

Der Volkswagen-Konzern – ein Global Player

Ein Beitrag von Dr. Henning Schöpke, Nienburg/Weser

Illustrationen von Oliver Wetterauer, Stuttgart

Themen:	Der Volkswagen-Konzern will global die Nr. 1 der Autoproduktion werden; Palette der Automarken des VW-Konzerns; transnationales Produktionsnetz von VW; Push- und Pull-Faktoren bei Betriebsverlagerungen; Produktionsstätten; Produktion, Absatz und Beschäftigte des VW-Konzerns im Vergleich; globale Belegschaftsentwicklung; Engagement des VW-Konzerns in Sport, Kultur und Umweltschutz
Ziele:	Die Schüler erfahren, mit welcher Strategie der Konzern die globale Vormachtstellung in der Automobilproduktion erreichen will; sie nennen Kriterien, die Einfluss auf den Absatz im Ausland haben; sie erörtern die Pull- und Push-Faktoren von Betriebsverlagerungen ins Ausland; sie können Produktionsstätten in Deutschland verorten; sie vergleichen Produktion und Absatz des VW-Konzerns in Bezug zur Weltproduktion und zu anderen Anbietern in Deutschland; sie lernen weitere Betätigungsfelder des Konzerns jenseits der Automobilproduktion kennen.
Klassenstufe:	Klassen 9/10
Zeitbedarf:	6–7 Unterrichtsstunden
Extra auf CD:	alle Grafiken und Bilder sowie der Beitrag im veränderbaren Word-Format; Impulskarten als Differenzierung zu M 4

I/D3

Hintergrundinformationen

Der **VW-Konzern** ist Teil der **Automobilbranche**, die neben dem Maschinenbau und der Chemie-Industrie zu den drei Hauptsäulen des deutschen Exports zählt. Die Konzernzentrale ist seit der Gründung des ersten Werkes 1939 in Wolfsburg beheimatet. Der Volkswagen-Konzern ist **Europas größter Autobauer**. Er hat 570.000 Mitarbeiter und produziert an jedem Arbeitstag global ca. 37.700 Fahrzeuge in mehr als 100 Fabriken auf vier Kontinenten.

Was ist ein Global Player?

Global Player zeichnen sich dadurch aus, dass sie Filialen in aller Welt betreiben und sich dem globalen Wettbewerb nicht nur stellen, sondern aus ihrer globalen Aufstellung auch Nutzen ziehen. Ihre Produkte erzeugen und verkaufen Global Player weltweit, dabei nutzen sie sich ergebende länderspezifische Vorteile z. B. bei der Produktion sowie weitere Synergieeffekte. Die Produktion des VW-Konzerns ist zwar auf viele Werke in Deutschland und Europa konzentriert, doch werden weltweit immer mehr Produktionsstätten aufgebaut – vor allem in China. Dort sind es Joint Ventures, das heißt der ausländische Partner – hier der VW-Konzern – stellt den größten Teil des Kapitals und das Know-how, während der inländische Partner die meisten Arbeitskräfte, den Absatzmarkt und die Kontakte einbringt.

Dass der Volkswagen-Konzern ein finanzstarker Global Player ist, zeigen die Werbung, das Engagement im Sportbereich, in der Kultur (Konzertforum im VW-Werk Wolfsburg) und zunehmend im Umweltschutz. Diese Aktivitäten nützen dem Absatz und dem Image.

Reihe 5 S 3	Verlauf	Material	LEK	Glossar	Mediothek
----------------	---------	----------	-----	---------	-----------

in eine stumme Karte (**M 5**) als Hausaufgabe ein. Sie berechnen die Relation von Verkaufszahlen und Umsatz, begründen Umsätze und ordnen Automarken Unternehmen und Fotos zu (**M 6**). Sie erörtern, weshalb vorgegebene Faktoren als Pull- bzw. Push-Faktoren gekennzeichnet sind (**M 7**).

Jeweils zwei Kleingruppen diskutieren auf der Grundlage vorgegebener und zusätzlicher eigener Argumente die Frage, ob der VW-Konzern ein Global Player ist (**M 8**). Als Gesprächsform wird das Rollenspiel gewählt, weil sich die Schüler mit den von ihnen vorgetragenen Argumenten identifizieren sollen. Im Gegensatz dazu müssten die Schüler nach dem „Vorbild“ von Interessenvertretern/Parteien in einer Talkshow auch Argumente vortragen, zu denen sie persönlich unter Umständen nicht stehen. Sie werten Zahlen des VW-Konzerns aus und vergleichen die erarbeiteten Erkenntnisse untereinander (**M 9**). Sie verknüpfen den Anstieg der Beschäftigtenzahlen mit dem Wirtschaftswachstum in den BRICS-Staaten (**M 10**). Dabei werden die Beschäftigtenzahlen des VW-Konzerns mit jenen der deutschen Automobilindustrie verglichen, um die Bedeutung des VW-Konzerns als Global Player erneut herauszustellen. Der letztgenannte Gedanke wird vertieft, indem die Entwicklung der Belegschaft über einen längeren Zeitraum und entsprechend der Verteilung auf die Kontinente verglichen wird.

M 11 weist auf das Engagement des VW-Konzerns im Sport- und Kulturbereich hin. Zugleich wird auf den außerschulischen Lernort im Phaeno hingewiesen. **M 12** zeigt das Engagement für den Naturschutz an. Die Schüler diskutieren, was den VW-Konzern bewegen haben könnte, sich im Naturschutz durch eigene Aktionen zu engagieren. Zu den entsprechenden Aktionen des VW-Konzerns erstellen sie ein Schaubild. In **M 12** beschäftigen sich die Schüler mit der Frage, weshalb sich Automobilhersteller verstärkt für den Umweltschutz engagieren. Die Unterrichtseinheit schließt mit einer Lernerfolgskontrolle (**M 13**).

I/D3

Stundenübersicht

Stunde 1: VW – viele Marken unter einem Dach	
M 1 (Gd/Tx)	Der VW-Konzern will die Nr. 1 der Welt werden / Interpretieren einer Karikatur
M 2 (Tx)	Das Wolfsburger Weltreich / die Fahrzeugmarken nennen und Sparten zuordnen, Text und Zitat interpretieren
<i>Stundenziel:</i> Die Schüler kennen die Fahrzeugpalette und ordnen sie nach Funktionen.	

Stunde 2: VW – ein Konzern vor dem Umbruch?	
M 3 (Tx/Ta)	Der VW-Konzern – fit für die Zukunft? / Umsatz pro Mitarbeiter der Automobilproduzenten vergleichen / Lösungsansätze diskutieren
<i>Stundenziel:</i> Die Schüler kennen das Hauptproblem des VW-Konzerns und können Lösungsansätze diskutieren.	

Reihe 5 S 5	Verlauf	Material	LEK	Glossar	Mediothek
----------------	---------	----------	-----	---------	-----------

Materialübersicht

Stunde 1 VW – viele Marken unter einem Dach

M 1 (Gd/Tx) Volkswagen will die Nummer 1 der Welt werden

M 2 (Tx) Das Wolfsburger Weltreich

Stunde 2 VW – ein Konzern vor dem Umbruch?

M 3 (Tx/Ta) Der VW-Konzern – fit für die Zukunft?

Stunde 3 Produktionsstätten des VW-Konzerns

M 4 (Ka) Das transnationale Produktionsnetz von Volkswagen

M 5 (Ka/Fo) Produktionsstätten des Volkswagen-Konzerns in Deutschland

Stunde 4 Kriterien für Betriebsverlagerungen

M 6 (Ta/Bd) Der VW-Konzern – ein global führender Automobilhersteller

M 7 (Gd) Gründe für Betriebsverlagerungen ins Ausland

Stunde 5 Global Player – Pro und Kontra

M 8 (Tx) Rollenspiel: Ist der Volkswagen-Konzern ein Global Player?

M 9 (Ta) Der VW-Konzern im Datenspiegel

Stunde 6 Der Volkswagen-Konzern im Vergleich

M 10 (Gd) Beschäftigte der deutschen Automobilindustrie (2005-2012)

Stunde 7 Engagement des VW-Konzerns

M 11 (Tx/Bd) Der VW-Konzern – Mäzen für Sport- und Kultur

M 12 (Tx) Ein Automobilproduzent als Naturschützer?

Stunde 8 Das habe ich über Global Player gelernt

M 13 (LEK) Teste dein Wissen: Global Player – das Beispiel VW

Abkürzungen:

Ab: Arbeitsblatt – **Bd:** Bild – **Fo:** Folie – **Gd:** grafische Darstellung – **Ka:** Karte – **Ta:** Tabelle – **Tx:** Text

I/D3

Voransicht

Sie finden alle Materialien im veränderbaren Word-Format sowie Zusatzmaterialien mit weiteren Fotos als **Power-Point-Präsentation** auf der beiliegenden **CD-ROM 87**.



M 5 Produktionsstätten des Volkswagen-Konzerns in Deutschland

Die Produktionsstätten sind nicht nur in aller Welt verteilt, sondern auch über ganz Deutschland. Gibt es auch in deiner Nähe einen Standort?



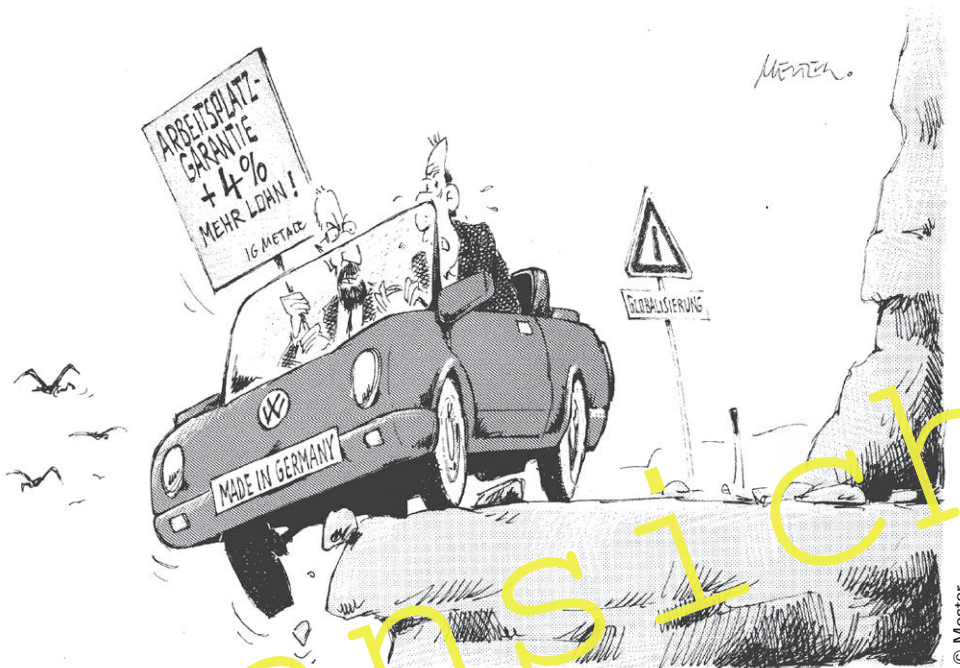
Aufgabe (M 5)

In Deutschland werden Fahrzeuge des Volkswagen-Konzerns in folgenden Städten produziert: Dresden, Emden, Hannover, Ingolstadt, Leipzig, München (Lkw), Neckarsulm, Osnabrück, Plauen (2015 wird MAN-Produktion nach Zwickau verlegt), Wolfsburg, Salzgitter (Lkw), Stuttgart, Zwickau. Zusätzlich gibt es 13 eigene Zulieferbetriebe (Komponentenwerke, Motoren u. ä.). Trage die genannten Standorte in die Karte oben ein und benenne sie. Nimm deinen Atlas zur Hilfe.

M 13 Teste dein Wissen: Global Player – das Beispiel VW

Hier kannst du dein Wissen rund um den VW-Konzern testen!

I/D3



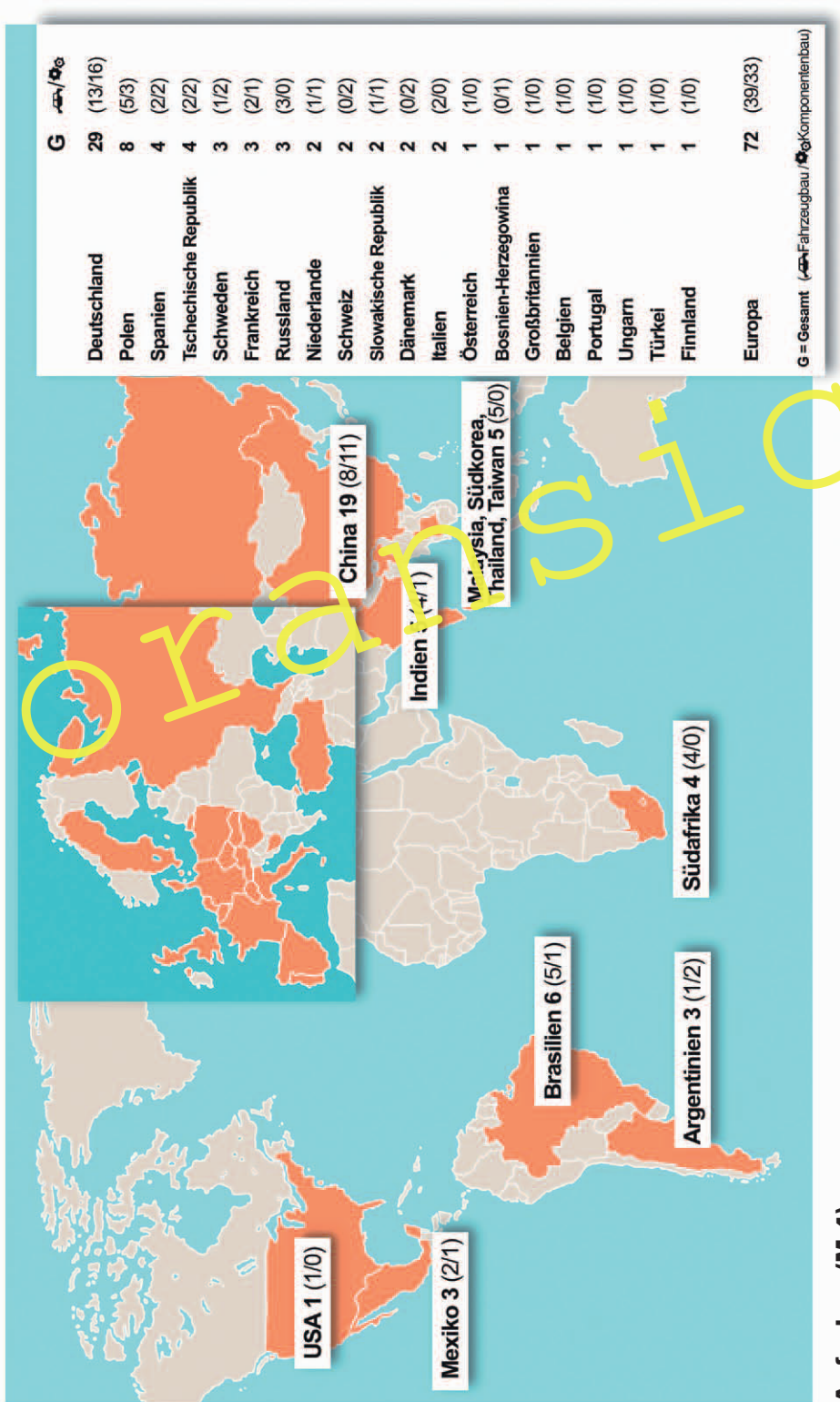
Produkt/Automarke	Verkaufte Pkw in Tausend	Durchschnittliches jährliches Wachstum 2000–2013
Audi	1576	7,0 %
BMW	1655	5,5 %
Mercedes	1467	2,6 %
Porsche	162	8,7 %
Deutsche Premiumautos	4860	5 %
Welt-Premiummarkt	7345	4,2 %

Aufgaben (M 13)

1. Nenne Push- und Pull-Faktoren für den Bau einer Produktionsstätte im Ausland, die du aus der Karikatur ableiten kannst. Argumentiere aus der Sicht der Konzernzentrale in Wolfsburg.
2. Definiere den Begriff „Premiumauto“ und beschreibe die Bedeutung der deutschen Premiumautos, die sie auf dem Weltmarkt haben.
3. Nenne und erkläre die führende Position des VW-Konzerns im Premiumsektor.
4. Begründe, weshalb die Aussage der Tabelle irreführend ist.

M 4 Das transnationale Produktionsnetz von Volkswagen

Der VW-Konzern lässt Fahrzeuge und Komponenten auf der ganzen Welt fertigen.



Aufgaben (M 4)

1. Beschreibe die globale Verteilung der Produktionsstandorte des VW-Konzerns. Gibt es räumliche Schwerpunkte?
2. Nenne die Funktion der Standorte.
3. Beschreibe die globale Verflechtung der Produktionsstandorte.