

Volkswagen feiert WM in Brasilien

Von Tim Westermann

Neymar soll die brasilianische Fußball-Nationalmannschaft zum WM-Titel führen. Der brasilianische Fußballer ist zudem auch Markenbotschafter von Volkswagen. Am Standort des Autobauers in Anchieta vor den Toren Sao Paulos sind alle stolz auf ihren Fußball-Star und die „Selecao“ - so nennen die Brasilianer ihr National-Team.

„Die Menschen feiern frenetisch auf den Straßen Sao Paulos“, umschreibt Kommunikator Andre Senador im Werk Anchieta, während hinter ihm das Sondermodell „Gol Selecao“ in knallgelber Lackierung steht. Die Felgen erinnern vom Design an Fußbälle. Das Logo des brasilianischen Fußball-Verbandes ziert die vorderen Kotflügel und auf der Flanke prangt die Nummer „10“. Es ist die Rückennummer die das Trikot von Neymar ziert, die Nummer, die einst auch Brasiliens größter Fußballer Pelé bei seinen Einsätzen für die erfolgreiche „Selecao“ trug.

Nun hoffen die 13 000 VW-Mitarbeiter am Standort Anchieta auf den sechsten Titel ihrer National-Helden. Seit 1953 ist Volkswagen do Brasil im größten Land Süd-Amerikas aktiv, ab 1959 mit ihrem Werk in Anchieta. Im Lauf der Zeit hat sich Volkswagen zum größten Automobil-Produzenten Brasiliens entwickelt. Mit dafür verantwortlich: Der Gol. Seit 27 Jahren steht er für Volkswagens Erfolg in Südamerika.

In seinen vier brasilianischen Fabriken beschäftigt Volkswagen rund 22 000 Mitarbeiter und kooperiert mit mehr als 3100 Zulieferern. Insgesamt hat der Autobauer im vergangenen Jahr 761 000 Autos in Brasilien gebaut. 17 Prozent der Produktion gehen in den Export. Mexiko und Argentinien sind dabei die größten Märkte. Beim Verkauf rangiert die Marke mit 667 000 Einheiten national auf Rang zwei hinter Fiat. Dabei stützt sich VW auf sein Netz von rund 650 Händlern.

Das Verkaufspotenzial in Brasilien mit seinen insgesamt 201-Millionen Bürgern ist groß. Hier entfallen im Schnitt nur 67 Autos auf 1000 Einwohner. Im Süden sind es schon 200. In Deutschland sind es rund 560. Wie schon vor vier Jahren bei der WM in Südafrika

setzen die Wolfsburger konsequent auf ihr Projekt „A chance to play“. Für die Kinder in den Favelas, den Elendsvierteln der Megacities ist es eine Möglichkeit dem dauernden Elend zu entkommen.

Das Ziel der Initiative des Betriebsrates und der Organisation „Terre des Hommes“ ist es rund 60 000 Kinder in Brasilien zu unterstützen. Fußball und Spielen sind die Kernelemente des Programms. 2013 fiel der Startschuss. Seitdem nahmen rund 23 000 Kinder und Jugendliche in zwölf sozialen Programmen teil. Freiwillige Spenden der VW-Belegschaft ermöglichen die Arbeit vor Ort in den Favelas. Speziell der Straßenfußball steht im Fokus. Hier dient der Sport als ein Element für die Erziehung, Vermittlung gesellschaftlicher Werte und den sozialen Wandel. Dem VfL-Star und brasilianischen Star Luis Gustavo würde es gefallen – denn er selbst hat den Weg für sich und seine Familie aus den Favelas in eine geordnete Zukunft durch den Sport legen können. (ampnet/tw)

Bilder zum Artikel



Volkswagen Anchieta.



Volkswagen Anchieta.



Volkswagen Anchieta.



Volkswagen Anchieta.



Volkswagen Anchieta.



Volkswagen Anchieta.



Volkswagen Anchieta.



Volkswagen Gol.
