

Leipzig lockt



CC-Bank ausgezeichnet

Die CC-Bank hat für ihre Kooperation mit dem Kfz-Handel den Kooperationspreis des Deutschen Mittelstandes 2004 von der Verlagsgruppe „markt intern“ erhalten. Damit wurde erstmals ein Unternehmen aus der Autobranche für seine Zusammenarbeit mit dem Kfz-Handel ausgezeichnet. „Das vorbildliche Leistungspaket für die Absatz- und Einkaufsfinanzierung von Fahrzeugen versetzt den mittelständischen Autofachhandel in die Lage, dem Endverbraucher ein außergewöhnliches Spektrum anzubieten“, so der Text der Verleihungsurkunde.

In seiner Dankesrede betonte Andreas Finkenberg, stellvertretender Vorstandsvorsitzender der CC-Bank, dass „die CC-Bank einen Weg beschreitet, der den Handel stärkt. Die CC-Bank ist als Anbieter für Kfz-Finanzierungen mit ihrem Marktanteil von rund 70 Prozent im Segment der herstellernunabhängigen Banken hochspezialisiert und hat zu über 27.000 Handelspartnern eine vertrauensvolle Partnerschaft aufgebaut.“ Finkenberg weiter: „Die Verpflichtung, weiterzumachen, Gas zu geben, zu beschleunigen, ist uns Freude und Ansporn zugleich.“ (es)

Azubi-Cup von VW

Beim ersten Azubi-Cup von Volkswagen wurden Anfang Dezember die Gewinner in Wolfsburg gekürt. Neu an diesem Leistungsvergleich ist, dass die Teilnehmer während ihrer Ausbildungszeit gegeneinander antreten und nicht nach ihren Abschlussprüfungen. Aus dem Vergleich der besten technischen wie kaufmännischen Auszubildenden gingen Holger Weichert, Kfz-Mechatroniker im zweiten Lehrjahr bei der Travag GmbH Wismar, sowie Frank Simon, Automobilkaufmann im dritten Lehrjahr bei Autohaus Döbeln hervor. Einen ausführlicheren Beitrag lesen Sie in AUTOHAUS 3. (es)

Die AMI will sich ab 2005 als mitteleuropäischer Automobilsalon präsentieren. Zentrale Bausteine der neuen Ausrichtung sind dabei der zentrale Standort im neuen Europa, eine höhere Qualität der Produktpräsentation und die damit wachsende Anziehungskraft auf Besucher aus ganz Deutschland und den angrenzenden osteuropäischen EU-Ländern. „Wachstum in der Qualität ist unser Anspruch“, betont Messechef Wolfgang Marzin. Damit wolle man die Hersteller und Importeure animieren, ihre Frühjahrsweltpremieren künftig verstärkt auf der AMI vorzustellen. Für 2005 werden rund 265.000 Besucher erwartet, die sich vom 2. bis 10. April auf über 130.000 Quadratmetern bei 420 Ausstellern informieren können. VW hat bereits zwei Weltpremieren für die AMI angekündigt. „Trotz der angespannten Konjunkturlage liegt der Anmeldestand für die AMI leicht über dem Vorjahresniveau“, so Projektleiter Matthias Kober.

Positive Vorzeichen gibt es auch für die AMITEC, die Fachmesse für Fahrzeugteile, Werkstatt und Service, die vom 2. bis 6. April 2005 stattfindet und sich als mitteleuropäische Fachmesse für das Kfz-Gewerbe positioniert. Erwartet wird auch hier ein deutlicher Anstieg der Aussteller- und Fachbesucherszahlen aus den neuen osteuro-

päischen EU-Staaten. Der Anmeldestand lag bereits vier Monate vor Messebeginn über dem Endergebnis von 2004, Kober rechnet daher mit einem Aus-

stellerzuwachs von zehn bis 15 Prozent. Spürbares Wachstum verzeichneten besonders die Bereiche Fahrzeugteile und Werkstattaufrüstung. (st)



Messechef Marzin (2.v.r.) und Projektleiter Kober (r.) stellten die positiven Anmeldezahlen vor. Links im Bild: Thomas Tenzler, Leiter ÖA der Leipziger Messe, und Volker Lange, Präsident des VDIK

INFORMATIONEN

AMI:	2.–10. April 2005
AMITEC:	2.–6. April 2005
Ort:	Neue Messe Leipzig
Öffnungszeiten:	täglich 9–18 Uhr
Internet:	www.ami-leipzig.de
Tageskarte:	9,50 Euro
Autofahrer-Sparticket (VVK):	8,50 Euro
Tageskarte Kind (6–12 J.):	4,00 Euro
Abendkarte (ab 15 Uhr):	5,00 Euro
Dauerkarte:	19,50 Euro
Rahmenprogramm AMI Plus:	
3. April:	Aktionstag Fahrausbildung
4. April:	Firmenkunden-Tag
5. April:	Taxi-Tag
6. April:	Tag für Berufseinsteiger
Sonderausstellungen (u.a.):	
→ „Chrom und Flossen“ – Amerikanische Straßenkreuzer der 50er	
→ Nachwuchsförderung im Deutschen Kraftfahrzeuggewerbe	
→ „Leichte Laster“ – Transporter und leichte Nfz aus den 50ern, 60ern, 70ern	
→ Forum „Auto-Buch“	
→ Outdoor-Offroad-Parcours zum Mitfahren	
→ Aktionszentrum Verkehrssicherheit	
→ 2./3. April: Formel-1-Party mit Live-Übertragung des Grand Prix aus Bahrain	

Konkurrenzfähig bleiben

Der massive Personalabbau bei der Adam Opel AG, Rüsselsheim, ist beschlossen. In Europa werden insgesamt 12.000 Arbeitsplätze dem Rotstift zum Opfer fallen, 10.000 davon in Deutschland. Dazu ein Gespräch mit dem Europapäsidenten von General Motors Europe und früheren Opel-Chef Carl-Peter Forster.

AH: Herr Forster, sind Sie mit dem Verhandlungsergebnis zufrieden?

C.-P. Forster: Vor dem Hintergrund der wirtschaftlichen Zwänge, denen sich unser Unternehmen stellen muss, wurde hier sowohl vom Management als auch vom Betriebsrat ein sehr verantwortungsvolles Programm vereinbart. Die vereinbarten Maßnahmen haben das Potenzial, den Personalabbau sozialverträglich zu erreichen. Zudem bieten die Beschäftigungs- und Qualifizierungsgesellschaften neben der wirtschaftlichen Sicherheit den Mitarbeitern eine gute Chance, sich zusätzliche Qualifikationen anzueignen. Außerdem wird professionelle Vermittlungsarbeit geleistet.

AH: Bei 10.000 gestrichenen Arbeitsplätzen stellt sich die Frage nach der sozialen Verantwortung von Unternehmen. Wurde genügend getan?

C.-P. Forster: GM hat sich mit den Arbeitnehmervertretern auf den Abbau von 12.000 Stellen in Europa geeinigt, weil es zu dem Zwang, die eigene Wettbewerbsfähigkeit zu sichern, keine Alternative gibt. Gleichzeitig wurde aber, um die Programme sozialverträglich zu gestalten, ein gewaltiges, finanzielles Volumen vom Konzern zur Verfügung gestellt, für das die Betriebsräte hart gekämpft haben.

AH: Nach den Zahlen zu urteilen haben sich Ihre Verhandlungsführer auf der ganzen Linie durchgesetzt. Stimmen Sie diesem Urteil zu?

C.-P. Forster: Bei Verhandlungen dieser Art werden Kompromisse geschlossen, um die absoluten Notwendigkeiten abzudecken und um eine für alle Beteiligten erträgliche Lösung zu finden. Dies ist geschehen.

AH: Mit welchen Einsparungen rechnen Sie aufgrund der Restrukturierung?

C.-P. Forster: Unsere Fixkostenbasis wird sich um jährlich 500 Millionen Euro verbessern. Hinzu kommen laufende Verbesserungen bei den flexiblen Kosten, beispielsweise im Einkauf.

AH: Die Gewerkschaft spricht von fast einer Milliarde Euro, die unter anderem in Form von Abfindungen bezahlt wird. Wie passt das zusammen?

C.-P. Forster: Die Gesamtsumme aller Aufwendungen für das Restrukturierungsprogramm fällt einmalig an. Von der durch das Programm erreichten Senkung der Fixkostenbasis wird das Unternehmen dagegen Jahr um Jahr profitieren.

AH: Opel spricht von einem Teilergebnis. In welchen Bereichen muss noch weiter eingespart werden?

C.-P. Forster: Mit den Personalmaßnahmen ist der größte und sicherlich schwierigste Block der Restrukturierung auch in Deutschland abgeschlossen. Noch nicht entschieden ist dagegen, in welchem Land und in welchem Werk künftige Modelle zu welcher Kostenstruktur produziert werden. Wahre Standortsicherung kann es nur auf Basis von Produktionszusagen und der damit verbundenen Auslas-



Carl-Peter Forster

tung geben. Und das hängt natürlich von der Wettbewerbsfähigkeit der Werke ab. Hier hat der deutsche Betriebsrat Flexibilität signalisiert.

AH: Wäre es nicht besser gewesen, ein Werk zu schließen?

C.-P. Forster: Wir haben den Betriebsräten zugesagt, Standortschließungen zu vermeiden.

Ich halte es für besser, die Konkurrenzfähigkeit aller Standorte gleichzeitig wiederherzustellen.

AH: Wann erreicht Opel wieder die Gewinnzone?

C.-P. Forster: Ich gehe davon aus, dass die Märkte noch einige Zeit schwierig bleiben, da das Marktvolumen in Europa kaum wachsen wird. Wir planen also konservativ.

AH: Was kann der Kunde künftig von Opel erwarten?

C.-P. Forster: Opel wird seine Modelloffensive fortsetzen und neue Marktsegmente künftig abdecken. Dazu gehört zum Beispiel ein neuer SUV. Auch bei der Qualität wird Opel noch weiter zulegen.

AH: Mit welchem Marktanteil rechnen Sie in Zukunft?

C.-P. Forster: Im vergangenen Jahr hat GM in Europa einen Marktanteil von zehn Prozent erreicht. Was nun kommt, sind 45 neue Modelle und Versionen in den nächsten fünf Jahren. Damit verbinden wir einige Pläne. Interview: Ralph M. Meunzel

Im Profil

>>> CECRA-Präsident **Jürgen Creutzig** (64) ist mit dem Bundesverdienstkreuz ausgezeichnet worden. Mit der Eh-

rung werden sein soziales Engagement sowie sein Eintreten für die Belange des Kfz-Gewerbes gewürdigt. Dazu gehören der Auf- und Ausbau der Fabrikatsarbeit, die



Jürgen Creutzig

Gründung einer speziellen Rechtsschutzversicherung für Streitigkeiten aus Händlerverträgen und die Mitgestaltung des Vertriebssystems für Automobile und deren Service in Europa seit der ersten einschlägigen Verordnung der EU-Kommission im Jahr 1974. (ng)

>>> **Fabrice Cambolive** (37) ist neuer Vorstand Marketing Renault der Renault Nissan Deutschland AG und folgt damit Frank Lagarde, der als Niederlassungsleiter nach Frankreich wechselt. **Rainer Landwehr** (47) ist neuer Markenvorstand Nissan von Renault Nissan Deutschland. Sein Vorgänger Ralf-Toni Pulm war Ende Oktober 2004 in den Ruhestand gegangen. (rp/pg)

>>> Der bisherige Vertriebschef der Mazda Europa-Zentrale in Leverkusen, **Jerome de Haan** (45), bekleidet künftig den Posten des Managing Directors Schweiz. Der gebürtige Kanadier ist Nachfolger von Yves Lauriot, der die Position nur kommissarisch führte und als Finance Director weiter arbeiten wird. (rp)

>>> **Wolfgang Steube** (51), derzeit in leitender Position bei GKN Service International tätig, wird spätestens ab 1.7.2005 Geschäftsführer bei Partslife. Horst Dyken, der zurzeit die Geschäfte bei Partslife leitet, wird bis zu diesem Zeitpunkt für das Unternehmen aktiv sein. (es)



Wolfgang Steube