

Praktikumsbericht Volkswagen Nutzfahrzeuge (VWN)

Teasertext

Volkswagen Nutzfahrzeuge (VWN) gehört als eigenständige Marke zu einer der führenden Automobilhersteller weltweit – die Volkswagen AG. Am Hauptstandort Hannover wird die Produktion von Nutzfahrzeugen wie dem Transporter, Caddy oder Crafter vorgenommen. Ich durfte vom 10. April bis 7. September 2017 die Serviceeinheit Ideenmanagement (IDM) in konzeptionellen und planerischen Aufgaben des internen Marketings unterstützen und erhielt einen Einblick in den Umgang mit Verbesserungspotenzialen eines Großkonzerns.

Praktikumsbericht

Der Automobilkonzern Volkswagen AG hat seinen Hauptsitz in Wolfsburg und ist einer der führenden Automobil-Hersteller weltweit. Neben Audi, Porsche und Skoda gehört unter anderem auch Volkswagen Nutzfahrzeuge (VWN) als eigenständige Marke zum Volkswagen Konzern, welches die Produktion von Nutzfahrzeugen wie den Transporter, Caddy oder Crafter am Standort Hannover vornimmt. (vgl. Volkswagen AG 2019) VWN wurde im Jahr 1956 gegründet, beschäftigt mittlerweile rund 14.200 Mitarbeiter und erzielte im Jahr 2017 einen Umsatz von 11,9 Milliarden Euro (vgl. Volkswagen AG 2018). In einem so großen Unternehmen ist es aufgrund der vielen verschiedenen Produktionsschritte und somit möglichen Fehlerquellen sinnvoll, ein Ideenmanagement einzurichten. Das Ideenmanagement vereint die Techniken und Instrumente aus dem Betrieblichen Vorschlagswesen (BVW) und dem Kontinuierlichen Verbesserungsprozess (KVP). Das Ideenmanagement zielt darauf ab, die Verbesserungsideen der Mitarbeiter im eigenen Unternehmen zu nutzen und somit Verbesserungspotenziale in sämtlichen Arbeitsbereichen aufzudecken.

Meine wesentlichen Tätigkeiten bestanden darin, die IDM-Leitung in konzeptionellen und planerischen Aufgaben des internen Marketings zu unterstützen. Konkret ging es darum, Mitarbeiter des Werks Hannover zu motivieren, Verbesserungsideen einzureichen, um Schwachstellen aufzudecken und dem Unternehmen einen langfristigen Mehrwert zu generieren. Hierzu befasste ich mich mit der Weiterentwicklung des Marketing-Konzepts für den Standort Hannover und betreute und optimierte die interne Berichterstattung zum Ideenmanagement. Ich arbeitete eine standortspezifische Marketing-Kampagne aus: Eine Aktionsreihe von Bereichssonderaktionen, die von September bis Dezember 2017 stattfanden. Bei den Sonderaktionen wurden Mitarbeiter zusätzlich zur Geldprämie, die im Erfolgsfall ausbezahlt wird, mit diversen Preisen wie z. B. in Form von Tablets oder einem Wochenende mit einem Amaro, motiviert Ideen einzureichen. Außerdem implizierte meine Tätigkeit, Entwürfe von Werbeplakaten für die Sonderaktionen zu entwickeln und mit den einzelnen Bereichen abzustimmen. Zusätzlich entwarf ich einen Informations-Flyer, der auf den neuen Schulungsbaustein für Mitarbeiter, den mein Vorgänger entwickelt hatte, aufmerksam machen sollte. Für die damals laufende Sonderaktion „DeineIdee“ durfte ich die Preisübergaben planen, organisieren und durchführen.

Das Planen und Durchführen der Sonderaktionen mit anschließenden Preisübergaben und die Berichterstattung machte mir am meisten Spaß. Konkret bestand die Aufgabe für mich darin, zunächst verschiedene Bereiche des Werks Hannover auf unsere Idee aufmerksam zu machen. Ich setzte mich

zusammen mit dem IDM-Leiter Herrn Auf dem Berge mit Vertretern aus Bereichen wie dem Karosseriebau, dem Presswerk, der Lackiererei oder Montage zusammen und wir überlegten gemeinsam, wie der jeweilige Bereich am besten motiviert werden könnte, neue und hilfreiche Verbesserungsideen einzureichen. Nach Absprache des Mottos und der Preise erstellte ich Präsentationen, die die genauen Vorgänge dokumentierten. Dies war sehr wichtig, um einen Überblick zu behalten, da wir mehrere Sonderaktionen parallel planten und umsetzten. Ich entwickelte verschiedene Vorschläge für Werbe-Plakate für den jeweiligen Bereich und war in manchen Fällen auch für Fototermine eingesetzt, die anschließend für die Plakate verwendet wurden. Eine Sonderaktion lief in der Regel nach Abstimmung mit dem jeweiligen Bereich zwischen 6 Wochen und 3 Monaten. Nach dieser Zeit wurden alle Ideen in eine Lostrommel geworfen und die Gewinner bekannt gegeben. Nun war ich dafür zuständig, die Ideengeber in ihrem Produktionsbereich zu besuchen und mir dort ihre jeweiligen Verbesserungsideen erklären zu lassen und sie zu fotografieren, da diese Informationen später an die interne Zeitung VWN Production weitergereicht wurden. Zu guter Letzt fand in jedem Bereich eine offizielle Preisübergabe statt, zu denen gelegentlich auch der Werksleiter Udo Hitzmann dazukam, um den Ideengebern zu gratulieren.

Die Sonderaktionen, die in meiner Praktikumszeit stattfanden, waren ein voller Erfolg und es war schön für mich zu sehen, wie sehr man Mitarbeiter motivieren kann, gemeinsam an einer kontinuierlichen Verbesserung des Unternehmens zu arbeiten. In vielen Unternehmen haben die Mitarbeiter keine große Stimme, wenn es um Verbesserungsvorschläge von internen wie externen Prozessen geht. Hier kann Volkswagen als Vorreiter gesehen werden, da die Zahlen für sich sprechen: Allein im Jahr 2016 konnten im Werk Hannover durch Verbesserungsideen der Mitarbeiter 6,8 Millionen Euro eingespart werden. Auch IDM-Leiter des Werks Hannover Dirk Auf dem Berge betonte: „Klasse, dass die Ideen aus so unterschiedlichen Bereichen kommen. Egal, ob Presswerk, Karosseriebau, Lackiererei oder Montage – jede umgesetzte Einzelmaßnahme schont Ressourcen, macht Arbeitsplätze ergonomischer, spart Kosten und bringt so in der Summe allen sichtbare Fortschritte.“ (vgl. Volkswagen AG 2017)

Ich habe mich für dieses Praktikum entschieden, da es sehr vielfältige Aufgabenbereiche umfasste und ich mich bereits in meinem Bachelorstudium auf den Bereich der Kommunikation fokussiert hatte, um meine persönlichen Interessen weiter zu vertiefen. Ich fand es spannend, in einem so großen Konzern zu arbeiten, mit unterschiedlichen Bereichen des Unternehmens in Berührung zu kommen und die Unternehmenskultur kennenzulernen. Das Praktikum hat mich nicht nur in meiner persönlichen Entwicklung weitergebracht, sondern es hat mir eine Brücke von im Studium erlernten Inhalten zur Praxis ermöglicht. Als Studierende der Medientechnik und Kommunikation empfand ich diesen Bereich als perfekt geeignet, da es sowohl um technische Inhalte wie der Umgang mit Datenbanken, Fotobearbeitungsprogrammen etc. als auch um die interdisziplinäre Kommunikation mit den Mitarbeitern ging. Ich bin für diese Erfahrung sehr dankbar, habe in einem sehr lieben Team gearbeitet und kann nur jedem empfehlen, ein Praktikum bei VWN zu absolvieren.

Bild des Arbeitsplatzes



Abbildung 1: Auslosung der Gewinner für die Sonderaktion „Deineldee“

Selbst erstellte Medienprodukte



Abbildung 2: selbst erstellte finale Plakate der Bereichs-Sonderaktionen Montage und Karosseriebau

Mögliche Twitter-Tweets

- @VWN spart 6,8 Millionen Euro durch Verbesserungsideen der Mitarbeiter #sparfuchsalarm #mitdenkenstattabschalten
- Schwachstellen in den Arbeitsprozessen? @Ideenmanagement ermöglicht kontinuierliche Verbesserung #wirsindvolkswagen #ideenfürvolkswagen