

Opel Post



Magazin für Mitarbeiter

Sonderverkaufstage für Neufahrzeuge



Nur am:

Freitag, 16. März

8.00 – 16.00 Uhr

Samstag, 17. März

9.00 – 14.00 Uhr

In Eisenach

nur am 15. und 16. März
jeweils 8.00 – 16.00 Uhr



30%*

für Opel Tigra TwinTop,
Opel Meriva,
Opel Astra, Opel Astra GTC
und Opel Astra Caravan,
Opel Astra TwinTop,
Opel Zafira,
Opel Vectra Caravan
und alle Saab Modelle.

Zusätzlich: eine Sonderfinanzierung zu 2,99%

(für alle Fahrzeuge außer Opel Tigra, Opel Vectra Caravan und Saab).

- Vorspezifizierte Neufahrzeuge aus Produktion 2006 (Opel Tigra aus Modelljahr 2006, Opel Astra pre Facelift) – nur solange der Vorrat reicht
- kurzfristige Abnahme bis 31.3.2007
- Über die Höhe des zu versteuernden geldwerten Vorteils informiert Sie Ihr Verkaufsberater

* bezogen auf die unverbindliche Preisempfehlung, keine weiteren Nachlässe (wie z. B. Treueprämie) möglich.

Lassen Sie sich beraten, unsere Teams freuen sich auf Ihren Besuch:

- Rüsselsheim: Fahrzeugzentrum für Mitarbeiter, M-118
- Bochum: Verkaufszentrum am Tor 4
- Kaiserlautern: PS Service Center
- Eisenach: Verkaufsstelle für Mitarbeiter,

Verkauf an Mitarbeiter



Bochum trainiert Manager von morgen

Seite 27

Vertriebsprofi Visser im Interview

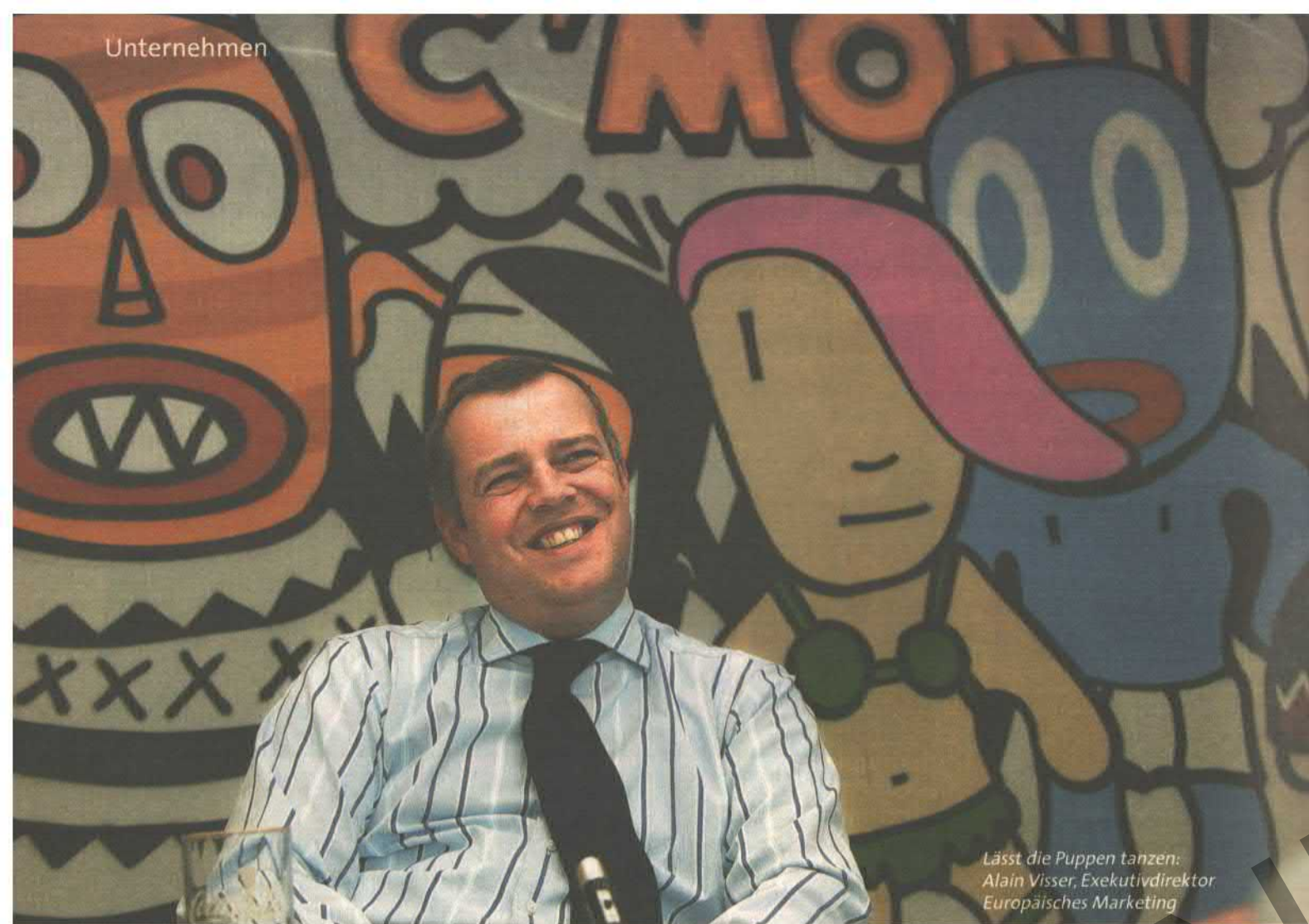
Seite 4 bis 7

Studie gibt Zukunft ein Gesicht

Seite 8 bis 11

Neue Jahreswagen-Vermarktung

Seite 30



Lässt die Puppen tanzen:
Alain Visser, Exekutivdirektor
Europäisches Marketing

Pfeffer für die Marke

Im Interview: Alain Visser sieht Opel im Aufwind – „Dynaverse“ und „Funergy“ als Markenstärken

Die Lage der Automobilindustrie in Westeuropa ist auch 2007 herausfordernd. Wenig Wachstum, Verdrängungswettbewerb, Druck auf Kosten und Erlöse, der Kampf um die richtigen Emissionsgrenzwerte lauten die aktuellen Stichworte. Wo steht das Unternehmen?

Rüsselsheim (jh). Eine Positionsbestimmung zur Lage von Opel und seinen GM-Schwestern in Deutschland und Europa erfordert einen Blick auf komplexe Zusammenhänge. Die Opel Post bat Alain Visser, Exekutivdirektor Europäisches Marketing, um seine Sicht der Dinge. Hier das Interview im Wortlaut:

Die Bundeskanzlerin rät den deutschen Autofahrern, öfter mal mit dem Bus zu fahren, die EU will Emissionsgrenzwerte festlegen und die Bundesregierung erhöht die Mehrwertsteuer. Macht Ihnen Ihr Job

Im Moment eigentlich noch Spaß?

(lacht...) Da macht der Job gleich noch mehr Spaß. Mal ehrlich: So eine Herausforderung wie die Mehrwertsteuererhöhung ist spannend. Gerade in der Autobranche, weil drei Prozent hier besonders viel Geld sind. Da gilt es, strategische Überlegungen anzustellen. Was heißt so eine Erhöhung für uns, was heißt das für den Markt und wie können wir auf diesen Markt eingehen? Unsere Aktion ‚Opel schenkt Ihnen die Mehrwertsteuer‘ war eine direkte

Konsequenz daraus und eigentlich ein klassisches Beispiel, wie man ein Problem in eine Chance ummünzen kann.

Wo stehen wir aktuell mit unseren Zulassungen und wie lauten unsere Absatzziele für 2007?

Für 2006 blicken wir mit 9,64 Prozent zurück auf einen Rückgang im Pkw-Marktanteil in Deutschland. Uns ist aber wichtig, dass trotz eines Rückgangs im Marktanteil wir eine deutliche Verbesserung in der Qualität der Verkäufe feststellen konnten.

Das heißt konkret?

Wir hatten 2006 in Deutschland einen Rückgang von etwa 21 000 Händlerzulassungen. Wir haben auch etwa 14 000 Fahrzeuge weniger an Flottenkunden verkauft. Und trotzdem ist unser Gesamtvolumen nur um 12 100 Einheiten gesunken. Das heißt: Wir haben unseren

Anteil an den weniger profitablen Geschäften reduziert, aber dafür im deutlich attraktiveren Privatkundengeschäft zugelegt. Diese Strategie konnten wir 2006 zum ersten Mal erfolgreich umsetzen und so wollen wir 2007 weitermachen. Wir müssen schwarze Zahlen schreiben. Das schaffen wir nicht nur über den Marktanteil, wir müssen auch an jedem Verkauf verdienen.

Wer wird 2007 einen Opel kaufen? Anders gefragt: Wie sieht unsere aktuelle Kundschaft aus, wie unterscheidet sie sich von früher, wie von der anderer Hersteller?

Die Analyse unserer Kundschaft über die letzten 12 oder 15 Jahre zeigt, dass sich hier sehr viel verändert hat. Die einschlägigen Studien verdeutlichen, wie schnell und nachhaltig sich unsere Kundschaft aus einer

doch recht konservativen Ecke kommend hin zu einer extrovertierteren, also moderneren Kundschaft bewegt. Genau das, was wir wollen. Wir wollen eine junge moderne Marke sein.

Aber erst, „die Alten“ haben doch das Geld für ein neues Auto?

Das heißt auch nicht, dass wir keine alten Kunden mehr wollen. Sie dürfen nur bitte nicht vergessen, dass auch alte Kunden eine junge Marke wollen. Deshalb wollen wir uns mehr als dynamische junge Marke profilieren. Und wir sehen, dass sich unsere Kundschaft relativ schnell in diese Richtung bewegt, wo es auch mehr Begeisterung für Technik und Offenheit für neue Ideen gibt.

Unsere Modellpalette wird deutlich attraktiver wahrgenommen als noch vor wenigen Jahren, die Werte der Qualitätsuntersuchungen sind überdurchschnittlich, die Kritiken in den Medien reichen von gut bis euphorisch. Schlägt das bis zum Kunden durch?

Das Frustrierende an Marketing ist, dass Imagewandel und Markenaufbau extrem langsam geht. Man braucht 48 Stunden, um eine Marke kaputt zu machen, und man braucht 48 Monate, nur um anzufangen, eine Marke neu aufzubauen. Wir sind in dieser Aufbauphase. Mit Erfolg: Zum ersten Mal seit zwölf Jahren ist die Käuferwägung stabil und in Deutschland 2006 erstmalig sogar gestiegen. Das heißt: Die Zahl der Personen, die ein Auto kaufen möchten

und bei denen auch ein Opel auf der Einkaufsliste steht, steigt. Das ist für uns eine äußerst wichtige Messgröße.

Wo stehen wir bei der Kundenzufriedenheit gemessen an der Loyalitätsrate und wie ist unsere Eroberungsquote?

Unsere Eroberungsrate steigt vor allem mit unseren neuen Modellen. Wir messen kontinuierlich, wie viele Kunden wir an andere Marken verlieren und wie viele Kunden wir von anderen Marken gewinnen – und auch diese Balance geht jetzt in eine positive Richtung. Das sind alle Signale, die in die gleiche Richtung gehen.

Haben wir also einen spürbaren Imagewandel erreicht?

Wir sehen mehr als deutlich positive Signale. Ob das jetzt von uns intern gemessen wird oder in externen Studien; gleich mit welchen Fachleuten ich spreche, egal ob in England, in Frankreich oder in Deutschland, alle sagen: Opel/Vauxhall ist auf dem Weg nach oben. Wir sehen also tatsächlich eine spürbare Verbesserung des Image. Nur bis sich das in zählbare Erfolge, also in Marktanteilen und Verkäufen niederschlägt, vergeht viel Zeit.

Aber die Marke lebt?

Und wie. Noch einmal: Wir haben relativ schnell eine Gruppe moderner und aufgeschlossener Kunden für uns einnehmen können, und das, ohne die alten, treuen Opel-Fahrer zu verschrecken. Das ist für uns eine sehr wichtige Zielsetzung gewesen. Und dass es uns gelungen ist, hat

Zur Person

Alain Visser ist als Geschäftsführer Vertrieb, Marketing & After-sales für die europäischen Marketing-Aktivitäten der Marken Opel und Vauxhall verantwortlich. Ab Januar 2006 übernahm er auch die Opel- und Saab-Vertriebsleitung für die Märkte Deutschland und Österreich.

Visser wurde im September 1963 in Antwerpen, Belgien, geboren. Sein erstes Studium schloss er als diplomierter Übersetzer 1985 an der Universität Antwerpen ab. Insgesamt spricht Visser sechs Sprachen. Seinen Master of Business Administration (MBA) erhielt er 1999 an der amerikanischen Duke University in North Carolina.

Seine berufliche Laufbahn begann Visser 1987 bei Ford Belgium in Antwerpen. Von 1991 bis 2003 absolvierte er eine internationale Karriere in England, in der Schweiz, in Deutschland und in den Niederlanden bis hin zur Position des Managing Directors Benelux.



Alain Visser (43)

Im Januar 2004 trat er als Exekutivdirektor für Verkaufs-entwicklungsprojekte bei Opel ein. Im Juni 2004 wurde er zum Mitglied des Vorstands der Adam Opel AG ernannt und im Dezember 2005 zum Geschäftsführer der Adam Opel GmbH.

Alain Visser ist verheiratet und hat zwei Kinder.

vor allem mit zwei Dingen zu tun: mit Design und innovativen Fahrzeugkonzepten. Auf der einen Seite sehen wir, dass unser Design besser ankommt als je zuvor. Und zweitens punkten wir mit Konzepten wie Flex7 im Zafira, FlexFix im Meriva oder dem Panoramadach beim GTC. Wir kommen mit immer neuen

innovativen Bodystyles. Das bringt die Marke mehr in die emotionale Richtung. Ich fasse diese Punkte gern etwas zugespitzt unter den Kunstbegriffen „Dynaverse“ und „Funergy“ als Markenstärken zusammen. Soll heißen: Bei Dynamik, Vielseitigkeit und Fahrspaß sind wir sehr gut im Rennen. Eben das war und ist unser Ziel.

Werfen wir einen Blick auf die einzelnen Modellreihen: Seit Markteinführung des neuen Corsa lässt Opel die Puppen tanzen. Zu Recht?

Absolut. Werbung ist immer sehr emotional. Und wer mit mutiger Werbung kommt, der polarisiert. Aber wir wollten mit dieser Kampagne bewusst jüngere Kunden ansprechen. Der Corsa eignet sich ideal dafür. Wir haben das natürlich auch im Vorfeld der Kampagne getestet und sowohl jüngere Leute als auch viele unserer Kunden, die ja nicht nur jung sind, gefragt, ob ihnen das gefällt. In beiden Fällen haben wir ein positives Ergebnis bekommen, wobei es bei den jungen Leuten noch deutlich besser war.



Junge Marke:
Die C'mons
haben geholfen

Foto: Opel

Wir haben einen durchschlagenden Erfolg mit dem Corsa, der kommt sehr gut an auf dem Markt. Wie ist denn dort die Käuferstruktur? Haben wir eine entsprechend hohe Eroberungsrate, haben wir einen signifikant höheren Anteil junger Käufer, denn das Auto selbst ist ja toll?

Gutes Marketing bringt nur etwas, wenn das Auto auch super ist. 80 Prozent beim Imageaufbau ist Produkt, 20 Prozent ist Marketing. Und in diesem Fall stimmt das Produkt in allen Bereichen. Qualität, Design, Farben, Innenraum: er sieht einfach toll aus. Andererseits war auch das Marketing äußerst kreativ. Wir haben Sachen gemacht, die in der europäischen Autoindustrie noch nicht gemacht wurden. Mein Team ist darauf zu Recht stolz.

Lässt sich das mit Zahlen untermauern?

Wir haben unsere Händler befragt. Die bestätigen uns, dass der Anteil von Nicht-Opel-Kunden unter 30 Jahren mächtig gestiegen ist, auf geschätzte 20 bis 25 Prozent, was sehr viel ist. In den nächsten drei Monaten werden wir genauer wissen, wer das Auto kauft. Allerdings ist es üblich, dass neue Produkte zunächst von der eigenen Kundschaft gekauft werden. Am Anfang ist die Eroberungsrate erfahrungsgemäß eher gering. **Kommen wir zum Astra. Der erlebt gerade eine gründliche Überarbeitung – die auf den ersten Blick kaum ins Auge fällt. Wie sind wir im Kompaktsegment für den Wettbewerb gerüstet?**

Wir haben mit dem Astra ein hervorragendes Produkt, das jetzt seine 100-prozentige Reife erreicht hat. Damit meine ich, dass wir jetzt alle Bodystyles haben: GTC, Fünftürer, Caravan, den TT und den Viertürer für den osteuropäischen Markt. Mit der Überarbeitung haben wir keine Design-Revolution erlebt, sehen aber eine wichtige Evolution in vielen Details. Für mich ist der Astra immer noch die ‚Lokomotive der Marke‘. Das ist das Produkt, womit wir die Opel-Offensive in Europa angefangen haben. Das ist das Produkt, das die Marke nach vorne bringt. Aber wir haben schon noch einiges zu tun in diesem Jahr. Toyota kommt mit dem Corolla-Nachfolger Auris, der neue Golf kommt früher als ursprünglich erwartet. Der Markt wird nicht einfacher.

Mit Agila, Meriva und Zafira haben wir im Van-Segment drei Modelle am Markt. Reicht das?

Ja, ich glaube schon. Mit der Kombination Meriva/Zafira sind wir Marktführer im Monocab-Segment. Wir sind da sehr stark und sehr gut vertreten. Mit dem Zafira haben wir ein neues Segment eröffnet, in dem sich jetzt auch sehr viele andere tummeln. Trotz dieser starken Konkurrenz haben wir aber die Nummer-1-Position. Auch der Meriva ist etwas Außergewöhnliches, er hat zudem genau die richtige Größe. Trotz seines Lebensalters hatte der Meriva 2006 ein hervorragendes Jahr. **Wie steht es um Vectra und Signum, sie gelten vielen als die**

größten Sorgenkinder der Modelpalette?

Das Frustrierende ist, dass jeder weiß, der Vectra ist ein hervorragendes Auto, aber man muss ehrlich sein: Das Produkt kommt nicht gut genug an im Markt.



„Marketing und Produkt passen“

Wieso ist das so?

Das liegt einerseits daran, dass die Mittelklasse – in ganz Europa für alle Hersteller – ein schrumpfendes Segment ist. Man muss andererseits auch zugeben, dass das Design des Vectra die Kundschaft nicht in dem Maße anspricht, wie wir uns das wünschen. Lediglich beim Signum gehört das Design zu den Produktstärken.

Was lässt sich zur Absatzbelebung der Mittelklasse noch tun?

Wir haben nach vielen Diskussionen entschieden, dass wir 2007 mit dem Vectra noch einmal in die Offensive gehen. Dazu zählt auch ein sehr attraktives Leasingangebot für Mitarbeiter. Bis jetzt konnten wir über 700 Verträge abschließen, was mir zeigt, dass sich noch etwas bewegen lässt. Das sehen wir auch

bei den Händlern. Wir sollten uns aber trotzdem keine Illusion machen, der Vectra ist und bleibt ein ganz schwieriges Geschäft.

Das Angebot an Mitarbeiter galt nur für vorspezifizierte Fahrzeuge. Warum?

Solch ein Angebot können wir nur für ein Fahrzeug mit einer ganz spezifischen Ausstattung machen, weil dann die Restwerte unter Kontrolle sind.

Werden wir ein Produkt oberhalb vom Vectra bekommen? In letzter Zeit war häufig von einem neuen Kapitän zu hören, ist da etwas dran?

lacht... Manchmal erfahre auch ich sehr viel über unsere Zukunft aus der Presse. Es gibt keinen Kapitän.

Gibt es stattdessen Neues aus der Rubrik Oberklasse?

Wir sind uns alle einig, dass Opel ein Flaggschiff verdient und braucht. Hier spielen wir aber in einer extrem starken Liga mit Audi, BMW und Mercedes. Deshalb müssen wir hier innovativer sein und mit etwas Überraschendem kommen. Da sind wir an einem neuen Konzept interessiert. Mehr kann ich hier und jetzt nicht verraten, aber wir nehmen das sehr ernst.

Bis vor kurzem beherrschte der neue Opel GT die Schlagzeilen. Es liegt auf der Hand, dass der GT keine Stückzahlen erreichen wird wie Corsa, Astra & Co. Lässt sich der Wert eines solchen Modells auch anders ermitteln als über die reinen Verkaufserlöse?

Der GT ist eine Imagekampagne auf Rädern. Aber mit Ni-

schensprodukten lässt sich keine Marke aufbauen. Ich vergleiche das immer mit einer Hauptspeise in einem Restaurant. Unsere Volumenmodelle sind die Zutaten – Fleisch, Gemüse, Kartoffeln – und die Nischenprodukte wie OPC, TwinTop und GT sind die Gewürze. Wenn die Zutaten nicht gut sind, können auch die besten Gewürze nicht viel ausrichten. Wenn die Zutaten gut sind und man die idealen Gewürze hat, dann stimmt das Gericht. Und der GT ist unser schwarzer Pfeffer.

Wir haben jetzt viel über Deutschland gesprochen, ein zwar nach wie vor sehr wichtiger, aber eben auch nur ein europäischer Markt. Wie sieht unser Stärken- und Schwächenprofil in Europa aus?

Wir sehen, dass sich die Zahlen in ganz Europa gegenüber 2005 deutlich verbessert haben. Besonders erfreulich ist für uns, dass nur ein Drittel der Verbesserungen aus Kosteneinsparungen und Einsparungen, aber zwei Drittel aus Umsatzverbesserungen kommen. Das heißt, wir haben es in ganz Europa geschafft, Umsatz und Deckungsbeitrag zu steigern, also ein profitables Wachstum zu erzielen.

Und welche Marke macht Ihnen in Europa derzeit am meisten Spaß?

Jede Marke bringt mir einen anderen Spaßfaktor: Opel begeistert mich, vielleicht auch weil es die Marke ist, die sich am schwierigsten zum Erfolg führen lässt. Saab ist gut etabliert und Chevrolet wächst sehr ordentlich.

Wie stehen Sie zum Blitz?

Ich nehme die Marke Opel sehr persönlich. Sehen Sie, man spürt, dass man die Marke entwickeln kann – sie hat viel Potenzial. Aber die Marke ist noch nicht da. Wir haben einen Agila, einen Signum, einen Vivaro, wir haben einen Astra. Uns gibt's überall in Europa für jeden Kundentypus. Und trotzdem wollen wir uns als ein Gesicht profilieren. Das ist für eine Volumenmarke so viel schwieriger als für eine Marke wie etwa Saab. Aber ich liebe solche extremen Herausforderungen. Und es freut mich zu sehen, dass wir nach vielen Jahren auf dem richtigen Weg sind.



Auskunftsfreudig: Alain Visser im Gespräch mit Opel Post-Chefredakteur Jürgen Hepp

2006 war geprägt von der Diskussion um Kaufanreize – die zulasten der Erlöse gehen. Ist das noch ein Thema?

Die Aggressivität, mit der Autos in Deutschland verkauft werden, ist schon außergewöhnlich. Davon können auch wir uns nicht völlig distanzieren. Wir können als Volumenhersteller nicht sagen, wir tun das nicht. Wir tun das auch. Ja, wir geben einen Mehrwertsteuerabbau oder eine Null-Prozent-Finanzierung. Wir sind auch aggressiv. Aber, so lange ich in diesem Job bin, werden Sie nie eine Opel-Werbung sehen, in der wir Ihnen 6000 oder 7000 Euro Nachlass versprechen.

Besseres Image bringt bessere Erlöse, lautet eine alte Marketingregel. Ist diese Verbesserung schon spürbar?

Der Hauptgrund, ernsthaft an unserem Image für Opel zu arbeiten, ist der, dass es langfristig der einzige Weg ist, profitabel zu sein. Natürlich muss die Kostenstruktur die richtige sein, aber damit eine Marke profitabel ist, muss man bereit sein, dafür einen Preis zu bezahlen. Und da spielt Image eine ganz wichtige Rolle.

Globaler Wettbewerb, im Weltmaßstab wachsende Mobilitätsbedürfnisse, zunehmende Klimadiskussionen: alles das bewegt die Branche. Und lässt

weitere Verschiebungen in den bestehenden Segmenten erwarten. Sind wir darauf vorbereitet?

Ja, ich glaube schon. Wir leben in einer sehr spannenden Zeit. Man sieht Segmente schrumpfen, neue entstehen und noch junge rasch wachsen. Dazu kommen Diskussionen wie die



„Die Marke hat viel Potenzial“

weile aber sehr niedrig. Letztes Jahr hatten wir noch zwei Prozent Wachstum, dieses Jahr werden wir vielleicht noch ein leichtes Wachstum sehen. Auf wenig Wachstum oder Stagnation lässt sich dauerhaft aber kein Geschäftsmodell aufbauen. Meiner Meinung nach wird sich das Geschäft in den nächsten zehn Jahren noch weiter nach Osten verschieben. Und darauf sind wir gut, sehr gut vorbereitet.

Wo wollen und wo werden wir Ende 2007 stehen?

Es ist extrem schwierig, sich auf eine Zahl festzulegen.

Es dürfen gern auch mehrere sein.

Wenn ich drei Ziele für 2007 habe, dann die, das Image weiter nach vorne zu bringen, zehn Prozent Marktanteil zu schaffen und schwarze Zahlen zu schreiben. Diese drei kombiniert, darum geht es.

Welche Frage würden Sie mir in einem Jahr am liebsten beantworten?

Ich würde Ihnen sehr gern bestätigen, dass wir unsere drei selbst gesteckten Ziele für 2007 erreicht haben. Aber noch einmal: Für mich ist das wichtigste, die Marke nach vorne zu bringen. Alles andere entsteht daraus. Marktanteil und Profitabilität resultieren aus der Stärke der Marke.

Der neue Opel Astra. Fahrspaß garantiert.

Der neue Opel Antara. Explore the City Limits.

Der neue Opel GT.

First Class zum Economy Preis.

Klassen-Gesellschaft: Das Marketing für die einzelnen Modelle muss den Unterschieden in den Fahrzeugsegmenten gerecht werden

Familien-Silber: Die Zukunft trägt GTC

Mit der Studie GTC Concept gießen die Designer neue Ideen in eine aufregende Form

Weltpremiere in Genf: Mit dem GTC Concept gibt Opel einen Ausblick darauf, wie dynamisch und erfrischend die Formensprache der Marke in Zukunft aussehen wird.



Silber-Arbeit: Selbstbewusst präsentiert sich das GTC-Design



Silber-Blick: Rot glühende Instrumente signalisieren Dynamik

Rüsselsheim/Genf (ot) „Die Studie GTC Concept zeigt die neue Interpretation der Marke Opel“, erläutert Alain Visser, Geschäftsführer Europäisches Opel-Marketing. „Der GTC Concept verkörpert die selbstbewusste, emotionale Richtung, die wir mit Opel einschlagen. Seine Linienführung reflektiert in Kombination mit Fahrdynamik und Innenraum-Flexibilität die künftige Betonung der Kerneigenschaften der Marke Opel.“ Zu-

dem trägt die Studie den Entwurf eines neuen, noch prägnanteren Markenlogos, bei dem der Opel-Schriftzug stolz in die breiter ausgeführte Umrandung des Blitzes integriert ist.

„Der GTC Concept läutet die nächste Ära in der Opel-Designsprache ein“, verrät Bryan Nesbitt, Exekutivdirektor fürs GME-Design. „In diesem viersitzigen, flexiblen Hochleistungs-Coupé hat unser Team die neue Quint-

essenz der Marke Opel – selbstbewusster, substanzieller, eigenständiger – visuell umgesetzt. Diese stilistische Richtung wird man bei künftigen Opel-Produkten wiederfinden.“

„In jüngster Zeit haben wir eine Reihe von Opel-Konzeptfahrzeugen in der Serie umgesetzt“, so Opel-Chef Hans Demant. „Konzepte wie der GTC Genève, der Antara GTC oder das Flex-Fix-Heckträgersystem aus dem Trixx gaben einen Ausblick auf

ihre spätere Serienversion. Diese Studie ist ein selbstbewusster Botschafter der Marke und könnte eine ähnliche Rolle als Vorbote von Technik und Design künftiger Modelle spielen.“

Ein Schlüsselement des GTC Concept ist die aggressiv gestaltete Front mit großen vertikalen Aluminium-Lufteinlässen, die in die Scheinwerfer hineinragen. Diese vertikalen Gestaltungselemente werden am Heck von der Auspuffanlage wieder



Silber-Zeug: Die GTC-Linien stehen für zukünftige Formen



Silber-Glanz: Das straffe Markenlogo greift der Großserie voraus

aufgenommen. Die stolze Front ist zudem geprägt von einem großen trapezförmigen Grill mit breiter, in poliertem Alu ausgeführter Querspanne, die ein neu interpretiertes, prägnanteres Markenlogo trägt.

Die Bügelfalte auf der Motorhaube, die auffälligen Lufteinlässe und die markanten Scheinwerfer signalisieren im Zusammenspiel Leistungsfähigkeit und Stärke. Die Verwendung von LED-Technologie eröffnete den Designern darüber hinaus kreative Freiräume. Bei der Heckgestaltung führten die Designer die Formensprache der

Front mit Querspanne und Blitz-Emblem auf der Bügelfalte fort. Authentisch für das Design ist die Form der Heckleuchten, deren LED-Leuchteinheiten eine unverwechselbare Nachtgrafik zeichnen.

Mit Modellen wie dem neuen Corsa, dem Antara und dem GT hat sich das Innenraum-Design bereits deutlich weiterentwickelt. Der GTC Concept geht noch einen Schritt weiter: Der obere Teil des Cockpits erstreckt sich über der Instrumententafel in einer geschlossenen Linienführung von Tür zu Tür und vermittelt so Fahrer und Beifahrer

ein Gefühl der Geborgenheit. Betont wird das Design-Thema durch die große integrierte Mittelkonsole, die über der Dekorbeklebung zu schweben scheint und in ihrer Erscheinung hochklassigen Audio-Geräten gleicht. Die vier Rundinstrumente sind von einem lichtdurchlässigen Ring umgeben und anstelle des traditionellen Gelbtönen von Opel in einem dynamischen Rot hinterleuchtet.

„In den letzten Jahren sind viele Autos immer größer geworden, ohne dass die Passagiere davon profitierten. Diesen Trend haben wir jetzt umgekehrt und bei vergleichsweise kompakten Außenmaßen die entscheidenden Wohlmaß im Innenraum optimiert“, so

Frank Leopold, Manager GME Innovation, Show Cars and Advanced Packaging.

Dank einer tieferen Sitzposition und einer Absenkung des vertikalen Hüftpunkts sitzen Fahrer und Beifahrer perfekt ins Fahrzeug integriert. Die Rundumsicht ist dennoch ausgezeichnet. Trotz der flachen Dachlinie verwöhnt der GTC Concept im Fond mit viel Platz. Die Fondsitze sind tief platziert, und damit der viersitzige Zweitürer trotzdem die markentypische Flexibilität bietet, entwickelten die Ingenieure eine Weltneuheit: das zum Patent angemeldete „Flex4“-Innenraumkonzept.

Dank „Flex4“ lassen sich die Rückenlehnen der beiden hinteren Sitze per Knopfdruck sensor-

gesteuert und separat an die vorderen Sitze heranfahren und andocken. Die Laderaumabdeckung wird dabei automatisch über die im Boden verbleibenden Sitzflächen gezogen. Dadurch entsteht ein Drei- oder Zweisitzer mit ebener, bis zu 1,80 Meter langer Ladefläche, und das Gepäckraumvolumen steigt von 500 über 755 (Dreisitzer) auf bis zu 1 020 Liter (Maximalwert bis zur Gürtellinie).

Angetrieben wird der GTC Concept von einem aufgeladenen, 300 PS starken 2,8-Liter-V6-Benzintriebwerk, das mit einem Sechsgang-Schaltgetriebe kombiniert ist und sein maximales Drehmoment von 400 Nm bereits ab 1.850 und dann bis 4.500 min^{-1} zur Verfügung stellt. Den Sprint von Null auf Tempo 100 erledigt die Studie laut Berechnungen in rund sechs Sekunden, die Höchstgeschwindigkeit ist auf 250 km/h begrenzt.

Seine Kraft bringt das Turboaggregat über ein Allradssystem auf die Straße, das in der Regelung des adaptiven IDS^{Plus}-Fahrwerks integriert ist. Eine elektronisch angesteuerte Drehmoment-Übertragungseinheit teilt die Kräfte stufenlos für optimale Traktion und Fahrdynamik zwischen Vorder- und Hinterachse auf. Die Regelung ermöglicht es dabei, mehr Kraft auf die Hinterachse zu geben, bevor überhaupt Schlupf auftreten kann. So entsteht ein Fahrgefühl wie bei einem sportlichen Hinterradantrieb. ■



Silber-Streif: Der Innenraum trägt markante Applikationen

Silber-Schmiede: Clarence Kim, Anthony Lo und Boris Jacob (v.l.) sorgen sich um die Details



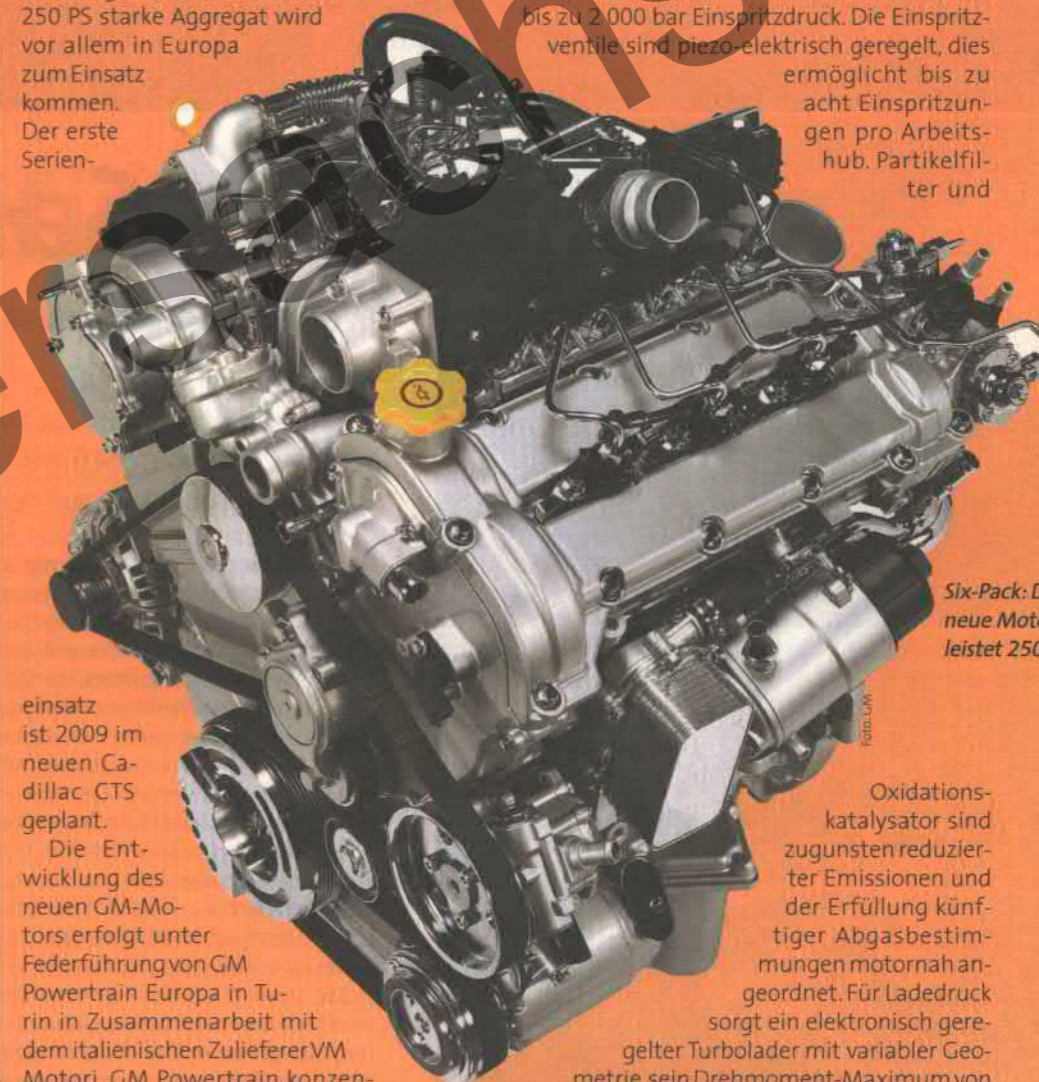
Technik-Transfer

Neuer V6-Diesel für den europäischen Markt debütiert in Genf

Genf (ot). GM hat in Genf einen neuen 2,9-Liter-V6-Turbodiesel mit modernster Einspritz- und Verbrennungstechnik für minimale Abgasemissionen und maximale Leistungsfähigkeit vorgestellt. Das 184 kW/250 PS starke Aggregat wird vor allem in Europa zum Einsatz kommen. Der erste Serien-

brennung angepasst werden. Dieses Verfahren wird künftig auch bei anderen GM-Dieselmotoren zum Einsatz kommen.

Das Hochdruck-Common-Rail-System des neuen V6-Turbodieseltriebwerks arbeitet mit bis zu 2.000 bar Einspritzdruck. Die Einspritzventile sind piezo-elektrisch geregelt, dies ermöglicht bis zu acht Einspritzungen pro Arbeitshub. Partikelfilter und



Six-Pack: Der neue Motor leistet 250 PS

einsatz ist 2009 im neuen Cadillac CTS geplant.

Die Entwicklung des neuen GM-Motors erfolgt unter Federführung von GM Powertrain Europa in Turin in Zusammenarbeit mit dem italienischen Zulieferer VM Motori. GM Powertrain konzentriert sich auf die Entwicklung des sauberen Verbrennungsverfahrens, die elektronische Motorsteuerung, die Abgasnachbehandlung sowie die Kalibrierung und Anpassung an Fahrzeuge der GM-Marken. VM Motori wird den Motor in seinem Werk in Cento bauen und ist verantwortlich für den mechanischen Part der Konstruktion und Entwicklung sowie die Prüfstanderprobung.

Das elektronische Motorenmanagement des neuen V6 ermöglicht optimale Verbrauchseffizienz sowie reduzierte Abgas- und Geräuschemissionen durch den Einsatz einer neuen Technologie zur Steuerung des Verbrennungsvorgangs. Schlüsselemente des Systems sind in die Glühkerzen integrierte Sensoren, die den Druck im Zylinder messen. Mit Hilfe der Sensoren kann die Einspritzung in Echtzeit permanent an die tatsächliche Ver-

Oxidationskatalysator sind zugunsten reduzierter Emissionen und der Erfüllung künftiger Abgasbestimmungen motornah angeordnet. Für Ladedruck sorgt ein elektronisch geregelter Turbolader mit variabler Geometrie, sein Drehmoment-Maximum von 550 Nm erreicht der neue, verbrauchs- und abgasoptimierte Motor bei 2.000 min^{-1} .

Bei einem Zylinderwinkel von 60 Grad besitzt das neue kompakte V6-Kraftpaket, das mit Alu-Zylinderköpfen ausgestattet ist, 83,0 Millimeter Bohrung und 90,4 Millimeter Hub – daraus ergibt sich ein Hubraum von 2.935 cm^3 . Der Motorblock wird aus CGI gefertigt, einem High-Tech-Gusseisen mit verdichtetem Graphit, und ist damit widerstandsfähiger als Aluminium und leichter als herkömmlicher Grauguss.

Damit konnte der neue Motor hinsichtlich Packaging, Gewicht, Laufeigenschaften und Leistungsfähigkeit optimiert werden. Der neue V6-Motor kann sowohl quer als auch längs eingebaut und so an eine breite Palette von Fahrzeugen mit Zwei- und Vierradantrieb angepasst werden. ■

Form: Design-Studie Opel GTC Concept



Luft: Innovatives Saab 9-3 Cabriolet



Luxus: Neuentwicklung Cadillac CTS



Leistung: Bärenstarke Corvette C6



Sport: Dynamischer Opel Corsa OPC



Raum: Flexibler Chevrolet HHR



Kraft: Muscle Car-Konzept Camaro



Der Salon der schönen Künste

In Genf lässt General Motors seine Marken eine ganze Reihe ausgefallener automobiler Frühjahrsgrüße präsentieren

Schwungvoll in den Autofrühling lautet das Motto von General Motors: Mit vier Welt- und vier Europapremieren sowie zahlreichen weiteren Neuheiten starten die Konzernmarken auf dem Genfer Automobilsalon.

Genf (ot). Für mächtig Wirbel sorgt in Genf die erstmals präsentierte Studie Opel GTC Concept, die als selbstbewusster Botschafter eine neue Ära in der Designsprache der Marke einläutet. Ebenfalls Weltpremiere hat der Corsa OPC. Sein 1,6-Liter-Turbomotor mit 141 kW/192 PS und einer Höchstgeschwindigkeit von 225 km/h machen ihn zum stärksten und schnellsten Serien-Corsa aller Zeiten. Mit Fahrzeugkontrolle und Agilität auf höchstem Niveau verspricht der athletisch gestylte, kompakte Sportler dabei Fahrspaß in Reinkultur.

Die Marke Saab, die in diesem Jahr ihr 60-jähriges Automobil-Jubiläum feiert, zeigt in Genf als Weltpremiere die Studie BioPower 100 Concept, die das Potenzial von reinem Bio-Ethanol (E100) im Sinne umweltverträglicher Performance demonstriert. Ihre führende Rolle bei Bio-Ethanol-Antrieben in Europa festigt die schwedische Premiummarke darüber hinaus durch die Erweiterung ihres erfolgreichen E85-BioPower-Angebots auf die 9-3 Baureihe, die mit dieser Antriebsalternative ebenfalls in Genf ihr Debüt gibt. Damit sind ab sofort alle Saab-Modelle einschließlich des Cabriolets mit E85-Bioethanol-Antrieb verfügbar.

Cadillac bringt den brandneuen CTS nach Genf, wo er nach der Weltpremiere in Detroit im Januar jetzt sein Europadebüt hat. Mit neuem, Cadillac-typischem Design sowie neuen und weiter verbesserten Motoren

und Getrieben setzt der Cadillac CTS an, das nächste Kapitel für die US-Luxusmarke aufzuschlagen. Der neue CTS wird im Herbst bei europäischen Cadillac-Händlern verfügbar sein. CTS-Topmotorisierung ist das neue 3,6-Liter-V6-Direkteinspritzer-Triebwerk von GM mit variabler Ventilsteuerung, das eine Leistung von 223 kW/300 PS (Angabe vorläufig) und 366 Nm Drehmoment entwickelt. Erstmals wird der CTS alternativ mit Heck- oder Allradantrieb in Kombination mit Sechsgang-Schalt- beziehungsweise Sechsgang-Automatikgetriebe erhältlich sein.

Zudem zeigt Cadillac den neuentwickelten, leistungsstarken und sauberen V6-Dieselmotor von GM, der in Genf Premiere hat. Das 2,9-Liter-V6-Turbotriebwerk verfügt über modernste Einspritz- und Verbrennungstechnologie für minimale Emissionen und maximale Leistungsfähigkeit. Das Aggregat ist für den Verkauf außerhalb Nordamerikas vorgesehen, der erste Serieneinsatz ist für 2009 im neuen Cadillac CTS geplant. Der kompakte V6-Vierventiler mit zwei oben liegenden Nockenwellen gehört zu einer neuen Dieselmotorenfamilie von GM, die mit innovativer „Closed-Loop“-Verbrennungstechnologie zur Erfüllung künftiger Abgasanforderungen ausgerüstet ist.

Chevrolet präsentiert mit dem HHR und der Camaro Coupé-Studie gleich zwei Europapremieren. Das Camaro

Konzeptfahrzeug war der gefeierte Star der US-amerikanischen Autoausstellungen im vergangenen Jahr, jetzt bringt Chevrolet die aufregende Studie, die an die legendären Camaros Mitte der 60er Jahre anknüpft, zum ersten Mal nach Europa. Der Start von Produktion und Markteinführung der Serienversion in den USA ist für 2009 vorgesehen. Der Import nach Europa soll noch im selben Jahr erfolgen.

Der Europa-Verkauf des HHR, der mit einzigartigem Design und einem geräumigen, flexiblen Innenraum aufwartet, wird von Chevrolet noch geprüft. Weiterer Fokus des Chevrolet-Auftritts in Genf ist das erweiterte Dieselanangebot der Marke, das jetzt über die Hälfte seiner in Europa angebotenen Modelllinien abdeckt.

Darüber hinaus sind auf dem rund 6 800 Quadratmeter großen Stand von General Motors in Halle 1 des Palexpo-Messegeländes die Marken Corvette und Hummer vertreten. Corvette zeigt in Genf die neue Victory Edition des Coupés, die anlässlich der Le Mans-Erfolge in limitierter Stückzahl von 250 Exemplaren aufgelegt wurde. Hummer präsentiert dem Genfer Publikum als Neuheit den H3 für die Märkte außerhalb Nordamerikas, der mit einem ebenfalls neuen 3,7-Liter Vortec Fünfzylinder-Triebwerk (180 kW/244 PS) angeboten wird.

Auf dem GM Forum, das sich im Zentrum der Stände der in Genf vertretenen GM-Marken befindet, präsentiert der größte Automobilhersteller der Welt zum ersten Mal in Europa eine fahrbare Version des Sequel, des derzeit technisch fortschrittlichsten Fahrzeugs schlechthin. Der Sequel ist das Lösungskonzept von GM für ein

saubereres, von fossilen Brennstoffen unabhängiges Fahrzeug, das in nahezu jeder Hinsicht herkömmlichen Autos überlegen ist.

Ebenfalls auf dem GM Forum demonstriert General Motors den Stand seiner Entwicklung der V2V-Technologie. V2V (vehicle-to-vehicle) steht für Fahrzeug-zu-Fahrzeug-Kommunikation. Bei der Entwicklung der neuen V2V-Systeme von GM stand als Ziel im Vordergrund, den Fahrer rechtzeitig vor potenziellen Gefahren durch andere Fahrzeuge zu warnen und so Unfälle zu vermeiden. Mit entsprechender Technologie ausgerüstete Autos können miteinander kommunizieren und Informationen zum Beispiel über Position und Geschwindigkeit austauschen. Die Autofahrer werden so frühzeitig gewarnt, wenn ein Fahrzeug sich im toten Winkel befindet, in einem schlecht oder nicht einsehbaren Bereich steht oder sich auf die gleiche Kreuzung zu bewegt.

Lösung: Alternativer Chevrolet Sequel



Fortschritt: Neuartiger Saab BioPower



Jury wählt GT zum „Cabrio des Jahres 2007“

Der Opel GT wurde auf dem Automobilsalon in Genf zum „Cabrio of the Year

2007“ gewählt. Die 21-köpfige, unabhängige Fachjury, bestehend aus Motorjour-

nalisten und Experten aus zwölf Ländern, zeigte sich vor allem vom attraktiven

Design des klassischen Roadsters begeistert. Der Opel GT ist nach dem Tigra TwinTop (2004) und dem Speedster (Genf 2000) das dritte Opel-Modell, das die seit 1994 vergebene Auszeichnung erhält.





Auto-Versteher: Fabian Nebe und Stefan Vietor (v.r.) von Opel Classic...



...haben den Rekord für Alexandra Büch und Markus Hauprich aufbereitet. Galileo-Moderator Daniel Aminati (m.) freut sich mit

Läuft wie geschmiert

Opel-Oldie startet bei „Salatöl-Rallye“ von Pro7

Rüsselsheim (ot). Salatöl ist ein Thema, das Männer normalerweise wenig interessiert. Das wird sich nach Ostern definitiv ändern, denn dann spielen Opel und Salatöl eine Hauptrolle im ProSieben-Wissenschaftsmagazin Galileo. Genauer: Ein Rekord 2.1 D, Baujahr 1972, wird Mittelpunkt einer Reportagen-Serie über die rund 15 000 Kilometer lange „Salatöl-Rallye“.

Der Opel-Veteran mit 60 PS starkem Vorkammer-Dieselmotor darf gemäß Rallye-Reglement ausschließlich mit pflanzlichem Öl betankt werden. Die Startflagge zur von Galileo inszenierten Prüfung fällt am 16. April am Nordkap. Von da geht's über Finnland, Russland, die baltischen Staaten, Polen, Tschechien, Österreich, Italien, Tunesien und Libyen bis nach Ägypten zu einem der sieben Weltwunder, den Pyramiden von Gizeh.

Eine (Tor)Tour mit garantierbarem Unterhaltungswert: Die beiden aus rund 800 Bewerbern erwählten Rallye-Piloten, die angehende Schifffahrtskauffrau Alexandra Büch (21) und der Kölner Feuerwehrmann Markus Hauprich (31), sollen den Kraftstoff für ihren 35 Jahre alten Rekord ohne Budget quasi am Wegesrand besorgen. Darüber

wachen Michael Rupalla, Initiator der Salatöl-Rallye, und sein Team. Auch im Pannenfall gibt es seitens der „Einsatzleitung“ im Vectra Caravan 3.0 CDTI keine Hilfe.

Das freut Galileo-Moderator Daniel Aminati: „Alexandra und Markus müssen sich mit Land und Leuten arrangieren, um weiter zu kommen. So entstehen zwangsläufig Geschichten.“ Unlösbar Probleme erwartet die ProSieben-Crew nicht, denn Salatöl und für die 70er-Jahre-Technik geeignetes Werkzeug gibt es überall auf der Welt.

Den Gasanbieter wechseln

Der Service-Bereich erweitert Portfolio um Umrüstkits für Autogas

Rüsselsheim (ot). Zusätzlich zu den Erdgasmodellen Zafira CNG und Combo CNG bietet Opel künftig auch Autogas an. Die Opel Service Partner übernehmen ab sofort die Umrüstung der Modellreihen Astra, Corsa, Meriva, Vectra und Zafira mit ausgewählten Motorvarianten. Nach dem Umbau kann der Fahrer per Schalter von Benzinbetrieb auf Autogas wechseln.

Vorteile: Um bis zu 40 Prozent günstigere Kraftstoffkosten, reduzierte Schadstoff-Emissionen und – dank des zusätzlichen, in der Reserveradmulde eingebauten Autogastanks –

Dass der Rekord noch einmal so groß rauskommen würde, hätte sich Heinz H. Zettl nicht träumen lassen. Als Leiter von Opel Classic ist er unter anderem Herr aller Oldtimer – und kaufte den Rekord vor rund zehn Jahren für die Unternehmenssammlung als Teilträger an. Kaufpreis damals: 300 Mark.

Die Anfrage von Galileo verhalf dem Rekord jedoch wieder zu einem eigenständigen Leben. Stefan Vietor und Fabian Nebe

aus der Oldtimer-Werkstatt arbeiteten den Wagen optisch und technisch professionell auf. Jetzt übergab die Oldtimer-Werkstatt dem Filmteam den Rekord in perfektem Originalzustand. Lediglich der 70-Liter-Dieseltank wurde gegen ein 20 Liter fassendes Reservoir ausgetauscht und die Spritführung wurde an die neuen Aufgaben angepasst. Spezielle „Rallye“-Anbauteile sollen die Einzigartigkeit des Galileo-Rekord betonen.

doppelte Reichweite im Vergleich zum Basisfahrzeug mit Benzinantrieb. Die Euro-4-Einstufung bleibt erhalten, auf die Komponenten und den Umbau gibt es zwei Jahre Garantie.

„Die Aufnahme der Umrüstkits in unser Produkt-Portfolio ist eine Entscheidung für Autogas und nicht gegen Erdgas, die Zielgruppen sind klar abgegrenzt. Autogas ist eine wichtige Ergänzung, um den individuellen Bedürfnissen unserer Kunden gerecht zu werden“, erklärt Todd Gaffner, Direktor Service von Opel.

Karte hilft dem Konto

Tankkarten-Nutzung spart Leasingnehmer Steuern

Rüsselsheim (jh). Unabhängig von ihrer Parteienzugehörigkeit sind Finanzminister selten wirklich populär. Was nicht zuletzt daran liegt, dass sie meist nur unser Bestes wollen. Leider auch bei den jüngsten, äußerst attraktiven Angeboten an Leasingfahrzeugen für Mitarbeiter. Stichwort: geldwerter Vorteil.

Anfang des Jahres wartete der Verkauf an Mitarbeiter mit einem klasse Angebot auf. Ab 295 Euro pro Monat gibt es komplett ausgestattete Vectra Caravan und Signum zu leasen. Nur: Auch hier schlägt der Finanzminister humorlos zu, frei nach dem Motto: Je geringer die Leasingrate, desto höher der geldwerte Vorteil.

Dabei sind die Regelungen eigentlich klar, es gilt die Ein-Prozent-Methode: Für die Privatnutzung ist monatlich ein Prozent vom Listenpreis anzusetzen. Dazu kommt die Besteuerung der Fahrten zwischen Wohnung und Arbeitsstätte mit monatlich 0,03 Prozent des Listenpreises multipliziert mit der Anzahl der einfachen Entfernungskilometer zwischen beiden Orten. Bei einer Leasingrate von 1,5 Prozent beginnt eine Besteuerung ab dem 17. Entfernungskilometer. Klingt kompliziert, ist aber eigentlich überschaubar. Denkste. Die Finanzbehörden haben noch eine kleine Raffinesse

eingebaut: Je günstiger die Leasingrate, desto früher beginnt die Besteuerung des täglichen Arbeitsweges – der Staat verdient an niedrigeren Leasingraten mit.

Leasingnehmern, bei denen ein geldwerter Vorteil entsteht, bietet Opel über seinen Leasingpartner Masterlease seit einiger Zeit eine Tankkarte, mit der sich der geldwerte Vorteil minimieren und im Idealfall sogar eliminieren lässt. Die Tankkosten werden dabei gegen den geldwerten Vorteil für Fahrten zwischen Wohnung und Arbeitsstätte gerechnet. Der steuerliche Entlastungseffekt ist umso größer, je intensiver das Fahrzeug genutzt wird.

Leasingnehmern, die das Fahrzeug nachweislich nicht für Fahrten zum eigenen Arbeitsplatz nutzen, raten die Steuerexperten von Opel, bei ihrem Wohnsitzfinanzamt eine Entsteuerung des geldwerten Vorteils für Fahrten zwischen Wohnung und Arbeitsstätte im Rahmen der Einkommenssteuererklärung zu beantragen.

Beispielrechnung

Beispielrechnung geldwerter Vorteil mit Tankkarte

Modell	Signum
unverbindliche Preisempfehlung	30 350,00 €
Entfernung Wohnung/Arbeitsstätte (einfach)	20 km
jährliche Km-Leistung	20 000 km
durchschnittlicher Verbrauch in Litern/100 km	8 l
durchschnittliche Treibstoffkosten pro Liter	1,20 €
Leasingrate	325,00 €
Leasingrate in Prozent	1,07%
Monatlicher geldwerter Vorteil ohne Tankkarte	160,60 €
abzüglich Tankkosten und Tankkartengebühr	/ 162,50 €
Monatlicher geldwerter Vorteil mit Tankkarte	0,00 €

Für eine individuelle Berechnung gibt es im Intranet auf Socrates Deutschland einen Tankkarten-Rechner. Und so kommen Sie hin: Auf der Startseite „Verkauf an Mitarbeiter“ und dort in der Mittelspalte unten „Leitfaden Verkauf an Mitarbeiter“ anwählen. Hier gibt es die Rechenformel und auch weitere Informationen zum geldwerten Vorteil.

Der Staat hat ein einnehmendes Wesen und scheut sich nicht, an niedrigen Leasingraten mitzuverdienen. Allein: Das aktuelle Vectra-/Signumangebot ist so überzeugend, dass sich bereits in den ersten vier Wochen 700 Mitarbeiter für eine Mittelklasse aus Rüsselsheim entschieden haben. Ein Trost für alle, die noch ein anderes Fahrzeug haben: Das Angebot gilt noch bis Juni.

Rallye im Regen

Eine der prominentesten Oldtimerveranstaltungen überhaupt hatte in diesem Jahr mächtig mit Regen zu kämpfen: Insgesamt 62 Fahrzeuge starteten im Februar zur Historienmonte, die auf dem Weg von Hanau nach Monte Carlo unter anderem die Opel-Orte Dudenhofen, Rüsselsheim und Pferdsfeld passierte. In Rüsselsheim führte die Tour sogar übers Werksgelände. Auf dem Bahnhofsplatz gab es den obligatorischen Kontrollstempel. Das Publikum blieb angesichts des schlechten Wetters bis auf einige Unentwegte weg. Schade, es versäumte eine tolle Schnauferparade...



Foto: Wehnert

And the winner is: Corsa

Die Neuaufgabe des kleinen Großen saht reichlich Preise ab

Rüsselsheim (ot). Weit über ein Dutzend Auszeichnungen in den letzten Wochen quer durch den Kontinent bestätigten den Ruf des neuen Corsa als „Everybody's Darling“. So kürten ihn unter anderem Fachjournalisten und andere Autoexperten in Dänemark, Großbritannien, Tschechien, Rumänien, Serbien, Kroatien und Slowenien zum „Car of the Year“. Zum besten Kleinwagen wurde er in der Schweiz, Norwegen und Deutschland gewählt, wo er auch den Titel

„Topauto 2007“ von 140 deutschsprachigen Fachjournalisten bekam.

Eine der wichtigsten europäischen Auto-Trophäen gab es dann noch in Budapest. Von einer Jury aus 13 führenden Fachjournalisten Ost- und Zentraleuropas wurde der Corsa zum „Autobest



Jüngster Coup: Hans Demant mit dem „Autobest“

2007“ gekürt. Das neue Modell siegte vor Fiat Grande Punto und Peugeot 207. Die diesjährige Autobest-Jury repräsentiert einen potenziellen Markt mit mehr als 250 Millionen Menschen. Autobest ist die zweitgrößte unabhängige Motorjury in Europa.

Der lange Marsch bis zur Institution

1957 entstand die moderne Fertigungsplanung

Heute Opel, morgen Vauxhall, übermorgen die Planung von Fertigungsanlagen auf der anderen Seite des Globus. Für Planungsprofis ist Flexibilität Tagesgeschäft. Sie verantworten Fertigungseinrichtungen für zig Modellreihen in Zusammenbauwerken diverser GM-Marken. 1957 sah das noch etwas anders aus. Ein Rückblick auf 50 Jahre Manufacturing Engineering.

Rüsselsheim (jh). Als die Sowjets 1957 von ihrem Weltraumbahnhof Baikonur aus eine Rakete ins Weltall schießen, kursiert blitzschnell der Begriff vom „Sputnik-Schock“. Weit weniger gefährlich, aber ähnlich aufregend, erleben die Automobilisten zur gleichen Zeit die Premiere des neuen Olympia Rekord „P1“. Er hat vorn und hinten „Panoramascieben“ und seine Silhouette erinnert an die amerikanischen Traumwagen der 50er-Jahre. Der P1 ist so erfolgreich, dass er als erstes Opel-Modell überhaupt den Weg über den Atlantik bis auf den US-Markt schafft.

Aus heutiger Perspektive wirkt das alles eher gemütlich. Damals jedoch, vor 50 Jahren, standen die Zeichen eindeutig auf Aufbruch. In Deutschland entstand das geflügelte Wort vom „Wirtschaftswunder“. Gut zehn Jahre nach Kriegsende normalisierte sich das Leben zusehends, in ganz Europa kam der private Konsum wieder in Gang. Erste weltweite Warenströme bahnten sich ihren Weg. Wie bei Opel und GM. Da wollte und musste man für die Zukunft gewappnet sein.

So oder ähnlich werden die Überlegungen gewesen sein, als 1957 die „Zentrale Produktionsplanung“ entsteht. Die Zusammenlegung der quer über den Rüsselsheimer Standort verstreuten Fachabteilungen für Produktionsvorbereitung ist gleichsam die Geburtsstunde des „Manufacturing Engineering“.

Unter dem Kürzel Zentralplanung werden zunächst meh-

reere maßgebliche Verantwortungsbereiche zusammengefasst: Produktionsvorbereitung (PV) Presswerk, PV Karosseriebau, PV Chassisbau und Schmiede, Maschinen- und Werkstattplanung, Werkzeugabteilung und Werkzeugzentralverwaltung, Prozessabteilung und Zentralplanungsverwaltung. Hier sollten künftig alle Aufgaben zusammenlaufen, die mit der Planung, Konstruktion, Beschaffung sowie der Herstellung von Produktionseinrichtungen – wie Maschinen, Vorrichtungen, Werkzeuge und Hilfsmittel – zu tun haben.

Ein weiser Entschluss, urteilt die Nachwelt. Der Versuch, auf

diese Art Synergieeffekte zu erzielen, ist unabdingbar für die kommende Modellvielfalt – die der Markt aufnimmt wie ein Schwamm, ein „Wirtschaftswunder“ eben. Da dieses Wunder auch noch länger andauert, sind nicht nur die Produktionshallen ausgelastet, auch die Entwicklung hat alle Hände voll zu tun.

Um den wachsenden Anforderungen gerecht zu werden, erhält die Zentralplanung bereits zehn Jahre nach ihrer Gründung eine neue Struktur. 1967 werden die Aufgaben und Verantwortlichkeiten der Planungsbereiche unterteilt in Presswerk und Karosserie, PV Karosserie Unterzusammenbau, PV Karosseriezusammenbau und PV Chassis. Weitere zehn Jahre später fusionieren die Zentralplanung und die Hauptabteilung Werksanlagen mit Bau-, Anlagen-, Förderer- und Energieplanung zum Bereich Zentrale Werks- und Produktionsplanung.

Bis 1985 sind nicht nur die Haare noch einmal deutlich län-



Plan-Quadrat: So sieht ein halbes Jahrhundert steigende Vielfalt aus

die Fertigungsplanung (ME) funktional zusammengefasst.

Vier Jahre später wird das TEZ endlich auch nominell international. Aufgrund zusätzlicher Aufgaben und weitweiter Verantwortlichkeiten weitet sich das TEZ 1997 zum Internationalen Technischen Entwicklungszentrum (ITEZ) und bildet drei Exekutivbereiche unterhalb des Entwicklungsvorstandes aus, nämlich Design, Produktentwicklung und Konstruktion, Produktionsplanung und Werksanlagen sowie die Stabsfunktionen.

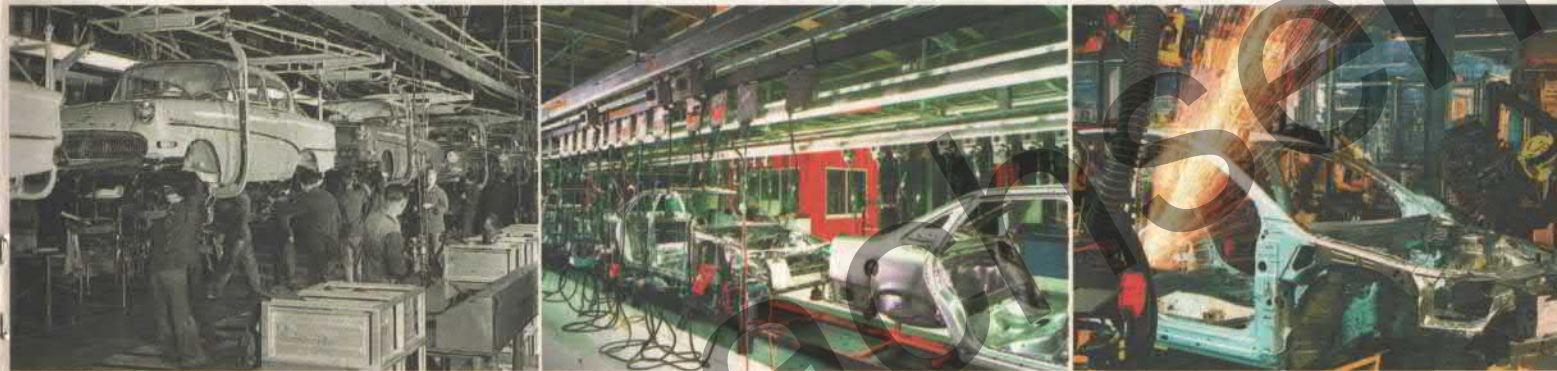
Im Januar 2001 dann wird der Bereich Facility Management (zentrale Dienst- und Serviceleistung sowie strategische Gebäude- und Standortplanung) dem Manufacturing Engineering integriert.

Und heute? Derzeit betreuen die GME-Fertigungsplaner als Teil der globalen Manufacturing Engineering-Organisation mit den Standorten Rüsselsheim, Trollhättan und Millbrook die gesamte europäische Region. GME ME entwickelt, plant und implementiert heute alle Fertigungseinrichtungen für die vielfältigen Modellreihen der verschiedenen Marken in allen zehn europäischen GME-Zusammenbauwerken – vorläufiger Höhepunkt der rasanten Geschichte eines halben Jahrhunderts.

Die Faktensammlung für diesen Text recherchierte Herbert Böhm, ME Strategie & Planung. Weitere historische Texte und Bilder aus der Gründerzeit hat der ME-Bereich in einer Webseite des GME-Intranets SSSPR zusammengestellt: <http://sspr.gme.com>



Seit dem 1. Januar 2004 ist Ulrich Reitz Exekutiv-Direktor Manufacturing Engineering von General Motors Europa. Der Ingenieur leitet damit zum 50-jährigen Bestehen den Bereich, der sämtliche Fertigungseinrichtungen in Europa entwickelt, plant sowie installiert und damit die Schnittstelle ist zwischen Produktentwicklung und Produktionsstandorten. März 2007



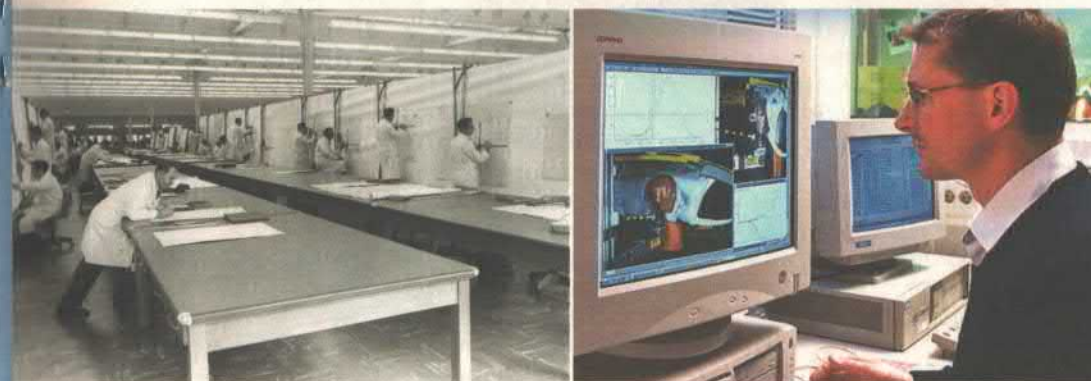
Plan-Wirtschaft: Wo vor 50 Jahren noch viele Hände ein Auto montierten, nahmen nach und nach Roboter das Werkzeug in die Hand



Plan-Wagen: Der Erfolg des Rekord P1 zog neue Strukturen nach sich



Plan-Feststellung: Zentralplaner inspizieren die Vorderachs-Fertigung



Plan-Stelle: 1957 konstruierten Ingenieure am Zeichentisch, ME-Experten sitzen längst am Rechner

0 auf 100 und 130 auf 0

Die Kombination aus Fahrspaß und emissionsfreier Fortbewegung ist die Herausforderung der Zukunft

Fahrspaß und Treibstoffkosten, individuelle Mobilität und Emissionsgrenzwerte: das sind die Eckpunkte der aktuellen Diskussion übers Autofahren. Die Opel Post nimmt diese zum Anlass, einen Fachmann zum Stand der Antriebstechnik zu befragen.

Rüsselsheim (jh). Wostehen wir bei Benzin- und Dieselantrieb, welche Möglichkeiten bieten alternative Antriebe und wann werden wir mit Wasserstoff unterwegs sein? Diese und viele andere Fragen stellten wir Daniel E. Nicholson, Exekutivdirektor Powertrain Produktentwicklung Deutschland. Das Interview im Wortlaut:

„Erst wollten sie den Katalysator nicht, dann lehnten sie den Dieselfilter ab, jetzt verhindern sie CO₂-Grenzwerte“, urteilt eine deutsche Verbraucherschützerin über die Autoindustrie. Stimmt das?

Nein, gewiss nicht. GM und die ganze Automobilindustrie hat sich den Prinzipien der Umweltverträglichkeit verschrieben. Und wir haben auch in der Vergangenheit schon vieles getan. Ich darf daran erinnern, dass Opel 1985 der erste Hersteller war, der für eine komplette Modellreihe Katalysatoren anbot.

Das ist lange her...

Was nicht heißt, dass wir seither nichts mehr getan haben. Katalysatoren und Partikelfilter tragen wesentlich zur Emissionsenkung bei. Unsere wartungsfreien Partikelfilter kommen ohne Additive aus. Nicht zu vergessen der Einsatz alternativer Kraftstoffe, zum Beispiel Bio-Ethanol bei Saab. Mit Hubraumreduzierung, dem sogenannten „Downsizing“ oder „Rightsizing“, senken wir den Kraftstoffverbrauch. Aktuell tragen wir mit diesen Technologien zum Umweltschutz bei. Weitere werden folgen.

Unabhängig von konkreten Technologien und Grenzwerten: Weltweit steigende Mobilitätsbedürfnisse und endliche

Rohstoffe sind gegenläufige Tendenzen. Wie lässt sich dieses Problem angehen?

GM hat eine Strategie entwickelt, die wir „March to Zero Emissions“ nennen. Sie beschreibt unseren Weg, das konventionell angetriebene Auto in eine Ära zu überführen, in der neue Technologien eine motorisierte Fortbewegung gänzlich ohne Emissionen ermöglichen. Dieser Weg führt über drei Etappen, nämlich die weitere Optimierung der konventionellen Motoren und Getriebe, den Ausbau von Technologien zur Nutzung alternativer Kraftstoffe und Antriebsarten sowie die Entwicklung der Brennstoffzelle zur Serienreife.

Welches sind zurzeit die großen Trends und Themen im Motorenbau?

Für uns Motoren- und Getriebeleute spielt die Musik zurzeit in allen diesen drei genannten Bereichen.

Gut, dann der Reihe nach: Was tut sich bei konventionellen Motoren und Getrieben?

Wir sind zuversichtlich, hier noch eine weitere Effizienzsteigerung erzielen zu können.

Wie das?

Der sinnvolle Einsatz verschiedener Technologien ist abhängig von der Motorgröße. Bei kleinvolumigen Ottomotoren etwa setzen wir auf Ladungsverdünnung durch Abgasrückführung (AGR) und geregelte Ladungsbewegung. Dadurch lassen sich eine stabilere Verbrennung und damit ein geringerer Verbrauch realisieren. Bei mittleren und großvolumigen Motoren sowie Turboaggregaten werden verstärkt Benzindirekteinspritzung und variable Ventiltriebe eingesetzt. Aufla-



Antriebs-Experte: Daniel E. Nicholson im Opel Post-Gespräch

derung wird zur Realisierung von Downsizing-Konzepten bei allen Motoren zum Einsatz kommen. Die Zylinderabschaltung wird aber wohl eher den großvolumigen Motoren vorbehalten bleiben.

Und was tut sich beim Diesel?

Bei den Dieselmotoren wollen wir weiter die Balance zwischen Diesel-typischem Fahrspaß und guten Verbrauchswerten bieten. Allerdings werden wir es auch mit steigenden Emissionsanforderungen zu tun haben. Deshalb streben wir die Optimierung der Verbrennung durch eine neue Generation von Injektoren und verbesserte Abgasrückführungs-Systeme an. Darüber hinaus wird bei einigen Applikationen eine

Verbrennungsregelung durch Zylinderdrucküberwachung zur Anwendung kommen.

Was haben Sie noch im Köcher?

Technologien mit weiterem Verbesserungspotenzial für Verbrauch und Emissionen, wie die kontrollierte Selbstzündung und die Verbrennungsregelung (mit geschlossenem Regelkreislauf) sind derzeit in Entwicklung. Ohne zu viele Details zu verraten: Dieses Arbeitsprinzip wird in Sachen Verbrauch und Emissionen neue Dimensionen eröffnen.

Wir werden zur Kraftübertragung weiterhin Getriebe benötigen?

Richtig. Hier konzentrieren wir uns auf die weitere Optimierung des Wirkungsgrads sowie

eine bessere Anpassung an die Motorcharakteristik durch den Einsatz von mehr Gangstufen – und zwar für alle Getriebevarianten, den automatisierten Schaltgetrieben und den Automatikgetrieben.

Bei allem Fortschritt: Seit über 100 Jahren haben wir die Trennung von Otto- und Dieselmotoren. Wird's dabei langfristig bleiben?

Ich meine, das wird ein spannendes Rennen. Die rasante Entwicklung der Turbolader-Systeme beim Diesel, wie zum Beispiel variable Ladegeometrie oder Doppel-Turbolader, werden das spezifische Drehmoment bis zu 200 Newtonmeter pro Liter Hubraum und die spezifische Leistung auf 60-80 Kilowatt pro Liter Hubraum weiter anheben. Der Benzinsaugmotor konnte diesem Trend bisher nicht folgen. Durch die Turboaufladung ist es jedoch möglich, das spezifische Drehmoment zu verbessern. Die Kombination von Aufladung, variablem Ventiltrieb und Direkteinspritzung gibt dem Benzinmotor das Potenzial, mit dem Dieselmotor beim Drehmoment gleichzuziehen, das jedoch bei deutlich erhöhter Leistung.

Was bedeutet das für den bekannten Unterschied beim Verbrauch?

Künftig werden Diesel und Benzin bei Drehmoment gleich sein, beim Fahrspaß wird der Benzin punkten, ebenso wie bei der Leistung. Der Vorteil des Diesels wird weiter im Verbrauch liegen. Die Entwicklung der Emissionsreduzierung bleibt abzuwarten. Letztendlich sehen wir aber im Benzinmotor das bessere Kosten-Nutzen-Verhältnis.

Unter dem Schlagwort „Alternative Antriebe“ sind eine Vielzahl von Technologien auf dem Markt. Welche sind das im Detail?

Grundsätzlich sehen wir in alternativen Kraftstoffen ein erhebliches Potenzial zur CO₂-Einsparung. Bekanntester Vertreter der fossilen Alternativkraftstoffe ist sicher Erdgas, kurz CNG für Compressed Natural Gas. In diesem Segment sind wir mit Zafira, Astra und Combo sehr gut aufgestellt. Ein anderer wichtiger Pfeiler ist der Biokraftstoff Ethanol. In Europa ist Schweden durch den Aufbau einer Infrastruktur und der staatlichen Förderung Vorreiter in Sachen Ethanol. Hier spielt Saab eine ganz wichtige Rolle.

Als Pendant zu Bioethanol bei den Ottomotoren gibt es Biodiesel. Noch erfüllt dieser aus Raps hergestellte Biodiesel allerdings nicht alle Erfordernisse für eine Freigabe. In jüngster Zeit ist ein neuer Kraftstoff in die Schlagzeilen gekommen: BTL (Bio-mass-to-Liquid) oder so genannter synthetischer Biodiesel. Dieser synthetische Kraftstoff aus Biomasse ist ein verhältnismäßig junger, am Markt noch nicht verfügbarer Kraftstoff. Der Kraftstoff wird genau auf die Anforderungen moderner Dieselmotoren-Konzepte zugeschnitten. Da die Technologie noch in den Kinderschuhen steckt, ist eine fundierte Prognose derzeit schwierig.

Wo stehen wir in der Entwicklung von Hybrid-Antrieben?

Hybridantriebe nutzen zusätzlich zum Verbrennungsmotor elektrische Systemkomponenten. Das heißt, dass mit Hybridantrieben eine weitere Effizienzsteigerung möglich sein wird. Unsere Zielsetzung ist da-



Saab setzt auf Ethanol-Antrieb



Opel fährt mit Wasserstoff



GM forscht an der Brennstoffzelle

her zum einen die Erweiterung des „Hybrid-Know-hows“ und zum anderen die Kostensenkung von Hybridantrieben.

Wann werden wir so weit sein?

Um ihre Entwicklungskompetenzen zu bündeln, haben GM, DaimlerChrysler und BMW eine gemeinsame Initiative ge-

gründet, die aktiv an der Entwicklung der nächsten Generation von Hybrid-Antriebssystemen arbeitet. Und ich verrate nicht zu viel, wenn ich Ihnen sage, dass Opel in den nächsten Jahren ein Fahrzeug mit Hybrid-Antrieb auf den Markt bringen wird. ▶

Zur Person

Daniel E. Nicholson verantwortet als Exekutivdirektor von GM Powertrain Europa die Produktentwicklung für Antriebsstränge in Deutschland und leitet zudem als Geschäftsführer die GM Powertrain-Germany GmbH.

Daniel E. Nicholson kam 1964 im US-Bundesstaat New Jersey auf die Welt. Nach einem Maschinenbau-Studium an der Ket-

tering University in Flint arbeitete Nicholson ab 1988 als Projekt-Ingenieur für General Motors. Zwischen 1996 und 1998 erwarb er zudem in Stanford den Grad eines „Master of Business Administration“ (MBA).

Von 1998 bis zum Herbst 2005 bekleidete Daniel Nicholson mit ständig steigender Verantwortung mehrere Managementpo-

sitionen in der Powertrain-Organisation in den USA, zuletzt als Chefingenieur und Programm-Manager für „Small Block“- und „Big Block“-Engines.

Seit September 2005 leitet Daniel Nicholson die Powertrain-Geschäfte in Deutschland. Er spricht deutsch, spielt Klavier und interessiert sich für Sport und Fitness.



Daniel E. Nicholson

GM arbeitet auch am Brennstoffzellenantrieb. Wann werden wir das erste Wasserstoff-Fahrzeug in Großserie erleben?

Langfristig bieten Wasserstoff-Fahrzeuge die Chance, das emissionsfreie Automobil als völlig umweltverträgliches Verkehrsmittel zu etablieren. Unser Ziel haben wir erreicht, wenn unsere Fahrzeuge mit Brennstoffzellenantrieb serienmäßig vom Band rollen und nur noch Wasser aus dem Auspuff kommt.



„Den Energiemix diversifizieren“

Das ist aber noch eine weit entfernte Vision?

Nein, nicht wirklich. Chevrolet baut gerade mehr als 100 Brennstoffzellen-Fahrzeuge mit Namen Equinox Fuel Cell auf. Im Herbst 2007 werden wir damit beginnen, sie als Teil eines umfangreichen Entwicklungsprojekts an Kunden auszuhändi-

gen. Mit diesem ersten bedeutenden Flottentest mit Brennstoffzellen-Fahrzeugen wollen wir umfassende Erkenntnisse aus der täglichen Fahrpraxis gewinnen.

Anfang des Jahres hat GM in den USA mit der Studie „Volt“ ein Elektrofahrzeug für die Zukunft vorgestellt. Welche Rolle wird Strom als Antrieb für individuelle Mobilität künftig spielen?

Die Autos von morgen müssen über eine neue Antriebsarchitektur verfügen, bei der auch Elektrizität eine Rolle spielt. In 15 Jahren werden wir 1,1 Milliarden Autos auf der Welt haben. Wir können nicht weiterhin zu 98 Prozent von Erdöl abhängig sein, wenn wir unsere Mobilitätsanforderungen auch zukünftig erfüllen wollen. Der Chevrolet Volt wird zur nötigen Vielfalt beitragen. Kurz: Elektrizität ist ein Teil der wichtigen Diversifizierung des zukünftigen Energiemixes.

Noch einmal zu alternativen Antrieben und Brennstoffzelle: Die Kosten für ein entsprechendes Tankstellennetz sind enorm. Wer wird die übernehmen?

Die Bereitstellung der benötigten Infrastruktur erfordert eine enge Zusammenarbeit von Politik, Automobil- und Mineralölindustrie. Die Politik muss hier Anreize schaffen für den Verbraucher, für die Mineralölindustrie und auch für die Automobilindustrie. Denn letztlich muss alternative Energie für alle wirtschaftlich sein.



Hoch-Spannung: Bob Lutz stellte in Detroit den Chevy Volt vor

Motorenentwicklung ist ein kostspieliges High-Tech-Geschäft geworden. Kann sich ein Hersteller allein noch ein vollständiges Portfolio leisten?

Ich bin stolz darauf sagen zu können, dass wir bei GM eine Führungsrolle bei den alternativen Kraftstoffen und in der Brennstoffzellen-Technologie haben. Und auch unsere Optimierung der konventionellen Motoren und unsere Aktivitäten im Bereich Hybrid sind beispielhaft. Allerdings ist es in der Tat schwierig, alles abzudecken. Wir arbeiten deshalb eng mit Lieferanten zusammen, die uns bei der Suche nach innovativen

Technologien und Systemen unterstützen.

Lassen Sie uns einen Blick nach vorne werfen: Wie sieht für Sie die Mobilität der Zukunft aus?

Das ist sicher eine der spannendsten Fragen für uns alle. Ich bin fest davon überzeugt, dass das Bedürfnis nach persönlicher Mobilität auch für kommende Generationen ganz wichtig sein wird. Außerdem glaube ich, dass die Fahrzeuge der Zukunft kaum noch negativen Einfluss auf die Umwelt haben werden. Sie werden Kosteneffizienz und Fahrspaß verbinden.

Eine Welt des Wissens

Zulieferer präsentieren auf TechWorld neue Arbeiten

Rüsselsheim (ot). Kontakte aufnehmen, Innovationen beschleunigen – unter diesen Schlagworten lässt sich die GME TechWorld zusammenfassen. In einer internen Messe für die Opel- und GM-Experten zeigten Automobilzulieferer an zwei Tagen im Foyer des Adam Opel Hauses Neuheiten, die in wenigen Jahren in den Serienautomobilbau Einzug halten könnten.

Die TechWorld hat sich bei GM als Veranstaltung etabliert, die das Zukunftspotenzial im Autobau aufzeigen hilft. Die Ausstellung bietet ausgewählten Lieferanten die Möglichkeit, ihre Arbeit darzustellen und mit

den Fachabteilungen ins Gespräch zu kommen. Entscheidender Vorteil: Es entsteht eine stärkere Bindung zwischen den Partnern, wodurch neue Technologien schneller zur Marktreife gebracht werden können.

Mehrere hundert Besucher, darunter der gesamte Führungsstab der GM-Entwicklung und auch GME-Chef Carl-Peter Forster, kamen zur diesjährigen TechWorld. Zu den Ausstellern zählten: American Axle & Manufacturing, Ficoso International, Fischer Dynamics und Fisher Safety Systems, IL Jin, LG Electronics, LG Chem und Tata Autocomp.



Trainings-Bedarf: Technik und Kondition sind gefragt

Übung für Übermorgen

Mitarbeiter aus Rüsselsheim und Kaiserslautern trainieren gemeinsam für die neue Mittelklasse

Rüsselsheim/Kaiserslautern (es). Die neuen Mittelklasse-Modelle sollen an allen Fertigungsstätten der GM-Welt identisch produziert werden – ein ehrgeiziges Ziel, für dessen Verwirklichung das Werk Rüsselsheim die Verantwortung trägt. Die Umstellung auf eine global einheitliche Hard- und Software sorgt für einen gewaltigen Trainingsbedarf bei den Mitarbeitern, die zum Produktionsstart 2008 mit allen neuen Technologien vertraut sein müssen.

Um diese Aufgabe bewältigen zu können, organisieren die Trainingsspezialisten in Rüsselsheim und Kaiserslautern ihre Schulungen gemeinsam – soweit es sich um Technologie handelt, die auch an beiden Produktionsstätten zum Einsatz kommt.

Und das ist einiges. Die Anlagen-Steuerung von Rockwell etwa, die nach einer anderen Systematik funktioniert als die bislang bevorzugte Siemens-Steuerung. Oder die neue Generation von Fanuc-Robotern, die es zu handhaben gilt. Die „E-Plan 88“-Kurse hingegen vermitteln das Lesen- und Schreiben-Lernen neuer elektrischer und hydraulischer Pläne, die künftig nach einem für Europa und Amerika vereinheitlichten System erstellt werden. Dann müssen neue globale Standards für Zellen-Aufbau, -Hardware und -Software verinnerlicht werden.

Ebenfalls Neuland ist das so genannte „Mittelfrequenzschweißen“, für das unter an-

derem eine neue, elektrische „Servo-Gun“ benutzt wird. Die „HMI CC Flex“ aus dem Hause Siemens ist eine neue Bedienoberfläche, mit der Instandhalter vertraut gemacht werden müssen. Weitere Lerninhalte sind das Schweißkappenfräsen, dessen Qualität künftig per Laser überwacht wird, oder die Roboter-Offline-Programmierung.

„Das ist etwa der Trainingsbedarf, den wir bislang identifiziert haben und für den wir ein Angebot geschaffen haben“, erklären die Trainingsorganisatoren Jörg Schäfer aus Rüsselsheim und Horst Frank aus Kaiserslautern. „Aber das dürfte noch nicht alles sein, was bis zum Produktionsstart auf uns zukommt.“

Die Zusammenarbeit beider Werke ermöglicht ein flexibles Terminieren und Organisieren der Schulungen. „Die Leute sind ja nicht nach Belieben abrufbar. Dadurch, dass wir gemeinsam planen können, ist es für uns leichter, die Kurse optimal auszulasten.“ Und natürlich haben die Pfälzer die Möglichkeit, an der Muster-Fertigungszelle für den Karosseriebau zu üben, die im Rüsselsheimer K130 entstanden ist.

Nicht jeder Instandhalter in der Pfalz und an der Mainspitze muss in sämtlichen Disziplinen unterwiesen werden. „Aber ungefähr die Hälfte des kompletten Programms, vielleicht auch etwas mehr, wird auf viele schon zukommen“, schätzt Schäfer. In Lautern wird es darüber hinaus noch einige spezifische Trai-

nings geben. Denn im Komponentenwerk hat sich eine Robotervielfalt angesammelt, die einzigartig in der deutschen Industrielandschaft sein dürfte.

„Wenn wir von jedem Lieferanten die Standard-Trainings übernommen hätten, hätten wir überhaupt keine Chance gehabt, alle Schulungen rechtzeitig zu bewältigen“, so Wolfgang Storz, Leiter der Aus- und Weiterbildung in Kaiserslautern. Daher formierten die Trainingsspezialisten frühzeitig eine Arbeits-

gruppe, die bei den Lieferanten die Trainingsumfänge studierte und für die Ausbildung im eigenen Haus auf den tatsächlich benötigten Bedarf kürzte. „Auch das war eine Sisyphus-Arbeit.“

Aber eine, die sich gelohnt hat. „Die ersten Teilnehmer-Bewertungen sind ausgezeichnet“, freut sich Horst Frank. Ein schönes Kompliment für die Trainer, aber auch für die Trainingsorganisatoren – denn auch sie haben für dieses Projekt Neuland betreten.

Prozess-Beobachter

Dr. Wolfram Liedtke, Direktor GME Quality Operations (r.), begleitete Dale Hammer (m.) bei seinem Europa-Besuch Mitte Februar nach Eisenach. Dale Hammer ist General Director und Global Process Leader Quality im lateinamerikanischen und asiati-

schen Raum (LAAM). Er interessierte sich vor allem für unsere vorbildlichen Qualitätsprozesse. Außerdem im Bild, von links: FEM Manager Wolfgang Rentsch, QS-Manager Peter Winternheimer und stellvertretender Werksleiter Stefan Fesser.



Foto: Mediaprise

Farben-Lehre

Im Rüsselsheimer Lack gibt jetzt eine Frau den Ton vor

Die Diskussion um die Rolle der Frau und die richtige Familienpolitik wird so intensiv geführt wie seit Jahren nicht mehr. Freilich gibt es Frauen, die diskutieren nicht lange, sondern machen einfach. Einen verantwortungsvollen Job zum Beispiel. So wie Anja Kleyboldt.

Rüsselsheim (es). Die Autoindustrie ist traditionell kein Hort der Frauenberufe. Bei nur rund sieben Prozent liegt der Anteil der weiblichen Opel-Beschäftigten. Gut, dass Anja Kleyboldt keinerlei Berührungängste kennt. Denn als Chefin der Lackiererei in Rüsselsheim ist sie die einzige Fertigungsbereichsleiterin bei Opel in Deutschland.

Als Frau in einer Männerwelt hat sich Anja Kleyboldt schon früh zurechtfinden müssen. Das begann bereits, als sie im westfälischen Lippstadt eine Kfz-Mechaniker-Lehre begann. Weibliche Azubis kannte man(n) in dem Meisterbetrieb bis dato überhaupt nicht. Entsprechend vorbereitet war man(n). Folglich wurde die Behinderten-kurzerhand zur Damentoilette umetikettiert.

Das liegt lange zurück und seither hat sich im Rollenverständnis und im Berufsalltag viel verändert. Unabhängig davon hat ihr Naturell Anja Kleyboldt geholfen, sich in einer von Männern dominierten Welt zu behaupten. Im Teenageralter schraubte sie an einer Corvette herum und fuhr Stockcar-Rennen. Ihr erstes Auto war ein B-Kadett, zu dem sie allein schon deswegen eine besondere Beziehung entwickelte, weil er



Eine Frau für alle Fälle: Anja Kleyboldt...

aus dem gleichen Baujahr stammt wie sie: 1969.

Überhaupt war Opel immer die Marke ihrer Familie. Da war es nur konsequent, dass die junge Frau 1995, nach Kfz-Lehre und Studium, in Rüsselsheim anheuerte. Dort konnte sie bald einen weiteren Charakterzug unter Beweis stellen: Flexibilität. Karosseriebau, Finanzabteilung, Facilities Management und das Montage- und Zusammenbauwerk waren ihre Einsatzorte, zwischendurch nahm sie auch in Antwerpen und in den USA Aufgaben wahr. Die



...ist am Schreibtisch und an der Linie zu Hause

Wanderjahre waren anstrengend, „aber ich möchte sie nicht missen. Sie haben mich beruflich und persönlich weitergebracht.“

„Machen Sie sich nicht immobil, kaufen Sie sich ein Wohnmobil.“ Den Rat eines ihrer Lehrmeister hat sie bisher beherzigt, sie ist mobil geblieben. Trotzdem gründete sie eine Familie, ist Mutter einer jetzt fünfjährigen Tochter. Und gibt zu: „Wenn mir mein Mann und auch meine Mutter bei der Erziehung nicht stets tatkräftig zur Seite stünden, hätte ich ein ernstzunehmendes Problem.“

Seit einigen Monaten leitet Anja Kleyboldt die Rüsselsheimer Lackiererei. Was sie zur einzigen Fertigungsbereichsleiterin bei Opel in Deutschland macht. Worin sie allerdings nichts Besonderes sieht: „Wer aus dem Bauch heraus entscheidet, oder sich von Launen leiten lässt, verspielt als Vorgesetzter auf jeden Fall seine Autorität, da spielt das Geschlecht keine Rolle.“

Egal ob Mann oder Frau: „In einer Führungsposition müssen sie Kompetenz vermitteln und Entscheidungen sinnvoll begründen können. Dann werden sie auch von der Mannschaft unterstützt.“ Diese Unterstützung sei vor allem in der Lackiererei gefragt, erst Recht angesichts der anstehenden Herausforderungen, die vor dem Anlauf der neuen Mittelklasse-Modelle bewältigt werden müssen.

„Es macht die Sache für uns nicht einfacher, dass wir in der Lackiererei nicht durchgängig über die aktuellsten Einrichtungen verfügen. Aber die Qualität unserer Arbeit bestimmen nicht die Anlagen, sondern die Menschen“, sagt Anja Kleyboldt mit voller Überzeugung.

„Das ist wie mit einem liebgewonnenen Oldtimer“, zieht die Chefin Parallelen zu ihren Anfängen als Hobby-Schrauberin, „wenn man ihn richtig hegt und pflegt, kann der einem ganz besonders ans Herz wachsen.“ ■



Fach-Frau: Anja Kleyboldt ist die einzige Fertigungsbereichsleiterin bei Opel in Deutschland

Pfälzer Logistik in XXL

In Kaiserslautern sorgt künftig ein Lkw für einen geordneten und wirtschaftlichen Materialfluss

Kaiserslautern (es). Er ist erst wenige Wochen am Produktionsort, und doch kennt ihn schon jeder. Was angesichts seiner imposanten Erscheinung kein Wunder ist: „Weißer Riese“ hat die Opel-Pfalz ihn ehrfürchtig getauft. Bange zu werden braucht vor dem 428-PS-Ungetüm allerdings niemand, im Gegenteil, es sorgt für einen geordneteren und wirtschaftlicheren Materialfluss zwischen den einzelnen Werkshallen.

Offiziell handelt es bei dem „weißen Riesen“ um einen Mercedes-Lkw „1843 Actros Lowliner“. Er erledigt die Arbeit, für die früher bis zu fünf Dolly-Züge unterwegs waren. Nach einem festen Fahrplan steuert er nacheinander K1, K20, K25 und das Warenverteilzentrum an, liefert produziertes Material ab und nimmt Leergut oder Einzelteile zur Weiterverarbeitung in den Nachbargebäuden auf.

Platz dafür bietet ein Spezial-Auflieger für 28 Tonnen Zuladung. Seine Alu-verstärkten Wände lassen sich wie Gardinen aufziehen. Sind diese geschlossen, verwandeln sie die Plane in eine stabile Aluminiumwand, die eine zusätzliche Ladungssicherung erspart. Zwei Runden à acht Haltestellen schafft der Brummi pro Schicht, und gelegentlich auch mal eine zusätzliche Sonderfahrt.

Ihren Materialbedarf melden die Bereiche mit Hilfe von Kanban-Karten an – wie



Weißer Riese: Lkw ersetzt fünf Dolly-Züge

früher beim Dolly-Zugsystem, „nur, dass es jetzt zu keinen Leerfahrten mehr kommt“, erklärt Logistik-Betriebsleiter Jürgen Herrmann. „Außerdem ist das Material auf dem Lkw besser geschützt, bleibt beispielsweise auch bei heftigen Regenschauern trocken.“

Und nicht zu vergessen: Dank seiner Bedienerfreundlichkeit bietet der „weiße Riese“ zwei Mitarbeitern mit körperlichen Einschränkungen feste Arbeitsplätze als Brummi-Fahrer. ■



Kurz notiert

„Vater - Mutter - Kind“ nennt sich eine neue Vortragsreihe der Zentralen Sozialabteilung in Rüsselsheim. Den Auftakt dieser mehrteiligen Reihe von „Feierabendthemen“ macht Marion Stöcking von der Persönlichen Mitarbeiterberatung mit dem Thema Pubertät. Wo? Im Opel-Forum an der Bahnhofstraße. Wann? Am 19. April von 17 bis 19 Uhr.

Seit 1897 verabschieden die Eisenacher den Winter mit einem Festumzug. Regelmäßig lassen sich zehntausende Besucher von dem Brauchtum beeindrucken. In diesem Jahr ist das große Spektakel auf diversen Plätzen vor allem vom 16. bis 18. März. Nähere Infos unter www.sommergewinn.eisenachonline.de

In Rüsselsheim bietet die BKK Aktiv 90-minütige Schnupperkurse für Nordic Walking-Interessierte. Für Versicherte sind diese Kurse unter professioneller Anleitung kostenlos, Nichtmitglieder zahlen zehn Euro. Anmeldungen unter 06142/8378131.

Ein Licht ausgegangen

Eisenacher Rohbau verzichtet auf permanente Beleuchtung

Eisenach (mm). Roboter arbeiten auch im Dunkeln zuverlässig – diese einfache Erkenntnis wurde als Verbesserung jetzt im zu 95 Prozent automa-

tisierten Roh- und Gerippebau bei Opel in Eisenach umgesetzt.

Die „Seitenwandfertigung links“ ist die erste Anlage, in der das Team von FM Energietechnik in Zusammenarbeit mit der Instandhaltung die Linien- und Instandhaltungsbeleuchtung mit dem Prozessrechner (SPS) gekoppelt hat. Die Linienbeleuchtung wird somit über die Anlagentüren – oder nur bei Bedarf – geschaltet.

Ansonsten verrichten die Roboter und Handhabungsautomaten ihre Arbeiten klaglos im Dunkeln. Die Energieeinsparung beläuft sich für diesen Anlagenteil auf rund 1 000 Euro im Jahr. Als nächstes folgt die Anlage „Seitenwand rechts“ dem guten Beispiel, das sicherlich auch bei künftigen Planungen von Neuanlagen eine Optimierung bringen kann. ■



Foto: Medienpraktik

Robuste Naturen: Roboter arbeiten auch ohne Licht

Bochum ist linien-treu

Schon 3 000 sind SWE-geschult

Bochum (es). Aller guten Dinge sind drei? Es dürfen auch mal 3 000 sein. So viele Mitarbeiter nämlich haben in Bochum bereits ein SWE-Training absolviert. Damit kennt jetzt schon fast die Hälfte der Belegschaft diese praxisbezogene Schulung zur Arbeitsorganisation mit Hilfe von GM-GMS-Prinzipien.

SWE ist das englische Kürzel für „Simulierte Arbeitsumgebung“. Im Rahmen der eintägigen Schulung stehen Themen wie Teamwork, Kontinuierliche Verbesserung, Geschäftsplan-Ziele, Qualitätssicherungs- und Materialanlieferungssysteme auf dem Programm. Diese werden nicht nur theoretisch unterrichtet. Die Teilnehmer haben an einer eigens eingerichteten Pilotlinie die Möglichkeit, Holzmodelle zu montieren.

„Dabei erfahren sie sehr anschaulich, welche Einflussgrößen an der Linie eine Rolle spielen, damit die geforderten Stückzahlen erreicht werden können“, erklärt Uwe Flöttchen, in Bochum zuständig für Personalentwicklung, Training und GM-GMS. In insgesamt drei Produktionsdurchläufen ler-



Übungs-Platz: Neben der Theorie gehört eine nachgestellte Pilotlinie zum SWE-Training

nen die Teilnehmer, wie sich die einzelnen Prozesse mit Hilfe der GM-GMS-Prinzipien optimieren lassen.

Angehenden Gruppensprechern dient das SWE-Training auch dazu, das Lehren zu lernen: Nach eingehender Vorbereitung, in der sie den Trainern über die Schulter schau-

en, führen sie selbst SWE-Trainings durch. Übrigens absolvieren nicht nur Fertigungsmitarbeiter dieses spezielle Training. „Wir versuchen, alle Beschäftigten nach und nach durchs Programm zu schleusen“, berichtet Flöttchen. „Denn zu wissen, was an der Linie abläuft, ist für jeden eine hilfreiche Erfahrung.“

Und zwar nicht nur im Unternehmen: Auch Studenten der Fachhochschule haben bereits ihr Interesse bekundet, ein SWE-Training zu absolvieren. Gegenwärtig sondiert die Geschäftsleitung auch Möglichkeiten, es als Service-Dienstleistung an anderen Firmen anzubieten. Erste Interessenten gibt es bereits. „Da eröffnet sich für uns vielleicht sogar ein neues Geschäftsfeld“, mutmaßt Uwe Flöttchen. ■

Den Durchblick behalten

In Kaiserslautern ging eine neue Röntgenanlage in Betrieb

Kaiserslautern (es). Für die Medizin ist Röntgentechnik unverzichtbar, aber selbst in der Autobranche leistet sie wertvolle Dienste. Mit einem neuen 225-Volt-Vollschutzgerät, das auch digitale Bildbearbeitung ermöglicht, hat sich Powertrain in der Pfalz auf den aktuellen technischen Stand in dieser Disziplin gebracht.

„Unsere alte Röntgenanlage hatte ausgedient“, erzählt Bernd Rosin, Leiter des QS-Labors. „Dank der Neuanschaffung können wir nun wieder zerstörungsfreie Überprüfungen vor allem von Gussteilen durchführen.“ Das Lauterer Röntgenlabor checkt nicht nur Produkte der Powertrain-Berei-

che und deren Lieferanten, sondern ist für alle Unternehmen am Produktionsort da.

In der mit Blei, Stahl und Holz ummantelten Kammer werden Bauteile von Röntgenstrahlen durchleuchtet. Diese treffen anschließend auf einen Leuchtschirm, von dem sie aufgenommen werden. Auf diesem Bildschirm erscheinen massive Teile dunkler, weniger massive heller. So sind Risse, Poren oder Hohlräume relativ leicht erkennbar. Das Ergebnis, die Radiografie, erscheint auf einem PC-Monitor. Im Rechner kann sie digital bearbeitet und gegebenenfalls per E-Mail direkt an den Kunden verschickt werden – etwa, wenn ein Fehler entdeckt worden ist, der schnellstmöglich behoben werden muss.

Die Teileaufnahme ist mehrschichtig verstellbar. Das Werkstück kann von außen nach Belieben gedreht, gehoben oder gesenkt werden. So sind Aufnahmen aus verschiedenen Perspektiven möglich. „Die Bestrahlungsstärke von 225 Volt erlaubt uns, selbst Zylinderblöcke aus Alu zu durchleuchten, ist also ideal für unsere Bedürfnisse“, so Rosin.



...einzelne Bauteile auf Risse und Hohlräume

Um den Anforderungen gewachsen zu sein, bildet sich die Labor-Mannschaft permanent weiter. So hat Wolfgang Brell gerade am Fraunhofer-Institut einen Kurs der Gesellschaft für zerstörungsfreie Werkstoffprüfung besucht. Gegenwärtig arbeitet das Labor im Zweischicht-Betrieb. „Wir sind flexibel genug, um bei Bedarf auch rund um die Uhr da zu sein“, betont Bernd Rosin. ■



Laborant: Wolfgang Brell durchleuchtet...

Volle Ladung

Pfalz beliefert Saab mit kompletten Turbo-Aggregaten

Kaiserslautern (es). Aufgeladen nach Schweden, heißt es jetzt fürs Leichtmetallmotorenwerk. Die Pfalz liefert künftig komplette Turbo-Aggregate nach Trollhättan. Bislang bezogen die Saab-Kollegen nur so genannte „Longblocks“ – einen aus Ölwanne, Zylinderkopf und -block bestehenden Motor ohne Anbauteile.

Seit Jahresbeginn werden die rund 35 000 Einheiten für Trollhättan nun in der Pfalz komplett montiert. „Das sichert zusätzliche Arbeitsplätze an der Montagelinie“, freut sich Bernd Gundacker, Chef der Leichtmetallmotorenfertigung.

Einmal mehr bewies die Powertrain-Organisation Reaktionsvermögen

und Flexibilität. Die Entscheidung für die Komplettmontage der Turbos fiel im Oktober 2006. Bei der Umsetzung arbeiteten Experten aus Fertigung, Fertigungsplanung, Logistik, Produktentwicklung und Qualität zusammen. Neben den Pfälzern und Vertretern aus Trollhättan halfen auch Kollegen aus dem Saab-Motorenwerk in Södertälje mit.

Dabei ging's um technische Fragen wie die sequenzgerechte Anlieferung der Motoren, aber auch um Details wie die Anpassung des Versandlabels an die Wünsche des schwedischen Kunden.

Der komplette 2,0-Liter L-850 Turbomotor aus Kaiserslautern geht heute bereits ins österreichische Graz, wo die Saab-Cabrios montiert werden, sowie nach Rüsselsheim, wo das Aggregat in Vectra und Signum eingebaut wird. ■



Auf-Lader: Gabriele Rings, Günter Weber, Ralf Klink und Klaus Lehmann (v.l.)



Foto: D. Pellegrini

Die Achsen des Guten

Bochumer Achsenbau feiert 1 500 Tage unfallfreies Arbeiten

Bochum (es). 1 500 Tage ohne Arbeitsunfall mit Ausfalltag – ein hervorragendes Ergebnis, das bei Opel erfreulicherweise öfters zu vermelden ist. Dass der Bochumer Achsenbau jetzt diese magische Zahl erreicht, ist aber schon etwas Besonderes.

Warum? Weil von Herbst 2003, als sich der letzte Unfall im Achsenbau ereignete, bis Jahresbeginn 2007 bis zu 600 Mitarbeiter bis zu 4000 Bauteile pro Tag fertigten, hauptsächlich Hinterachsen, Vorderradträger und Federbeine. Dabei ist ein breites Arbeitsspektrum zu bewältigen – Schweißen, Lackieren, Montieren, mechanische Arbeiten aller Art, bei denen es viele scharfkantige Gegenstände zu handhaben gibt.

Unter diesen Umständen so lange unfallfrei zu arbeiten, spricht für Konzentration und Disziplin der Belegschaft – aber auch

für das konsequente Einhalten der GM-GMS-Prinzipien sowie sorgfältig und gewissenhaft durchgeführte Unterweisungen sowie Arbeitsplatzgehungen.

Besonders intensiv kommuniziert der Achsenbau Beinahe-Unfälle. 2006 wurde über rund 150 solcher Ereignisse berichtet – in der Annahme, dass diese Info auch der Vorbeugung dient. Auch die Zahl der so genannten „Unfall-Erstbehandlungen“ – meist kleinere Schnittverletzungen, die keine Ausfalltage nach sich ziehen – ist deutlich gesunken.

Und: Unter den Mitarbeitern von Lieferanten, die im Achsenbau tätig sind, ereigneten sich ebenfalls keine Unfälle mit Ausfalltag, da sie vor der Arbeitsaufnahme sorgfältig eingewiesen werden. Solche Unfälle tauchten zwar in der Opel-Statistik nicht auf. Aber, so Dietmar Neels, Leiter Achsenbau: „Wir betreiben gewissenhafte Unfallprävention zum Wohle der Menschen, nicht der Statistik.“ ■



Foto: Hansch

Zahl-Tag: Seit Herbst 2003 hat sich hier kein Unfall mehr ereignet

Klinischer Test



Vier Fahrzeuge setzt das Eisenacher St.-Georg Klinikum für die mobile Pflege ein – zum Teil rund um die Uhr. „Hier sind Zuverlässigkeit und eine praktische Größe gefragt“, betont Ralph Freiherr von Follenius, Geschäftsführer des Klinikums. Man habe sich bewusst die Frage gestellt, ob es ein smarteres Auto als den Corsa gäbe. Der Antwort folgte ein Markenwechsel. Mitte Februar präsentierte man stolz die Neuanschaffungen: Werks-Chef Leo Wiels (r.) und Opel-Händler Sascha Schorr (3.v.l.) begrüßten die Klinikchef (2.v.l.) und seine Mitarbeiterinnen Anke Waldstädt (l.), Christine Schwanz (3.v.r.) und Yvonne Gläser (2.v.r.) zur Entscheidung, den Fuhrpark mit weiteren Opel-Produkten auszustatten. ■

Foto: Mediapack

Stück-Werk: Den Niederhalter hatte es mächtig erwischt



Hilfs-Werk: Auch Sascha Lis (l.) und Thorsten Dick waren unermüdet im Einsatz

Pfälzer Bruch-Rechnung

In sieben Schichten reparierten Lauterer Mitarbeiter ein wichtiges Werkzeug für die Astra-Fertigung

Kaiserslautern (es). An Fastnacht flogen auch in der Pfalz die Funken. Allerdings ohne „Helau“ und „Alaaf“. Vielmehr galt es, ein gebrochenes Werkzeug für den Astra-Hinterrahmen wieder zusammenzuschweißen – im Eiltempo, denn in den Zusammenbauwerken drohte Produktionsstillstand.

Das Malheur geschah kurz vor den tollen Tagen. In einem Schnittwerkzeug blieben zwei Hinterrahmen im Werkzeugoberteil hängen. Dabei brach das innere Teil des Werkzeugs, der so genannte Niederhalter, gleich sechsmal – und präsentierte sich den Werkzeugmachern des Presswerks anschließend als ein etwa 600 kg schweres Puzzlespiel.

Mancher hätte den Fall für hoffnungslos erklärt, aber die Pfälzer mögen diese Art von Herausforderung. Zumal nur wenig Zeit blieb, das Puzzle wieder zusammenzufügen. Zuerst wurde eine 40 Millimeter dicke Aufbauplatte gefräst, um die Bruchstücke neu zu fixieren. Dann wechselten sich vier Werkzeugschweißer beim Zusammenfügen der Bruchstücke insgesamt sieben Schichten lang rund um die Uhr ab.

Dummerweise war ein Puzzlestück beim Bruch in der Anlage verschwunden. Dafür musste komplett neuer Ersatz her. Im Modellbau entstand zunächst ein Kunststoffmodell, dessen Form digitalisiert und an-

schließend auf einer CNC-Fräsmaschine gefertigt wurde. Nach dem Schweißmarathon mussten noch einige ebenfalls gebrochene Schnittmatrizen zusammengefügt werden. Nun konnte das Werkzeug wieder montiert und die Form eingearbeitet werden.

Durch die reibungslose Kooperation von Werkzeuginstandhaltung, Werkzeugschweißerei, Maschinenpark und Modellbau startete die Produktion der Hinterrahmen pünktlich zum festgelegten Termin. Die Fertigung in den Astra-Werken lief dadurch ungehindert weiter. Als ob nie etwas geschehen wäre...

Ohne Scheich geht's gleich

Rüsselsheimer Mitarbeiter stoßen im Getriebewerk auf eine Ölquelle

Rüsselsheim (es). Für das Einsparen von Öl gibt es drei gute Gründe. Es ist eine knapper werdende Ressource, es ist teuer und seine Entsorgung ist aufwändig. Umso besser also, dass im F40-Getriebewerk nun reichlich Öl zusätzlich wiederverwendet werden kann, statt entsorgt werden zu müssen – dank der findigen Idee der Powertrain-Mitarbeiter Peter-Johannes Gowik und Matthias Krautwurst.

Hintergrund: An den Prüfständen werden in einem Testlauf die neuen Getriebe durchgeschaltet sowie eine Geräuschmessung vorgenommen. Dafür werden sie mit Öl befüllt, das nach Testende direkt wieder abgelassen wird. Trotz der kurzen Einsatzzeit enthält der Schmierstoff Rückstände, vor allem von den Dichtungsmitteln.

Die Rückstände wurden zunächst mit Hilfe eines Einwegfilters aus dem Öl entfernt, so dass dieses wiederverwendet werden konnte. Der Einwegfilter musste allerdings täglich gewechselt werden – eine kostenintensive Lösung, die übers

Jahrgesehen zudem zu einer beträchtlichen Menge Sonderabfall führte.

Einer ersten Idee von Instandhalter Hans Belzer folgend, wurde der Einwegfilter durch einen Rückspülfilter ersetzt. Damit war kein tägliches Auswechseln mehr nötig. Dennoch fiel noch reichlich Öl an, das entsorgt werden musste, weil es zu verschmutzt war.

Das Beispiel einer Industrie-Waschmaschine, in der eine Zentrifuge Wasser von Öl reinigt, brachte Gowik und Krautwurst schließlich auf die entscheidende Idee. Sie setzten hinter den Rückspülfilter im Öl-Container eine Zentrifuge ein, die die Schmutzpartikel aus dem Schmierstoff nun quasi hinausschleudert, so dass dieser zu hundert Prozent wiederverwendet werden kann.

Ergebnis: Pro Jahr werden jetzt insgesamt 3 900 Kilo Öl eingespart. Aktuell kostet das Kilo 2,28 Euro. Schon allein dieser Betrag kann sich sehen lassen – vom wirkungsvollen Beitrag zum Umweltschutz und den nun nicht mehr anfallenden Entsorgungskosten mal ganz abgesehen. ■

Mannschaftstraining

Neues Bochumer Trainee-Programm hilft systematisch teambewusste Führungskräfte auszubilden

Bochum (es). Eine gute akademische Ausbildung macht noch lange keine gute Führungskraft. Wie erkennt man eine besondere Eignung zum Vorgesetzten? In einem neuen, in Bochum entwickelten Trainee-Programm wird exakt diese Frage in den Mittelpunkt gestellt.

Derzeit durchlaufen acht Teilnehmer das neue Programm: Zum Teil neu eingestellte Hochschulabsolventen, teilweise so genannte „Studienrückkehrer“, die an der Bochumer FH eine Kooperative Ingenieursausbildung (KIA) abgeschlossen haben. Die Hälfte sind Frauen, denn: „Wir suchen für unser Werk nicht nur junge Führungskräfte, wir wollen auch den Anteil an weiblichen Vorgesetzten erhöhen“, so Personaldirektor Edgar Vieth.

Das Programm beginnt mit einem theoretischen Teil, in dem Grundlagen der Teambildung vermittelt, aber auch ein SWE-Training und ein intensives GM-GMS-Training durchlaufen wird. Eine Einführung in die einzelnen Fertigungsbereiche, in Präsentationstechnik und ein Kommunikationstraining runden den Part ab.

Anschließend beginnt der praxisbezogene zweite Teil: Die Teilnehmer werden zunächst auf eine Gruppensprecher-



Trainings-Einheit: Personaldirektor Edgar Vieth, Antje Thies, Markus Mitschke, Nicole Formanski, Stefan Nienhaus, Brunhilde Toffel, Miriam Eilebrecht und Trainer Uwe Flöttchen (v.l.)

funktion vorbereitet, die sie im nächsten Schritt drei Monate lang ausüben. „Schon hier zeigt sich, wer Führungsfähigkeiten hat“, so Vieth. Danach machen die Trainees buchstäblich ihr Meister-Stück. Nach einer 25-tägigen theoretischen Einführung werden sie ein Jahr lang als Meister in ihrem Stammbereich eingesetzt.

„Für die Trainees, denen Menschenführung weniger liegt,

finden wir andere Aufgaben im Unternehmen, die ihren spezifischen Qualitäten besser entsprechen“, erklärt der Personaldirektor weiter. „Das Programm ermöglicht uns, gezielt nach Führungskompetenzen zu suchen. Es ist eine enorme Weiterentwicklung gegenüber den zweitägigen Assessment-Centern, die wir für solche Aufgaben bislang organisiert haben.“

Ebenfalls eine gute Idee, die von den Nachwuchsmanagern dankbar angenommen wird: Jedem Trainee ist eine erfahrene Führungskraft als Mentor zugewiesen, die jederzeit um Rat gefragt werden kann. Nicht nur in Bochum ist man mit dem Verlauf des ersten Trainee-Programms sehr zufrieden. Auch andere Werke haben bereits Interesse bekundet und denken darüber nach, es zu übernehmen. ■

Rechts schaffend

Eisenach fertigt Corsa für Großbritannien

Eisenach (mm). Stellen Sie sich vor, Ihre Aufgabe ist es, frisch gebaute Corsa aus der Fertigungshalle auf einen Versandplatz zu fahren. Sie steigen ganz routiniert in das Auto ein und greifen anstelle zum Lenkrad ins Leere. Der Blick nach rechts zeigt, wo Lenkrad und Pedale geblieben sind: auf der rechten Seite. Dann wird auch schnell klar, dass es sich um einen Rechtslenker-Corsa der Marke Vauxhall handelt.

Beide werden seit vergangenem Jahr in Eisenach auf ein und derselben Linie gebaut. Die Unterschiede

zum Opel Corsa sind äußerlich betrachtet geringfügig und eigentlich nur erkennbar am Kühlergrill und dem Vauxhall-Emblem. Bis zu einem Drittel der in Eisenach gefertigten Fahrzeuge zeigen den Vauxhall-Greif. Das sind bei einem geplanten Jahresvolumen von 175 000 Fahrzeugen rund 58 000 Corsa, die aus Thüringen nach Großbritannien geliefert werden. ■



Greif zu: Vauxhall-Log



Foto: (2) Mediatech

V-Mann: Opel und Vauxhall laufen von einem Band

Einer der ersten Stunde

Mit Werner Cyprian verlässt Bochums letzter Aktiver der „Generation Gummistiefel“ das Werk

Bochum (es). Superlative mag Werner Cyprian eigentlich nicht sehr. Gegen einen kann er sich freilich schlecht wehren: Dass er innerhalb der europäischen Organisation vermutlich einer der bekanntesten Opelner überhaupt war. Und wohl auch noch eine Weile bleiben wird, denn so ein richtiger Ruhestand ist für seinen quirligen Geist auch nach seiner Verabschiedung noch nicht in Sicht.

Obwohl er sich nach 44 Jahren als gefragter Experte in Qualitätsfragen in allen Werken Europas zuhause gefühlt hat – daheim gewesen ist er in Bochum. Werner Cyprian war der letzte Aktive der so genannten „Gummistiefel-Generation“ – so nennen sie am Standort die Männer der ersten Stunde, die nach der Werkseröffnung 1962 jeden Morgen durch den Schlamm vom Parkplatz zum Arbeitsplatz waten, weil die Verkehrswege auf dem Gelände noch nicht asphaltiert waren.

Gerade mal 20 Jahre alt war der Maschinenschlosser damals – und trat schon seine sechste Arbeitsstelle an. „Ich hatte mich nirgends heimisch gefühlt. Bei Opel hoffte ich auf eine Chan-



Anfang und Ende: Werner Cyprian fuhr stilecht im Kadett A nach Hause

ce, was werden zu können.“ Seine Hoffnung wurde nicht enttäuscht. Nach kurzer Zeit wechselte er von der Instandhaltung in den Messraum, weil er eine Techniker-Ausbildung absolvieren und Normalschicht wollte.

Damit hatte er bereits das Aufgabenfeld betreten, das ihn fortan beschäftigen sollte: die Qualitätssicherung. Obwohl er

als Meister die Schicht oder den Bereich ungefähr alle fünf Jahre wechselte – „ich brauchte von Zeit zu Zeit eine neue Herausforderung“. So wurde er in Bochum bekannt – auch wegen seiner besonnenen Art der Menschenführung: „Ich habe die Leute lieber überzeugt statt befehligt“.

Ab Anfang der 90er-Jahre war er für Projektarbeit in Sachen

Karosseriebau an der Pilotlinie zuständig. Wenn in Bochum ein Anlauf bewältigt war, unterstützte er Produktionsstarts in anderen europäischen Werken. Was ihn endgültig zur Berühmtheit innerhalb der Opel-Welt machte. Wenn Mitarbeiter in Antwerpen, Ellesmere Port oder sogar im thailändischen Rayong über einen QS-Kollegen sprachen, der ihnen geholfen hatte, fiel ihnen vielleicht nicht immer der Name Cyprian ein, doch wenn die Rede auf den „Werner aus Bochum“ kam, fiel sofort der Groschen.

Obwohl er als Qualitätsingenieur so ziemlich jedes Opel-Modell der vergangenen Jahrzehnte mit aus der Taufe gehoben hat – „ein Autofanater bin ich nie gewesen. Als Fahrer, der allein dienstlich zigtausende von Kilometern zurückzulegen hatte, war ich mit jedem Opel zufrieden, der ein gutes Radio hatte“. Nur bei einem Modell leuchten seine Augen auf: „Der GT, den wir Ende der 60er-Jahre in Bochum bauten, das war schon ein besonderes Auto.“

„Etwas Besonderes ist für den zweifachen Großvater aber auch der A-Kadett: Das war schließlich der erste Opel, den die Gummistiefel-Generation 1962 vom Band laufen ließ. Jetzt fuhr Werner Cyprian mit einem Modell aus exakt diesem Baujahr nach Hause. „Eine wunderschöne Überraschung durch die Kollegen“, freut sich Werner Cyprian.

Happy-End? Ja klar, aber einen Tag später war Werner Cyprian schon wieder im Werk unterwegs. Ein neuer Opel-Lieferant hat sich seine Unterstützung gesichert, um dem großen Partner die gewünschte Qualität bieten zu können. Und Werner Cyprian ist auch da gerne bei der Sache: „Warum nicht? Solange ich mich noch nicht alt fühle...“

März 2007

Spenden-Verfahren

Mit einem Scheck über 5000 Euro unterstützen Opel-Azubis die Arbeit der Werkstätten für Behinderte Rhein-Main (WfB) in Rüsselsheim. Finanziert wird die Spende durch Erlöse aus dem Verkauf selbst produzierter Waren während des Weihnachtsmarktes. Mit dem Vorschlag, den Verkaufserlös an die WfB zu vergeben, setzen die Auszubildenden neue Impulse für die weitere Zusammenarbeit und vergrößern den finanziellen Spielraum für neue Projekte. Seit mehreren Jahren arbeiten WfB und Opel-Azubis bereits auf

dem Gebiet der Arbeitssicherheit zusammen. Auf dem Bild zu sehen: Azubi Katrin Luley, Ausbilder Gerhard May, Thomas Gärtner von den WfB, die Azubis Björn

Fischer und Christin Thau, Rainer Loth und Bärbel Melchior von den WfB, WfB-Chef Ernst Brands und Opel-Ausbildungsleiter Hans-Dieter Weiland (v.l.).



Ross und Kutscher: Aus dem Hobby wurde ein Hochzeits-Dienst

Retour-Kutsche

Karl-Heinz Wolf aus Rüsselsheim liebt PS in ihrer ursprünglichen Form

Rüsselsheim (es). „Das Glück dieser Erde liegt auf dem Rücken der Pferde“, pflegen Reitsportfreunde zu sagen. Für Karl-Heinz Wolf bedeuteten Pferde immer auch viel Arbeit. Der sich der Mann aus dem Rüsselsheimer Zentralmagazin aber stets mit viel Begeisterung gewidmet hat, getreu seinem Motto: „Wenn ich was mache, dann richtig“.

Schon als junger Mann bearbeitete er heute 50-Jährige die elterlichen Weinberge und setzte dabei noch auf natürliche Pferdestärken. Von daher gehörte behufte Vierbeiner für ihn schon immer zur Familie. Daran änderte auch eine Heirat nichts – nicht zuletzt, weil auch

Ehefrau Christiane Pferdenärrin ist. Vor rund 20 Jahren erstanden sie im Rheinhessischen ein kleines Gut, das sie prompt zum Pferdehof ausbauten. Das morgendliche Einfüttern und die abendliche Stallarbeit gehören seit dem ebenso zu Wolfs Alltag wie die Arbeit bei Opel.

Doch ist das längst nicht alles. Ein Bekannter offerierte dem Allround-Talent eine alte Pferdekutsche für damals 500 Mark. Wolf restaurierte sie und stellte fest, dass es sich um ein fahrzeuggeschichtliches Kleinod handelte, das 1876 in Mainz gebaut worden war. Das liebevoll wiederhergestellte Gefährt ta-

xierte ein Gutachter später auf über 30 000 Euro.

Was Karl-Heinz Wolf weniger interessierte, schließlich wollte er sich selbst an der Prachtkutsche erfreuen. Bald kamen aber Anfragen, zunächst aus dem Bekanntenkreis, ob das Gefährt auch zu chartern sei, als Hochzeitskutsche beispielsweise. Natürlich sagte das Ehepaar Wolf nicht nein, und so wurde aus dem Pferdehof ein Unternehmen, das Kutschfahrten für alle Anlässe anbietet.

Vier Kutschen stehen mittlerweile zur Auswahl, natürlich alle von Wolf detailfreudig restauriert, eine ausrangierte Ackerrolle hat er mit viel Geschick zum Planwagen umgebaut. Ob

Auf dem Bock: Karl-Heinz Wolf

er sich nun ausgelastet fühlt? Nicht ganz: Nebenbei beschlägt er Pferde und restauriert oder repariert Zaumzeug. Sonntags aber wird ausgiebig ausgeritten – so keine Ausfahrt ansteht.

Erstaunlich nur, dass seine beiden Söhne von seiner Begeisterung noch nicht so richtig angesteckt worden sind. Aber das Familienoberhaupt hat die Hoffnung noch nicht aufgegeben. Die Jungs interessieren sich dafür umso mehr für die jungen Damen, die gerne auf den Hof kommen, um bei der Stallarbeit zu helfen und zum Lohn dafür ausreiten dürfen. Insofern profitieren sie auch von der Pferdeleidenschaft ihrer Eltern. ■

Nur fliegen war schöner

Azubis restaurierten historischen Opel-Flugmotor von 1916



Motor: Zu sehen im Forum

Opel Post

Rüsselsheim (ot). Bei Fahrrädern und Autos war Opel immer vorne mit dabei. Was viele vergessen haben: Auch Flugmotoren gehörten zeitweilig zum Produktionsprogramm. 1916 fertigten die Rüsselsheimer in Lizenz den Argus-Sechszylinder Typ „A.S.III.O.“ – der unter anderem in den Doppeldecker Hawa CL IIIa eingebaut wurde. Frisch restauriert kann das Antriebsaggregat von damals nun im Rüsselsheimer Opel-Forum wieder in Augenschein genommen werden.

Um aus der schon im Werksbesitz befindlichen unansehnlichen Technikruine wieder das blitzende Prunkstück von damals zu machen, war harte Arbeit nötig. In vielen Einzelschritten zerlegten Azubis der Technischen Berufsausbildung den Motor in seine Einzelteile, reinigten und



Rotor: Die Montage des hölzernen Propellers

schliffen sie und bauten Teile wie zum Beispiel die Zündkerzen nach. Im Anschluss wurden sämtliche Teile poliert, lackiert und zum Teil verzinkt – für die Auszubildenden in rund 1 400 Arbeitsstunden die Gelegenheit, Technikgeschichte hautnah zu erleben. ■

Wir gratulieren

40 Jahre

Rüsselsheim
Februar
Otmar Kunert

Wir gedenken

Kaiserslautern

Lothar Kühn
geb. 11.3.49, gest. 20.2.07
Powertrain Motorenaufbereitung

Horst-Walter Gutwein

geb. 5.1.53, gest. 5.1.07
Energieversorgung

Wer fährt mit?

Rüsselsheim

Hochheim → Rüsselsheim, M55,
suche Mitfahrgelegenheit,
A-Schicht, Tel.: 0160/8167917

MZ-Mombach, MZ Gonsenheim
→ Rüsselsheim, suche/biete
Fahrgemeinschaft, B-Schicht,
Tel.: 06131/683591

Selters Ts und Umgebung →
Rüsselsheim, suche/biete Fahr-
gemeinschaft mit 3 Personen,
Normalschicht, Gleitzeit 7:00 –
15:30 Uhr, Tel.: 06142/776908

MZ-Ebersheim → Rüsselsheim,
suche/biete Fahrgemeinschaft,
Gleitzeit, Tel.: 06142/771841

Bingen → Rüsselsheim,
suche/biete Fahrgemeinschaft,
Gleitzeit, 7:00 - 15:00/16:00 Uhr,
Portal P 8/45, Tel.: 06721/41563

Limburg → Rüsselsheim,
suche/biete Fahrgemeinschaft,
Gleitzeit, 7:00 – 15:00 Uhr, Park-
platz M 55, Tel.: 06431/43358

Weiterstadt → Rüsselsheim,
suche/biete Fahrgemeinschaft,
M55, Normalschicht, 15:00 –
16:00 Uhr, Tel.: 0177/8884941

Nastätten → Rüsselsheim,
Fahrgemeinschaft sucht noch
Mitfahrer täglich in der Normal-
zeit (Mo + Fr. ab 7:00), früher
Arbeitsbeginn erwünscht,
Tel.: 06772/961900

Bingen-Dromersheim, Gensin-
gen, Ingelheim und Umgebung
→ Rüsselsheim, ITEZ/Adam Opel
Haus, suche/biete Fahrgemein-
schaft, Gleitzeit 7:00 - 15:30 Uhr,
Tel.: 06725/308831

Bingen → Rüsselsheim,
suche/biete Fahrgemeinschaft,
Portal 60/43, Schicht B,
Tel.: 06721/994203 od.
0171/7425026

Framersheim, Gau-Odernheim,
Bechtolsheim, Biebelnheim →
Rüsselsheim, biete Fahrgemein-
schaft, Portal 8, Schicht B,
Tel.: 06733/7270

Börsen-Meldung

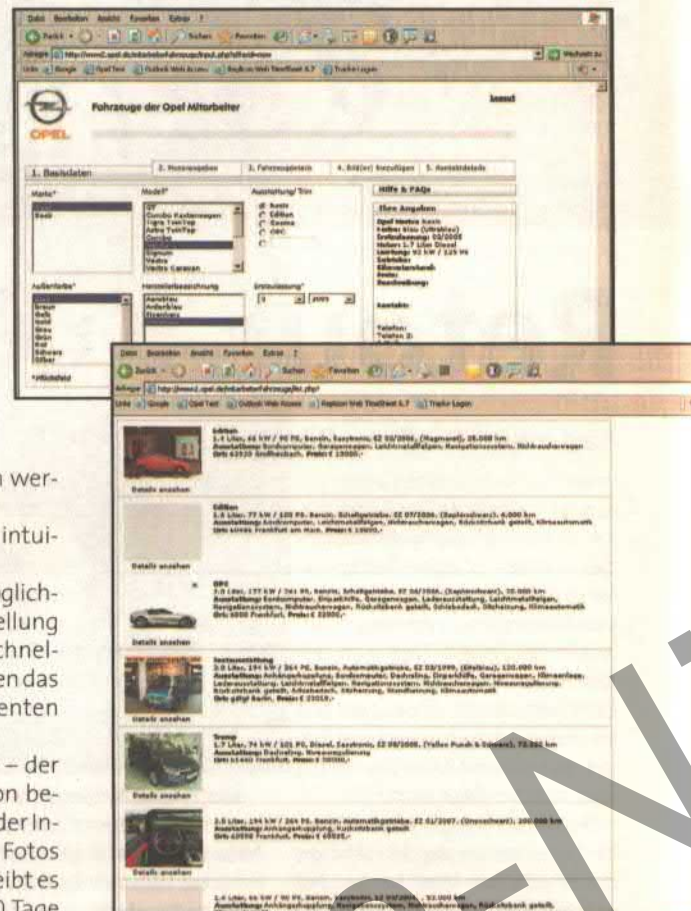
Jahreswagenangebot zeigt sich funktionaler und optisch überarbeitet

Rüsselsheim (mrm). Je attraktiver ein Angebot, desto besser verkauft es sich, sagt eine alte Kaufmannsweisheit. Ab sofort präsentiert sich die Jahreswagenbörse deshalb komplett überarbeitet und in ihrer Funktionalität deutlich verbessert. Die Vorteile im Überblick:

- Jeder Inserent kann sein Fahrzeug selbst online einstellen.
- Nach Login mit Stammmummer und Nachnamen kann jeder Mitarbeiter seine Angebote einstellen und die Daten jederzeit ändern oder ergänzen.
- Pro inseriertem Fahrzeug können bis zu vier Fotos hochgeladen werden.
- Die Bedienbarkeit ist einfach und intuitiv.

Neue Suchfunktionen und Sortiermöglichkeiten sowie eine strukturierte Darstellung der Fahrzeugdaten helfen bei der schnellen Sichtung der Angebote und machen das Angebot so auch für Kauf-Interessenten deutlich attraktiver.

Natürlich kann auch – wie bisher – der in der Opel Post abgedruckte Coupon benutzt werden. Dann allerdings muss der Inserent auf die Veröffentlichung von Fotos verzichten. In beiden Fällen jedoch bleibt es dabei: Das inserierte Fahrzeug ist 30 Tage online.



Börsen-notiert: Kaufen und Verkaufen leicht gemacht

Engagement ausgezeichnet

Ex-Werksdirektor Wilfried-J. Ehrlich mit Bundesverdienstkreuz geehrt

Mainz (jh). Kaum in Ruhestand gegangen, macht der ehemalige Werksdirektor Wilfried-Jürgen Ehrlich noch einmal von sich reden: In Mainz bekam Ehrlich jetzt vom rheinland-pfälzischen Wirtschaftsminister Hendrik Hering das

Bundesverdienstkreuz am Bande überreicht. Diese hochrangige Ehrung gibt es für herausragendes Engagement in Wirtschaft und Gesellschaft.

„Wilfried-Jürgen Ehrlich zeigte neue wirtschaftliche Perspektiven für das Werk in Kaiserslautern auf und trug somit entscheidend zum Erhalt der Arbeitsplätze bei“, sagte Wirtschaftsminister Hering in seiner Laudatio. Als Kuratoriumsmitglied der TU und der FH Kaiserslautern hat sich Ehrlich zudem für die Belange des wissenschaftlichen Nachwuchses eingesetzt.

Seine eigenen Kenntnisse brachte er in die Verbands- und Kammerarbeit sowie in einen Unternehmerkreis am Standort ein. Dieses Engagement sowie viele weitere Aufgaben und Ehrenämter wurden jetzt in Mainz geehrt.



Geehrt: Minister Hering (l.) dankt Wilfried-J. Ehrlich

März 2007

Die Anzeige für Ihren Jahres- oder Gebrauchtwagen

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

Die Internet-Adresse für Ihren Jahres- oder Gebrauchtwagen: www.opel-mitarbeiterfahrzeuge.de

Fahrzeug			
<input type="checkbox"/> Agila	<input type="checkbox"/> Corsa	<input type="checkbox"/> OPC Modelle	<input type="checkbox"/> Vivaro
<input type="checkbox"/> Antara	<input type="checkbox"/> Combo	<input type="checkbox"/> Signum	<input type="checkbox"/> Zafira
<input type="checkbox"/> Astra	<input type="checkbox"/> Meriva	<input type="checkbox"/> Tigra TwinTop	Anderes Opel-/GM- Modell: <input type="text"/>
<input type="checkbox"/> Astra TwinTop	<input type="checkbox"/> Opel GT	<input type="checkbox"/> Vectra	
Basisdaten			
Modellvariante (z.B. Edition, Cosmo)	Türen	Mögliche weitere Angaben	
<input type="text"/>	2 3 4 5		
Motorisierung (z.B. 1.2 16V, 1.7 CDTI)	Leistung (PS/kW)		
<input type="text"/>	<input type="text"/>		
Erstzulassung (Monat - Jahr)	Kraftstoff		
<input type="text"/>	<input type="text"/>		
Preis	Getriebe		
<input type="text"/>	<input type="text"/>		
km-Stand	Farbe		
<input type="text"/>	<input type="text"/>		
Extras			
<input type="checkbox"/> AFL / Bi-Xenon-Kurvenlicht	<input type="checkbox"/> IDS Sportfahrwerk	<input type="checkbox"/> Niveauregulierung	
<input type="checkbox"/> Anhängerkupplung	<input type="checkbox"/> IDS Plus	<input type="checkbox"/> Halogen-Nebelscheinwerfer	
<input type="checkbox"/> Anschluss-Garantie	<input type="checkbox"/> Klimaanlage	<input type="checkbox"/> Parkpilot	
<input type="checkbox"/> Berg-Anfahr-Assistent	<input type="checkbox"/> Klimaautomatik	<input type="checkbox"/> Quickheat Heizsystem	
<input type="checkbox"/> Bordcomputer	<input type="checkbox"/> Kopfairbag	<input type="checkbox"/> Reifendruck-Kontrollsystem	
<input type="checkbox"/> CD-Spieler	<input type="checkbox"/> Lenkradfernbedienung	<input type="checkbox"/> Regensensor	
<input type="checkbox"/> elektrische Außenspiegel	<input type="checkbox"/> Lenkrad-Höhen-Verstellung	<input type="checkbox"/> Rücksitzbank geteilt	
<input type="checkbox"/> FlexOrganizer	<input type="checkbox"/> Lederlenkrad	<input type="checkbox"/> Schiebedach	
<input type="checkbox"/> Festpreis	<input type="checkbox"/> Lederausstattung	<input type="checkbox"/> Sitzbelegungserkennung	
<input type="checkbox"/> Dachreling	<input type="checkbox"/> Leichtmetallfelgen	<input type="checkbox"/> Sitzheizung	
<input type="checkbox"/> Garagenwagen	<input type="checkbox"/> Navigationssystem	<input type="checkbox"/> Standheizung	
<input type="checkbox"/> Geschwindigkeitsregler	<input type="checkbox"/> Nichtraucherwagen	<input type="checkbox"/> Vollw. Reserverad	
Kontaktdetails			
Folgende Angaben (bis auf die Privattelefonnummer und private E-Mail-Adresse) werden nicht veröffentlicht:			
Vorname	Name		
<input type="text"/>	<input type="text"/>		
Opel Stammmummer	<input type="text"/>		
(PLZ) Ort	<input type="text"/>		
*Privattelefonnummer (notwendig für die Veröffentlichung)			
<input type="text"/>			
*Private E-Mail-Adresse (falls vorhanden)			
<input type="text"/>			

Coupon per Deutsche Post AG an:
Anzeigenservice
Jahreswagen
Postfach 1503
65405 Rüsselsheim

*eines muss ausgefüllt sein

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