

## Benchmarking Volkswagen Unternehmensbroschüre

*Eine inhaltliche und gestalterische Positionsbestimmung*



*Hintergrund* Die Unternehmensbroschüre ist eine jährlich von der Volkswagen Kommunikation herausgegebene Publikation, die über wesentliche Aktivitäten aus den Vorstandsbereichen, zu Sonderthemen sowie über Zahlen, Daten, Fakten und die Modellpalette des laufenden Geschäftsjahres berichtet. Als einziges Medium bietet sie einen umfassenden Einblick in das Unternehmen.

## PROJEKTBEISPIEL

+2

*Aufgabe* Aufgabe der Untersuchung war eine inhaltliche und gestalterische Positionsbestimmung der Unternehmensbroschüre im publizistischen Umfeld anderer DAX-notierter Unternehmen. Nach vorher festgelegten Kriterien wurden Stärken und Schwächen identifiziert, analysiert und die Problemfelder aufgezeigt.

*Ziel* Ziel war die Formulierung inhaltlicher und gestalterischer Vorgaben und damit die strategische Ausrichtung einer zukünftigen Unternehmensbroschüre.

*Methodik* Unternehmenspublikationen aus unterschiedlichen Branchen wurden analysiert, kategorisiert und in einem Workshop ausgewertet. Neben den von uns aufgestellten Kriterien, wurden auch Bewertungskriterien einschlägiger Best-Of-Wettbewerbe herangezogen. Sie umfassten u.a. folgende Aspekte: Informationsziele, Zielgruppen, Innovationsgrad, Angemessenheit, Gesamteindruck, Inhalt, Stil/Layout, Stil/Text, Typografie, Bildsprache, Informationsgrafik, Herstellung und Verarbeitung.

Auf Basis dieser Kriterien erstellten wir eine Matrix. Die Matrix ermöglichte Aussagen zur Selbsteinschätzung, dem aktuellen und zukünftigen Profil, sowie der Einordnung zu anderen Publikationen.

Im nächsten Schritt wurde das aktuelle Profil der Unternehmensbroschüre mit den Zielen und Ansprüche der Kommunikationsstrategie abgeglichen und geprüft, inwieweit es Überschneidungen mit anderen Volkswagen-Publikationen gibt.

&gt;

## PROJEKTBEISPIEL

+3

Welches sind die Stärken, Schwächen und Potentiale? Sie wurden von uns identifiziert, benannt und mit den daraus resultierenden Folgerungen für Organisation, Prozesse, Inhalt und Design in einem Resümee zusammengefasst.

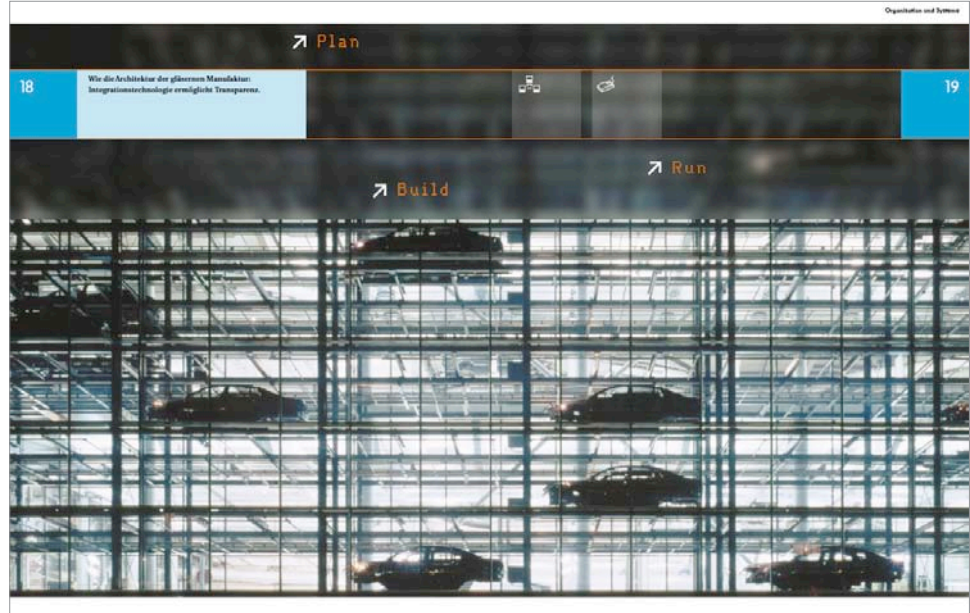
*Ergebnis* Ergebnis unserer Untersuchung waren die Aufstellung eines Maßnahmenkatalogs, Maßgaben für die Umsetzung, verbindliche Bewertungskriterien und die Ausarbeitung inhaltlicher Vorschläge für einen Relaunch.

*Dokumentation* Vorgehensweise, Ergebnisse und die weiteren Schritte wurden den Volkswagen-Projektverantwortlichen in einem Vortrag präsentiert und abschließend in einer Konzeptbroschüre dokumentiert.

PROJEKTBEISPIEL



PROJEKTBEISPIEL



**20**

**Unter Integrations-technologie verstehen wir die Integration von Geschäftsprozessen und Informationssystemen. Anwendungen dieser Technologie zeichnen sich heute durch hohe Verfügbarkeit, Stabilität und Performance aus. So war die Fahrzeugentwicklung auf Plattform- und Modulanalyse fußt, wird die Integrations-technologie auf Modularisierung und Wiederverwendbarkeit. Gemeinsam ist damit auch die konsequente Anwendung einer offenen Architektur, die schon in der Konzeption auf Prozess-Integration ausgerichtet ist.**

**Systemlösung:** In Zusammenarbeit zwischen den Bereichen Zentrales Personalwesen, Eingabefabrikation und Fertigungsorganisation und Systemen wurde in einem Zeitraum von 24 Monaten die Prozessinterne Personalwirtschaft auf eine neue System- und Applikationsplattform gestellt und mehr 300 neuer dem Namen IPS - Innovativer Personal Service - in Betrieb genommen. Flexibilität und Komplexität der Personalwirtschaft in einem der mitarbeiterstärksten Konzerne der Welt können so auch zukünftig bewerkstelligt werden.

**21**

**Die jetzigen Personalwirtschaft der Volkswagen AG, Konzernumfrage, Treasury, Buch, Organisation**

**Systemeigenschaften:** Die erreichten Synergieeffekte bis hin zur Verkürzung der Reaktionszeitpunkte während eines vielder in hundert diese standardisierten Applikationslösungen im Konzern einbezogen werden. Herstellerbedingte Änderungen in Betriebssystemen und Applikationssoftware werden nur einmal zentral ausgeführt und dann weltweit lokal zum Einsatz gebracht. Das spart Zeit und Kosten. Voraussetzung hierfür sind verbindliche Prozesse.

**Schon im ersten Jahr nach der Einführung von IPS wurde diese Plattform auf die Gesellschaften Audi/000 GmbH und Glasera Motorik Dresden ausgedehnt. Die einmal erstellten Systeme konnten in Verbindung mit der Wiederverwendbarkeit von Software-Ressourcen erhebliche Effizienzsteigerungen. Der Aufwand konnte bis zu 25 Prozent reduziert werden. Das wird zur Zeit auch bei der Gesellschaft VW Transmission/China nachgewiesen.**





PROJEKTBEISPIEL



44
45

**Kleinere Autos**  
Kleinere Autos  
Kleinere Autos

**Kleinere Autos**  
Kleinere Autos  
Kleinere Autos

**Kleinere Autos**  
Kleinere Autos  
Kleinere Autos

**Kleinere Autos**  
Kleinere Autos  
Kleinere Autos

**Kleinere Autos**  
Kleinere Autos  
Kleinere Autos

**Kleinere Autos**  
Kleinere Autos  
Kleinere Autos

Für Wolfgang Müller-Petralia ist „Victor“ eine technische Emergenz. Einzigförmiges intelligentes und lernfähiges System des Menschen durch das Leben navigieren. „Man steigt im Auto, der Assistent aktiviert sich als virtuelle Projektion auf der Windschutzscheibe. Schon weiß das Fahrzeug, wer eingestiegen ist und weiß sich perfekt darauf ein.“ Die hominoiden Gesichter der Zukunft können Präferenzen, Eigenschaften und Bedürfnisse genau.

**Summer 2030** – Herr Margen hat Geburtstag. Victor soll den Wetterbericht ab, wie es heute aussieht, was seine Menschen heute sehen, Ergebnis: Patrick im Grün, Kanna in die Blau, Polina in die Blau. Herr Margen haben experimentell herausgefunden das Organ verstanden ein Fahrzeug „Mittel Patrick“ gefahren, das Patrick im Grün gefahren, Kanna im Blau. Und der Patrick vor der Polina hat ist reaktiviert. Victor kommuniziert direkt, schnell, unmisslich.

Müller-Petralia knüpft Licht an, die für Forscher und Entwickler punktuell in die Zukunft blicken. Sie wissen, dass es die Zukunftsforschung innerhalb der Konzernforschung. Seinen Blick fokussiert er auf die Gegenwart. Er beobachtet Trends, verfügt wissenschaftliche Diskurs, analysiert gesellschaftliche Entwicklungen und verknüpft seine Erkenntnisse in „denkbar Zukunft“ hinein. Zukunftsforschung bei Volkswagen basiert mehr auf „Science“ als auf „Fiction“.

„Mutter ist“, sagt Herr Margen. Victor ist aus dem Wachstum des Assistenten aufzuwachen, wie es Herr Margen gefällig – individuell und den Bedürfnissen perfekt angelehnt.

Informationen aus allen Lebensbereichen gibt es aufzupapieren und in die automatische Welt zu überweisen. Der Zukunftsforscher betrachtet subjektive Lebensweisen und die objektiven Rahmenbedingungen.

„Was ist das für ein Auto?“, fragt Herr Margen. Victor schaltet kurz über die Geschichte der Berg, ein der es gerade vorbei fährt. Victor, der perfekte Fahrer, versteht nicht nur Menschen, Intelligenz und Mobilität, sondern er hat auch einen Blick für die Bedürfnisse des Fahrers.

Spielregeln sehen eine Gesellschaft, die sich zunehmend polarisiert, während sie gleichzeitig kulturell zusammenwächst. Was bedeutet das? „Wir müssen kulturelle und individuelle Bedürfnisse verstehen.“ Menschen aus legen jeden Gebrauchswagen nur dazu, wenn neue Sitze eingebaut wurden – eine Frage der Hygiene. In den USA braucht jeder Wagen den Captain. Und wie in allen Bereichen werden auch bei den Kunden die Bedürfnisse. Die einen wünschen ein Fahrzeug mit mehr Kreativität, Innovation und Sprague; andere möchten nur von A nach B kommen. „Im Fahrzeug der Zukunft können eine bewegende Hilfe sein mit einer Vielzahl von Optionen an Bord, damit es sich perfekt an alle Bedürfnisse anpassen kann.“

Margen: Victor ist MVV für Sie. Sie fahren so schnell und schnell. Eine so ein Szenario, dass nicht das Automatenmodell mehr ist. Victor hat alle Vorlieben gespeichert. Und Herr Margen kann nicht ruhig schlafen, während seine Tochter um den Uhr aus der Disco nach Hause fährt. Victor ist ihr Schutzengel.

Wirtschaftsexperten rechnen nicht damit, dass sich die Kasern von Bund und Ländern fallen. Das bedeutet, weniger Geld für Investitionen. Gleichzeitig werden Individual- und Gewerbesteuer senken, sagen Verkehrsexperten. Aus Faktoren lassen sich Szenarien ableiten:

- Straßen werden privatisiert. Die Besitzer kümmern sich um ihre Qualität, die Nutzung wird gegen Markt abgerechnet.
- Schließende Straßen plus mehr Verkehr – weil klimatisch häufiger im Stau stehen. Dann muss der sinnvolle Nutzung der Zeit im Vordergrund stehen.

\* Assistent, ein zukünftiges Gesicht der menschliche Gesicht annehmen. Hier eine dem Menschen ähnlicher „Person“ aus der virtuellen Welt

Der Frage von Paris landet in Berlin. Margen: Victor zeigt mir in ein Start, um die sich auf dem Weg in Grün immer mehr Wagen anhängen.

Denkbar ist der veränderte Wechsel von Verkehrsmitteln auf dem Weg von A nach B. So der Forscher Während man heute an Kassen stand, müssen künftig eine fließende Nutzung der Verkehrsmittel – vom Fahrrad über Bahn, Bus, Motorwagen oder Flugzeug ermöglicht werden.

**Monday** – auf dem Weg von München nach Berlin – schaltet Herr Margen auf Autopilot. Victor zeigt ihm die Vernetzung von Herr Margen gleich als ein Nischen. Überwege erkennen sich Victor an alle besten Schließung auf der Straße. Er berechnet eine Ausweichroute.

Möglich ist auch ein Personalwechsel – vom Fahrer zum gefahren werden.

Victor ist der perfekte Chauffeur. Überwege kommunizieren sie sich selber schließung. Sie schaltet an Schließung, wenn sich seine ein Unfall geschahen ist – weil der Fahrer keine Victor im Bord hat.

Als Gabriel Payer muss Volkswagen Trends in weltweit Zusammenhang sehen – zum Beispiel das steigende Bedürfnis nach Mobilität in den Entwicklungsländern. Deshalb ist die Nutzfahrzeuge erweiterbar und erweiterbare Energien eine unserer Hauptaufgaben“, so Müller-Petralia. „Smart“ – aus nachwachsenden Rohstoffen gewonnen – wird in naher Zukunft einen Teil des Bestands decken. „Familie Margen kann 2030 sicher Wasserstoff als Energieträger nutzen – aus einer Sonnenenergie gewonnen.“

Auch Victor nutzt untere Energie aus dem Sonnenlicht. Und so verändert die Vernetzungssysteme die Mensch. Volkswagen ist stolz auf dass in die Umwelt einbezogen, wenn ein perfekt wieder ist.

Was ist wenn? Wenn sich der Zukunftsforscher Müller-Petralia dem „weiche“ Faktoren zuwenden, wird er zum Szenarist. Zum Thema „Fahrer“ liefern die Rohdaten aus London mit Details über das Geschehen auf den Landwegen. Daran sieht er Informationen für die automatische Welt: Materialien und Moden in Fahrzeug von innen. Ebenso akribisch hat er das Thema „Fahrer“ beleuchtet. Nur so konnte er seine Situation zum Trend verdichten: „Früher wurden Leitungen verkauft – jetzt wird Licht verkauft. Die Lichtverteilung und die Lichtsteuerung stehen im Mittelpunkt.“

Victor will klein, grün, massiv und Weltraum. Damit hat er Frau Margen Geschmack getroffen: Fahrzeug und Weltgeist.

Können künftig Automobile via Lichtfarbe auf Emotion eingehen? In ein bestimmtes Restaurant der Hof? Das Restaurant kommt, weil es keine Auswahl gibt. „Täglich nur ein Menü in hoher Qualität – jeder Gast ist glücklich, das er nicht wählen muss. Das Zukunftsfahrer wandern das nicht. Der Mensch ist genussvoll „Wettpolitaner“, von unendlichen Optionen, von unendlichen Entscheidungsoptionen. „In allen Möglichkeiten sehen sich der Mensch nach dem Fahren, nach Rückmeldung, nach Glaswürdigkeit, nach Navigation statt Option.“

Der perfekte Fahrer nicht im Internet nach „Zugewinn“, spielt sie untere Energie kurz an als Ernährung auf das Konzept von Abend.

Volkswagen hat eine weiche Basis – aus seinem Unternehmenserwartung und sein eigenes Fähigkeiten. Müller-Petralia, Erfolg in der Zukunft hängt nach Meinung der Forscher davon ab, wie gut sich der Automobilhersteller auf neue Kundenbedürfnisse einstellt. Dann wird jeder Kunde auch immer wissen, was er hat, wenn er Volkswagen fährt. Und vielleicht steigt irgendwann Victor ein – Zukunftsforscher sind keine Heilbringer.



PROJEKTBEISPIEL



**58** **59**

**1993** Die Mutter Deutsche, die Vater Italiener – Frank (li) und Sebastian Pata (re) können sich gut an ihre Kindheit zwischen den Kulturen erinnern: „Jahres war dieser Druck da, perfekt sein zu müssen.“ Allen Väterleuten zum Trotz: Mannschaften wissen sie was, die Söhne von Giovanni Pata. Deshalb waren die Haare immer kurz geschoren, die Nase durfte nicht laufen, und: „Wir mussten immer Anzug und Krawatte tragen.“

**1994** Kärntens – Volkswagen brauchte Mitarbeiter und suchte Gutachter aus Italien an. In der Stadt, die damals als „Jugendmetropole der Republik“ galt, lebten zu dieser Zeit bis zu 8.000 Arbeiter aus Italien. „Zuerst“, sagt Pata, „wurde mir die Arbeit in Deutschland – bei Volkswagen.“

**1995** Pata unterschrieb den Liefervertrag und fuhr im Oktober mit dem Zug los. Wohnen im italienischen „Bella Vista Bruck“ – abgetrennter Wohnblock, vom Werkhause bewacht. „Wir waren es dort in einem Zimmer. Mit Kochmöglichkeit auf dem Flur, aber ohne Duschen. Duschen konnten wir im Werk.“

**1. November** erster Arbeitstag. Fremde Sprache, Schichtarbeit – für den Satten alles neu. „So eine große Fabrik hatte ich vorher noch nie gesehen“, sagt er. Bisher hatte er bei der Arbeit nur den Himmel über dem Kopf, jetzt war er Knoschenarbeiter in Halle II, dritte Schicht bis zu den Kälte bei. Fluorieren gingen sie zur Schicht. Erste Seite: Pflanzlicht, rechte Seite: Spandaxlicht – und umgekehrt. Nachtschicht hatte immer ein gutes Haar im Indusierdorf. Ein Leben in der Isolation. „Jahres sah man nur, wenn sie mit ihrem Tieren von Tinkanten kamen. Sonst waren wir eingesperrt“, sagt Sebastian Pata.

In diesem Monat, im Giovanni Pata nach Feierabend wissen scheren blauen Anzug anzug, Pflanzlichte im schwarze Haar ging und zum Essen über zum Tassen anging. Wenn er und seine Freunde mit dem Frauen trafen, erlitten sich Vorwürfe manchmal in Schlägen. „Die waren sehr rüchlich“, sagt Pata heute spöttisch. In vielen Lokalen wurden die Männer damals gar nicht erst empfangen.

**1996** Arbeitserfahrungen waren angeworben wurden – Männchen waren gekommen. „Wir waren Gluck. Gluck und willkommen. Aber sie sollen gehen, wenn die Bausche um ist“, sagt Giovanni Pata. Vater der „Gluck“ hatten selbst nur einen kurzen Besuch geplant. So sagen viele tausend Männer im Laufe der Jahre ein und wieder aus.

Pata blieb – auch als sein Liefervertrag nicht verlängert wurde. Er suchte sich Arbeit im Baugewerbe, schließlich hatte er in Rita Maria Ganz bereits sein Glück gefunden. Nach der Geburt des ersten Sohnes Frank trat er vor dem Krankenhaus des früheren Abteilungsleiter. Am 1. November 1994 kehrte er mit diesem Unterstützung zurück zu Volkswagen – als Mitarbeiter im Modellbau.

**1997** Hochzeit – der deutsche Chef war Trauzeuge. „Er kommentierte sich wie ein Vater am mich“, sagt Giovanni Pata. Im gleichen Jahr wurde sein zweiter Sohn, Sebastian, geboren. „Wir waren Nummer 4770 auf der Warteliste für eine Wohnung. Die hätte ich gerne“, erinnert sich der Vater. Die Herkunft war kinderlos. „Anländer wurden damals zugewiesen. Höchstens eine Familie pro Block war erlaubt“, sagt Sohn Frank. Die Familie fand – mit Glück und guten Beziehungen – sofort eine neue Wohnung.

Integration war ein Begriff, der erst erfunden werden musste. Wieder die Stadt nach dem Unternehmern hatten geplant, die Männer aus Italien dauerhaft in Wolfsburg zu lassen. „Zunächst der Anländer in die Wohnhäuser der Stadt – das war der erste richtige Schritt in die richtige Richtung.“

Viele italienische Frauen waren den Männern inzwischen nach Wolfsburg geflüht und hatten die Kinder mitgebracht. Akzeptiert waren die „Jugendglück“ nach langer Zeit. Das blieb wieder Rita Maria Pata nach dem Söhnen verloben. „Bei uns war immer offenes Haus. Jeder war willkommen, denn stand ein Vater mehr auf dem Tisch. Aber wir mussten bei den deutschen Freunden grundsätzlich dreimal im Treppenhaus warten“, sagen sie.

Inzwischen haben Unternehmen und Stadt erkannt, dass die Menschen gekommen sind – Menschen, die zum Teil bleiben sollten. „Väter und Mütter“, wie sie im Arbeiterleben bei Volkswagen bereits geübt wurde, sollte nicht länger ein Werk sein. Aus dem „Carabinieri“ selbst, ausländische Mitarbeiter werden – ein schwieriger Prozess. Frank und Sebastian hatten immer Freunde. Aber wenn es Streit gab, fand es trotzdem schnell „die Besten“ oder „geh doch nach Italien“.

Italienische Kultur bewirkt langsame Fall in Wolfsburg. Man ging zum „Jahres“ essen, man besuchte in den Ferien sein Land. Fremdsprache erlernen. Familie Pata verbrachte vier Wochen pro Jahr auf Santorini.

Frank und Sebastian mussten sich nach während ihrer Ausbildung für die Herkunft des Vaters entscheiden – wenn auch nicht. „Wir haben gelernt, uns zu wehren.“

Wolfgang ist voller Nationalität – auch durch den Ghibli Meyer Volkswagen, der in seiner Zentrale Gluck aus alle Welt einfließt. Frank und Sebastian Pata betrachten sich als „multikulturelle Paarung“. Die Erfahrungen von Kindheit und Jugend haben sie geprägt. Frank Pata hat das Leben von Kindheit an gelernt – er ist Vorsitzender der 2000 Vertrauensrat der IG Metall bei Volkswagen. Giovanni Pata hat ebenfalls studiert, wenn er zwischen seinen beiden Söhnen das Leben reflektiert. „Ich verstehe mich ganz gut mit meinen deutschen Landsleuten.“







PROJEKTBEISPIEL

+9

*Kunde* Volkswagen AG  
Konzernkommunikation  
Brieffach 1976  
38436 Wolfsburg

*Ansprechpartner* Klaus-Dieter Weiß

*Agentur* Bender+Büwendt  
Design und Beratung  
Tucholskystraße 24  
10117 Berlin

[www.bender-buewendt.de](http://www.bender-buewendt.de)

*Ansprechpartner* Axel Büwendt, [post@bender@buewendt.de](mailto:post@bender@buewendt.de)

*Agenturprofil*

- Inhalte entwickeln
- Ideen finden
- Kommunikationswege planen
- Publikationen, Benutzeroberflächen und Marken gestalten
- Projekte steuern
- Funktion und Nutzen evaluieren

*Arbeiten für Volkswagen (Auswahl)*

- Unternehmensbroschüre 1999 - 2005
- Benchmarking zur Unternehmensbroschüre 2005
- Autogramm Special *VolkswagenBank direkt*
- Konzeption des Forschungsmagazins *Think!*
- Medienleitfaden Volkswagen
- Berlinale-Broschüre *Volkswagen Location Tour*
- Besucherdienstflyer Salzgitter und Wolfsburg
- Besucherdienstbroschüre *Gästebuch*

PROJEKTBEISPIEL

+10

*Kunden* Bibliographisches Institut GmbH, Duden, Mannheim;  
*(Auswahl* Giese, Hagedorn und Collegen, Personal- und  
Unternehmensentwicklung, CH; Bärbel Hübner,  
Personalentwicklung, CH; Montessori-Kinderladen-Mitte e.V.,  
Berlin; Volkswagen AG, Wolfsburg; VolkswagenBank direkt GmbH,  
Braunschweig;