

Opel und der Weg zur weltweiten Marke

Podiumsdiskussion über den Niedergang der Rüsselsheimer Marke, die Ursachen und den möglichen Ausweg

degl. RÜSSEL-SHEIM. Ginge es nach Klaus Franz, dann heiße der Aufsichtsratsvorsitzende von Opel heute Hans Eichel. Kein Politiker verstehe so viel von Opel wie der ehemalige Bundesfinanzminister, sagte der Vorsitzende des Opel-Gesamtbetriebsrates und stellvertretende Vorsitzende des Aufsichtsrates am Montagabend während einer Podiumsdiskussion in Rüsselsheim. Zusammen mit Norbert Blüm und Hans-Wilhelm Gäh diskutierten Eichel und Franz, wie Opel in eine schwere Krise geraten konnte, welche Rolle der amerikanische Mutterkonzern General Motors dabei gespielt hat und wie der Weg in die Zukunft aussieht.

Die Belegschaft identifizierte sich mit Opel, sagte Franz in der von Hanns Matthes, Redakteur dieser Zeitung, moderierten Diskussion. Die aus der Belegschaft heraus entstandene Bewegung sei Opels Überlebenskraft. Mehr Identifikation wünsche er sich vom Management.

Für Hans-Wilhelm Gäh, den ehemaligen Vorsitzenden des Aufsichtsrates, sind Managementfehler von General Motors die Ursache für den Niedergang der Marke Opel gewesen. Diese sei jahrelang vernachlässigt worden, beispielsweise habe General Motors nur noch Marketing für einzelne Modellreihen betrieben, nicht für Opel an sich. Dabei sei in Deutsch-

land gerade die Glaubwürdigkeit einer Marke sehr wichtig, sagte Gäh. Eichel erregte, General Motors habe Probleme, als Mehrmarkenkonzern viele einzelne Marken zu führen.

Für den ehemaligen Bundesarbeitsminister Norbert Blüm, der bei Opel Werkzeugmacher gelernt hat, resultieren die Schwierigkeiten des Autobauers auch aus Mentalitätsunterschieden zwischen dem deutschen und dem amerikanischen Management. Er erinnerte daran, dass das Angebot der Opel-Mitarbeiter während der Krise, sich an dem Unternehmen zu beteiligen, in Detroit sofort abgelehnt worden sei. Eine wichtige Frage sei es zudem,

ob ehrliche Arbeit in Zukunft in Europa den Ton angebe oder ob es Finanzspekulanten seien, sagte Blüm. Auch Franz sagte, die Probleme zwischen Opel und dem Mutterkonzern seien vor allem kulturell begründet, denn in angelsächsischen Ländern gebe es das System der Mitarbeitermitbestimmung nicht. Er sprach sich für mehr Selbstbewusstsein der „Opelner“ gegenüber General Motors aus.

Deutsche Produkte seien immer aufgrund ihrer Qualität erfolgreich gewesen, sagte Eichel. In deutschen Unternehmen stünden eher Ingenieure an der Spitze der Unternehmen, die auch Spaß am Produkt hätten. Bei General Motors hätten Finanz-

FAZ 4.5.71

leure das Sagen, die auf die Kosten und nicht die Produkte achteten.
Wichtig für die Zukunft von Opel ist es nach Franz' Aussage, dass die Marke vom Mutterkonzern nicht als nur regionale Marke gesehen werden dürfe. Sie müsse globalisiert werden – kompetent genug seien die Opel-Ingenieure. Der Autobauer könne auch im Geschäft außerhalb Europas erfolgreich sein. General Motors könnte mit dem technischen Wissen der Rüsselsheimer glänzen. Neue Visionen seien notwendig, sagte Franz auch mit Blick auf das kommende Firmenjubiläum. Gäh ist es vor allem wichtig, mit Opel wieder junge Menschen anzusprechen.