

---

## Uwe Hochgeschurtz: In Europa gibt es kein Zurück zum Verbrenner

Von Jens Meiners, cen

Die sechste Auflage des Opel Astra zeigt die Zukunft der Marke auch im neuen Stellantis-Verbund. Unser Autor Jens Meiners sprach mit Uwe Hochgeschurtz, den Chef in Rüsselsheim mit Erfahrungen im französischen PSA-Konzern, über Technologie, das neue Modell und die Positionierung der Marke im neuen Umfeld.

Herr Hochgeschurtz, Sie kommen von Renault und führen jetzt eine deutsche Marke in einem auch französisch geprägten Konzern. Können wir von den Franzosen lernen?

„Ich glaube, die beiden Kulturen ergänzen sich gut. Als Teil der Groupe PSA und nun von Stellantis haben wir gelernt, unseren Fokus auf Performance und Wettbewerbsfähigkeit zu legen. Gleichzeitig haben wir unsere deutsche Markenidentität geschärft. Und das sehr erfolgreich. Der beste Beleg ist der neue Corsa: Seit mehr als zwei Jahren bestverkaufter Kleinwagen in Deutschland, im vergangenen November sogar bestverkauftes Auto über alle Segmente hinweg. Und rund ein Viertel der Kunden kauft bereits die vollelektrische Variante.“

Die Elektromobilität ist zuletzt immer wieder in Frage gestellt worden. Gibt es für die Automobilindustrie auch andere Lösungen, um CO<sub>2</sub>-neutral zu werden?

„Nein. Die EU hat der Industrie so eindeutige Vorgaben gemacht, dass praktisch alle Hersteller ihre Entwicklung auf die E-Mobilität konzentriert haben. In Europa gibt es kein Zurück zum Verbrenner.“

Opel ist dafür bekannt, preiswerte Autos zu bauen. Was soll ein Kunde, der sich heute einen Einstiegs-Corsa leisten kann, in Zukunft fahren?

„Die kommenden extrem strengen EU-7-Vorschriften – deren genaue Ausgestaltung wir übrigens noch nicht kennen – werden dazu führen, dass ganze Motorenfamilien wegfallen und die verbleibenden Motoren viel teurer werden.“

Und damit viel teurer als heutige Einstiegsautos.

„Aufgrund der CO<sub>2</sub>-Vorgaben der EU wird die Mobilität generell teurer. Der Drang nach individueller Mobilität ist aber so stark, auch bei der jungen Generation, dass ich mir um die Zukunft des Automobils keine Sorgen mache. Im Übrigen ist ein neues E-Auto von heute der Gebrauchtwagen von morgen. Es wird jedem möglich sein, sich ein Elektroauto zu kaufen, das drei oder vier Jahre alt ist. Es ist zudem unser erklärtes Ziel, dass die „Total Cost of Ownership“, also die Gesamtkosten inklusive Strom, Versicherung und Wartung, eines E-Autos nicht höher als bei einem Verbrenner liegen wird.“

Bleibt die Frage, wo die Kunden ihre Autos aufladen sollen.

„Da gibt es noch viel zu tun. Auch die Politik sollte noch mehr für die Förderung der Ladeinfrastruktur tun. Aber wir helfen auch selbst mit: Die Opel-Stadt Rüsselsheim hat sich zur Electric City gemauert – mit inzwischen rund 1300 Ladepunkten. Und unser Mutterkonzern Stellantis will zudem in Kooperation mit einem Partner in ganz Europa 15.000 Ladestationen aufbauen.“

Opel will ab 2028 nur noch E-Autos anbieten. Was bedeutet das für die Positionierung der Marke?

---

„Die Karten in der Industrie werden neu gemischt, und wir werden davon profitieren. Denn wir werden als grüne, coole Marke mit emotionalem, unverwechselbarem Design plötzlich für viele Käufer interessant, die uns bislang nicht so sehr auf dem Radar hatten. Denn wir sind konsequenter und schneller; wir wissen, wie man hervorragende Autos wettbewerbsfähig baut. Das hilft uns dabei, weiter profitabel zu wachsen.“

Welche Modelle werden für Sie zum Imageträger?

„Wir sind sehr stark in der Kompaktklasse, und das erste Medien-Feedback auf unseren neuen Astra ist überwältigend gut. Auch unser Mokka ist eine Image-Lokomotive auf Rädern. Wir brauchen aber auch in Zukunft ein Flaggschiff, deswegen werden wir für unseren Insignia natürlich auch einen Nachfolger bringen. Und wir werden einen elektrischen Manta präsentieren. Dessen Konzept ist noch nicht hundertprozentig finalisiert. Es wird sich mit Sicherheit um ein hochemotionales Auto handeln. Die Gier nach immer mehr PS wird nach meiner Einschätzung übrigens nicht weitergehen, auch nicht beim Elektroauto.“

Welche Features werden einen Opel in Zukunft auszeichnen?

„Wir liefern deutsche Ingenieurskunst und Hightech für alle, sprich sinnvolle Innovationen, die man sich leisten kann. Ich möchte dabei das Stichwort „Detox“ hervorheben. Damit ist eine Fahrerumgebung gemeint, die wie beim neuen Astra klar und einfach zu bedienen ist, anstatt mit einer riesigen Zahl von Schaltern oder Untermenüs im Infotainment zu verwirren. Und wir werden Dinge einführen, die andere Hersteller nicht in dieser Form haben. Ein Beispiel dafür ist das intelligente Pixel-Licht des neuen Astra, das der Konkurrenz deutlich überlegen ist.“ (Das Interview führte Jens Meiners, aum)

---

## Bilder zum Artikel



Uwe Hochgeschurtz.

Foto: Auto-Medienportal.Net/Stellantis

---