

## 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.

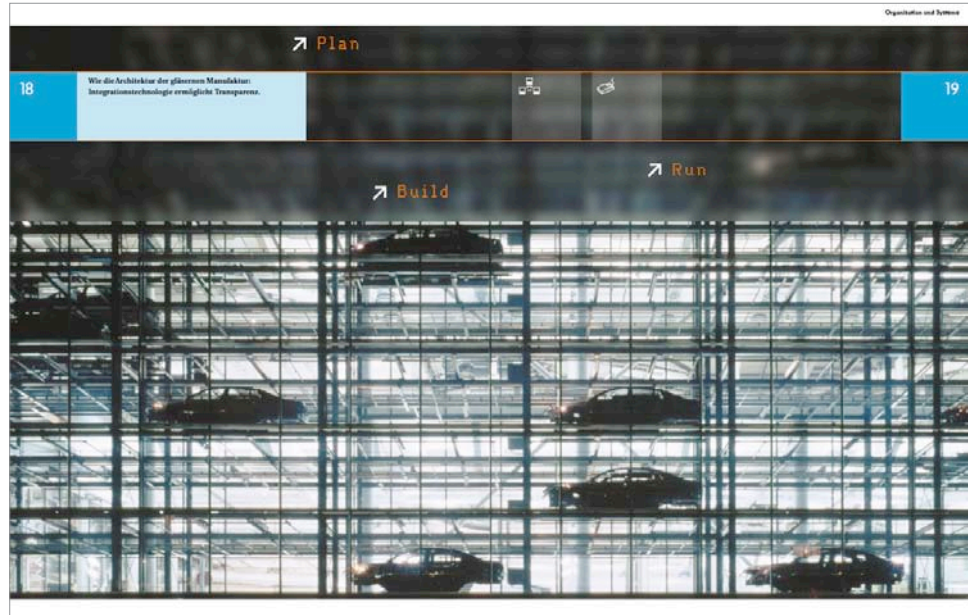
*Ergebnis* Ergebnis unserer Untersuchung waren die Aufstellung eines Maßnahmenkatalogs, Maßgaben für die Umsetzung, verbindliche Bewertungskriterien und die Ausarbeitung inhaltlicher Vorschläge für einen Relaunch.

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

PROJEKTBEISPIEL



PROJEKTBEISPIEL



**20**

*Technische Lösungen für die Organisation*

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 fok. 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, Eingabeforschung und Filialmanagement und Systemen wurde in einem Zeitraum von 24 Monaten die Prozessierte Personalwirtschaft auf eine neue System- und Applikationsplattform gestellt und über 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 beherrscht werden.

Wesentliche Einsatzbedingungen für die Anwendung waren:

- Technologische Einzigartigkeit für 195.000 Mitarbeiterinnen und Berater
- Realisierung der Zeitsammanent Funktionen für ca. 10.000 MitarbeiterInnen
- Tägliche Ad-hoc Anforderungen der Vorstandsberichterstattung und Personal im Online-Betrieb mit ca. 800 Nutzern.
- Benutzerfreundliche Online-Zustellplätze für ca. 4.000 Meister und Selbsttätigen.
- Systemverfügbarkeit im Sieben-Tage-Betrieb bei 24/7.

Als Basis für diese Systemlösung wurde die Standardlösung SAP B1 Human Resources\* ausgewählt. Technisch wurde der Betrieb mit einer Vielzahl von Maßgrößen Systemen auf drei Informationssystem-Verarbeitungs-Zentren (VZ) verteilt. Besonders vernetzte und rechenintensive Prozesse wie die Eingabeforschung wurden parallelisiert. So können die Fähigkeiten dieser Geschäftsprozesse nutzbarer und ertüchtigt den monatlichen Finanzabläufen zugeführt werden.

**21**

**Dr. Jan-Dirk Penzenow**  
Vizepräsident der Volkswagen AG,  
Konzeptions-, Treasury, Besch., Organisation

**Synergien:** Die erreichten Synergieeffekte bis hin zur Verkürzung der Realisierungszeit wurden vielerlei 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 vereinheitlichte Prozesse.

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

**Vorteile:** Die Vorteile von modularisierten, konfigurierten Software-Komponenten in einer einheitlichen Architektur über die Gesellschaften hinweg liegen auf der Hand: Verkürzung der Entwicklungszeit, Reduzierung der Schnittstellenanfragen, Steigerung der Datenqualität sowie Minimierung des Projektrisikos. Hinzu kommt, dass Basis- und Anwendungsentwickler bei gleicher Qualität ein wesentlich geringeres Aufwandsniveau erfordern. Nach gleichem Methoden konsequent erzielte Management-Kennzahlen erhöhen die Transparenz und verbessern die qualitative Steuerung des Unternehmens im Personalbereich.

**Ausblick:** Der Konzern hat das Ziel, die konsequente Integration der Geschäftsprozesse mit den dazugehörigen Informationssystemen voranzutreiben und die Systembeziehung in den Marken und Gesellschaften weiter zu harmonisieren. Dies gilt auch für den Geschäftsprozess Personalwirtschaft. Deshalb werden alle Gesellschaften, die noch nicht nach dem Plattformkonzept „Human Resources“ arbeiten, betriebswirtschaftlich analysiert, um eine individuelle Weiterentwicklung der Systeme zu begründen und um konzernweit Synergien zu bilden.

PROJEKTBEISPIEL



44
45

**Klimas Auto**  
Konzeption

**Klimas Auto**  
Interieur

**Klimas Auto**  
Exterieur

**Klimas Auto**  
Exterieur

**Klimas Auto**  
Exterieur

**Für Wolfgang Müller-Petralia ist „Victor“ eine technische Emergentia. Einzig Klünnen intelligenter und lernfähiger Systeme des Menschen durch das Leben navigieren. „Man steigt im Auto, der Assent“ akzentriert sich als virtuelle Projektion auf der Windschutzscheibe. Schon weiß das Fahrzeug, wer eingestiegen ist und stellt sich perfekt darauf ein.“ Die hominoiden Geschichte der Zukunft kennen Prozeduren, Eigenschaften und Bedürfnisse genau.**

**Sommer 2030 – Herr Margen hat Geburtstag. Victor soll den Weltenbericht ab, also er berechnet, was seine Menschen heute schenkt. Ergebnis: Patrick im Grinsen, Kanna in die Badewanne. Die Margen haben experimentiert bis dahin das Organ verstanden ein Fahrzeug „Machbar Patrick“ gefordert, das Patrick im Grinsen geriet, Kanna bewacht. Und Der Patrick vor die Pat. harmonie ist rezentiert. Victor kommuniziert direkt, schnell, unmissig.**

**Müller-Petralia knipst Lichter an, die für Forscher und Entwickler punktiert in die Zukunft leuchten. Sie wissen, dass sie die Zukunftsbildung innerhalb der Konzernforschung. Seinen Blick fokussiert er auf die Gegenwart. Er horcht Trends, verfügt wissenschaftliche Diskurse, analysiert gesellschaftliche Entwicklungen und vertieft seine Erkenntnisse in „denkbar Zukunft“ hinein. Zukunftsforschung bei Volkswagen basiert mehr auf „Science“ als auf „Fiktion“.**

**„Mutter an“, sagt Herr Margen. Victor ist aus dem Wachen aus dem Automaten aufwachen, wie es Herr Margen gefällig – individuell und den Bedürfnis perfekt ausgeklübelt.**

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

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

**Straßenkilometer sehen eine Gesellschaft, die sich zunehmend polarisiert, während sie gleichzeitig kulturell zusammenwächst. Was bedeutet das? „Wir müssen kulturelle und individuelle Bedürfnisse verstehen.“ Menschen aus legendären Gebirgsregionen nur dazu, wenn neue Städte 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 eine Fahrzeug mit mehr Kreativität, Innovation und Scrappele; andere möchten nur von A nach B kommen. „Im Fahrzeug der Zukunft könnte eine bewegende Halle sein mit einer Vielzahl von Optionen an Bord, damit es sich perfekt an alle Bedürfnisse anpassen kann.“**

**Margen: Victor – ist MITV. Das heißt es kann und sollte. Eine die ein Szenario, dass nicht das Automatenmodell mehr ist. Victor hat alle Verfahren gemeistert. Und Herr Margen kann nicht ruhig schlafen, während seine Tochter um den Uhr aus der Distanz nach Hause fährt. Victor ist ihr Schutzengel.**

**Wirtschaftsexperten rechnen nicht damit, dass sich die Kasern von Bund und Ländern füllen. 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.
- Schlüssellose Straßen plus mehr Verkehr – weil Klünnen künftig eher im Stau stehen. Dann muss der sinnvolle Nutzung der Zeit im Vordergrund stehen.

**\* Assent – ein Badewanne. Genaue die menschliche Größe annehmen. Hier eine dem Menschen ähnlicher „Person“ aus der virtuellen Welt.**

**Der Frage von Frau Ingrid in Berlin, Margen: Victor steigt ein in ein Studio, um die sich auf dem Weg in Grinsen immer mehr Wagen anhängen.**

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

**München – auf dem Weg von München nach Berlin – schaltet Herr Margen auf Autopilot. Victor trägt dann die Verantwortung. Herr Margen glaubt sich ein Nischen. Überwachen nimmt sich Victor an alle hohen Schichten auf der Straße. Er berechnet eine Route.**

**Möglich ist auch ein Personalwechsel – vom Fahrer zum geführten werden.**

**Victor ist der perfekte Chauffeur. Überwachen kommuniziert er sich selber in Klünnen. So schaltet er Schaltung, wenn sich seine ein Unfall vorbeugen ist – weil der Fahrer keine Victor im Bord hat.**

**Als Gabriel Payer muss Volkswagen Trends in weltweiten Zusammenstoß 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. „Innovativ – aus nachwachsenden Rohstoffen gewonnen – wird in naher Zukunft einen Teil der Bedarf decken.“ Familie Margen kann 2030 sicher Wasserstoff als Energieträger nutzen – aus einer Sonnenenergie gewonnen.“**

**Auch Victor nutzt untere Energie aus dem Sonnenlicht. Und so überwindet das Verkehrsmittel die Grenzen. Volkswagen ist stolz auf das, was die Umwelt verbindet, wenn sie perfekt wieder ist.**

**Was ist wenn? Wenn sich der Zukunftsforscher Müller-Petralia dem „weiche“ Faktoren zuwendet, wird er zum Szenarist. Zum Thema „Fahrer“ beleuchtet die Bekanntheit aus London mit Details über das Geschehen auf den Landstraßen. 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 klünnen, Mannschäft und Weltenwissen. Damit hat er Frau Margen Geschichte 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 wandert das nicht. Der Mensch ist gemischt vom „Wettpolitikanten“, von unendlichen Optionen, von unendlichen Entscheidungspunkten. „In allen Möglichkeiten steht sich der Mensch nach dem Fahren, nach Rückführung, nach Gleichzeitigkeit, nach Navigation statt Option.“**

**Der perfekte Fahrer nicht im Internet nach „Zugewinn“, spielt sie untere Energie kurz ein als Entscheidung auf dem Konzept von Abend.**

**Volkswagen hat eine weiche Basis – aus seinem Unternehmenswert und mit seinem Fähigkeiten, so 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 Heilbrüter.**

PROJEKTBEISPIEL



**58** **59**

**1993** Die Mutter Deutsche, der 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 Vorfahren zum Trotz: Manuskripte wollen 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.“

**1998** **Killerboom** – Volkswagen brauchte Mitarbeiter und suchte Castingshow aus Italien an. In der Stadt, die damals als „Jugendmetropole der Republik“ galt, lebten zu dieser Zeit bis zu 8.000 Arbeiter aus Italien. „Castingshow“, damals in Wolfsburg – mittlerweile würde beachtet, wie sich das Experiment verwickeln würde.

**1999** Giovanni Pata hatte nicht geplant, das Dorf auf San Simone zu verlassen. Als er zu war, ging es ihn doch um die Güter nach Frankfurt. Zwei Jahre später besang er ein Festival Arbeit in Deutschland – bei Volkswagen.

**2003** Pata unterschrieb den Arbeitsvertrag und fuhr im Oktober mit dem Zug los. Wohnen im Italienerdorf „Bettone Bruck“ – abgetrennter Hofbauern, vom Werkhause bewacht. „Wir waren es dort in einem Zimmer. Mit Kochmöglichkeit auf dem Flur, aber ohne Dusche. 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 Klassenarbeiter in Halle 11, weißes Schweißblech für den Keller bei. Fluoreszenzleuchten an der Decke. Erste Seite: Pata-Feld, rechte Seite: Spätschicht – und umgekehrt. Nachtschicht hatte immer ein gutes Haar im Indusierdorf. Ein Leben in der Isolation. Außerdem sah man nie, wenn sie mit ihrem Tieren von Tinkaloo kamen. Sonst waren sie ausgeputzt“, sagt Sebastian Pata.

In diesem Monat, bis Giovanni Pata nach Feuer- aberler seinen ersten Mann Anzug anging, Pata wurde ein schwarze Haar geschnitt und zum Essen über zum Tessen anging. Wenn er und seine Freunde mit dem Frauen tanzten, erlitten sich Vorwürfe manchmal in Schlägen. „Die waren sehr rüchlich“, sagt Pata heute spöttisch. In vielen Ländern wurden die Männer damals gar nicht erst empfangen.

**1999** **Arbeitskräfte** waren angeworben worden – Männern waren gekommen. „Wir waren Glatze, Güter und willkommen. Aber sie sollen gehen, wenn die Bauschichten um ist“, sagt Giovanni Pata. Vater der „Glatze“ hatten selbst nur einen kurzen Besuch geplant. So kamen viele tausend Männer im Laufe der Jahre ein und wieder aus.

Pata blieb – auch als sein Lebensvertrag 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 war er vor dem Krankenhaus des früheren Abteilungsleiter. Am 1. November 1984 kehrte er mit diesem Unterstützung zurück zu Volkswagen – als Mitarbeiter im Modellbau.

**1992** 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. „Anschließend wurden damals zugewandert. 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 Untertun hatten geplant, die Männer aus Italien daraufhin in Wolfsburg zu lassen. Zunächst der Ausländer in die Wohnhäuser der Stadt – das war der erste stützliche Schritt in die richtige Richtung.

Viele italienische Frauen waren den Männern inzwischen nach Wolfsburg geflüht und hatten die Kinder mitgebracht. Akzeptiert waren die „Jugendlichen“ nach langer Zeit. Das blieb wieder Rita Maria Pata nach dem Sohn 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 wollen. „Vierzehn Mitarbeiter, wie es im Arbeitsleben bei Volkswagen bereits gab, wurde, sollte nicht länger ein Werk sein. Aus dem „Castingshow“-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 San Simone.

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

Wolfgang ist voller Nationalität – auch durch den Ghibli Meyer Volkswagen, der in seiner Zentrale Güter aus aller Welt einfliegt. 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 immer im Leben und im Leben gelebt – 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

60

# Facts and figures

61



	1995	1996	1997	1998	1999
<b>Fünf Jahre Übersicht des Volkswagen Konzerns</b>					
Umsatz	32.40	32.07	4.376	5.014	5.240
in Mio. €	2.026	1.925	1.900	1.914	1.900
in Mio. €	4.144	4.100	4.080	4.100	4.103
Produktion	3.136	3.304	3.973	5.021	5.090
in Mio. €	1.600	1.894	1.791	1.740	1.802
in Mio. €	3.324	3.222	3.242	3.281	3.281
in Mio. €	322	304	324	333	340
in Mio. €	143	147	148	174	179
in Mio. €	139	137	139	141	144

	1995	1996	1997	1998	1999
<b>Fünf Jahre Übersicht des Volkswagen Konzerns</b>					
Umsatz	32.40	32.07	4.376	5.014	5.240
in Mio. €	2.026	1.925	1.900	1.914	1.900
in Mio. €	4.144	4.100	4.080	4.100	4.103
Produktion	3.136	3.304	3.973	5.021	5.090
in Mio. €	1.600	1.894	1.791	1.740	1.802
in Mio. €	3.324	3.222	3.242	3.281	3.281
in Mio. €	322	304	324	333	340
in Mio. €	143	147	148	174	179
in Mio. €	139	137	139	141	144

**Diebstahlentwicklung**

	98	99	00	01	04
<b>Anzahl der Diebstähle im 20. UJ</b>					
Personenwagen	213.070	219.470	200.000	200.000	200.000
Warentransporter	105.238	105.238	105.238	105.238	105.238
Diebstahl	€ 1,20	€ 1,20	€ 1,20	€ 1,20	€ 1,20
in Mio. €	€ 1,36	€ 1,36	€ 1,36	€ 1,31	€ 1,31

Zahlen & Fakten - Zahlen sind die Arbeit von über 1000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern rund um den Globus.

66


# Modelle

67

## Personenwagen

  
Suzuki


  
Golf GTI

  
Passat

  
Multivan


  
Jetta (USA)

  
Golf Plus


  
Jetta

  
Golf GTI

  
Golf

  
Passat

  
Jetta

  
Jetta


  
Golf Variant

  
Passat Variant

  
Jetta

  
Jetta

  
Jetta

  
Jetta

  
Jetta

  
Jetta


  
Jetta

  
Jetta

  
Jetta

  
Jetta

  
Jetta

  
Jetta



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;