

Opel-Chef Neumann will mit weniger Rabatten den Neustart schaffen

Rüsselsheim, 12.08.2013, 09:49 Uhr

GDN - Auf Europas Automarkt tobt eine Rabattschlacht, doch im Wettbewerb um Marktanteile will Opel-Chef Karl-Thomas Neumann künftig stärker auf Nachlässe verzichten. "Ich möchte die kommenden Modelle gleich richtig positionieren und von dieser Nachlass-Kultur runterkommen", sagte Neumann im "Handelsblatt".

Obwohl die Zahl der Tageszulassungen derzeit zurückgefahren werde, habe Opel den Marktanteil ausgebaut. Im ersten Halbjahr 2013 waren laut einer Studie des Center Automotive Research 39 Prozent aller zugelassenen Neuwagen von Opel Eigenzulassungen. Bei Volkswagen (30 Prozent) und Ford (20 Prozent) fällt dieser Wert deutlich niedriger aus. Um sich künftig im Markt zu behaupten, will Neumann außerdem das Image der Marke Opel entstauben. "Es ist wirklich eine Schande, dass die Marke Opel heute den großartigen Produkten eher im Weg steht, als dass sie hilft", so Neumann. Künftig solle Opel daher vor allem für drei Begriffe stehen: deutsch, nahbar und aufregend. Damit der Imagewechsel gelingt, hatten die Rüsselsheimer zuletzt die Henkel-Marketingmanagerin Tina Müller verpflichtet. International soll Opel sich künftig stärker mit der GM-Tochter Buick ergänzen. Die Kernmarke solle sich aber weiterhin vor allem auf den schwierigen europäischen Markt konzentrieren. "Es würde jetzt viel zu viel Zeit und Geld kosten, die Marke Opel global auszurichten", sagte Neumann. Zunächst wolle sich Opel darauf konzentrieren, im Bereich der kleinen und kompakten Fahrzeuge wie dem Adam, attraktive Modelle anzubieten. Derzeit belegen die GM-Schwestermarken Opel und Vauxhall in Europa mit acht Prozent Marktanteil den vierten Platz hinter Volkswagen, Peugeot/Citroën und Renault.

Bericht online:

<https://www.germindailynews.com/bericht-19450/opel-chef-neumann-will-mit-weniger-rabatten-den-neustart-schaffen.html>

Redaktion und Verantwortlichkeit:

V.i.S.d.P. und gem. § 6 MDStV:

Haftungsausschluss:

Der Herausgeber übernimmt keine Haftung für die Richtigkeit oder Vollständigkeit der veröffentlichten Meldung, sondern stellt lediglich den Speicherplatz für die Bereitstellung und den Zugriff auf Inhalte Dritter zur Verfügung. Für den Inhalt der Meldung ist der allein jeweilige Autor verantwortlich.

Editorial program service of General News Agency:

United Press Association, Inc.
3651 Lindell Road, Suite D168
Las Vegas, NV 89103, USA
(702) 943.0321 Local
(702) 943.0233 Facsimile
info@unitedpressassociation.org
info@gna24.com
www.gna24.com