Wintertraining des Race Camp im österreichischen Saalfelden. „Gut für Konzentration und Koordination“, weiß Teamchef Manuel Reuter. Vier Tage lang waren die zehn Mitglieder des Teams in Saalfelden im Einsatz. Kondition und Teambuilding waren beim Wintertraining die wichtigsten Aspekte.

„Neben Eisklettern standen auch Biathlon, Ski-Doo-Fahren, Schneewandern und Kartfahren auf einer Eisbahn

auf dem Programm. Das hat Spaß gemacht“, berichtet Charlotte Wilking, die einzige Frau im Team. Weniger Spaß machten dem einen oder anderen die stundenlangen Übungen im Fitnessstudio, aber auch die Schinderei war notwendig. „Bis zum Rennen sind es noch weniger als vier Monate, da muss die Kondition einfach stimmen“, so Reuter.

Auch einige Journalisten kamen nach Saalfelden und konnten sich von den Qualitäten des Insignia OPC auf Schnee und Eis überzeugen. Demnächst geht es im Race Camp wieder auf die Rennstrecke. Ende Februar ist ein 24-Stunden-Test als Rennsimulation im spanischen Montblanco vorgesehen.



Racer-Weisheit: Wer schnell sein will, muss leiden

Image-Trägerin

Die Deutsche Weinkönigin fährt ab sofort in einem schneeweißen Astra durch die Republik. Das Sondermodell „Edition“ wird Sonja Christ zu den rund 150 Terminen als Botschafterin des deutschen Kulturguts Wein begleiten, die vom Deutschen Weininstitut (DWI) koordiniert werden. „Wir freuen uns, dass wir mit der Deutschen Weinkönigin eine Image-Trägerin aus der jungen Winzergeneration für Opel gewinnen konnten“, sagt Opel Vertriebs- und Marketingchef Michael Klaus.



Foto: Liebhöfner/PB&MS

Messlatte erhöht

Der neue Movano wird neue Standards setzen



Foto: Opel

Mobiler Helfer: Der neue Movano wird noch flexibler

Rüsselsheim (jh). Opel kann Flexibilität nicht nur bei den Pkw: Die zweite Generation des Movano wächst sowohl in den Abmessungen als auch im Umfang des Modellangebots. Mit der neuen großen Transporter-Plattform legt das Unternehmen gleichzeitig die Messlatte im europäischen Segment der leichten Nutzfahrzeuge höher.

Der neue Movano kommt mit einer ganzen Reihe technologischer Innovationen, einem besonders komfortablen und zweckmäßigen Innen-

raum, konkurrenzfähig niedrigem Kraftstoffverbrauch sowie klassenbesten Unterhaltskosten. Und: Das Design des vielseitigen Transporters identifiziert den Movano eindeutig als Familienmitglied der jüngsten, vielfach ausgezeichneten Produktgeneration von Opel.

Europaweiter Marktstart des neuen Movano ist im Frühjahr. Wir werden darüber in der nächsten Ausgabe der Opel Post und natürlich auch unter opelpost.de ausführlich berichten.

Ein Leben für den Motorsport

Getriebefachmann Armin Barnbeck feiert 25. Geburtstag als Rallye-Organisator

Rüsselsheim (jh). Wer sich ein Vierteljahrhundert ehrenamtlich – heißt: viel Aufwand und wenig Anerkennung – engagiert, der muss „infiziert“ sein. So wie Armin Barnbeck, der im vergangenen Herbst seine „silberne Hochzeit“ mit der Frankenlandrallye feierte. Seit 1985 ist Barnbeck als maßgeblicher Organisator mit von der Partie, wenn sich im badi-schen Frankenland zwischen Heilbronn und Würzburg begeisterte Automobilisten zum sportlichen Kräften treffen.

Um Motorsportfans hinter das Lenkrad zu locken, braucht es eine attraktive Streckenführung, interessante Wertungsprüfungen, eine Infrastruktur, die Fahrern, Beifahrern und Fans alle Möglichkeiten bietet. Klingt selbstverständlich, ist für einen, der das auf die Beine stellen soll aber Knochenarbeit. „Das fängt bei den notwendigen Behördengängen an und hört mit der Koordination der Streckenhelfer lange nicht auf“, weiß Barnbeck.

Der Getriebefachmann aus der Powertrain-Organisation ist von früher Jugend an Mo-

torsportfan, mag auf das Ursprüngliche des Rallyesports nicht verzichten, fuhr bis vor ein paar Jahren selbst, ist schon 1972 Mitbegründer eines Motorsportclubs in seiner Heimat, dem Neckar-Odenwald-Kreis. Im MSC Rosenberg ist er bis heute aktiv – 25 Jahre als 1. Vorsitzender, seit 2006 „nur“ noch als 2. Vorsitzender.

Drei Motorsportclubs der Region gründeten dann 1985 die Frankenlandrallye, die sich längst zu einem überregional beachteten Motorsportereignis entwickelt hat. An der Jubiläums-Rallye nahmen mehr als 70 Teams teil, die sich sechs anspruchsvollen Wertungsprüfungen unterzogen. Auch an der Jubiläumsauflage hatte Armin Barnbeck maßgeblichen Anteil, zum 25. Mal als stellvertretender Fahrleiter. Und sorgte für den passenden Ehren-gast: Ex-Rallye-Europameister und Opel-Ruheständler Jochen



Foto: privat

Am Rande der Frankenlandrallye: Zur „silbernen Hochzeit“ brachte Armin Barnbeck (r.) die Familie Berger samt Rallye-Kadett mit

Berger pilotierte mit Sohn Max das Vorausfahrzeug – einen Rallye-Kadett von '76. Später überreichten Barnbeck und Berger den Siegern ihre Pokale und Urkunden.

„Eine sehr stimmungsvolle und gelungene Veranstaltung“, freut sich Barnbeck. Allerdings, auch eine, die den ganzen Organisationsprofi erfordert. Mehr als 100 Streckenposten,

zwei Safety-Cars, die örtlichen Feuerwehren und Rettungsdienste mussten als eingespieltes Team funktionieren. Zu koordinieren waren zudem technische Abnehmer, Sportkommissare, Zeitnehmer und Zeitauswerter – summa summarum über 200 Personen. Einem, dem Benzin durch die Adern rinnt, macht das aber nicht so viel aus...

Die glorreichen Sieben

Agila erweitert die Palette der Autogas-Fahrzeuge

Rüsselsheim (jh). Die Palette umweltfreundlicher ecoFLEX-Modelle erhält Zuwachs: Ab sofort ist der Agila ab Werk auch mit zwei für den Betrieb mit Autogas optimierten Motoren erhältlich. Entwickelt wurde die LPG-Technik bei der Tochter für Spezialeinbauten, Opel Special Vehicles (OSV).

„Kurz nach Markteinführung der LPG-Modelle im Sommer 2009“, so OSV-Chef Jürgen Keller, „haben wir im Dezember in Deutschland die Spitze im Segment der Autogasbetriebenen Fahrzeuge übernehmen können. Und auch in 2010 beabsichtigen wir, ein gewichtiges Wort in dieser Klasse mitzureden.“

Durch die günstigen Kraftstoffkosten für Autogas spart man bis zu 42 Prozent. Der Zusatztank hat ein Fassungsvermögen von 38 Litern und ermöglicht dem Agila 1,0 LPG eine Reichweite von etwa 580 Kilometern (1,2: 475 Kilometer). Kombiniert mit der Reichweite des Benzintanks ermöglicht dies eine Strecke von 1480 Kilometern (1,2: 1290 Kilometer) ohne Tankstopp.

Mit den beiden neuen Autogas-angetriebenen Agila umfasst die LPG-Palette von Opel mit zwei Corsa-Varianten, Meriva, Astra Caravan und Zafira insgesamt sieben Modelle.



Foto: Opel

Doppelt hält besser: Den Agila gibt's jetzt auch als LPG-Variante

Sport-Schau

Neue Kampagnenmodelle bringen Farbe ins Spiel

Tradition verpflichtet: Auch zum Start des 111. Jahres seiner Automobilgeschichte präsentiert Opel attraktive Kampagnenmodelle. Corsa und Astra sind mit besonderen Ausstattungspaketen erhältlich. Die Corsa Color Line wird durch zwei weitere Modelle aufgewertet: dem „Color Race“ und dem „Color Wave“. Doch nicht nur die Produkte setzen frische Akzente – auch die teamübergreifende Zusammenarbeit, die sie ermöglichen.

Rüsselsheim (es). 111? Das ist doch eine Schnapszahl. Und die soll mit Sondermodellen gefeiert werden? „Darum geht's uns nicht“, erklärt Rüdiger Hedfeld, Marketing-Verantwortlicher für den Corsa. „Wir wollten unseren neuen Claim ‚Wir leben Autos‘ auch 2010 unterstützen – mit ausdrucksstarken Modellen, die dem Kunden ein Plus an Wert und dynamischem Auftritt bieten. An Schnapszahlen denken wir da weniger – wir sagen auch nicht Einhundertundelf, sondern Eins-Eins-Eins.“

Edel und sportlich kommt die neue Astra Edition 111 daher – Mittelkonsole in Klavierlack, dunkle Frontlampen, „Solar Protect“ Wärmeschutzverglasung, verchromte Türeinstiegsleisten, Geschwindigkeitsregler – und, als i-Tüpfelchen, das nostalgisch gehaltene „111 Jahre Opel“-Logo auf den Fußmatten und am vorderen Kotflügel. Sie wird seit Anfang des Jahres produziert, ab Mai beim Händler stehen und den bisherigen Astra Edition ersetzen.

Echte Hingucker sind die beiden Modelle, mit denen Opel die Color-

Edition-Modelle des Corsa erweitert. Der „Color Race“ erinnert mit seinem karierten Zielflaggenmuster und schwarzer Teillackierung von Motorhaube, Dach und Heckklappe an die Rallye-Tradition des Unternehmens – und an Zeiten, in denen der Kadett B Rallye oder der Kadett C Coupé GT/E auch auf öffentlichen Straßen Furore machten, weil junge und junggebliebene Automobilisten auf deren sportliche Optik zu einem erschwinglichen Preis buchstäblich abfahren.

Der Innenraum nimmt das Außen-Design mit Farbakzenten von Sitznähten sowie den Einfassungen der Luftausströmer auf, die ebenso serienmäßig sind wie das griffige Lederlenkrad. Innovative Opel-Technologien wie das Kurven- und Abbiegelicht AFL werden optional angeboten, auch das Panorama-Schiebedach ist verfügbar.

Wer auf ausdrucksstarkes Styling steht, kommt beim „Corsa Color Wave“ erst recht auf seine Kosten. Seine „Eyecatcher“ sind zwei markante Linien, die auf der Motorhaube beginnen und längsseits der Schultern bis zum Fahrzeugheck verlaufen. Die Applika-

Erfolg im Team: Die drei Entwickler Ute Schaaf, Günter Schuster und Torsten Moos zusammen mit Programm-Manager Dr. Ralf Hannappel, Chefdesigner Kurt Beyer und Logistiker Volker Enders (v.l.)



Foto: (4) Opel

Tradition verpflichtet: Mit dem Corsa Color Race lebt Opel jene Zeiten neu, in denen es...

... maßgeschneidert für junge Leute erschwingliche Autos mit cooler, sportlicher Optik, wie zum Beispiel den Rallye-Kadett gab

Ein Kleiner mit großer Zukunft: Mit der Corsa Color Line erweitert Opel die Reihe der mehrfarbig lackierten und sportlichen Varianten des Corsa wie etwa den hier gezeigten Wave



tion gibt es in rot auf schwarzem Fahrzeug, blau auf weiß sowie weiß auf rot. Dazu sind die Außenspiegel in der Farbe der jeweiligen Applikation gehalten. Titanlackierte 17-Zoll-Aluminiumräder runden den starken Gesamteindruck ab. Auch der Wave-Innenraum ist farblich auf das Außendesign abgestimmt, Basisausstattung und Optionen gleichen denen des Race.

Die neuen Modelle schreiben die Corsa Color-Edition nicht nur fort, sie sind als kreative Erweiterungen zu verstehen. „Bislang

haben wir mit Farben auf bereits vorgegebenen Flächen gespielt“, erklärt Chefdesigner Kurt Beyer. „Jetzt fügen wir neue Applikationen hinzu, mit denen wir noch eindrucksvollere Effekte erzielen.“ Erklärtes Ziel sei gewesen, den Kunden Kampagnenmodelle zu präsentieren, die ihm zu einem attraktiven Ausstattungspaket mit Preisvorteil ein noch dynamischeres Opel-Feeling vermitteln, so der Designer.

Dafür haben alle Bereiche mit vorbildlichem Engagement an einem Strang

gezogen, betont der für das Programmmanagement verantwortliche Dr. Ralf Hannappel: Marketing, Design, Entwicklung, Einkauf, OSV, Qualitätsmanagement und natürlich die Werke. „Normal braucht man rund 15 Monate, um ein Kampagnenmodell auf die Beine zu stellen. Wir haben es in weniger als acht geschafft.“

„Das war eine Punktlandung. Dank des schnellen Einsatzes können wir die Kampagne pünktlich starten“, ergänzt Volker Enders, der als Logistiker für die Bedarfsplanung zuständig war – also dafür zu sorgen hatte, dass alle Teile zur richtigen Zeit am richtigen Ort waren. Ob die flotte Umsetzung Maßstab für die Entwicklung neuer Kampagnenmodelle wird?

„Das Kritischste an dem Projekt war der engagierte Zeitplan“, gesteht Sylwia Arendarczyk, die als Koordinatorin der Freigaben zwischen Entwicklung, Einkauf, Lieferanten und Werken an einer maßgeblichen Schnittstelle wirkte. Ein Kraftakt, der mit vereinten Kräften gemeistert wurde. Und von dem sich mit Blick auf das Ergebnis sagen lässt: Es hat sich gelohnt!

Kreative Lösung made in Eisenach

Findige Fertigungsplaner integrierten zusätzliche Klebeoperationen in den Fertigungsprozess



Folien-Fachmann: Gerd Krauß legt mit großer Präzision letzte Hand an, damit der Corsa auf den ersten Blick als Color Race zu erkennen ist

Eisenach (es). Gute Ideen für noch schönere Autos zu haben, ist die eine Sache, diese in der Praxis im festgelegten Kostenrahmen umzusetzen, die andere. Die neuen Kampagnenmodelle „Wave“ und „Race“ präsentieren sich mit ausdrucksstarken Applikationen, die es so in der Corsa Color-Edition bislang nicht gab. Und die die Praktiker im Werk Eisenach vor die ebenso einfache wie entscheidende Fra-

ge stellten: Wie kriegen wir diese Effekte aufs Auto – prozesssicher und ohne Zusatzkosten?

„Normalerweise lässt man derartige individuelle Veränderungen extern erledigen“, erklärt Matthias Böhmer, verantwortlich für Fertigungsplanung im Werk Eisenach. „Das bedeutet allerdings hohe Zusatzkosten. So entschlossen wir uns, diese Arbeit selbst zu erledigen – hier im Werk.“ Für die

neuen Klebeoperationen wurde eigens eine Arbeitsstation in den Fertigungsprozess integriert – ohne Zusatzkosten.

Derartige Applikationen müssen hundertprozentig sitzen. Sie im Fertigungsprozess anzubringen, erfordert höchste Fertigkeiten. Hilfreich: In einer Kooperation eigener Experten mit dem Folienlieferanten entstand eine Trägerfolie, die ein Trockenkleben ohne Hilfsmittel ermöglicht –

zurück bleibt das ausdrucksstarke Design, das den Corsa zum „Race“ beziehungsweise zum „Wave“ macht.

Was zeigt: Kreativität braucht es nicht nur beim Designen, sondern auch beim praktischen Umsetzen. Und wenn es um die „Color Edition“ geht, sind die Eisenacher immer besonders engagiert bei der Sache. Schließlich wurde die Idee für diese Corsa-Edition einst im Werk geboren.



Was treibt uns in Zukunft an?

Ein Gespräch über die Grundlagen der individuellen Mobilität von morgen

Individuelle Mobilität ist eine unverzichtbare Grundlage moderner Gesellschaften. Zusehends gerät aber die Frage, wie sehr unsere Mobilität die Umwelt beeinflusst, in das öffentliche Bewusstsein. Als Anbieter von Mobilität ist Opel gefordert, zukunftsfähige Lösungen anzubieten. Eine zentrale Frage ist dabei, wie wir unsere Fahrzeuge in Zukunft antreiben werden – im Sinne einer nachhaltigen Mobilität. Die Opel Post sprach darüber mit Gherardo Corsini, verantwortlicher Manager für die Markteinführung der Elektromodelle Opel Ampera und Chevrolet Volt in Europa.

Text: Jürgen Hepp
Fotos: Opel/Liebschner

■ **Wer die Berichterstattung zum Thema Mobilität verfolgt, könnte meinen, dem Verbrennungsmotor hat das Stündchen geschlagen. Ist dem so?**

Nein, der Verbrennungsmotor wird auch in den nächsten Jahren noch die wichtigste Antriebsquelle sein. Aber wir erleben eine zunehmende Elektrifizierung von Antrieben – bis hin zur Brennstoffzelle. Dass das Sinn macht, wollen wir ja auch mit dem Ampera beweisen.

■ **Mit dem EV 1 hatte GM vor vielen Jahren schon einmal ein entsprechendes Fahrzeug im Angebot. Woran ist der erste Elektroflitzer des Konzerns gescheitert?**

Die spannendere Frage ist, warum wir glauben, dass wir mit dem Ampera erfolgreicher sein werden. Wir haben aus dem EV 1 gelernt. Der EV 1 war Mitte der 90er Jahre ein sehr gutes Auto. Aber er hatte konzeptionelle Schwächen.

■ **Welche?**

Der EV 1 war ein reiner Zweisitzer mit sehr großen Batterien, die im Prinzip den Kofferraum in Beschlag genommen haben und irgendwann aufgeladen werden mussten. Darunter litt die Alltagstauglichkeit. Gerade darauf legen wir mit dem Opel Ampera den Fokus, auf die Alltagstauglichkeit des Fahrzeugs. Wir wollen ein elektrisches Fahrzeug anbieten, das das Erstfahrzeug in einem Haushalt sein kann. Ein vollwertiges Fahrzeug, das zu jedem Zeitpunkt genutzt werden kann, 24 Stunden am Tag, sieben Tage die Woche. Das zu jedem Zeitpunkt fährt, das eine Batterie hat, die groß genug ist, um den täglichen Bedarf des Fahrens Batterie-elektrisch abzudecken. Das Fahrzeug erzeugt den Strom selbst, wenn die Batterie wirklich einmal zur Neige geht und nicht geladen werden kann.

■ **Beherrschen wir die zentrale Frage der Batterietechnik?**

So sehr, dass wir die Batterien selbst bauen werden. Wir beherrschen sowohl die Konstruktion, als auch die Entwicklung und die Fertigung der Batterie. Wir sind der erste Volumenhersteller, der Batterietechnologie ins Haus nimmt, der Batterietechnologie zur Kernkompetenz erklärt.

■ **Ein cleverer Schachzug? Unser Geschäft sind (Elektro-)Fahrzeuge, nicht Batterien.**

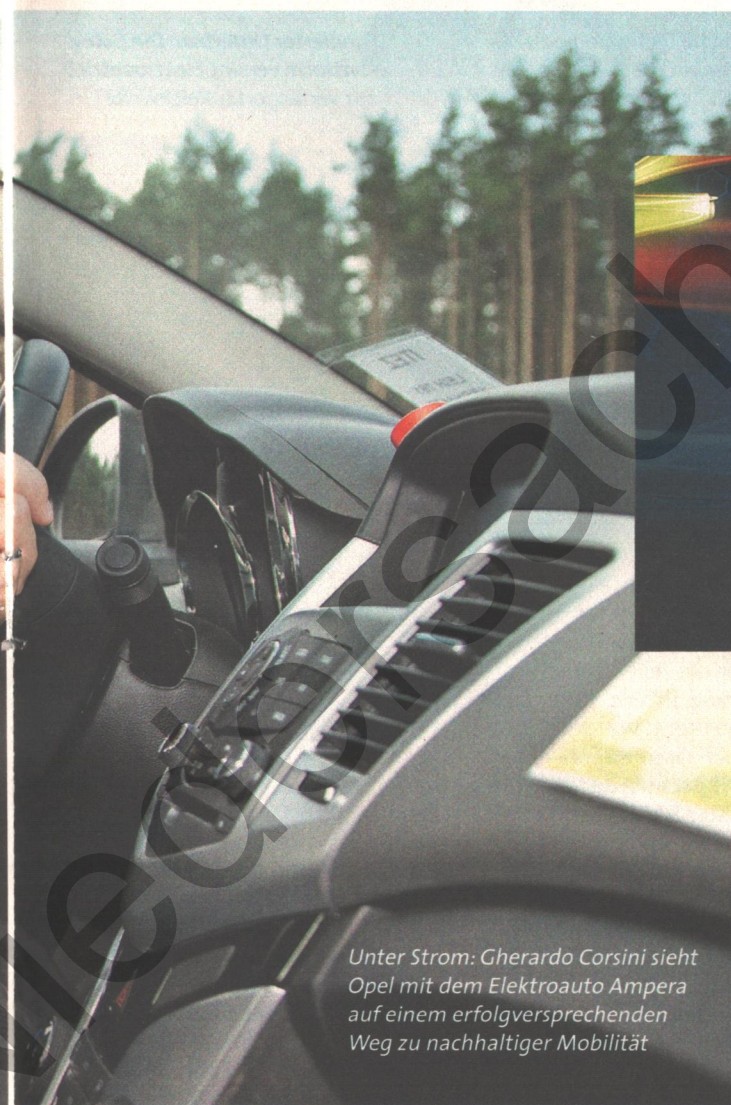
Das eine geht aber nicht ohne das andere. Batterietechnik ist die zentrale Grundlage. Elektromotoren werden so lange gebaut wie Verbrennungsmotoren, weit über 100 Jahre. Das ist gängige Technologie. Die zentrale Frage war immer: Bekommen wir eine Batterie, die groß genug ist in ihrer Leistungsdichte, die uns genügend Energie zur Verfügung stellt, ohne dass sie vom Bauraum zu groß und von den Kosten zu hoch wird. Die neueste Lithium-Ionen-Technologie erlaubt uns dies jetzt.

■ **Größe und Kosten haben wir also im Griff. Wie steht's mit der Haltbarkeit?**

Zuallererst freuen wir uns über die Flexibilität, die wir gewinnen, weil wir die Batterie selbst entwickeln und selbst bauen. Dadurch sind wir deutlich weniger abhängig von Zelllieferanten. Es gibt momentan weltweit sehr gute Lithium-Ionen-Zelllieferanten, es gibt sehr gute Batteriehersteller für Gebrauchsgüter. Es gibt aber keinen Batteriehersteller für Batterien in der automobilen Anwendung.

■ **Warum nicht?**

Die automobilen Anwendung ist die größte Herausforderung für jede Komponente, das gilt natürlich auch für die Batterie. Ein Auto ist permanent Umwelteinwirkungen ausgesetzt. Mal ist die Temperatur hoch, mal niedrig. Mal ist es heiß, mal feucht-kalt. Das Fahrzeug muss anders betrieben werden, nicht stationär, es ist permanent in Bewegung und wird in allen Komponenten beansprucht.



Unter Strom: Gherardo Corsini sieht Opel mit dem Elektroauto Ampera auf einem erfolgversprechenden Weg zu nachhaltiger Mobilität



Alles Anforderungen, die man an Gebrauchsgüter nicht hat. Da es also weltweit keinen Batteriehersteller gibt, der in der Lage ist, uns Batterien in automobiler Anwendung zur Verfügung zu stellen, kaufen wir die Zellen ein und bauen die Batterie über die Zellen mit der ganzen Regelungstechnik, mit dem thermischen Management selbst zusammen. Den technischen Prozess beherrschen wir.

■ **Um das Reichweitenproblem zu entschärfen und die Elektrofahrzeuge damit aus der Öko-Nische holen zu können, kombinieren wir den Elektroantrieb mit einem Verbrennungsmotor. Der aber – da nur eine Art Reserve – vielleicht selten zum Einsatz kommt. Das klingt technisch anspruchsvoll.**

Das ist sehr anspruchsvoll. Unser erklärtes Ziel ist, dass es ein Auto-leben lang funktioniert. Wer, wie wir, Mobilität nachhaltig verändern will, muss die Mobilitätsanforderung der Kunden im Blick behalten. Wir wollen mit unserem ersten Elektroauto die Nachhaltigkeit von Elektromobilität zeigen. Nachhaltigkeit funktioniert nur bei Alltagstauglichkeit, funktioniert nur, wenn wir ein Produkt anbieten, das sich als erstes Auto in einem Haushalt bewähren kann. Auch wenn es tagtäglich nur kurze Strecken fährt. Untersuchungen zeigen, dass kaum jemand mehr als 50 Kilometer am Tag fährt. Das Auto muss aber zu jedem Zeitpunkt in der Lage sein, seinen Besitzer überall hinzubrin-

War da was? Bis auf einen zusätzlichen „Tankdeckel“ für die Steckdose ist der Ampera rein äußerlich ein ganz „normales“ Auto

Der Ampera ist ein Elektro-Fahrzeug mit verlängerter Reichweite, kurz: E-REV. Der Elektromotor wird aus einem Batteriepack gespeist und treibt die Räder an. Eine Ladung ermöglicht 60 Kilometer Reichweite, danach muss der Ampera etwa zweieinhalb Stunden aufgeladen werden. Das kostet schätzungsweise einen Euro. Für längere Fahrten ist ein zusätzlicher Benzinmotor an Bord. Diese Kombination garantiert die volle Alltagstauglichkeit.

weiter auf Seite 20 ▶

Fortsetzung ▶

gen, muss auch lange Strecken fahren können, wenn es in den Urlaub geht. Deswegen werden wir ein Elektrofahrzeug anbieten, das mindestens viersitzig ist, fünf Türen hat und 300 Liter Kofferraum bietet, kurz: voll alltagstauglich ist. Wer sich einen Ampera kauft, braucht kein weiteres Auto.

Was wird das Aggregat kosten und wem wird es gehören? Wird es hier Leasingangebote geben? Wie steht es mit Folgekosten etwa für die Wartung?

Der Wartungsaufwand ist bei einem Elektromotor deutlich geringer als bei einem Verbrennungsmotor. Unser Auto ist so definiert, dass die Batterie eine Lebensdauer von mindestens zehn Jahren haben soll. Wir wollen kein Auto anbieten, das die teuerste Komponente während des Lebenszyklus austauschen lassen muss. Wir versuchen auch hier noch, über den gesamten Lebenszyklus des Fahrzeugs hinweg Möglichkeiten zu finden, Kosten zu reduzieren.

Wer wird sich ein Elektroauto überhaupt leisten können?

Es wird gerade am Anfang eine Gruppe geben, die Interesse hat an neuer Technologie, die bereit ist, auch ein gewisses Premium

für eine solche Technologie zu bezahlen. Das wird der Kundenkreis sein, den Elektroautos zu Beginn brauchen. Wir bauen natürlich auch darauf, dass die Kosten über höhere Stückzahlen mit der Zeit sinken. Und wir bauen darauf, dass über eine höhere Nachfrage nach Fahrzeugen auch die Technologiezyklen für teure Komponenten wie Batterien kürzer werden und so auch die Entwicklung von Batterien mit höherer Leistungsdichte und niedrigeren Kosten immer schneller weitergeht. Wenn die Zellhersteller merken, wie interessant die Fahrzeuge sein werden, gibt es hier auch noch einmal einen Entwicklungsschub, der hilft, die Kosten weiter zu reduzieren.

Rechnen wir mit Kaufanreizen durch die Politik?

Ein wichtiger Punkt. Heute würde der Ampera in Frankreich schon 5 000 Euro Bonus vom Staat bekommen. In England wird momentan diskutiert, das Fahrzeug mit bis zu 5 000 Pfund zu unterstützen. Da passiert also was.

Fundierter Unterbau: Die E-REV-Plattform vereint Elektroantrieb mit verlängerter Reichweite



Gerade in der Einführungsphase von Elektromobilität ist es wichtig, dass die öffentliche Hand hilft, über Kaufanreize die Produkte erschwinglicher zu machen. Aber es gibt auch andere, nicht-fiskalische Anreize, die für uns wichtig sind. Wir wollen Mobilität verkaufen, das ist das primäre Ziel, und da ist die Frage, wie kann ich Mobilität für Elektrofahrzeuge verbessern: Zugänge zu Innenstädten, die für andere Fahrzeuge verschlossen sind, das Nutzen von Busspuren für Elektroautos, das Bereitstellen von Parkraum für Elektrofahrzeuge – idealerweise mit der Möglichkeit, Batterien laden zu können. All das sind Themen, die wir diskutieren und an denen wir arbeiten.

Um Elektromobilität aus der Nische zu holen braucht es nicht nur passende Produkte, sondern auch Infrastruktur, Sprich: E-Tankstellen. Wann wird es die geben?

Die E-Tankstellen, die wir brauchen, gibt es schon. Überall, wo ich zu Hause Strom habe, habe ich eine E-Tankstelle. Innerhalb von zweieinhalb bis drei Stunden ist der Ampera an jeder Steckdose mit 16 Ampere geladen. Wir haben uns ganz bewusst für ein Konzept entschieden, das die existierende Infrastruktur nutzt, damit derjenige, der sich für Elektromobilität interessiert, nicht noch sein Stromnetz ändern muss.

Einen kleinen Haken hat die Sache allerdings noch: Wie bekommt jemand, der in der Innenstadt wohnt, in einer Mietwohnung lebt, wie bekommt der Strom? Die Kabeltrommel aus dem 5. Stock zu hängen ist nicht die ideale Vorstellung. Da arbeiten wir mit den Kommunen zusammen, mit den Energieversorgern. Aber Hand aufs Herz: Eine Lösung haben wir bisher noch nicht.

Wie lange braucht so ein Ladevorgang?

Wir laden unser Auto in Deutschland etwa zweieinhalb Stunden. Dann ist er voll geladen und kann wieder bis zu 60 Kilometer elektrisch fahren. Das Auto ist auch ausgelegt für tägliches Laden.

Wie müssen wir uns die Tankrechnung der Zukunft vorstellen?

Wer zu Hause tankt, bekommt die gleiche Rechnung, die er bekommt, wenn er sein Handy oder seinen Laptop lädt. Das geht über die ganz normale Stromrechnung.

Und was kostet so eine Ladung?

Beim Ampera rechnen wir mit Ladekosten von einem Euro am Tag. Das ist natürlich ein echter Preisvorteil. Wenn Sie das zugrunde legen für die tägliche Fahrt von und zur Arbeit, können Sie mit einem Euro pro Tag hin- und zurückfahren. Bei 220 Arbeitstagen fahren Sie also das ganze Jahr

über mit 220 Euro. Dafür bekommen Sie kaum ein Jobticket. Die Kosten des Fahrens sind also extrem überschaubar.

Elektromobilität ist nicht nur eine neue Antriebsart, sie soll vor allem nachhaltige Mobilität ermöglichen. Aber Nachhaltigkeit braucht regenerative Energie. Wo stehen wir an diesem Punkt?

Zu allererst ist das Elektroauto eine gute Basis für erneuerbare Energie. Die Zahlen, die wir kennen, zeigen eindeutig, dass die Elektromobilität kein Problem darstellt. Die Ziele, die in Deutschland und in Europa im Hinblick auf erneuerbare Energien für die nächsten Jahre gelten, sind deutlich höher, als das, was Elektromobilität abfordern wird. Unser Fahrzeug ist zudem ideal ausgelegt, um nachts geladen zu werden. Dann, wenn der Strom ohnehin von niemandem abgenommen wird. Wir bieten unseren Kunden sogar die Möglichkeit, den Ladevorgang zu programmieren. Der Kunde kann sein Auto laden, wenn Strom am billigsten ist. Nimmt der Kunde den Nachtstrom, kostet die Ladung noch nicht mal einen Euro.

Kann eine ökologische Gesamtbilanz positiv ausfallen, wenn wir für die Erzeugung großer Mengen regenerativer Energie noch gar nicht gewappnet sind?

Die Bilanz ist positiv. Das elektrische Fahren ist das effizientere Fahren und ideale Grundlage für erneuerbare Energien. Ich persön-

lich hoffe sogar, dass über die Elektromobilität noch ein größerer Schub in Hinblick auf erneuerbare Energien kommen wird. Wir arbeiten auch hier mit Energieversorgern zusammen, die Interesse haben, erneuerbare Energie anzubieten. Die Elektromobilität treibt nicht den Aufbau der Windräder, aber ich denke, sie kann es signifikant unterstützen.

Wo stehen wir mit unseren Aktivitäten im Wettbewerbsvergleich?

Wir werden bald eine Menge verschiedener Konzepte sehen, die auf den Markt kommen. Mit einem Serienanlauf werden wir bei den Ersten sein, gerade bei den Großserienherstellern. Ich bin mir sicher, dass wir mit unserem Konzept eines Elektroautos mit Reichweitenverlängerung einer der Führenden sein werden. Viele schauen in Elektromobilität rein, viele in reine Batterie-elektrische Fahrzeuge, die die Einschränkung der Reichweite haben, immer mit langen Batterieladezeiten konfrontiert werden. All die Probleme haben wir nicht.

Und im internen Vergleich? Wie werden sich Chevy Volt und Opel Ampera zueinander verhalten?

Es gibt keinen internen Wettbewerb. Es gibt zwei Fahrzeuge in Europa, die wir anbieten. Die sind technisch ähnlich, unterscheiden sich aber äußerlich. Damit werden wir in der Lage sein, ein größeres Volumen abzudecken und schneller in Volumen- und Skaleneffekte hinein kommen. Von daher gehe ich nicht davon aus, dass sich die beiden Fahrzeuge gegenseitig Konkurrenz machen, sondern im Gegenteil sich gegenseitig unterstützen. ■

Gherardo Corsini ist seit 2004 Direktor für Vorschriften, Umwelt und CO₂-Strategie. Seit 2008 ist er zusätzlich verantwortlich für die Markteinführung von Elektrofahrzeugen. Der 46-jährige gebürtige Frankfurter Corsini (sein Vater ist Italiener) hat zusammen mit Frank Weber an der TU Darmstadt studiert und kam 1992 zu Opel. Corsini ist verheiratet und hat einen zehnjährigen Sohn.



Nachgefragt: Gherardo Corsini im Interview mit Opel Post-Chefredakteur Jürgen Hepp

Wie funktioniert ein Ampera?

Als Primärversorgungsquelle dient dem Ampera Elektrizität, als Sekundärquelle Benzin. Das Antriebssystem verfügt über einen T-förmigen Batterie-Block, eine 111 kW starke elektrische Antriebseinheit sowie einen Generator zur Stromerzeugung.

Was ist ein E-REV?

Der Ampera ist ein Fahrzeug mit verlängerter Reichweite, kurz E-REV (Extended-Range Electric Vehicle). Der Elek-

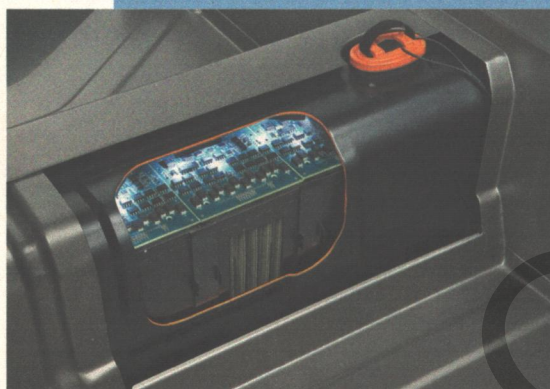
tromotor wird aus einem Batteriepack gespeist und treibt die Räder an. Um die Reichweite bei geringem Akkuladestatus zu verlängern, ist ein Verbrennungsmotor an Bord, der zusätzlich benötigte Energie erzeugt.

Wie funktioniert das System?

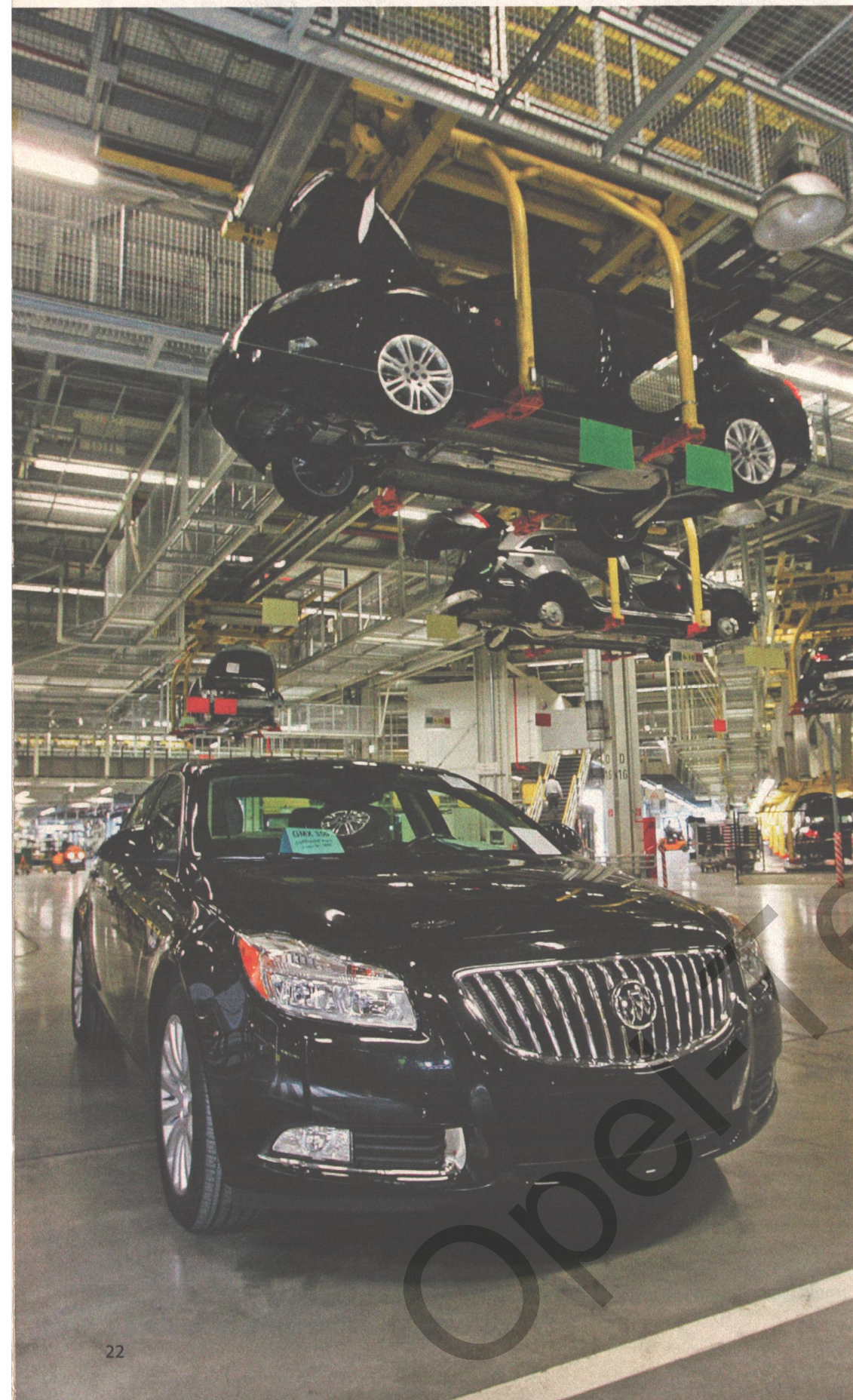
Der Batteriepack versorgt die elektrische Antriebseinheit mit Energie. Auf diese Weise legt das Auto Strecken bis 60 Kilometer rein elektrisch zurück. Bei längeren Fahrten speist ein kleiner Benzinmotor das Elektroaggregat mit Strom. Diese zusätzliche Energiequelle ermöglicht mehrere hundert Kilometer Reichweite.

Regenerative Bremstechnik

E-REVs verfügen zudem über regenerative Bremstechnik. Die beim Bremsen gewonnene Energie wird in Strom umgewandelt und im Batteriepack gespeichert.



Maßschneider



SORP ist das englische Kürzel für den Start eines Serienanlaufs. Ein Kürzel, das ein ganzes Werk auf Trab hält. Vor allem, wenn SORP unmittelbar bevorsteht. In Rüsselsheim ist das so: Am 1. März beginnt die Serienfertigung des Buick Regal. Wir wollten wissen, wie sich das Modell für den US-Markt macht, und haben dazu dem Anlaufteam und den Mitarbeitern in der Fertigung über die Schulter geschaut.

Text: Eric Scherer
Fotos: Andreas Liebschner

*Auf dem Boden geblieben:
Die Rüsselsheimer haben
den Buick Regal im Griff*



„Für die langjährigen Teammitglieder ist es ‚nur‘ ein weiterer Ableger des Insignia, für die noch nicht so erfahrenen ist es ein echter Coup, ein Auto für den US-Markt zu bauen.“ In wenigen Worten charakterisiert Iris Menke-Hermani die Stimmung im Werk, während sie uns durch die Fertig- und Endmontage begleitet. Sie ist als Launchmanagerin mit ihrem Team für den reibungslosen Anlauf des Buick verantwortlich. Und freut sich über die immense Professionalität, mit der sich alle an ihre Arbeit machen: „Hier sind sich wirklich alle von Anfang an der Bedeutung dieses Auftrags für Opel bewusst gewesen.“

An der Linie läuft ein Insignia nach dem nächsten an uns vorbei. Wo bleibt er denn jetzt, der erste Buick? „Heute steuern wir insgesamt nur fünf Fahrzeuge ein“, so Frank Schindel. Kein Grund zur Sorge, versichert uns der für die Fertig- und Endmontage verantwortliche Experte aus dem Anlaufteam, sechs Wochen vor Produktionsanlauf sei es völlig normal, noch in bescheidenen Losgrößen zu arbeiten.

Als dann das erste Vorserienmodell an uns vorbeirollt, ist klar: Das

ist kein völlig neues Auto, zumindest optisch. Immerhin: Insgesamt sind es mehr als 400 Teile, die das Basismodell der globalen Mittelklasse zu einem Buick Regal machen. Dabei zeigt sich, dass das, was den Buick vom Opel sichtbar unterscheidet, seinen Machern nicht die meiste Arbeit verursacht. Der markante Wasserfall-Kühlergrill wird von den Mitarbeitern an der Linie bereits jetzt mit den gleichen geübten Handbewegungen und ebenso flugs montiert wie das bekannte Opel-Gesicht.

Der Teufel steckt im Detail. „Die komplexeste Aufgabe dürften unsere EDV-Spezialisten gehabt haben, die den Buick in die elektronische Liniensteuerung integrieren mussten“, so Frank Schindel. Vor allem an den Prüfständen am Linienende waren jede Menge neue Prüfjobs zu programmieren.

Schließlich muss alles Buick-Spezifische sorgfältig geprüft werden, bevor das Fahrzeug die Halle verlässt. Das ist gerade auf elektronischem Sektor eine ganze Menge: Hauptscheinwerfer, Rücklichter und zusätzliche seitliche Positionsleuchten müssen gemäß US-Vorschrift

funktionieren. Der Beifahrersitz ist mit einem Sensor zur Erkennung der Sitzstellung ausgestattet, dafür gibt es keinen Schalter, um den Beifahrerairbag manuell zu deaktivieren. Auch die Leuchtweite kann nicht selbst reguliert werden. Andererseits verfügt der Buick serienmäßig über das Pannennotrufsystem „On-Star“ und sein Zündschlüssel über einen zusätzlichen „Panikknopf“, der das Fahrzeug per Knopfdruck verriegelt. Wie gesagt: die Kleinigkeiten sind's, die die Arbeit machen, damit das Fahrzeug das Top-Qualitätsbild abgibt, das die Rüsselsheimer Mannschaft abliefern will.

Dass ihr das gelingt, zeigt sich beim Zusammenbau der ersten, noch nicht für den Verkauf bestimmten Fahrzeuge: Im Global Customer Audit (GCA), einem dreistündigen Herz- und Nierentest, „haben wir schon in dieser frühen Phase Qualitätsergebnisse auf einem annähernd so hohem Niveau erzielt wie für den laufenden Insignia“, gibt uns Johannes Lamberty zu Protokoll, der im Anlaufteam die Qualitätsfahne hochhält.

Lamberty ist nicht nur Ansprechpartner für alle auftauchenden

Konzentrierte Anspannung: Volker Groh (r.) ist der Motoren-Spezialist des Anlaufteams. Da der Buick komplett andere Aggregate bekommt, war der Schulungs- und Trainingsbedarf im Motorenbereich am höchsten



Glückliche Gesichter: Echte Opelner wie Aziz Cosar bauen auch mit Herzblut Buick



Freut sich auf den Serienanlauf: Anlaufmanagerin Iris Menke-Hermani



Aufgepasst: Opel Post-Autor Eric Scherer ist mit Frank Schindel (r.) im Werk unterwegs

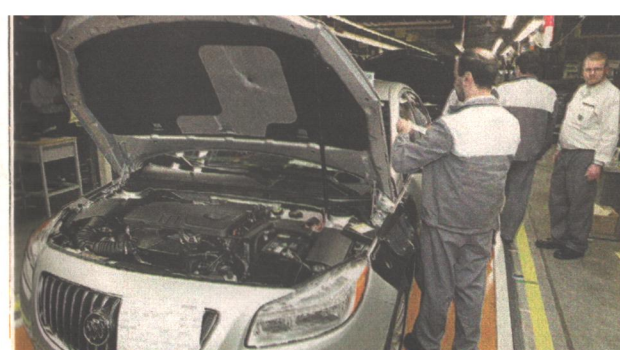
Qualitätsfragen. Er ist es auch, der Anregungen von den Praktikern an der Linie in die Entwicklung zurückmeldet. Besonders beschäftigt hat ihn in den letzten Wochen die Notentriegelung, die sich an der Innenseite des Kofferraumdeckels befindet. Diese möchten die Amerikaner im Fahrzeug haben, um zu verhindern, dass sich beispielsweise spielende Kinder einschließen. „Gerade dazu kamen gute Vorschläge von der Werksseite, wie sie am besten zu montieren ist“, berichtet Lamberty. Eine Kleinigkeit zwar, aber eine von vielen.

Den Überblick über die Vielfalt hat André Dammel: Er sorgt dafür, dass alle Teile zur richtigen Zeit am richtigen Ort sind. Wenn's mit dem Buick losgeht, muss für ihn die Schlacht im Wesentlichen geschlagen sein. „Meine Hauptkampftage waren im Oktober 09“, erinnert sich der Materiallogistiker, als er uns sein spezielles Anlauf-Teilelager zeigt.

Einige Teile kommen direkt aus USA, so der 182 PS starke 2,4 Liter Benziner, mit dem die Produktion startet. Geliefert wird er auf dem Seeweg. „Bei einem gut eingespielten europäischen Partner reichen fünf Tage, um eine rechtzeitige Lieferung sicher zu stellen, aus Übersee müssen es in der Regel sechs Wochen sein“, so Dammel. Das sei zwar kein logistisches Problem, müsse aber in der Planung berücksichtigt werden.

Damit auch jenseits der Termine nichts schiefeht, sind die Mitarbeiter des Pilotlagers (ein Team besteht aus Mitarbeitern der MPK und der QS) auch für die Eingangs- und Qualitätskontrollen verantwortlich. Und damit dafür, dass alle Teile auf dem aktuellen Qualitätsstand sind. Als sperrigstes neues Teil in seinem Pilotlager bezeichnet Dammel übrigens nicht den 2,4 Liter-Motor, sondern die Kartonagen, in denen die Leitungsbündel stecken. Die erwiesen sich als gewöhnungsbedürftig. Ihre reibungslose Anlieferung an die Linie ist aber mittlerweile geregelt.

Die Kraftstoffleitung im Leitungsbündel markiert darüber hinaus auch eine der augenfälligeren Änderungen gegenüber dem Insignia. Zum einen wartet ein Aufkleber ausdrücklich vor der entzündlichen Flüssigkeit in ihr. Das will der amerikanische Gesetzgeber so. Wie er überhaupt ein regelrechtes Label-Faible hat. Drum muss am Buick einiges mehr beschriftet werden als am Insignia – und drum begleitet jeden Buick ein Blatt mit allen benö-



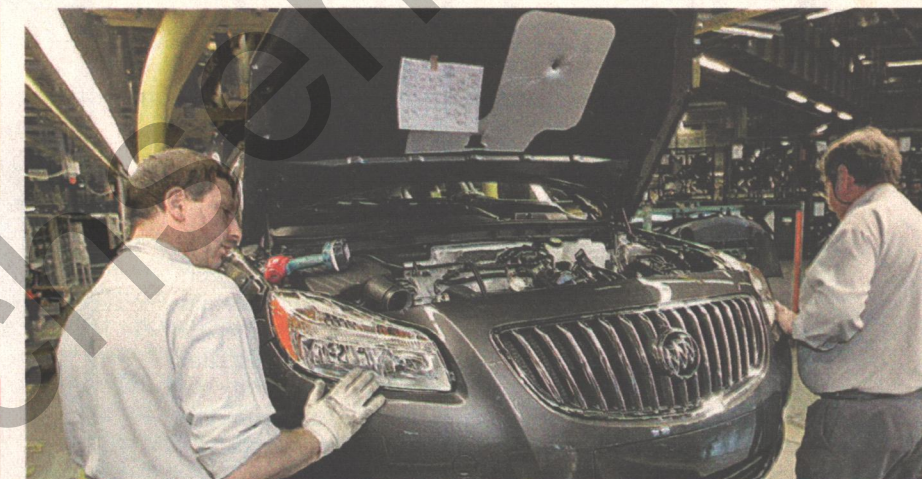
Bald zählt's: Die meisten Handgriffe sitzen schon



Noch ungewohnt: Ein Regal am Bandende



Kein Vertun: Giovandomenico Jelapi mit Gurtscanner



Front-Männer: Wilfried Franzel (l.) und Josef Fuchs haben den Buick-Grill im Griff



(Be-)Herrscher der Anlauf-Logistik: André Dammel (l.) hier mit Sinan Ipek

tigten Labels auf seinem langen Weg über die Linie. Der Qualitätsanspruch hört bei Aufklebern noch lange nicht auf.

„Im Motorenbereich war der Bedarf für Schulungs- und Trainingseinheiten am höchsten“, erzählt uns Volker Groh, der zuständige Motorspezialist des Teams. Da das 2,4 Liter-Aggregat ein Sauger-Motor ist, benötigt er eine spezielle Benzinpumpe mit Steuergerät, ebenso eine Vakuumpumpe für das Bremssystem. Auch die Verkabelung des Motors ist anders. Wohlgeachtet: Nicht unbedingt komplizierter oder schwieriger zu montieren, aber eben anders. Beispielsweise sind die Kabel anders geformt oder von anderer Steifigkeit, jedenfalls muss ihre Handhabung geübt werden. „Einiges ist sogar einfacher zu montieren als an unseren Insignia-Motoren, dafür aber fällt die Vormontage weg“, so Volker Groh.

Umstellen müssen sich auch die Gurt-Monteur: Sobald die Sicherheitsgurte installiert sind, wird ein Strichcode auf ihnen mittels Scanner gecheckt – als zusätzliche

Sicherung, dass der richtige Gurt im richtigen Auto sitzt. „Die Insignia-Gurte sehen denen des Buick zum Verwechseln ähnlich“, erklärt Heinrich Kozlik, der in diesem Abschnitt zuständige Gruppensprecher, „dennoch dürfen sie auf keinen Fall verwechselt werden.“ Denn im Buick ist die Gurtausgabe anders konstruiert – mit den Insignia-Gurten würde sie, bei aller optischen Ähnlichkeit, nicht funktionieren. So ist mit der Scan-Einrichtung ein sinnvolles, zusätzliches Fehlervermeidungssystem entstanden.

Fehlervermeidung und Qualität von Anfang an sind insgesamt ein ganz großes Thema im Werk – gerade bei einem Projekt, das so international aufgesetzt ist. „Da hilft nur kontinuierliche Kommunikation“, weiß Anlaufmanagerin Menke-Hermani aus Erfahrung. Dabei müsse bei den zahlreichen Gesprächen mit den amerikanischen Partnern die Zeitverschiebung berücksichtigt werden. Erst recht, wenn sich die Kollegen aus Shanghai ebenfalls einbringen. Schließlich hat der Insignia auch im fernen Osten einen Bruder.

Seit März 2009 bereiten Iris Menke-Hermani, ihr Team und damit nach und nach auch alle Mitarbeiter des Werkes sich auf das Buick-Projekt vor. In ihrem Team laufen alle Fäden zusammen, die rund um den Globus gespannt sind – insbesondere zu den Werken im kanadischen Oshawa und in Shanghai. Vernetztes Zusammenarbeiten ist hier die Regel. Und doch: „Es ist und bleibt was anderes, sich mit Kollegen am anderen Ende der Welt abzustimmen, statt mit Kollegen im Nachbargebäude“, so die Launch-Managerin.

„Dazu kommt, dass wir das Projekt recht kurzfristig übernommen haben. Elf Monate Anlaufvorbereitung, das ist wahrlich nicht viel Zeit“, zieht Iris Menke-Hermani Bilanz. „Aber wir haben gezeigt, dass das Projekt bei uns in den besten Händen ist – nicht nur, weil wir mittlerweile über einige Erfahrung mit Qualitätsanläufen verfügen, sondern auch, weil nach wie vor alle Mitarbeiter hier im Werk mit ungebremstem Engagement bei der Sache sind.“

Ärmel hoch

Anlauf- und Pilotteam beginnt mit neuem Zafira

Bochum (es). Bis Autofreunde den neuen Zafira leibhaftig auf der Straße sehen werden, dauert es noch ein wenig. Im Bochumer Werk jedoch sind die Ärmel längst hochgekrempt, um den neuen Opel dorthin zu bringen. In diesen Tagen hat sich das Anlaufteam formiert und das Pilotteam wird in Kürze an der Rüsselsheimer Pilotlinie mit dem Aufbau der ersten Integrationsfahrzeuge beginnen.

Das Launch-Team um Horst Andreas und Thomas Mause ist die Schnittstelle zu allen anderen Bereichen der Organisation, die mit dem Projekt zu tun haben. Dazu zählen unter anderem Einkauf und Entwicklung, die in Rüsselsheim sitzen, aber auch die Werke, die die Globale Kompaktklasse produzieren. Dazu zählen neben dem Astra auch die Chevrolet-Modelle Cruze und Orlando. Ein umfassender Informations- und Erfahrungsaustausch ist für die Bochumer unerlässlich.

Durchgeplant wird natürlich auch dieses Projekt nach dem weltweit gültigen Anlaufprozess (Global Launch Process, GLP). Seine schriftliche Darstellung hat Wälzer-Ausmaße. Für Horst Andreas ist sie vor allem

„ein Regelwerk und eine Riesencheckliste“. Unter anderem setzt sie die Meilensteine, die bis zum Produktionsstart verkaufsfähiger Fahrzeuge zu passieren sind.

Der Aufbau der Integration Cars in Rüsselsheim wird noch bis in den Herbst andauern. Rund 100 Fahrzeuge werden am Ende entstanden sein – und weitere Erkenntnisse für die Produktion liefern, in der parallel mit dem Auf- und Umbau der Fertigungsanlagen begonnen wurde.

Zum kommenden Jahreswechsel wird dann die Produkt- und Prozessvalidierungsphase beginnen, in der erstmals neue Zafira auf original Produktions-einrichtungen zusammengebaut werden. Die Bochumer werden dabei vom Pilotteam unterstützt, das so den fließenden Übergang von der Pilot- an die Fertigungslinie gewährleistet.

Sowohl Launch- als auch Pilotteam sind mit äußerst erfahrenen Mitarbeitern besetzt, die meist in anderen Werken umfangreiche Erfahrungen mit dem GLP gesammelt haben – so auch Thomas Mause, Leiter des Pilotteams. Erstmals konnte ein Pilotteam in Bochum ein



Foto: Dammowski-Kruck

Nichts dem Zufall überlassen: Horst Andreas (5.v.r.) und Thomas Mause (7.v.l.) bereiten sich mit ihren Teams akribisch auf den neuen Zafira vor

neues Fahrzeug zunächst virtuell aufbauen, bevor es an ein reales Modell ging – dank eines aus Rüsselsheim importierten Hochleistungsrechners.

Mit seiner Hilfe ließ sich so früh wie nie überprüfen, ob Teile auch wirklich zueinander passen und welche Operationen gegenüber dem Vorgängermodell schwieriger geworden sind. Je früher das bekannt ist, desto

höher sind die Zeit- und Kostenersparnisse.

Die Teams um Horst Andreas und Thomas Mause gehören zu den wenigen, die schon wissen, wie der neue Zafira aussieht. Verraten dürfen sie natürlich nichts. Aber für die Opel Post ein bisschen was vorab, das müsste doch drin sein, oder? Der erste Zafira setzte schließlich in der gesamten Branche Signale...



Foto: Lorenz

Aufs Dach gestiegen: Andreas Tischer in der Fertigmontage

möchten. „Solche Aufträge wurden früher extern vergeben“, erklärt Eisenachs ME-Chef Matthias Böhmer.

Diese Arbeiten direkt im Werk erledigen zu lassen, spart nicht nur Geld, auch der Kunde hat was davon. Er kann seinen Corsa komplett mit allen gewünschten Ausstattungsde-

tails finanzieren oder leasen.

Und es kommt noch besser: Das „Flexibilisierungspaket“ für die Eisenacher Produktion sieht noch einige Optionen mehr vor. Auch Sonnenrollos, eine Anhängergewinnung und eine spezielle Sportauspuff-Variante will die Mannschaft in Kürze selbst montieren. ■

Vielfalt „ab Werk“

Eisenacher starten neue Flexibilisierungswelle

Eisenach (es). Was macht den Corsa so beliebt? Sicher zu viel, um es an dieser Stelle aufzählen zu können. Ganz bestimmt aber schätzen seine Fans besonders die vielen individuellen Gestaltungsmöglichkeiten, die für ihn zur Auswahl stehen. Jetzt gibt's davon so viele wie noch nie „direkt ab Werk“.

Bereits seit den Weihnachtsferien werden in Eisenach Glaschiebedächer sowie das OPC Line Pack 2-Paket mit seinen markanten Stoßfängern montiert – für künftige Opel-Fahrer, die mit Optionen wie diesen aus einem Corsa-Dreitürer ih-

ren ganz persönlichen Corsadreitürer machen wollen. Die dafür benötigten Arbeiten wurden zunächst teilweise an Arbeitsstationen außerhalb der Linie erledigt.

Die produktionsfreie Zeit Anfang Februar bot nun Gelegenheit, die Operationen in die Fertigungslinie zu integrieren. Auch Sonderlackierungen wie orange oder light-green können nun direkt in Eisenach vorgenommen werden – ein Service, den vor allem Großkunden zu schätzen wissen, die ihre Corsa in den Farben ihres Unternehmens ordern

Gute Ideen für die ganze Welt

Alle guten Dinge sind drei: Bochumer werden erneut Ideen-Weltmeister

Bochum (es). So sehr die Bochumer ihren VfL auch lieben: Mit einem Titel tun sich die Revier-Kicker eher schwer. Die Ruhrpott-Opelner sind da ganz anders drauf: Sie wurden bereits zum dritten Mal „BuGM“-Champion.

„BuGM“ steht für „Best under General Motors“. Dabei geht es um Ideen, die Mitarbeiter an den einzelnen Standorten entwickeln, um Abläufe in ihren Bereichen zu verbessern, Produktqualität zu erhöhen und Kosten zu senken. Diese werden von den BuGM-Koordinatoren vor Ort in eine Datenbank eingepflegt, auf die die gesamte GM-Welt Zugriff hat, so dass sie überall als Inspiration dienen können.

Zum Jahresende zeichnet die GM-Spitze dann das Werk aus, das BuGM am besten genutzt hat. Dabei wird nicht nur bewertet, wer die meisten Ideen liefert, sondern auch, wie viele aus der Datenbank geholt und umgesetzt wurden. Und da sind die Bochumer im dritten Jahr in Folge Spitze: 148 Ideen stellten sie ins System, 653 nahmen sie heraus, prüften sie – und setzten 473 davon am Standort um.

Aktuell umfasst die seit 2007 bestehende Datenbank 5 299 Ideen, davon stammen 462 aus Bochum. Wohlgeordnet: Dabei handelt es sich um Vorschläge, die für die gesamte GM-Welt zur Nachahmung empfohlen werden. Die Entscheidung, ob eine Idee globalen oder nur

Manufacturing Best Practices Database

Year	Country	Organization	Region	Category	Area	Type	Global Impact	Global Impact Score	Global Impact Rating
2007	USA	General Motors	North America	Production	Assembly	Process	Global	1000	1000
2008	USA	General Motors	North America	Production	Assembly	Process	Global	1000	1000
2009	USA	General Motors	North America	Production	Assembly	Process	Global	1000	1000
2010	USA	General Motors	North America	Production	Assembly	Process	Global	1000	1000

Ideen-Börse: Bochum nutzt Datenbank intensiv

regionalen Nutzen hat, treffen die jeweiligen Regionen.

Das Bochumer Erfolgsgeheimnis? „Wir haben den Nutzen der BuGM's früh erkannt und widmen uns ihnen konzentriert“, so Werksdirektor Manfred Gellrich. Im BuGM-Team vor Ort sind alle Standortbereiche vertreten, die Koordination liegt in den Händen von Andreas Wellié.

„Wer es noch nicht intensiv nutzt, dem sei es empfohlen“, sagt Gellrich, „die Bandbreite ist wirklich erstaunlich.“ Da geht's um einfache Werkzeuge wie einen Hammer, der am zweiten Kopfende auch als Steckschlüssel genutzt werden kann, über Vorschläge zur Verkürzung von komplexen Verfahrensabläufen, bis hin zur Vermeidung von Produktbeschädigungen.

Andreas Wellié's Ziel für 2010? Na klar: Die erfolgreiche BuGM-Titelverteidigung. ■

Neue Klima-Anlage

Rüsselsheimer Lackiererei trotz Kälte und Hitze

Rüsselsheim (es). Das Richtige zur richtigen Zeit getan zu haben, ist ein schönes Gefühl – erst recht, wenn sich die gute Tat prompt und eindrucksvoll auswirkt. In den Weihnachtsferien optimierte die Rüsselsheimer Lackiererei ihre Vorwärmaneinrichtung für den Sealing-Bereich – was sich in den harten Winterwochen als goldrichtig erwies.

Im „Sealing“ werden Fahrzeugkarossen abgedichtet. Damit die Roboter Unterbodenschutz und Abdichtnähe in 1a-Qualität auftragen können, darf die Abdichtmasse weder zu zäh noch zu flüssig sein. Das heißt: Sie muss ideal temperiert sein. Was gar nicht so einfach ist, denn vom Pumpenraum bis zum Roboter muss die Abdichtmasse durch fast 70 Meter Rohrleitungen gedrückt werden.

Etwa acht Meter vor der Austrittsdüse läuft sie durch einen „Wärmetauscher“, eine Art Durchlauferhitzer, wo sie auf die richtige Temperatur gebracht wird. Bis die erwärmte Masse an der Düse anlangt, vergehen allerdings noch einmal 20 Minuten. Und die können gerade in der kalten Jahreszeit zu lang werden.

Vor allem bei Wiederanläufen nach Weihnachtsferien und nach einem produktionsfreien Wochenende dauerte es eine ganze Weile, bis die Okay-Rate im Sealing wieder auf dem gewünschten hohen Niveau war – die Abdichtmasse war zu zähflüssig, weil zu kühl, und entwickelte so nicht ihre volle Qualität.

Während der Weihnachtsferien schafften die Instandhalter Abhilfe: Für die letzten acht Me-

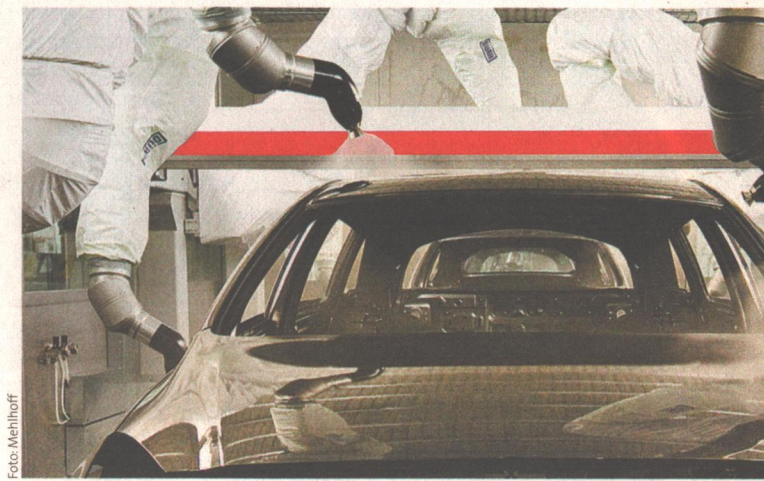


Foto: Mehnhoff

Wohl temperiert: Der Sealing-Bereich in der Lackiererei

ter wurde eine Leitung mit einer Warmwasserummantelung installiert, die die Abdichtmasse bis zur Düse konstant auf der richtigen Temperatur hält. Die Qualitätsergebnisse beim Wiederanlauf Anfang Januar sprachen für sich – es waren die bislang besten, die aus dem Sealing gemeldet werden konnten. Und auch die folgenden, außeror-

dentlich kalten Tage und Nächte beeinträchtigten die Qualität nicht.

Besonders praktisch: Die Anlage kann auch kühlen – die Abdichtmasse wird dann eben nicht mit warmen, sondern mit kaltem Wasser umspielt. Damit sind die Rüsselsheimer auch schon für den nächsten Jahreshundert Sommer gerüstet. ■

Diskret erfolgreich

Mit Tabu-Themen ist das so eine Sache: Es gibt sie zwar, aber eigentlich mag man gar nicht drüber reden. Muss man aber, gerade da, wo sie eben nicht reine „Privatsache“ sind. Im Betrieb etwa. Und dort ist seit genau 20 Jahren geregelt, wie mit bestimmten Tabu-Themen umzugehen ist – in der Betriebsvereinbarung 164, der so genannten „Sucht-BV“.



Feiern 20. Geburtstag der Suchtberatung bei Opel: Dr. Eckhard Blum (l.) und István Horváth

Bei Anruf Hilfe Und so erreichen Sie kompetente Hilfe in den Werken:

Rüsselsheim	Dr. Eckhard Blum István Horváth	06142/7-74528 06142/7-61155
Bochum	Wilfried Leitner Matthias Berger	0234/989-3228 0234/989-3108/2963
Kaiserslautern	Wolfgang Stuppy	0631/355-2878
Eisenach	Danny Alles	0170/7740634

Rüsselsheim (Jh). Einer der tagtäglich mit Tabuthemen konfrontiert wird, ist István Horváth, Suchtberater am Standort Rüsselsheim. Zusammen mit Werksarzt Dr. Eckhard Blum, der sich neben seiner Rolle als Arbeitsmediziner intensiv dem Thema Sucht widmet, kümmert sich der Sozialpädagoge bei rund 1000 Beratungsgesprächen um rund 200 „Kunden“ im Jahr.

Und die haben zum größten Teil ein Problem mit dem Alkohol. „In vier Fünftel aller Fälle ist Alkohol im Spiel“, so Horváth. In den anderen Fällen geht es vor allem um Spiel-, Ess-, Drogensucht. Hier so gezielt wie möglich helfen zu können, ist der Ansatz, der „sozialpädagogischen Gesundheitsberatung“, wie die beiden ihr Angebot nennen.

„Wir leben natürlich nicht auf einer Insel der Glückseligen“, so Werksarzt Dr. Blum. Seriöse Schätzungen gehen davon aus,

dass in Deutschland fünf bis acht Prozent der arbeitenden Bevölkerung alkoholgefährdet sind. „Das wird dann auch der Anteil unter den Beschäftigten sein“, mutmaßt der Arbeitsmediziner. Genaue Zahlen gibt es natürlich nicht, auch, weil es oft Teil der Sucht ist, diese nicht als solche anzuerkennen.“

Wie kommt die Suchtberatung dann aber zu ihrer Kundenschaft? „Einige kommen freiwillig, weil sie merken, dass sich etwas ändern muss. Oder es kommen Kollegen oder Vorgesetzte, um sich gezielt Rat zu holen, wie mit jemandem umzugehen ist, von dem man glaubt, dass er ein Problem hat“, beschreibt Horváth seine Erfahrungen. Dazu kommen diejenigen, die bei einer arbeitsmedizinischen

Untersuchung auffällige Werte zeigen.

Geholfen wird dann sehr intensiv und sehr individuell. „Das ermöglicht es uns, die Betroffenen innerhalb kürzester Zeit in eine Therapie zu bringen. Deutlich schneller als dies über externe Suchthelfer möglich wäre“, betont Dr. Blum. Die intensive Betreuung zeigt Wirkung: Die Erfolgsquote liegt bei enormen 84 Prozent.

Ein wichtiger Teil des Erfolgsrezepts ist die „Sucht-BV“, die jetzt runden Geburtstag feiert. „Sie gibt allen Rechtssicherheit“, so Horváth. Denn sie stellt Therapie, Heilung und Wiedereingliederung in den Vordergrund – und nicht den

Rausschmiss. Wer erfolgreich therapiert ist, kehrt an seinen Arbeitsplatz zurück. Und: „Die Personalabteilung ist in diesem Punkt absolut fair“, weiß Horváth aus eigener, mittlerweile 17-jähriger Erfahrung bei Opel.

Da eine Sucht nie über Nacht kommt, legen Dr. Blum und Horváth großen Wert auf Prävention. „Der Mensch kommt in jungen Jahren in Versuchung, das eine oder andere auszuprobieren, oft halt auch Drogen. Da droht nicht immer gleich eine Sucht, aber die Gefahr ist natürlich da“, so Horváth. Deshalb gilt sein aufklärerisches Augenmerk vor allem den jungen Leuten.

„Sucht ist kein Makel, sondern eine Krankheit. Wer Hilfe oder Rat braucht, sollte deshalb unbedingt zu uns kommen“, so Dr. Blum. „Wir wissen, wie zu helfen ist und unterliegen selbstverständlich der ärztlichen Schweigepflicht.“ ■

Tabu!

Ohne Worte..... Ein Interview zum Thema: Winterdienst

Dieser Winter muss sich wahrlich nicht vorhalten lassen, aus lauter April zu bestehen. Strenger Frost, Schnee satt, so geht das gefühlt schon seit einer kleinen Ewigkeit. Von Uli Westhoven, der guten Seele von „FM“, erfuhren wir, dass in Rüsselsheim insgesamt 298.232 Quadratmeter Wege, Straßen und Parkplätze geräumt werden müssen. Das hat bis Anfang Februar schon 326 Tonnen Salz verbraucht. Aber zum Glück ist noch welches da. Der Rest unseres Interviews waren Gesten:

Interviewpartner:
Ulrike Westhoven, Facilities Management Rüsselsheim



Mögen Sie Schnee?



Auch auf den Straßen?



Ist der Winterdienst in Rüsselsheim für weitere Schneewochen gerüstet?



Wie empfanden Sie in den letzten Wochen die Fahrt zur Arbeit?



Wie werden Sie den Frühling begrüßen?

Leasen Sie Ihren Wunsch-Opel



**! NEU - Poolwagen-Leasing:
Insignia und Tigra für 1,1%***

Leasen Sie Ihren Wunsch-Opel - jetzt mit noch mehr Auswahl

und lassen Sie auch Ihre nutzungsberechtigten Angehörigen von unserem attraktiven Angebot profitieren.

Folgende Modelle können Sie ab sofort für monatlich 1,5% der unverbindlichen Preisempfehlung leasen:

- Corsa, Astra, Meriva, Zafira, Antara, Insignia und Opel Combo (PKW)

Dieses Angebot gilt auch für OPC-Modelle und den Corsa Color Edition und Corsa Color Race.

Leasen Sie die entsprechenden Opel-Modelle mit Diesel-Motor für monatlich 1,6% der unverbindlichen Preisempfehlung (gilt nicht für den Opel Corsa und den Opel Zafira mit 1.7 CDTi 110 PS-Motor). Als Erweiterung des Leasingangebotes gibt es ab sofort auch die Modelle Vivaro Tour Diesel und Vivaro Life Diesel für 1,6% der unverbindlichen Preisempfehlung pro Monat. Ausgenommen sind Basis- und Selectionausstattungen.

Weitere Neuerungen sind:

- 9 Monate Laufzeit bei 15.000 Km
- Mobilitätsgarantie im Schadensfall
- Vollkaskoversicherung mit 500 € Selbstbeteiligung
- auf Wunsch Tankkarte mit fest vereinbartem Monatsbetrag zum Steuersparen
- Mindestausstattung ist Edition mit Klimaanlage, Radio und eine Metallic- bzw. Mineraleffektlackierung (Ausnahme ist der Opel Corsa Color Edition), die Ausstattung muss vermarktbar sein
- Günstige Winterkomplettreder - beim Corsa bereits für weniger als 11 € pro Monat

* die Konditionen für das Poolwagenleasing erfahren Sie beim Verkauf an Mitarbeiter oder unter www.wir-fahren-opel.de

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

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

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

Coupon per Deutsche Post AG an:

Anzeigenservice

Jahreswagen

Postfach 1503

65405 Rüsselsheim

*eines muss ausgefüllt sein

Vorname

Name

Opel Stammnummer

(PLZ) Ort

*Privattelefonnummer (notwendig für die Veröffentlichung)

*Private E-Mail-Adresse (falls vorhanden)

Basisdaten

Modellvariante (z.B. Edition, Cosmo)

Türen

2 3 4 5

Motorisierung (z.B. 1.2 16V, 1.7 CDTi)

Leistung (PS/kW)

Erstzulassung (Monat - Jahr)

Kraftstoff

Preis

Getriebe

km-Stand

Farbe

Mögliche weitere Angaben

Extras

AFL / Bi-Xenon-Kurvenlicht

Halogen-Nebelscheinwerfer

Nichtraucherwagen

Anhängerkupplung

IDS Plus

Niveauregulierung

Anschluss-Garantie

IDS Sportfahrwerk

Parkpilot

Berg-Anfahr-Assistent

Klimaanlage

Quickheat Heizsystem

Bordcomputer

Klimaautomatik

Regensensor

CD-Spieler

Kopfairbag

Reifendruck-Kontrollsystem

Dachreling

Lederausstattung

Rücksitzbank geteilt

elektrische Außenspiegel

Lederlenkrad

Schiebedach

Flex-Fix-Trägersystem

Leichtmetallfelgen

Sitzbelegungserkennung

FlexOrganizer

Lenkradfernbedienung

Sitzheizung

Festpreis

Lenkrad-Höhen-Verstellung

Standheizung

Garagenwagen

Navigationssystem

Vollw. Reserverad

Fahrzeug

Astra TwinTop

Signum

Zafira

Agila

Corsa

Tigra TwinTop

Antara

Combo

Vectra

Anderes Opel-/GM- Modell:

Astra

Meriva

Vectra Caravan

Astra Caravan

Opel GT

Vivaro

• 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