


„This rocks, doesn't it?“ Opel-Chef Karl-Thomas Neumann und der Opel Adam im März auf dem Autosalon in Genf. Der Kleinwagen – im Konzernsprech „Ädäm“ – soll für das neue Image des Unternehmens stehen



A man with glasses, wearing a dark suit, white shirt, and dark tie, is speaking at a podium. The background is a dark blue grid pattern.

TEXT: TIMO PACHE
UND NILS KREIMEIER
FOTOS: RAMON HAINDL (GENÈVE)
UND NATALIE BOTHUR
(RÜSSELSHEIM)

DAS WENDE- MANÖVER

Karl-Thomas Neumann hat den wohl spannendsten Job der deutschen Autoindustrie: Er soll das jahrzehntelange Siechtum von Opel beenden und die Marke wiederbeleben.

Gelingt ihm das schier Unmögliche, könnte er zu einem der mächtigsten Manager der Branche werden

Karl-Thomas Neumann kann fühlen, weshalb er in Rüsselsheim gebraucht wird.

Mit seinem Zeige- und Mittelfinger streicht er über eine Kante unter hoch poliertem Schichtlack in Braun-Silber – eine kleine Welle an der Beifahrerseite eines Opel Cascada. „Ich möchte, dass diese Linie noch klarer wird, noch präziser, noch schärfer.“ Man müsse sich fast daran schneiden können, so scharf müsse diese Linie werden. „Das ist für mich Präzision, deutsches Design. Hier werden wir noch besser werden.“

Neumann geht um das Auto herum. Dann stutzt er. Nebenan steht ein Adam, der neue Kleinwagen von Opel. Ein Bestseller, hofft Neumann, ein schickes Spaßauto – Schick, Spaß und Opel, auch das ist ein Grund, warum er jetzt hier ist. Aber nicht so, nicht mit Staub und Wasserflecken, mitten im Foyer der Konzernzentrale. Das gehe so nicht, sagt Neumann streng, „die müssen hier blitzen“.

Präzision, Design, Glanz – es ist lange her, dass man solche Begriffe in einem Atemzug mit dem Namen Opel gehört hat. Stattdessen begann jede Meldung mit „Der angeschlagene Autobauer Opel“ oder gar „Der von der Insolvenz bedrohte Autobauer Opel“.

Die Marke lag am Boden. Öffentlich würde Neumann dies niemals so drastisch formulieren. Aber genau deshalb ist er jetzt hier.

Seit einem Jahr ist Karl-Thomas Neumann Chef von Opel. Der 53-Jährige hat den schwierigsten und wohl spannendsten Job der

deutschen Automobilindustrie. Er kämpft um nicht weniger als den Fortbestand und den Wiederaufstieg einer deutschen Traditionsmarke, die die meisten bereits abgeschlossen haben.

Sein Plan ist: Spätestens 2016 soll das Unternehmen nach Jahren des Siechtums endlich wieder schwarze Zahlen schreiben. Es ist das Jahr, das Neumann öffentlich als Ziel ausgibt. Geht es noch schneller, ist das sein persönlicher Erfolg. Dazu muss er die Kosten weiter drücken. Und er muss neue Produkte bringen, ein völlig neues Image erfinden. Opel soll Anschluss ans 2.0-Zeitalter finden, mit Carsharing, Internet im Auto und Elektrofahrzeugen. Und Neumann will noch mehr. Opel soll die Nummer zwei in Europa werden. Nach dem Weltkonzern Volkswagen. Das wäre seine Meisterprüfung.

Das Drama um Opel ist ein Stück deutsche Wirtschaftsgeschichte. In der ersten Hälfte des vorigen Jahrhunderts war Opel einer der größten Automobilhersteller Europas. Noch bis in die 70er-Jahre hinein lag Opel in Deutschland vor Volkswagen, über 21 Prozent der Autofahrer saßen hierzulande in einem Kadett, Ascona, Manta, Admiral oder Diplomat. Doch in den 80er-Jahren begann der Abstieg, die letzten 25 Jahre stand die Marke vor allem für Qualitätsprobleme, ein schlechtes Image und ein desaströses Management.

2009 schließlich der Tiefpunkt. Der insolvente Mutterkonzern General Motors wollte die defizitäre Tochter loswerden. Ein Jahr später die jähe Wende: GM wollte Opel plötzlich doch behalten und ließ alle Verkaufsgespräche platzen. Die Marke Opel war ruiniert. GM setzte einen eisernen Sparkurs durch, Anfang 2013 beschloss das GM-Management die Schließung des Traditionswerks in Bochum. Ab 2016 werden hier keine Autos mehr gebaut.

Allein die Tatsache, dass einer wie Neumann unter diesen Umständen nach Rüsselsheim gekommen ist, ist für Opel und GM bereits ein Erfolg. Gemessen an seiner bisherigen Karriere, seinem Auftritt und seinem Ehrgeiz ist der Rüsselsheimer Konzern eigentlich unter Neumanns Niveau. Andererseits: Sollte er das Wunder tatsächlich schaffen, Opel wieder rentabel und die Marke erfolgreich machen, dann kann er noch alles werden – in Deutschland oder auf der ganzen Welt.

Mitte Februar, Neumann hat einen Tisch beim Inder reservieren lassen. Solides Essen, aber keine Extravaganzen – passend zum Arbeitgeber. Die Konzernzentrale ist nur einige Hundert Meter entfernt, auch in den Büros um das Restaurant herum überall Opel. Rüsselsheim und Opel, das sind Synonyme, trotz Krise.

Kurze Blicke und Gesprächspausen, als der Chef das Restaurant betritt. Neumann grüßt freundlich nach links und rechts, dann setzt er

Für Automanager gilt immer die Anschnallpflicht, auch wenn sie sich nur für ein Foto hinters Lenkrad setzen. Karl-Thomas Neumann gurtet sich daher wie selbstverständlich an, als er es sich im Foyer der Rüsselsheimer Konzernzentrale auf dem Fahrersitz eines Opel Adam bequem macht. Dienstlich fährt Neumann einen Insignia, das Flaggschiff des Opel-Konzerns. Auch dieser Wagen wird in der Zentrale ausgestellt



sich. In China habe er gern indisch gegessen, sagt er. Er bestellt Hühnchen und ein alkoholfreies Bier. Er ist jetzt Opel, Rüsselsheim, einer von hier. Aber das stimmt nur halb.

Dass er mehr mitbringt, sieht man ihm sofort an. Das liegt an seiner athletischen Figur, Neumann läuft Marathon, fast täglich steht er auf dem Laufband. Und an seinem Geschmack. Er mag teure Anzüge, Hemden und Krawatten, keine Sachen von der Stange. Seine Vorgänger – alles exzellente Ingenieure – sahen dagegen aus wie Steuerbeamte der Oberfinanzdirektion Frankfurt.



SELTENE KOMBINATION

Dass Neumann eine Ausnahmeerscheinung unter Deutschlands Automanagern ist, kann man an dem Lob ermessen, das er von links wie rechts bekommt, von früheren Vorstandskollegen und Gewerkschaftern. „Neumann ist ein intelligenter Kerl, ein exzellenter Ingenieur und ein teamfähiger Manager, der seine Leute mitziehen kann. Aus meiner Erfahrung kann ich sagen: Das ist eine seltene Kombination“, sagt etwa Manfred Wennemer, der Neumann vor zehn Jahren zum Automobilzulieferer Continental holte und ihn dort 2008 als Chef ablöste. „Manager von seinem Kaliber haben wir leider nicht allzu viele in Deutschland“, sagt Berthold Huber, bis vor Kurzem Chef der mächtigen IG Metall.

Wahrscheinlich ist es genau das, was sie bei Opel jetzt am dringendsten brauchen: einen Chef, der Erfolg und Zuversicht ausstrahlt. Zu dem sie aufschauen können. Der die Souveränität und Sicherheit hat, Schlechtes anzusprechen. Vor allem, wenn alle sowieso wissen, dass es schlecht läuft. Der sagt: „Ja, sowohl hier in Rüsselsheim als auch bei GM in Detroit wurden viele Fehler gemacht. Trotzdem hat die Opel-Mannschaft schon seit einigen Jahren wieder fantastische Autos gebaut.“ Mitarbeitern und Händlern wieder Stolz einzupflanzen sei —————>



eine seiner wichtigsten Aufgaben, sagt Neumann.

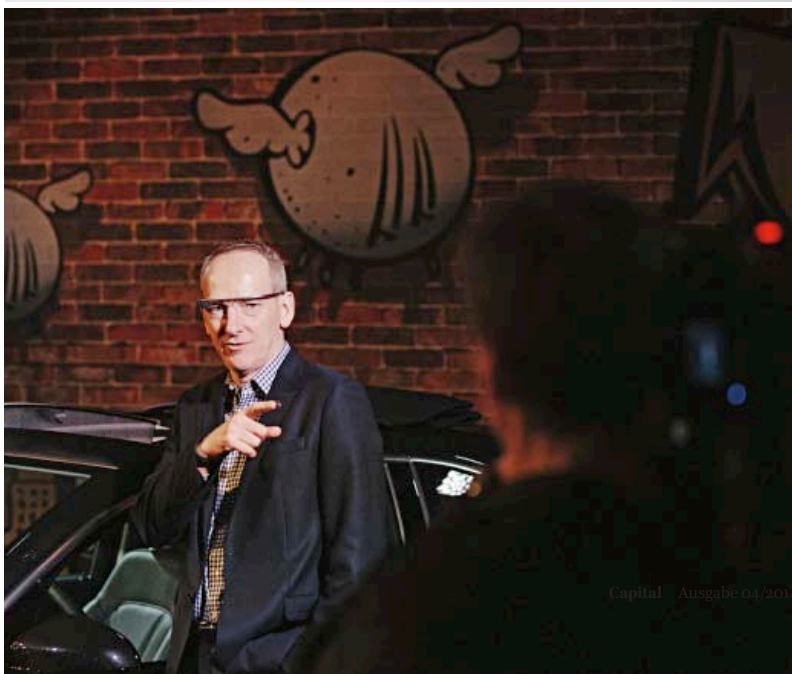
So kann er heute auch recht frei erzählen, was ihm durch den Kopf ging, als im Sommer 2012 der damalige GM-Vize und vorübergehende Opel-Chef Steve Girsky bei ihm anrief. „Mein erster Gedanke war: Das kann keine Perspektive für mich sein.“ Wie alle habe er zuerst das Gefühl gehabt, bei Opel laufe doch eh alles schief.

Neumann war damals noch Chef von Volkswagen in China, dem zweitwichtigsten Markt für VW. Manche hatten ihn bereits als Nachfolger von Konzernboss Martin Winterkorn gesehen – allerdings zu früh. In Peking wartete Neumann auf seine Ablösung. Und so stieg er doch in den Flieger nach Frankfurt. Ein Mittagessen könne nicht schaden, dachte er.

„Girsky sagte, dass GM jetzt ganz klar auf Opel setzen will“, erinnert sich Neumann. GM wolle den Turnaround in Europa schaffen. Girsky ging es nicht nur um die Opel-Rettung, es ging ihm auch um die Rettung von GM. Der Weltkonzern braucht Erfolge in Europa, und dazu braucht er Opel – und einen Chef wie Neumann. „Er bot mir eine Position an, die mich auch in den Führungsgremien in Detroit verankert“, sagt Neumann. „Das hat mich überzeugt.“

Nach dem Umzug nach Königstein ist er mit seiner Familie zu einem Opel-Händler. Inkognito. Seit seinem Studium hatte er nicht mehr in einem Opel gesessen – sein erstes neues Auto war 1983 noch ein Opel Kadett gewesen, orange mit beige Samtbezügen. Danach aber hatte er Opel aus den Augen verloren. „Ganz ehrlich, ich hatte Opel nicht mehr auf dem Radar. Ich wusste gar nicht mehr, was für Autos Opel baut.“

Jetzt wollte er einen Adam kaufen, in „berry red“. Seine Frau fand die Farbe cool. Der Besuch wurde ein Reinfluss. Die Verkäuferin war überfordert, die Farbe sei eher was für ältere Herrschaften, sagte sie. Er solle doch später wiederkommen. Kein Katalog, keine Probefahrt.



Gibt es ein Vorbild für den Turnaround, ein Beispiel, dem Opel folgen könnte? Karl-Thomas Neumann sagt: „Apple.“ Die wertvollste Marke der Welt. Darunter macht er es nicht

Vor Beginn des Genfer Autosalons polieren Mitarbeiter alles auf Hochglanz. Der Boden muss blank sein, wenn in den kommenden Tagen die Autos aus ihren Hüllen geholt werden. Opel-Chef Neumann testet bei einer Produktvorstellung die Datenbrille von Google – und filmt damit später auch den Stand seines Unternehmens. Der Suchmaschinenkonzern ist da, wo Neumann mit Opel hin will. In der Avantgarde

Da wusste Neumann, auf was er sich eingelassen hatte.

Als er dann vor gut einem Jahr zum ersten Mal wieder in einem Opel saß, sei er überrascht gewesen. Vom Design, von der Qualität, davon, „dass eine Mannschaft, die jahrelang unter Druck war, solche Autos baut. Mir war nun endgültig klar: Wir müssen dieses Markenproblem lösen.“

Opel wollte immer vernünftige und solide Autos bauen, preiswert und gut. Aber die meisten Menschen wollen nicht einfach nur ein solides, vernünftiges Auto fahren. „Das sind Givens“, sagt Neumann. Die Entscheidung für ein Auto ist etwas Irrationales, etwas Emotionales. Mit seinem Auto sagt man etwas über sich aus. „Ein Auto zu fahren ist öffentliches Konsumieren. Das ist ein Statement“, sagt Neumann. Deshalb müsse die Marke wieder attraktiver werden. Er sagt, Opel sei „aufregend“.

So wie Ende Januar in München. Opel lud 200 Prominente und Medienschaffende ins Haus der Kunst. Eine Vernissage mit dem Künstler. In einem großen Raum stand ein grauer Opel Adam, an den Wänden drum herum hingen Fotos: Der Musiker Bryan Adams hatte für Opel einen Fotokalender geschossen, große Aufnahmen in Schwarz-Weiß.

Anschließend hätten ausgewählte Gäste noch die Gelegenheit, mit Neumann und dem Künstler im kleinen Kreis zu dinieren, versprach die Einladung. Aber Neumann steckte in Detroit im Schneesturm fest, und nicht nur einige wenige, sondern alle Gäste gehörten zum erlauchten Kreis. Egal, der Abend funktionierte: Der frühere US-Botschafter Jeff Kornblum war da, die Schauspielerin Nadja Uhl, das Topmodel Eva Padberg. Und Bryan Adams natürlich. Typisch München, aber nicht typisch Opel. Es gab Champagner und feineres Mineralwasser. Mit Johannisbeere im Glas. Aufregend.

Für das neue Image hat sich Neumann eine Frau geholt, die vorher mit Autos nicht viel zu tun hatte: Tina Müller, früher Chefin des Haar-

pfllegegeschäfts von Henkel. Sie hatte auch die Idee zu dem Abend in München. Einfach mal einen Rocker und ein Topmodel Fotos schießen lassen. Gab es lange nicht mehr bei Opel.

Neumann und Müller gehen das schlechte Image ihres Arbeitgebers frontal an. Der Spot mit Dortmund-Trainer Jürgen Klopp war nur der Anfang: Stewardess findet in der Businessclass einen Opel-Schlüssel auf dem Boden, geht in die Economy und fragt, ob jemand seinen Autoschlüssel vermisst. Da öffnet sich hinter ihr der Vorhang, und Jürgen Klopp sagt: „Ja, das ist meiner.“ Der Spot war einer der erfolgreichsten des vergangenen Jahres.

FEUERWERK MIT OPEL-BLITZ

Oder sie ärgern Volkswagen, zum Beispiel beim jährlichen Treffen der GTI-Fans am Wörthersee. Eigentlich eine geschlossene Veranstaltung. Doch im vergangenen Jahr verteilte Opel heimlich 3-D-Brillen für das Feuerwerk. Als das Spektakel losging und die Golf-Fans ihre Brillen aufsetzten, sahen sie kein dreidimensionales Feuerwerk, sondern lauter Opel-Blitze. Opel filmte das Spektakel und stellte das Video auf Youtube, inklusive der VW-Fahrer, die wütend ihre 3-D-Brillen anzündeten.

Neumann macht auch persönlich viel Wirbel: Als einer der wenigen Auto-Männer ist der Opel-Chef auf Twitter, an manchen Tagen setzt er bis zu zehn Meldungen ab. Da können die Follower miterleben, wie er mit Google Glass Opel-Fahrzeuge bewundert. Neumann hat auch den Kanal von VW-Chef Martin Winterkorn abonniert, seinem ehemaligen Chef. Der hat allerdings erst einen einzigen Tweet gesendet. Im Dezember 2011.

In diesem Frühjahr wurde eine zweite Stufe gezündet: Im ganzen Land hängen Plakate zum Thema Vorurteile. Dass rothaarige Frauen aufregender seien als Blondinen, dass Oliven nicht schmecken. Der Absender war zunächst unbekannt, eine Internet- →

adresse verwies auf eine Kampagne „Umparken im Kopf“. Dass Opel dahintersteckte, wurde erst Tage später aufgedeckt – mit etlichen Promis, die sich jetzt dazu bekennen, auch mal Opel auszuprobieren.

Anfang März in Genf, es ist Autosalon, und Neumann lädt mit seiner Mannschaft zum Abendessen in die Innenstadt. In ein kleines, gemütliches Café, vor dem auf dem Bürgersteig die Vespas parken. Die Stühle und Tische stehen so eng, dass beim Essen alle die Arme anlegen müssen.

Neumann hat als Erstes seine Krawatte ausgezogen. Er will jetzt durchatmen. Der Autosalon ist ein anstrengendes Showprogramm, in den Messehallen wummert immer irgendwo laute Musik, und Neumann musste den ganzen Tag die neue, coole Marke Opel ans Publikum bringen. „This car rocks“, „It’s really stylish“, „Game changer for the automotive industry“, solche Sätze. Den Kleinwagen Adam spricht er „Ädäm“ aus, ein kleiner Verrat am Firmengründer, aber Englisch klingt eben einfach besser.

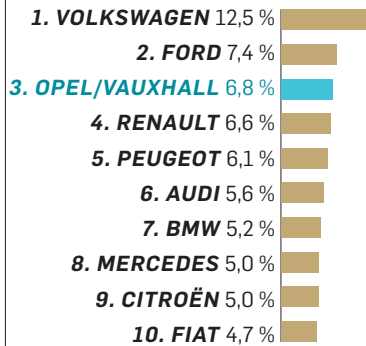
Jetzt bestellt Neumann Fisch und Weißwein und lässt sich erzählen, was andere so auf der Messe erlebt haben. Er kann zuhören, er ist keiner, der vor allem sich selbst reden hören möchte. Er horcht auf, als von Daimler die Rede ist, von den Hightech-Plänen der Stuttgarter und deren Zusammenarbeit mit Silicon-Valley-Buden. Er nickt anerkennend.

Hat er ein Vorbild für den geplanten Turnaround, ein Beispiel, dem er folgen möchte? Es wird still am Tisch, und Neumann überlegt kurz. Er nennt kein deutsches Unternehmen, auch keinen Autokonzern. Neumann sagt: „Apple.“

Die Größte der Größten, die wertvollste Marke der Welt. Darunter macht er es nicht. Aber das heißt auch: Opel ist eigentlich eine Nummer zu klein für Neumann. Er kann mehr, und er will es auch. Er selbst sagt, alles, was er anfangs machte er „mit Haut und Haaren, ich bin ehrgeizig und kompetitiv“. Allein Opel zu retten wäre ihm zu wenig gewe-

FÜHRENDE MARKEN

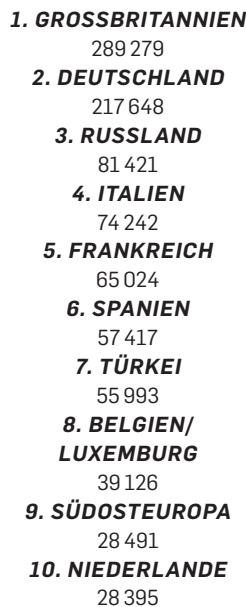
Marktanteile der Pkw-Hersteller in der EU im Jahr 2013



Quelle: ACEA

HIER WOHNEN DIE KUNDEN

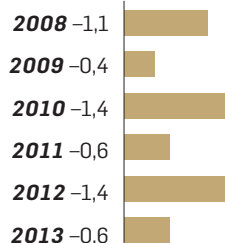
Opel-Neuzulassungen in den zehn wichtigsten Märkten 2013



Quelle: Opel

GM-VERLUSTE IN EUROPA

in Mrd. € (EBIT)



sen. Den Mutterkonzern in den USA, immerhin der größte Automobilhersteller der Welt, gleich mit wieder auf die Beine zu bringen – das ist schon eher seine Liga.

Sein Ehrgeiz hat ihm allerdings auch schon einige bittere Niederlagen eingebracht. Vor zehn Jahren verließ er Volkswagen das erste Mal und wechselte zu Continental, mit über 175 000 Mitarbeitern einer der größten Autozulieferer der Welt. Innerhalb von vier Jahren stieg er dort zum Vorstandschef auf.

Aus dieser Zeit stammen Neumanns gute Verbindungen zu mächtigen Gewerkschaftern, ein unschätzbare Wert für eine Karriere in der deutschen Autoindustrie.

Er erinnere sich noch, wie sie im Aufsichtsrat um ein Reifenwerk von Conti gerungen hätten, sagt der frühere IG-BCE-Vorstand Werner Bischoff. „Da hatten wir uns gewaltig verhakht. Aber Neumann hat nachts angerufen und gesagt, wir sollten uns noch mal zusammensetzen. So was macht man nicht, wenn man ein eiskalter Kapitalist ist.“

SCHLACHT UM CONTINENTAL

Ausgerechnet die Gewerkschafter und Betriebsräte organisierten die Unterstützung, als Neumann 2009 mit der neuen Hauptaktionärin bei Conti, Maria-Elisabeth Schaeffler, aneinandergeriet. Schaeffler wollte Neumann loswerden, doch die Arbeitnehmervertreter im Aufsichtsrat blockierten. Natürlich wusste Neumann, dass er sich nicht würde halten können. Aber das Gerangel sicherte ihm seine heutige wirtschaftliche Unabhängigkeit. Conti zahlte Neumann 7,4 Mio. Euro Abfindung, Schaeffler persönlich musste einen Anteil beisteuern.

Vorgänger Wennemer sagt, er schätze Neumanns Gradlinigkeit. „Falsche Kompromisse sind nicht seine Sache. Er steht zu dem, was er denkt – mit aller Konsequenz. Auch das ist nicht selbstverständlich.“ Neumann selbst sagt, er ziehe sich



„Opel is back“, das ist die Botschaft, die Neumann auf Automobilmessen wie in Genf unters Volk bringt. Für Interviews lässt er sich auf dem Opel-Stand bereitwillig verkabeln. Und die Kameras halten drauf, auch bei der Vorstellung des Kleinwagens Adam Rocks, einer geländegängigen Variante des Adam

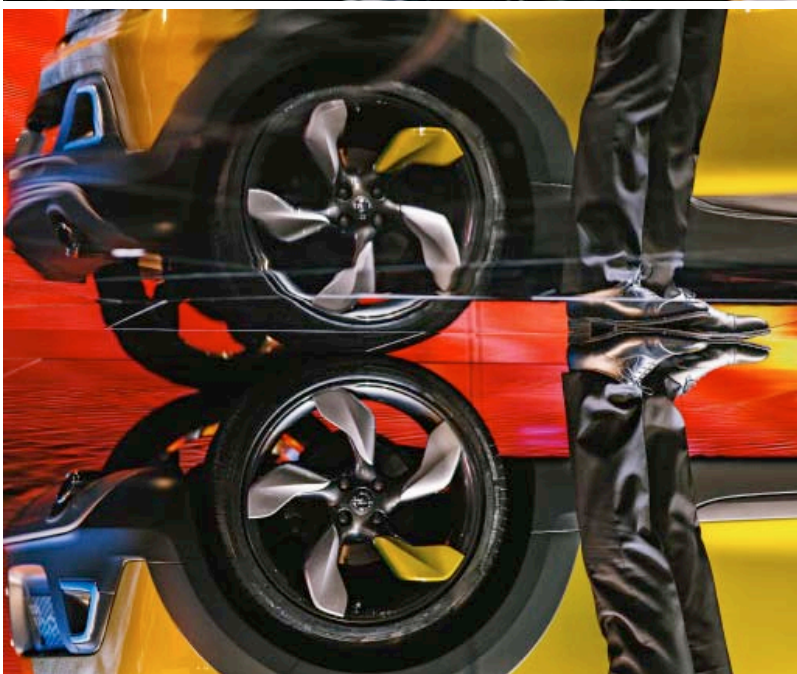


zurück, wenn er merke, dass er nicht mehr weiterkomme. So könne er sich wenigstens noch im Spiegel ins Gesicht schauen. Er kann sich das auch leisten. Doch für einen Privatier ist Neumann eben zu ehrgeizig.

Noch im selben Jahr holte ihn VW-Chef Martin Winterkorn nach Wolfsburg zurück, erst als Generalbevollmächtigten des Konzerns, im Herbst 2010 übernahm er das China-Geschäft. Allein in China setzt der Konzern mehr als zwei Millionen Autos im Jahr ab. Das sind doppelt so viele Autos, wie Opel auf der ganzen Welt verkauft. Doch auch China schien für Neumann nicht groß genug zu sein, jedenfalls mehrten sich schnell die Berichte, der Mann in Peking wolle zurück nach Wolfsburg – um Winterkorn zu beerben.

Im Frühsommer 2012 wurde es Winterkorn zu viel. Er baute die komplette Führungsebene von VW um, rund 30 Manager bekamen neue Jobs. Neumann sollte als Vorstand zur tschechischen Tochter Skoda gehen. Eine Demütigung. Neumann lehnte ab. Das war die Zeit, als Steve Girsky aus Rüsselsheim anrief.

Auch für den Wechsel von VW zu Opel brauchte Neumann die Hilfe der Gewerkschafter. Denn Winterkorn und Patriarch Ferdinand Piëch misstrauten Neumann zwar, doch trauten sie ihm offenbar auch einiges zu. Mehrfach verzögerten sie eine Vertragsauflösung, GM wurde unruhig. Da schaltete sich der damalige IG-Metall-Chef →



Berthold Huber ein. Er sprach mit Winterkorn und Piëch, und als die sich stur stellten, rief er gar die Kanzlerin an. Da lenkten die beiden „Granden“, wie Huber die VW-Bosse spöttisch nennt, endlich ein. Heute ist er einer der ranghöchsten Opel-Chefs im GM-Universum, die es je gegeben hat. Das ist genauso gut für Opel wie die Tatsache, dass Neumann zuerst gar nicht wollte. Es macht Opel nur größer. Und ihn auch.

Opel ist für ihn tatsächlich mehr als nur die Sanierung einer einstmaligen großen Marke. Die ist ja, gemessen an Umsatz und Mitarbeitern – knapp 10 Mrd. Euro mit rund 37 000 Mitarbeitern im vergangenen Jahr –, inzwischen auf dem Niveau eines großen Mittelständlers angekommen. Der Job hat für ihn eine globale Dimension. General Motors werde es nur wieder gut gehen, sagt Neumann, wenn es GM in Europa gut gehe. Und GM in Europa ist nun mal Opel.

RUSSLAND IST WICHTIG

Tatsächlich spricht einiges dafür, dass Neumanns Plan aufgehen könnte. Die Analysten der amerikanischen Investmentbank Morgan Stanley, die GM noch vor zwei Jahren unverblümt aufgefordert hatten, das Milliardengrab Opel abzustößen, kommen nun zu einer positiven Prognose: Nachdem die Verluste 2013 bereits halbiert worden waren, könnte Opel schon 2015 schwarze Zahlen schreiben, so Morgan Stanley. Also ein Jahr früher als von Neumann angepeilt. Allerdings sei kaum davon auszugehen, dass das Unternehmen im schrumpfenden europäischen Markt tatsächlich mehr Autos verkaufen könne. Mit einer Ausnahme: Dass die Amerikaner ihre Konkurrenzmarke Chevrolet aus Deutschland abziehen und Neumann die Verantwortung für das gesamte Russland-Geschäft übertragen haben, bedeutet auch eine Chance für Opel.

Russland könnte für Neumann der Ast sein, an dem er das Unternehmen aus dem Sumpf zieht. Es ist der



OPELS AUFSTIEG & ABSTIEG

→ **1862** – Adam Opel, Sohn eines Schlossermeisters, beginnt in der väterlichen Werkstatt mit der Produktion von Nähmaschinen. Sechs Jahre später folgt der Umzug in die eigene Fabrik.

→ **1895** – Nach dem Tod von Adam Opel nehmen Witwe und Söhne ein neues Produkt ins Sortiment: das Automobil. Bis zur Jahrhundertwende werden ganze elf Exemplare des „Patentmotorwagens System Lutzmann“ ausgeliefert.

→ **1926** – Dank Fließbandproduktion und der großen Nachfrage sinkt der Preis des „Laubfroschs“ stark. Opel wird zum größten Automobilhersteller im Deutschen Reich.

1928 – Aus der Kommanditgesellschaft wird die Adam Opel AG. 1929 übernimmt General Motors für knapp 26 Mio. Dollar 80 Prozent der Aktien, zwei Jahre später den Rest. Das Rüsselsheimer Traditionsunternehmen gehört nun den Amerikanern.

→ **1940** – Der einmillionste Opel läuft vom Band. In den Kriegsjahren wird in den beschlagnahmten Werken Kriegsgerät hergestellt. Nach 1945 beschlagnahmt die Sowjetunion die Kadett-Produktionsanlagen.

1948 – GM übernimmt wieder die Führung bei Opel. In den Jahren darauf folgt, dem Wirtschaftswunder sei Dank, der Wiederaufstieg.

→ **1960–1980** – Opels große Jahrzehnte. Mit legendären Modellen wie Kadett, Diplomat, Rekord, Ascona oder Manta jagt das Unternehmen einen Absatzrekord nach dem anderen.

ENDE DER 80ER-JAHRE – Das Image der Marke verschlechtert sich. Rückrufaktionen kosten Geld und Glaubwürdigkeit. Der Anteil an Neuzulassungen sinkt drastisch, es gibt Milliardenverluste und Entlassungen.

2008 – Die Wirtschaftskrise trifft Opel hart, der Absatz bricht ein. Auch der Mutterkonzern GM ist in Turbulenzen. Es geht um Opels Existenz: Die Insolvenz droht.

→ **2009** – Am 31. März erklärt Angela Merkel, ein Automobilwerk sei nicht „systemrelevant“. Eine Treuhandgesellschaft soll Investoren für einen Teilverkauf finden. Fiat, der Zulieferer Magna und die russische Sberbank zeigen Interesse. Nach monatelangen Verhandlungen scheidet der Deal, Opel verbleibt im GM-Konzern.

BIS 2012 – Nach dem Debakel gibt es zahlreiche Wechsel an der Spitze: Bis März 2011 übernimmt der Sanierer D. Nick Reilly den Posten, ihm folgt Karl-Friedrich Stracke, bis dahin GM-Entwicklungschef. Im Juli 2012 wird Strategievorstand Thomas Sedran Interimschef.

2013 – Im März tritt Karl-Thomas Neumann den Posten als Vorstandsvorsitzender an.

COMMITMENT

drittichtigste Einzelmarkt für Opel, und es ist ein Markt, der wächst, eine kaufkräftige Mittelschicht entsteht, für die die Marke Opel einen unverbrauchten, guten Klang hat.

Auf dem Autosalon in Genf allerdings sprechen alle Anfang März nur vom neuen Kalten Krieg, russische Soldaten sind auf der Krim, Europäer und Amerikaner basteln an Sanktionen. Neumann gibt zu, dass die Krise schon jetzt ein Problem für das Unternehmen ist. Der Rubel ist abgestürzt, importierte Produkte werden weniger wettbewerbsfähig in Russland. Eine Gefahr für das Unternehmen? „Es ist logisch, dass wir uns andere Nachrichten wünschen würden“, sagt Neumann. „Aber es ändert sich nichts daran, dass Russland Europas größter Automarkt wird. Und wir sind da gut vertreten.“

Bloß keine schlechten Meldungen jetzt, es wird ohnehin nicht alles so leicht werden, wie es die „Umparken“-Kampagne glauben macht. Der Schwung des Anfangs soll möglichst lange wirken. Der Gewerkschafter Huber sagt, Neumann habe „die Gabe, einen seit Jahren regungslosen Konzern wieder aufzuwecken und anzufeuern“. Zwar habe er bei Opel noch viele große Aufgaben vor sich, der Konzern sei noch lange nicht über den Berg. „Aber wenn er bei Opel die Wende schafft, dann stünden ihm viele Türen offen – hierzulande und international. Ich kann der deutschen Industrie nur raten, so jemanden wie Neumann dann nicht ziehen zu lassen.“ Ein kaum verhohlener Seitenhieb auf Neumanns früheren Arbeitgeber Volkswagen.

Auf dem Autosalon in Genf tigert Neumann nach seinem Auftritt über die Bühne des Opel-Stands, eine Wasserflasche in der Hand, neben ihm sprechen die anderen Vorstandsmitglieder noch mit wichtigen Messebesuchern. Hinter Neumann leuchtet in gelber Schrift der Satz „Opel is back“. Neumann schaut kurz darauf, dann verschwindet er schnell hinter der Bühne. Sein Marathon ist noch nicht vorbei. ◇

BET YOUR
GOALS

LOVE
WHAT YOU DO

BE COMMITTED
TO EXCELLENCE

THE NEW FRAGRANCE
FOR MEN



OTTO KERN
FRAGRANCES