

Opel-Chef Stracke skizziert neuen Unternehmensplan

Karl-Friedrich Stracke, Vorsitzender des Vorstands der Adam Opel AG, hat in der heutigen außerordentlichen Betriebsversammlung die Belegschaft über den umfassenden Unternehmensplan informiert, der Opel schnellstmöglich zur Profitabilität führen soll. Der neue Unternehmensplan umfasst zehn Eckpfeiler.

Bis 2014 investiert Opel rund elf Milliarden Euro in eine großangelegte Modelloffensive. Allein in diesem Jahr bringt Opel sechs neue Modelle auf den Markt. „Dabei fahren wir eine klare Eroberungsstrategie und dringen in neue Segmente vor, die wir bislang nicht bedienen“, sagte Stracke und verwies auf den kompakten Offroader Mokka, eine weitere Astra-Version, ein komplett neues Cabrio und das künftige Einstiegsmodell Adam. Der Adam wird im Werk Eisenach gebaut und ist damit der einzige Kleinwagen auf dem Automobilmarkt, der in Deutschland hergestellt wird.

In den kommenden 18 Monaten bringt Opel drei neue Motorengenerationen an den Start. Das macht deutlich, welch hohes Tempo Opel bei der Produkterneuerung anschlägt.

Opel will seine Position als führender Hersteller in Sachen alternativer Antriebe weiter ausbauen. „Wir sind schon heute sehr stolz, dass wir mit Elektroautos wie dem Ampera der Konkurrenz um Jahre voraus sind“, sagte Stracke.

Opel will weitere neue Märkte für Opel erschließen – unter anderem in Australien, Nordafrika, Südamerika und im Mittleren Osten. „In Israel sind wir bereits erfolgreich gestartet und unser Engagement in China, Russland und in der Türkei werden wir weiter ausbauen“, sagte Stracke. Der Opel-Vorstandsvorsitzende stellte klar, dass Exporte in Regionen außerhalb Europas allein nicht ausreichen, um europäische Werke in Europa voll auszulasten: „Wir müssen unsere Hausaufgaben in Europa machen.“

Opel hat eine Reihe von Initiativen gestartet, mit denen das Unternehmen zu einem der Branchenführer in Sachen Qualität werden will - hinsichtlich des Produkts ebenso wie beim Kundenservice.

Opel arbeitet an einer klaren, neuen Markenstrategie, die sich eindeutig an den traditionellen und erreichbaren Zielkunden orientiert.

Opel arbeitet hart daran, seine Deckungsbeiträge zu steigern. Ein wichtiger Punkt ist hier der Blick auf die Materialkosten. Zudem will Opel die Komplexität in der Fertigung reduzieren.

Opel ist nutzenbringenden Partnerschaften aufgeschlossen, wie zuletzt jener mit PSA Peugeot Citroen: „Im Moment befinden wir uns in einem Stadium, in dem wir mehrere konkrete Projekte mit PSA im Detail prüfen“, so Stracke. Der Opel-Vorstandsvorsitzende wiederholte, dass die Allianz auf Ausgewogenheit ausgerichtet sei: „Sollten wir entscheiden, ein Entwicklungsprojekt von Opel zu PSA zu verlagern, wird im Gegenzug ein PSA-Projekt nach Rüsselsheim kommen.“ Stracke wiederholte, dass im Internationalen Technischen Entwicklungszentrum in Rüsselsheim aufgrund dieser Allianz keine Stellen verloren gehen. Vielmehr werde die Zukunft des Entwicklungszentrums gestärkt.

Opel bringt seine Produktion auf Vordermann. „Klares Ziel ist es hier, in jedem einzelnen Werk einen Dreischichtbetrieb zu erreichen“, so Stracke. Den Anfang macht Opel mit der Produktionsvergabe der nächsten Astra-Generation. Stracke: „Angesichts der erwarteten Nachfrage sind wirtschaftlich nur zwei Astra-Werke sinnvoll. Wenn wir diese zwei Werke im Dreischichtbetrieb laufen lassen, werden die Produktionskosten für die nächste Astra-Generation deutlich unter den heutigen liegen. Denn heute fahren wir drei Werken nur in zwei Schichten.“ Opel plant, mehr als 300 Millionen Euro in die zukünftigen Astra-Werke zu investieren.

Prüfung der Allokation von Chevrolet-Modellen in Europa: „Wir sind in Gesprächen mit unseren Kollegen in Detroit und Shanghai um zu klären, ob wir Chevrolet-Fahrzeuge in Europa bauen können, um auch dadurch die Kapazitätsauslastung zu verbessern“, erklärte Stracke.

Der Opel-Vorstandsvorsitzende betonte, dass dieser Unternehmensplan im Juni dem Aufsichtsrat vorgelegt werde: „Er ist keineswegs ein Sparplan, sondern eine umfassende Strategie, mit der wir schnell wieder in die Gewinnzone fahren werden, ganz egal ob mit oder ohne Rückenwind des Marktes. Wir werden damit bis 2016 unsere Margen, Marktanteile und den Umsatz deutlich steigern.“

Das Stammwerk Rüsselsheim spiele in der Zukunftsstrategie eine wichtige Rolle. Stracke: „Das ist eines unserer modernsten Werke mit hervorragenden Mitarbeitern, die

buchstäblich ausgezeichnete Qualität produzieren. Ich will dieses Werk auslasten. Aber Rüsselsheim muss ein wettbewerbsfähiges Werk bleiben und dafür müssen wir noch die Flexibilität verbessern und unsere Kosten pro Fahrzeug deutlich reduzieren.“

Stracke wiederholte gegenüber den Beschäftigten, dass Opel alle bestehenden Zusagen einhalte – wie etwa den Standortsicherungsvertrag bis Ende 2014. „Und je schneller wir wieder Gewinne schreiben, desto schneller werden wir Sie daran auch beteiligen.“
(ampnet/nic)