Zukunftssicher aufgestellt

Interview | Bianca Rösler ist seit April 2025 Teil der Geschäftsführung der Castrol Germany GmbH und verantwortet den Automotive-Bereich. Im Gespräch hat sie erklärt, wie sich das Unternehmen zukünftig ausrichtet und welche Schwerpunkte wichtig sind.

Foto: Castrol

Bianca Rösler, Geschäftsführerin der Castrol Germany GmbH in Hamburg

Kurzfassung

Das Trio Bianca Rösler, Rhea D'Jesus und Patrick Bell bildet die neue Geschäftsführung von Castrol Deutschland. Bianca Rösler, die den Automotive-Bereich verantwortet, spricht über die neue Ausrichtung.

asp: *Frau Rösler, Sie sind vor Kurzem in die Geschäftsführung von Castrol Deutschland berufen worden und dort für den Automotive-Bereich verantwortlich. Was sind Ihre ersten Erfahrungen dort und was wollen Sie verändern?*

B. Rösler: Meine ersten Wochen bei Castrol waren intensiv und vor allem geprägt von vielen guten Gesprächen mit Kolleginnen und Kollegen, die die Branche seit Jahren mitgestalten. Ich habe ein hoch engagiertes Team kennengelernt und eine Marke, die für Qualität, technische Kompetenz und langfristige Partnerschaften steht. Gerade in der Zusammenarbeit mit Werkstätten sehe ich enormes Potenzial – und auch Verantwortung. Denn der Markt verändert sich spürbar: Neue Antriebstechnologien, steigende Anforderungen der Kunden und wachsender Anspruch, effizient und nachhaltig zu arbeiten, stellen viele Betriebe vor Herausforderungen. Hier wollen wir als Partner unsere Kunden noch besser unterstützen. Gleichzeitig arbeiten wir daran, Prozesse zu vereinfachen und Reaktionszeiten zu verkürzen, damit unsere Partner im Alltag flexibler und effizienter agieren können. Unser Ziel ist klar: Castrol soll nicht nur für hochwertige Schmierstoffe stehen, sondern für partnerschaftliche, zukunftsorientierte Unterstützung im Werkstattalltag.

asp: *Was sind Ihre Ziele für Castrol in Deutschland?*

B. Rösler: Mein Ziel ist es, Castrol als einen der führenden Anbieter von Schmierstoffen und Mobilitätslösungen in Deutschland weiter zu stärken und das Unternehmen so aufzustellen, dass es auch in einem sich wandelnden Markt zukunftssicher bleibt. Wir möchten unsere Marktanteile im Automotive-Bereich nicht nur halten, sondern gezielt in Wachstumsfeldern wie EV-Fluids und nachhaltigeren Schmierstoffen ausbauen. Ein Ansatz ist dabei beispielsweise die Reduzierung von Emissionen im Produktionsprozess. Es geht aber nicht nur um neue Produkte, sondern um Lösungen, die sich im Werkstattalltag bewähren – effizient, anwendungsfreundlich und innovativ.

asp: *Welche Schwerpunkte wollen Sie zukünftig setzen?*

B. Rösler: Die Schwerpunkte werden in der technologischen Weiterentwicklung unserer Produkte, in einer nachhaltigeren Produktion und in einer noch stärkeren Kundenorientierung liegen. Um den wachsenden Anforderungen moderner Fahrzeuge gerecht zu werden, werden wir unser Portfolio durch innovative Produkte wie EV-Fluids erweitern. Dabei wird Nachhaltigkeit eine Schlüsselrolle spielen. So gestalten wir unsere Verpackungen bereits nachhaltiger, beispielsweise durch die Einsparung von Verpackungsmaterialien. Auch unsere Produkte werden wir in dieser Hinsicht optimieren und unsere Prozesse noch effizienter machen. Gleichzeitig möchte ich die Zusammenarbeit mit unseren Kunden und Partnern intensivieren, indem wir digitale Tools, maßgeschneiderte Services und praxisnahe Lösungen anbieten. Mein Ziel ist es, Castrol strategisch so auszurichten, dass wir uns als einer der führenden Anbieter für zukunftsorientierte Mobilitätslösungen etablieren.

asp: *Was sind die wichtigsten Märkte für Castrol in Europa?*

B. Rösler: Europa ist das Herzstück von Castrol. Hier wurde die Marke gegründet, hier befinden sich unsere wichtigsten Entwicklungszentren und Produktionsstätten. Deutschland ist mit seinem großen Automobilmarkt, den führenden Automobilherstellern und seiner Rolle als Technologie-Hub für Innovationen ein sehr wichtiger Markt für uns. Das Drive-

„Der Aftermarket spielt eine entscheidende Rolle, um Werkstätten zu erreichen."

Bianca Rösler, Castrol

line Technology Centre (DTC) in Hamburg ist zum Beispiel ein wichtiger Bestandteil der Forschungs- und Entwicklungsaktivitäten von Castrol. Großbritannien ist als Ursprungsland von Castrol ebenfalls ein zentraler Markt mit einer starken Markenbindung. Auch in weiteren rund 150 Ländern ist Castrol aktiv, teilweise mit großen Fahrzeugflotten und der wachsenden Nachfrage nach innovativen Schmierstoffen und nachhaltigen Lösungen.

asp: *Wird der Automotive Aftermarket weiterhin relevant für Castrol bleiben?*
B. Rösler: Der Automotive Aftermarket ist nicht nur weiterhin relevant, sondern wird angesichts der aktuellen Marktdynamik voraussichtlich sogar an Bedeutung gewinnen. Da Fahrzeuge immer länger genutzt werden, steigt die Nachfrage nach hochwertigen Schmierstoffen sowie Services für Wartung und Reparatur. Der Aftermarket spielt eine entscheidende Rolle, um Werkstätten und Endverbraucher direkt zu erreichen. Unsere Strategie ist es, die Bereiche OEM (Erstausrüstung) und Aftermarket miteinander zu verbinden. Durch unsere Partnerschaften mit Automobilherstellern entwickeln wir OE-Produkte, die später auch im Aftermarket eingesetzt werden können. So stellen wir sicher, dass wir den Anforderungen von Herstellern und Werkstätten gleichermaßen gerecht werden.

asp: *Der Anteil an Elektroautos steigt. Im Driveline Technology Centre entwickelt Castrol entsprechende E-Fluids. Welche Produkte sind hier geplant?*
B. Rösler: Der wachsende Anteil von Elektrofahrzeugen macht EV-Fluids zu einem strategisch wichtigen Wachstumsfeld für Castrol. In unserem Driveline Technology Centre entwickeln wir speziell auf die Anforderungen von Elektrofahrzeugen zugeschnittene Produkte wie EV-Transmission Fluids, EV-Thermal Fluids und EV-Greases. Während Motorenöle aktuell noch dominieren, wird die Relevanz von EV-Fluids mit der zunehmenden Elektrifizierung des Fahrzeugmarktes stetig wachsen. Castrol investiert gezielt in Forschung und Entwicklung, um innovative und nachhaltigere Lösungen für die Elektromobilität bereitzustellen und eine führende Position einzunehmen.

asp: *Mit Castrol Service bietet Castrol ein entsprechendes Werkstattkonzept für den Ölbezug an. Wollen Sie das Geschäft ausbauen und was ist hier in Zukunft noch geplant? Wie unterstützen Sie Werkstätten bei Ihrem täglichen Geschäft?*
B. Rösler: Castrol Service ist ein wichtiger Bestandteil unserer Strategie, freie Werkstätten direkt zu unterstützen und sie langfristig als Partner zu begleiten. Dabei ist es kein Werkstattkonzept im klassischen Sinne, sondern als Co-Branding Konzept eine ideale Ergänzung für Werkstätten, bei der unsere Partner nicht nur von der starken Marke Castrol profitieren. Wir bieten auch digitale Tools, Marketingunterstützung und -programme an, um den Werkstätten bei der Kundenbindung und Effizienzsteigerung zu helfen. Außerdem haben unsere Partner die Möglichkeit, moderne Werkstattausrüstung zinsfrei zu finanzieren. Geplant sind auch neue Services, die auf die wachsenden Anforderungen im Bereich Elektromobilität eingehen. Darüber hinaus arbeiten wir kontinuierlich an innovativen Lösungen, um Werkstätten bei der Digitalisierung ihres Geschäfts zu unterstützen.

Interview: Alexander Junk