

Bald möglich: 800 km E-Reichweite

Marcus Hoffmann verantwortet seit gut einem Jahr das B2B- und Gebrauchtwagengeschäft von Stellantis in Deutschland. Autoflotte sprach mit dem gebürtigen Heilbronner – auch über den neuen Opel Astra.



Foto: Michael Blumenstein/Autoflotte

2020 wechselte Marcus Hoffmann von Seat zur Gruppe PSA, heute Stellantis

Herr Hoffmann, Sie sind der Flottenchef bei Stellantis. Skizzieren Sie kurz, für welche Marken Sie verantwortlich sind.

Marcus Hoffmann: Ich bin seit Anfang 2020 in Deutschland verantwortlich für das Flottengeschäft, zunächst von Peugeot, Citroën und DS. Im März 2020 haben wir diese Abteilung mit Opel verschmolzen, aktuell arbeiten wir an der zukünftigen Aufstellung von Stellantis, die kurzfristig „live“ gehen soll. Wir haben dann mit unseren Marken Abarth, Alfa Romeo, Citroën, DS Automobiles, Fiat, Fiat Professional, Jeep, Opel und Peugeot ein großarti-

ges Marken- und Produktportfolio, das wir – und das ist aus Kundensicht etwas Einmaliges – unseren Großkunden aus einer Hand anbieten können. Diese Organisation aufzubauen ist eine herausfordernde, aber sehr spannende Aufgabe.

Bedeutet das, dass jede Marke noch eigene Flottenverantwortliche hat?

M. Hoffmann: Klares „Jein“. Das ist abhängig von der Flottengröße. Wir arbeiten eng verzahnt mit den Marken, um auf der einen Seite sicherzustellen, dass im lokalen Umfeld der Händler markenspezifisch an der Akquise von vor allem kleinen und mittleren Flotten arbeiten kann. Das wird durch markenspezifische Teams unterstützt. Auf der anderen Seite ist es sehr wichtig, den großen Vorteil unseres Konzern-Produktportfolios auch aktiv beim Fuhrparkentscheider zu platzieren. Das passiert über eine Key-Account-Mannschaft, die schon heute mehrere, zukünftig alle Marken anbieten kann.

In den Flottenzulassungen liegt Opel auf Platz 6, Peugeot auf 13, Fiat auf 14, Citroën auf 16, Jeep auf 25, Alfa auf 31 und DS auf 32. So richtig nach Erfolg sieht das nicht aus. Woran liegt es?

M. Hoffmann: Der Zusammenschluss zu Stellantis ist gerade einmal ein paar Monate her. Dafür haben wir insgesamt gesehen schon viel erreicht. Schauen Sie nur auf die jüngsten Ergebnisse. Aber klar: Es gibt auch Themen, die etwas Zeit brauchen, da erst entsprechende Strukturen geschaffen werden müssen. Wir arbeiten daran, ein stringentes System mit einheitlichen Ansprechpartnern aufzubauen. Das wird helfen, neue Impulse zu setzen. Zudem bringen die Marken von Stellantis spannende neue Modelle auf den Markt, zum Beispiel den neuen Opel Astra und Opel Grandland, den neuen Peugeot 308, das Citroën-Flaggschiff C5 X, den DS 4 oder ab Mitte 2022 den Alfa Romeo Tonale, um nur einige zu nennen, die auch und gerade für das

Flottengeschäft von elementarer Bedeutung sind. Besonders helfen wird uns hier die immer größere und sehr schnelle Elektrifizierung unseres Produktportfolios im Bereich Pkw und Nutzfahrzeuge.

Bei welchen Marken sehen Sie die größten Wachstums-Chancen?

M. Hoffmann: Die große Stärke von Stellantis ist nicht nur die schon erwähnte breite Aufstellung mit 14 Marken. Besonders hervorheben möchte ich die Tatsache, dass wir die davon in Deutschland präsenten Marken aus einer Hand anbieten werden. Das macht die Arbeit des Fuhrparkleiters effizienter – während des Kaufprozesses, aber auch während der Vertragslaufzeit. Und die Marken und Modelle sind so gut voneinander differenziert, dass wir gerade in einem User-Chooser-Fuhrpark auch innerhalb eines Segmentes die unterschiedlichsten Kunden- bzw. Fahrerwünsche erfüllen können. Stellantis will im Flottengeschäft in Deutschland auf breiter Front wachsen, und das mit allen Marken. Von besonderer Bedeutung ist da natürlich Opel als urdeutsche Marke mit großer Tradition. Aber auch unsere anderen Volumenmarken haben viel Potenzial im Geschäftskundenbereich. Und vergessen wir dabei nicht unsere leichten Nutzfahrzeuge vom klassischen Diesel über die E-Version bis hin zur Variante mit Wasserstoffantrieb.

Ist es dabei Vorteil oder Hindernis, dass die Technik identisch ist?

M. Hoffmann: Unsere Marken profitieren von der herausragenden Konzerntechnologie. Stellantis hat effiziente und flexible Plattformen im Einsatz, die den Marken die größtmögliche Differenzierung ihrer jeweiligen Produkte erlauben. Und beim Thema Elektrifizierung drücken wir nun richtig aufs Tempo: Bis 2025 wird Stellantis mehr als 30 Milliarden Euro in die Elektrifizierung und Software investieren. Der Konzern wird schon bald Plattformen mit Reichweiten von 500 bis 800 Kilometern

„Wir bieten unseren Flottenkunden neun
Marken aus einer Hand an.“

Marcus Hoffmann, Direktor B2B Stellantis



Marcus Hoffmann ist Diplom-Betriebswirt und seit 1996 in der Autobranche tätig

und einer Best-of-Class-Schnellladefähigkeit von 32 Kilometern pro Minute bereitstellen. Vier auf reine E-Autos ausgelegte Plattformen, eine skalierbare Familie von drei elektrischen Antriebsmodulen und standardisierte Batterie-Packs, die alle Marken und Segmente abdecken: Alle unsere Marken werden das Werkzeug an der Hand haben, die besten voll elektrifizierten Lösungen ihrer Klasse anzubieten.

Kommen wir zu Opel, der in Deutschland wichtigsten Marke von Stellantis, und zum neuen Astra. Wie wollen Sie diesen ab jetzt auf Erfolg in den Flotten trimmen?

M. Hoffmann: Der Astra ist eines der meistverkauften Modelle der Marke Opel. Entsprechend wichtig ist die neue Generation – vor allem auch, weil der Astra als Plug-In-Hybrid und ab 2023 auch als reine e-Version in das Zeitalter der Elektromobilität fährt. Das ist für einen Flottenbetreiber mitunter ein ganz wichtiges Kaufargument. Der neue Astra wurde vom ersten Federstrich an komplett neu entworfen und entwickelt – in Rüsselsheim, wo er auch produziert wird.

Was kann der neue Astra besonders gut?

M. Hoffmann: Ganz klar die Elektrifizierung. Der Astra ist nun erstmals als Plug-in-Hybrid in zwei Leistungsstufen sowie ein Jahr nach Markteinführung der neuen Generation als batterie-elektrischer Astra-e verfügbar. Zudem steht er für ein starkes, kraftvolles Design mit dem Opel Vizor und optionaler Zweifarblackierung. Ganz wichtig ist auch das neueste Intellilux LED-Pixel-Licht mit nun 84 LED-Elementen pro Scheinwerfer. Und der neue Astra kommt im Innenraum mit der nächsten Generation des voll digitalen Opel Pure Panel-Cockpits.

Welcher Antrieb wird der Flottenfavorit?

M. Hoffmann: Grundsätzlich war dies bislang zwischen Fünftürer und Sports Tourer sehr unterschiedlich, so hatte der Sports Tourer etwa einen wesentlich höheren Dieselanteil. Ich bin fest davon überzeugt, dass vor allem auch die elektrifizierten Varianten in den Fuhrparks hervorragend ankommen werden. Beim Grandland macht der Hybrid aktuell zum Beispiel mehr als ein Drittel der Zulassungen aus.

Was kann der Astra besser als andere in der Kompaktklasse?

M. Hoffmann: Ein starkes Argument ist sicherlich das komplette Antriebsportfolio mit Benziner, Diesel, Phev und reiner e-Version. Dazu kommen ein unverwechselbares Design und eine hervorragende Ausstattung wie das Intellilux LED-Pixel-Licht.

Sie haben bei Seat zuletzt in Barcelona die europäische Flottenstrategie verantwortet. Die Spanier bringen mit Cupra nun neue Vertriebsimpulse in den Markt. Welche der Stellantis-Marken könnte eine ähnliche Rolle als progressiv, jung, mobilitätsorientiert einnehmen?

M. Hoffmann: Ich würde das gar nicht auf eine einzelne Marke reduzieren, denn

schon heute hat fast jede unserer Marken Modelle, die diesen Attributen entsprechen. Nehmen wir bei Opel beispielsweise den Mokka-e, bei Fiat den neuen 500-e, bei Peugeot den neuen 308, bei Citroën den neuen ë-C4 – um nur einige Beispiele zu nennen.

Werden die früher „reinen deutschen Premium-Flotten“ markenoffener und generell der Fuhrpark breiter durchmischt als es bislang vielerorts der Fall gewesen ist?

M. Hoffmann: Klares Ja. Immer mehr Kunden wissen zu schätzen, dass wir – gerade mit dem jetzt deutlich erweiterten Portfolio – vom Kleinwagen bis SUV und großer Limousine, von Serviceflotte bis Premium User Chooser, von Verbrennungsmotor über Plug-in-Hybrid und batterieelektrisches Fahrzeug und nicht zuletzt unserem breiten, vollständig elektrifizierten Nutzfahrzeug-Portfolio die komplette Fuhrpark-Policy abdecken können. Und das – und das möchte ich nochmals wiederholen – in Zukunft aus einer Hand.

Herzlichen Dank für das Gespräch, Herr Hoffmann.

Michael Blumenstein



Der neue Opel Astra ist in Deutschland das Stellantis-Highlight-Modell 2022



Fotos: Michael Blumenstein/Autoflotte

Der Opel Astra ist scharf gezeichnet und könnte langanhaltend gefallen. Der Startpreis dürfte bei 17.479 Euro als Business Edition liegen

Neu und auf Angriff gebürstet

Der Opel Astra war vor langer Zeit der Erzrivale des Golf. Der Astra L hat nun beste Voraussetzungen, um vor allem im Flottenbereich Boden gut zu machen. Wir haben mal reingeschaut.

Seit 1991 nennen die Hessen ihre Kompaktklasse Astra. Und zum Jahreswechsel kommt die Generation 6 und lässt damit den Insignia als letzten GM-Opel im Portfolio. Der Terminologie folgend heißt der neue: Astra L. Er wird übrigens nach langer Abstinenz von Beginn an wieder im Stammwerk in Rüsselsheim produziert, wie auch einer seiner zwei Technik-Zwillinge, der DS 4. Der andere, der Peugeot 308, kommt aus Frankreich. Citroëns C4 – ebenfalls ein Kompaktgeschwisterchen im Konzern – steht übrigens auf der „kleineren“ Plattform, auf der Opel Corsa und Crossland, Peugeot 208 und 2008 und beispielsweise der DS3 Crossback basieren.

Der Astra ist also komplett neu, was nicht nur der Tatsache geschuldet ist, dass der alte Astra (K) zusammen mit GM entwickelt wurde. Bei den Abmessungen bleibt

alles ähnlich und mit gut 4,37 Metern Länge kompakt. Vorne sticht die „Vizor-Front“ hervor – die nun aber geschlitzt ist. Nach Crossland, Mokka und Grandland trägt nun der Astra als vierter Opel das neue Markengesicht. Am Heck könnten Betrachtende ein geschärftes Golf-8-Design erkennen, wenn man denn wollte. Die kurzen Überhänge lassen den Astra nun formvollendeter auf der Straße stehen und sollen mit dazu beitragen, dass das Raumgefühl im Inneren gut ist.

Großer Kofferraum

Gut ist es, andere sind jedoch besser und bieten mehr Platz. Immerhin passen laut Opel-Infos 422 Liter Gepäck in den Kofferraum, dessen Klappe nun aus gewichtsparendem Kunststoff besteht. Das sind 42 Li-

ter mehr als ins Golf-Heck passen (der neun Zentimeter kompakter ist). Die Ladekante im Astra ist jedoch recht hoch, weshalb ein doppelter Ladeboden ein Muss ist. Das Kofferabteil ist jetzt wieder gut eingerichtet (zuvor gab es schlecht nutzbare Schrägen im Boden) und mit vernünftigen Materialien ausgeschlagen.

Auf der Rückbank (gegen Aufpreis beheizbar) sitzt es sich mit gutem Beinwinkel recht bequem und ausreichend Kopffreiheit. Lediglich Sitzriesen streifen die Decke. Zu viert in den Urlaub? Klappt. Besonders gut klappt das vorne. Hier versprechen die optional erhältlichen AGR-Sitze (Aktion Gesunder Rücken) – die Opel bereits seit 2003 im Programm hat – Langstreckenkomfort. Die neue Sitzkontur mag „Alt-Opel-Kunden“ nicht auf Anhieb gefallen, die Einstellmöglichkeiten von Sitz (auf

Wunsch sehr tief) und Lenkrad und das erste Drinsitzen gefallen dafür gut; ebenso die verwendeten Materialien, wenngleich der Klavierlack auch im Astra sehr kratzempfindlich ist.

Wer es edel möchte, aber auf Tierhaut verzichten will, wählt feines Alcantara und wertet den Innenraum spürbar auf. Die Kunststoffflächen fassen sich größtenteils gut an und das Pure Panel genannte Cockpit schafft den Spagat zwischen spacig-abgefahren und edel-zurückhaltend ziemlich gut. Ein echtes Head-up-Display kann geordert werden und macht den Blick ins Kombiinstrument eigentlich obsolet. Das Pure Panel wirkt wie aus einem Guss und besteht dennoch aus zwei Zehn-Zoll-Breitbildschirmen, von denen der rechte leicht fahrerorientiert angewinkelt ist. Sie sind auf Wunsch speziell verglast und lassen angeblich keinerlei Spiegelungen entstehen. Sie wirken auch in natura sehr pur. Zumindest solange sie frisch gewischt sind. Das (zu) Viel an Hochglanzschwarz ist für Putz-fetischisten Himmel und Hölle zugleich.

Wichtige Schalter vorhanden

Schön, dass Opel beim Astra nach wie vor an einigen physischen Schaltern festhält. So sind alle Klimaveränderungen via Tastendruck durchführbar und die Lautstärke beispielsweise per Drehregler. Das verein-

facht die Bedienung und stört optisch keineswegs. Etwas schwierig könnten Opel-Freunde den Lichtschalter (emp-)finden, der nun à la française in den Blinkerhebel gerutscht ist, pardon.

Geschaltet wird konventionell manuell in sechs Gassen oder mittels Achtgang-Automatik, dessen Mini-Wählhebel im Konzern mittlerweile hinlänglich bekannt ist. Ablagen gibt es ausreichend, einige sind sogar mit einem Rollo verschließbar, was hochwertig aussieht und gierigen Blicken die Sicht versperrt.

als Lichtpionier einmal mehr gerecht und bringt Premiumtechnologie in bezahlbare Regionen. Der Aufpreis dürfte bei rund 850 Euro (netto) liegen, das zumindest verlangen die Rüsselsheimer beim Grandland, der dieselbe Technik nutzt.

Deutlich mehr Leistung

Bei den Motoren gibt es keine Überraschungen, wohl aber deutlich mehr Leistung als bislang, wo die PS-Spanne des Astra bei 110 PS begann und bereits bei

Neues, schöneres Auto und bessere Ausstattung zum alten Preis. Der Astra kann das.

Um die Sicht aufs Wesentliche außen zu lenken, besitzt der Astra stets LED-Scheinwerfer und auf Wunsch feingliedriges Matrix-Licht mit 84 Segmenten pro Seite – Pixel-LED genannt. Da wird Opel seinem Ruf

145 PS endete. Gestartet wird mit zwei Benzinern, die aus 1,2 Litern Hubraum 110 und 130 PS ins Rennen schicken, ein Diesel mit 130 PS rundet das Paket bei den Basis-motorisierungen ab. Eine Achtgang-Automatik gibt es bei den 130-PS-Verbrennern optional. Gleich zum Marktstart gesellen sich zwei Plug-in-Versionen mit 180 und 225 PS dazu. Zu erwarten ist, dass später eine Starkversion mit 300 PS und Allradantrieb folgen könnte, bei der die Hinterachse mit Kraft vom zweiten E-Motor beaufschlagt wird. Dieser Plug-in-Hybrid ist ebenfalls bereits aus dem Grandland bekannt. Eine reine E-Version startet 2023, womit dann bis 2028 Benziner, Diesel, Phev und Bev erhältlich sind. Der Kombi folgt etwa ein halbes Jahr später.

Bei 18.878 Euro startet wohl auch der neue Astra in der Basisversion, keine Preiserhöhung also, dafür eine Ausstattungsverbesserung. Den „alten“ Astra gab es in der Business Edition sogar etwas günstiger für 17.479 Euro. Zu erwarten ist, dass auch der neue Astra als Business Edition erhältlich sein wird. Der Kombi (Sports Tourer) kostet voraussichtlich 920 Euro mehr und startet ein halbes Jahr später. *mb*



Pure Panel heißt das Cockpit im neuen Astra. Viele Bedienelemente kennt man von Peugeot



Fotos: Dani Heyne

Das neue Cockpit verströmt Hochwertigkeit und Moderne zugleich; Bedienung ist okay

WeggiXt

Vier Jahre ist es her, dass Opel den Grandland X einführte. Jetzt kommt der Grandland ohne X, aber mit mehr Liebe. Wir sind ihn gefahren.

2017 war der Grandland X eines der ersten Fahrzeuge, das GM/Opel zusammen mit PSA entwickelte, bevor PSA im Sommer 2017 Opel übernahm. Der Markt der Kompakt-SUV prosperiert nach wie vor und so verwundert es kaum, dass der Grandland X bisher rund 300.000 Mal verkauft werden konnte. 70.000 davon entfielen auf den deutschen Markt, einige wenige auf den flottenrelevanten.

Phev gab Schub in den Flotten

Das änderte sich Mitte 2019, als Opel den Grandland X als Plug-in-Hybrid ins Portfolio hob. Anfangs mit 300 PS und zwei Elektromotoren (somit Allradantrieb, bis 135 km/h) und ein halbes Jahr später kam der 225-PS-Fronttriebler hinzu. Zwei Diesel und einen Benziner gab es ebenfalls. Mittlerweile boomt das Plug-in-Geschäft – 0,5-Prozent-Versteuerung sei Dank. Daher straft Opel zum Facelift das Programm und bietet nur noch einen Diesel und einen Benziner mit je 130 PS an. Wer mehr möchte, muss zu den Phevs greifen, die unverändert im Angebot sind.

Der Einstiegspreis für den Grandland ohne X beträgt 22.900 Euro als empfehlenswerte Business Edition, inklusive Metalliclack (rot). Die Optionsliste ist dünn. Aber das Wichtigste, das Pixel-LED mit 84 Elementen pro Seite, ist nicht nur neu, sondern mit rund 850 Euro Aufpreis auch erschwinglich. Erschwinglich wären auch die AGR-Vielfahrersitze, diese gibt es in der Business-Edition aber weder für Geld noch gute Worte – ein Fehler. Wer diese möchte, muss zum teuren GS-Line, dem noch teureren Ultimate oder dem ebenfalls empfehlenswerten Business Elegance greifen, welcher wenigstens 3.634 Euro mehr kostet als der „kleine Bruder“ im Geiste.

Alles so pur

Immer an Bord ist das neue Pure Panel, wie Opel seit dem neuen Mokka das Armaturenbrett samt Kombiinstrument und Infotainmentsystem getauft hat. Pure ist dabei das optische Erscheinungsbild, nicht aber der Funktionsumfang. Die Funktionalitäten dahinter kennen Opel-Interessierte von anderen Modellen, die der PSA-Ära

entstammen. Es funktioniert also tadellos, wengleich man sich ab und an doch mal in den Tiefen der Menüs verläuft. Wer knausrig ist, muss nicht einmal ein Navigationssystem für 1.000 Euro bestellen, sondern navigiert mit frei verfügbarer Software, die vom Handy aufs dann nur sieben anstelle von zwölf Zoll große Pure Panel gespiegelt wird. Die Tachoeinheit ist ebenfalls digital und sieben oder zehn Zoll groß. Mit dem Pure Panel wirkt der Grandland nicht mehr analog-altbacken, sondern up-to-date und deutlich hochwertiger als bislang – gut so.

Das bewirkt auch das neue Gesicht. Erstmals beim Crossland und dann beim Mokka eingeführt, ist der Grandland der dritte Vertreter mit „Vizor-Front“ und der Astra (siehe Seite 51) folgt als Nummer vier. Ebenso pure wie das Cockpit sieht der Grandland nun außen aus und verströmt, je nach Ausstattungslinie, mehr Noblesse oder mehr Sportlichkeit.

Großer Diesel fliegt raus

Beim Fahren hat sich nichts geändert. Das war auch nicht nötig. Das Fahrwerk federt selbst mit 19-Zoll-Bereifung anständig, die Autobahntauglichkeit ist auch aus Geräusicht gegeben. Vielfahrer werden den Zweiliter-Diesel mit 180 PS vermissen. 130-Selbstzünder-PS müssen fortan genügen. Und für alle User Chooser geht eh kein Weg an einem Plug-in vorbei. Der kleine reicht leistungsmäßig in jedem Fall aus, es sei denn, man benötigt ab und an mal eine Art Allradantrieb.

mb



Die gefälligere Front und lackierte Radläufe kennzeichnen den gelifteten Grandland