


MEDIENSPIEGEL

27.08.2018

Avenue ID: 260
Artikel: 3
Folgeseiten: 6

	26.08.2018	SonntagsBlick Sport Zukunft zum Anfassen	01
	26.08.2018	SonntagsZeitung Unter Strom	05
	25.08.2018	Schweiz am Wochenende / Aarau Die Zukunft des Blitzes	09



Sonntagsblick Sport
8008 Zürich
044/ 259 62 62
www.sonntagsblick.ch

Medienart: Print
Medientyp: Tages- und Wochenpresse
Auflage: 162'232
Erscheinungsweise: wöchentlich

Seite: 34
Fläche: 111'377 mm²

Auftrag: 651015
Themen-Nr.: 651.015

Referenz: 70678844
Ausschnitt Seite: 1/4

Neustart: So sehen die **nächsten Opel-Modelle** aus

Zukunft zum Anfassen

Exklusiv durfte SonntagsBlick bereits Opels Concept Car GT X Experimental unter die Lupe nehmen, der einen Ausblick auf das Design künftiger Modelle der Marke bietet.



Recht tailliert wirkt der Concept Car GT X Experimental von oben. In die Vizer genannte Frontmaske sind die LED-Scheinwerfer sowie die Sensorik eingebaut (grosses Bild).



Kurze Überhänge und die flache Dachwölbung verleihen einen sportlichen Touch.



Michael Richter (l.) und Pierre-Olivier Garcia (r.) machen Autorredaktor Faust auf Design-Finessen aufmerksam.



Er misst rund vier Meter in der Länge.



Die Portaltüren öffnen sich elektrisch.

ANDREAS FAUST

Wir rollen tief ins Herzen von Opel. Schlängeln uns um Stahlträger, ein paar Rampen hinauf, und dann hält der Kleinbus in der hintersten Halle des Werks Rüsselsheim (De). Schöne neue Arbeitswelt? Nein, der blassgelbe Bau wirkt antiquiert: Deckenfenster statt Klimaanlage, bröselnder Betonboden, verblasste Linien markieren, wo bis vor 15 Jahren als Letzter der Omega vom Band lief. **Dennoch eine Reise in die Zukunft: Weil wir einen ersten Blick auf Opels neues Design werfen dürfen.** Erst konnten wir uns selbst an einem Entwurf versuchen, dann erklärten uns die Profis um Designchef Mark Adams, wie sie ein Concept Car angehen, und jetzt steht er hier parat, der GT X Experimental. **Ein Crossover, logisch, weil die ganze Welt derzeit nach so was giert. Und natürlich mit Elektroantrieb.**

Ein Jahr haben Pierre-Olivier Garcia und Michael Richter an dem Auto gearbeitet und machen jetzt mit uns die Runde um den kompakten Vierplätzer – «rund vier Meter Länge», sagt Richter. Die blaue Basis verbirgt die Batterie im Unterboden und den Antrieb, darüber hellgrau gewölbte Flächen mit gelben Akzenten. Schaut aus, als hätten Adams und Co. das 2016er-Showauto GT Concept höhergelegt. «Es soll leicht und nicht aggressiv wirken», sagt Richter. Kurze Überhänge, flache Dachwölbung. Aber der Trick für die sportlichen Proportionen steckt in der Front: Früher bei Kadett und Rekord der Platz für den Kühler, fällt dort die Fächelfunktion nun weg. Die Vizer, Visier, genannte Frontmaske präsentiert nun hinter Plexiglas LED-Scheinwerfer und die Sensorik der Assistenten. Die werden künftig zum wichtigen Kaufgrund, «also warum sollten wir sie hinter Plastik verstecken?», fragt Richter.

Ausserdem lenkt die Schwärze von der zum Fussgängerschutz weit ausgewölbten Front ab.

Der GT X steckt voller Reminiscenzen an historische Opel: Wie ein Rückgrat läuft der Falz von der Front einmal übers Auto bis zum Heck – typisch für die Marke. Mit der Linie zwischen den Scheinwerfern bildet sich vorn so ein Kreuz – wie früher. Und überall verstecken sich abgerundete Dreiecke. «Das Element gab es schon am Manta», erklärt Richter – und jetzt findet es sich auf Teppichen, im Cockpit, in

den ohrennah im Sitz steckenden Lautsprechern oder im Querschnitt der Zierleisten. Den gelben Dachschwung kennen wir von aktuellen Opel-Modellen in Chrom. Das glatte Heck nimmt dann das Visier als Prägung wieder auf. **«Die Heckscheibe könnte man versenken – da haben wir ein Patent drauf»,** erklärt Garcia – aber im GT X passte die Technik nicht hinein. Damit das «klare deutsche Design», das den

beiden so wichtig ist, nicht zur Technokratie verkommt, hat sich das Designteam an Details ausgetobt. In Lichtanimationen für die Front, der Batterie-Ladeanzeige an der Flanke oder den Opel-Emblemen, die in Rädern und Lenkrad auf Displays prangen – immer waagrecht, auch in Bewegung. Ein Giersensor wie im Smartphone sorgt dabei für eine leicht verzögerte Darstellung. «Ein bisschen analog muss sein», grinst Garcia. Auch im Innenraum. Der Cockpit-Bildschirm à la Visier wölbt sich um uns herum, **aber ausser Chromleisten im Lenkrad und einem Wipp-Drückschalter gibt es keine Tasten.** Und kein Blink-Blink. «Wir haben die Anzeigen massiv reduziert – nachts auf der Autobahn leuchtet nur der Tacho», erklärt Garcia. Die Platzverhältnisse sind grosszügig, weil die Portaltüren dünn ausfallen – geöffnet werden sie elektrisch auf der Mittelkonsole. Über uns wölbt sich die Frontscheibe wie eine Flugzeugkanzel – scheint,



«Nachts leuchtet nur der Tacho», erläutert Michael Richter (r.) SonntagsBlick-Autochef Andreas Faust das Prinzip der Anzeigen.

als könnte man sie aufklappen, weil die Fronthaube bis in den Innenraum durchläuft. «An der Unterkante können wir einen Windschott öffnen», demonstriert Garcia: Durch einen schmalen Spalt kann Luft einströmen und sorgt für Töff-Feeling im Innenraum. Geht das auch in der Serie? Garcia nickt. **Aber: Solch ein Serienmodell werden wir nie sehen – der GT X Experimental ist ein reines Designobjekt.** Aber viele seiner Elemente werden künftige Opel-Modelle tragen.

Wie wichtig Garcia und Richter Analog-Gefühl im digitalen Auto ist, zeigt die Cockpit-Kamera. Am Zielort kann man ein «Gut-angekommen-Selfie» für die Familie schiessen. Und als Polaroid ausdrucken. ●



Nachgefragt bei **Andreas Altmiks**, Managing Director Opel Schweiz

«Wir stehen für die goldene Mitte»

Seit 1. Mai leitet Andreas Altmiks die Marke Opel in der Schweiz – und setzt grosse Hoffnungen in die neuen Möglichkeiten seit der Übernahme von Opel durch PSA.

Autohersteller gelten als Supertanker. Wie lassen sie sich umsteuern?

Andreas Altmiks: Die Zeiten sind schneller geworden. Wir müssen ständig auf neue Herausforderungen wie etwa Abgasnormen reagieren. Ein neues Fahrzeug entwickeln wir heute in drei bis dreieinhalb Jahren – dank Computertechnik doppelt so schnell wie früher.

Opels Image ist trotz besserer Produkte nicht mehr so gut wie früher. Wie wollen sie das verbessern?

Das neue Design hilft uns auf jeden Fall. Zudem müssen wir das Händlernetz angehen und mehr potenzielle Kunden dazu bringen, unsere Autos auszuprobieren. In den 1980er- und 1990er-Jahren wurde Opel sehr eng von GM aus den USA geführt. Unsere neue Konzernmutter versteht den Europa-Markt viel besser.

Wie wird Opel neben Citroën, DS und Peugeot positioniert?

Wir werden künftig mehr Opel sein als je zuvor. Jeder Opel wird in Rüsselsheim entwickelt – und nicht wie früher teils in Asien

oder den USA. Wir haben unterschiedliche Zielgruppen, und jedes Fahrzeug hat dem Brand entsprechend seine Tugenden. Natürlich wird es Gleichteile geben. Aber je nach Kundenprofil wird jede Marke individuelle technische Innovationen haben, welche die anderen nicht bieten.

Wofür steht dann künftig Opel?

Für die goldene Mitte. Wir wollen technische Innovationen für jedermann zugänglich machen. ●

INTERVIEW:
ANDREAS
FAUST



Andreas Altmiks fühlt sich bei der neuen Konzernmutter PSA gut aufgehoben.



Futuristisch: Der Opel GT X fährt rein elektrisch und kann induktiv ohne Kabel aufgeladen werden

Unter Strom

Opel schreibt schwarze Zahlen. Dank Sparprogramm und Synergien. Und die Zukunft steht im Zeichen der Elektrizität

Dieter Liechti

«Die mutige Vision der Opel-Zukunft», steht in dicken Lettern auf der Medieninformation vom Mittwoch zur Studie GT X Experimental. Gut, kann der verstorbene Alt-Bundeskanzler Helmut Schmidt diesen Satz nicht lesen. Denn schon 1980 kanzelte der kettenrauchenden Politiker im «Spiegel» Willy Brandts Visionen im Bundestagswahlkampf von 1980 mit den Worten ab: «Wer Visionen hat, sollte zum Arzt gehen.»

Im Fall von Opel ist diese Aufforderung nicht nötig, denn bei der einstigen General-Motors-Tochter handelt es sich

ohnehin um einen Langzeitpatienten. Um einen allerdings, der zumindest bei einigen Werten auf dem Krankenblatt eine klare Tendenz nach oben zeigt. Zum Beispiel bei den Kennzahlen: Das erste Jahr der Zugehörigkeit zur französischen Gruppe PSA schloss Opel Ende Juli mit einem Halbjahresgewinn von 502 Millionen Euro ab. «Wir sind eine völlig andere Firma als noch vor 12 Monaten», jubilierte Opel-Chef Michael Lohscheller. «Wir haben wichtige Weichen für mehr Wettbewerbsfähigkeit

gestellt und schon viele Bereiche zukunftsfähig ausgerichtet.»

Unterstützung von den französischen Partnern

Die guten Zahlen basieren aber nicht auf einer besonders cleveren Modellpolitik oder überraschenden Erfolgen an der Verkaufsfrent, sondern in erster Linie auf den Synergien mit den französischen Partnern, dem gebündelten Einkauf und der optimierten – und dadurch vergünstigten – Produktion. Alles Faktoren, die in der Schweiz bisher



nicht ausreichen, um Opel wieder mehr Schwung zu verleihen. Im Gegenteil: Ende Juli lagen die Deutschen mit 7578 verkauften Fahrzeugen bereits wieder 7,5 Prozent im Minus im Vergleich zum Vorjahr. Noch drastischer sieht der Blick auf den 10-Jahres-Vergleich aus: Ende Juli 2008 war Opel mit 11 599 verkauften Autos und einem Marktanteil von 6,5 Prozent die klare Nummer 2 hinter VW mit 18 220 Verkäufen (Marktanteil 10,15 Prozent). Zehn Jahre später liegt Opel in der Schweiz auf Platz 7 mit einem Marktanteil von 4,1 Prozent, während VW vorn mit 11,2 Prozent seine Position trotz Dieselskandal ausgebaut hat.

Für diese Entwicklung gibt es sicher viele Gründe und ebenso viele Entschuldigungen und Anschuldigungen – vor allem an die Adresse von General Motors (GM) –, doch unabhängig davon wurde die Marke über Jahrzehnte schlecht geführt. Wo VW seine Produkte und sein Image behutsam und eher konservativ weiterentwickelt hat, schlug Opel ständig Haken. Die Designsprache wurde ebenso oft erneuert, wie der Claim der Marke. Während Audi seit 1971 an «Vorsprung durch Technik» und BMW seit 1969 an der «Freude am Fahren» festhält, hat Opel seit 1990 unter anderem mit «Freude durch Technik», «Wir haben verstanden», «Frisches Denken für bessere Autos», «Entdecke Opel», «Wir leben Autos» und «Umparken im Kopf» geworben.

Seit 2017 heisst der Claim «Die Zukunft gehört allen». Ob das auch für Opel selbst gilt, wird sich zeigen. Doch zumindest machen die Deutschen mit dem GT X Experimental richtig Lust darauf. Denn in Abgrenzung zu Peugeot, Citroën und DS haben sie in der Studie ihre eigene Identität herausgearbeitet und setzten dabei auf einen Stil, den sie – etwas holprig – «New Germanness» nennen. Das klingt zwar nach neuen Ufern, basiert aber auf alten Tu-

genden: «Wir richten den Fokus auf ein starkes Markenprofil, das von unseren Werten – deutsch, nahbar, aufregend – bestimmt wird», sagt Lohscheller. Im Gegensatz zu früheren Studien ist der GT X weder Sportwagen noch Luxuslimmer, sondern ganz bodenständig und eben nahbar ein kompakter Geländewagen vom Format des Mokka X. Allerdings einer, der in jeder Hinsicht frisch und futuristisch ist. Das gilt für den schlichten und deshalb umso spannenderen Auftritt mit dem für künftige Serienmodelle fest eingeplanten Visier (Vizor) anstelle eines konventionellen Kühlergrills genauso wie für den aufs absolut Nötigste reduzierten Innenraum. Und erst recht für den Antrieb: Schliesslich fährt der GT X rein elektrisch und wird aus einem mit 50 kWh zwar bescheidenen, aber dafür auch bezahlbaren Lithium-Ionen-Akku gespeist, den man – ein bisschen Träumerei muss schliesslich sein – induktiv und deshalb ohne Stecker laden kann.

Wohltuende Bescheidenheit

Das Auto hat laut Insidern gute Chancen, zum elektrischen Nachfolger des Mokka X zu werden, und so zugleich die ungeliebte, weil nicht ausreichend verfügbare GM-Altlast Ampera-E zu ersetzen. Doch das Beispiel dieser Studie zeigt auch, wie eng die Daumenschrauben sind, die der PSA-Konzern den Deutschen angelegt hat. Denn statt den Hoffnungsträger für die Zukunft mit Blitz und Donner auf einer Messbühne oder einer hippen Location zu enthüllen, musste in diesem Fall eine ganz gewöhnliche E-Mail mit den Fotos und der Medienmitteilung reichen. Macht aber nichts, und die neue Bescheidenheit tut im Marktumfeld gut. Und wenn das so gesparte Geld in die Serienentwicklung der spannenden Studie fliesst, dann wäre es sehr gut angelegt.



Weder Sportwagen noch Luxusliner: Der Innenraum des GT X ist aufs absolut Nötigste reduziert



«Wir müssen viel besser kommunizieren»

Andreas Altmiks über die Zukunft der Marke Opel

Sie sind heute 118 Tage Managing Director der Opel Suisse SA. Wie sieht Ihre bisherige Bilanz aus?

Wir haben Opel Suisse seit Mai erfolgreich in die Groupe PSA Schweiz in Schlieren integriert sowie die finanziellen Kennzahlen erreicht.

Bei Ihrem Amtsantritt haben Sie gesagt, Sie wollten «Opel weiter voranbringen». Ende Juli resultierte ein Minus von 7,5 Prozent gegenüber dem Vorjahr. Woran liegt das?

Der Bekanntheitsgrad unserer neuen Modelle ist noch zu gering. Zudem müssen wir Produktvorteile wie beispielsweise die WLTP-Konformität und Einhaltung der Euro-6d-temp-Emissionsrichtlinien besser kommunizieren.

Opel war 2018 erstmals nicht am Auto-Salon in Genf präsent. Hat das Auswirkungen auf die Verkäufe?

In der Region Genf spüren wir die Absenz bei den Verkaufszahlen, aber nicht in der restlichen Schweiz. Und wir haben immer gesagt, dass das keine generelle Absage an den Auto-Salon Genf war.

Sie sind Deutscher, aber seit 2010 für Opel in der Schweiz tätig. Wie unterscheiden sich die beiden Märkte?

Die Schweizer Kunden sind sehr anspruchsvoll, das Servicelevel ist hoch. Damit verbunden ist das Händlernetz sehr dicht. Der Premiumanteil und der 4x4-Anteil sind aussergewöhnlich hoch, und



Andreas Altmiks, Managing Director der Opel Suisse SA es werden stärkere Motoren verlangt.

Am Mittwoch hat Opel die Studie GT X Experimental enthüllt. Wie gefällt Ihnen das Auto?

Der GT X Experimental zeichnet sich durch ein klares Design aus. Die Proportionen sind knackig, und er weist den Weg in unsere Design- und Technologiezukunft. Mir gefällt er sehr gut.

Opel-Chef Michael Lohscheller will das Profil der Marke mit den Werten deutsch, nahbar, aufregend stärken. Was davon trifft auf die neuste Studie zu?

Die Studie erfüllt all diese Werte mit aufregendem Design, deutscher Ingenieurskunst und Präzision. Mit der Positionierung im B-SUV-Segment ist der GTX Experimental ähnlich wie der Mokka X sehr nahbar und für jedenmann erschwinglich.

Trotz den Rückgängen bei den Verkäufen hat Opel im ersten Halbjahr 2018 eine halbe Milliarde Gewinn eingefahren. Ein erster Erfolg der Übernahme durch den

französischen PSA-Konzern?

Auf jeden Fall: Wir nutzen die Synergien und bündeln den Einkauf. Zudem haben wir die Produktion optimiert und die Komplexität reduziert. Unter PSA hat sich Opel nach 20 Jahren in den roten Zahlen in kürzester Zeit finanziell stark verbessert. Dieter Liechti



OPEL GTX EXPERIMENTAL Die Zukunft des Blitzes

Opel blickt mit einer neuen Konzeptstudie nach vorn. Der GT X Experimental ist ein 4,06 Meter langes, kompaktes vollelektrisches SUV mit fünf Türen, Coupé-Anmutung und neuen Ideen. Das Fahrzeug soll einen Ausblick auf die Zukunft der Marke ab Mitte der 2020er Jahre geben und unterstreicht die Bedeutung von SUV-Modellen auch für Opel. Die Leistung für den Elektroantrieb liefert eine kompakte 50 kWh-Lithiumionen-Batterie der nächsten Generation, die induktiv geladen werden kann. Die Studie erlaubt teilautonomes Fahren nach Stufe 3, das heisst, das

Fahrzeug kann selbstständig rollen, der Fahrer muss aber auf Nachfrage reagieren und eingreifen können.

Besondere Merkmale sind die im 90-Grad-Winkel gegenläufig öffnenden Türen, eine sich bis über die Rücksitze erstreckende Panorama-Heckscheibe und kleine Kameras, die die Aussenspiegel ersetzen. Auch auf weitere konventionelle Elemente, wie zum Beispiel Türgriffe, haben die Designer verzichtet.

Der GT X Experimental zeigt ausserdem erstmals das neue Leitmotiv für die Front- und die Rückansicht künftiger Opel-Modelle: Beim «Opel-Kompass» kreuzen sich zwei Achsen mit dem Opel-Blitz in der Mitte. Das Markenemblem wird so mehr als je zuvor zum zentralen Merkmal.

Entschlackung lautet das Prinzip für

den Innenraum des Opel GT X Experimental. Das Armaturenbrett besteht aus einem einzigen breiten Bildschirm. Die Belüftungsdüsen liegen dahinter verborgen und ermöglichen so eine klare, saubere Oberflächengestaltung.

Die vier Sitze sind fast schwebartig montiert und verfügen unterhalb der Kopfstützen über abnehmbare Lautsprecher für Musikgenuss auch ausserhalb des Fahrzeugs. (PD)



Opels Zukunftsvision.