

Volkswagen kommt in Südafrika voran

Von Tim Westermann

Volkswagen spart am Standort Uitenhage in Südafrika mit einem neuen Presswerk dort in der Kap-Provinz rund 30 Prozent Energie ein. 198 Mitarbeiter sind an der 18 260 Quadratmeter Platz einnehmenden Maschine beschäftigt. Der Koloss nahm im Jahr 2013 seinen Betrieb auf, steuert automatisch sechs hintereinander geschaltete Pressen an und produziert 27 verschiedene Bauteile für die in Uitenhage vom Band laufenden Autos. Der totale Pressdruck ist vergleichbar mit dem Gewicht von 3780 ausgewachsenen afrikanischen Elefanten. Das Presswerk ist nur ein kleiner Teil der umfangreichen Strategie „Think-Blue-Factory“, doch damit ist einer der ältesten Standorte von Europas größtem Automobilhersteller in einer Vorreiterrolle. Lediglich drei Werke im Konzernverbund verfügen über die neue Wellenpresstechnik. Neben Uitenhage sind das ein Standort in Spanien und das Werk in Bratislava.

Das die Volkswagen Group in Südafrika auch bei weiteren Produktionsanlagen über neueste Technik verfügt, ist einem umfangreichen Modernisierungsprogramm unter der Leitung von David Powells zu verdanken. Die maximale Kapazität der Lackiererei liegt bei 600 Fahrzeugen am Tag. Gewährleistet wird dies durch 300 Mitarbeiter, 26 Roboter und insgesamt 63 Arbeitsplätzen. Uitenhage kann mit seinen Kapazitäten bis zu 720 Fahrzeuge täglich produzieren. So wird der Polo in 34 unterschiedlichen Ausführungen mit 692 Optionen gefertigt.

Powells zeichnet aber auch auf der Seite der Zahlen verantwortlich für das solide Wachstum von Volkswagen in Südafrika und präsentierte kurz vor seinem Wechsel an die Spitze zu Volkswagen do Brasil noch den letzten Stand im südafrikanischen Marktumfeld. „Die aktuelle Situation ist eine Herausforderung. Wir sind der einzige Standort im Konzernverbund, der den Crosspolo fertigt und den viertürigen Polo mit Rechtslenker baut. Viele Autos sind für den Export bestimmt“, so Powells. Volkswagen hat laut dem nationalen Verband der Automobilindustrie NAAMSA (National Association

of Automotive Manufacturers of South Adfrica) in Südafrika einen Marktanteil von rund 23 Prozent. Insgesamt sind 59 Automobilmarken auf diesem Markt aktiv. Damit führt die Marke aus Wolfsburg klar vor Toyota (rund 15) und Hyundai/Kia (rund 13). In den zurückliegenden 20 Jahren ist Volkswagen am Kap stetig um insgesamt fünf Prozent gewachsen, trotz der Einflüsse von Krisen im Land und der Weltwirtschaft.

Mit der aktuell besten Lackiererei, dem hochmodernen Presswerk und einem Lokalisierungsgrad der Produkte von 73 Prozent trägt die langfristige Strategie der „Learning Academies“ – hier werden die Mitarbeiter speziell auf ihre Einsatzgebiete im Werk trainiert – weiter Früchte.

Aber welche Erfahrungen nimmt David Powells mit für seine neue Aufgabe in Sao Paulo? „Wenn wir Weltklasse verkaufen wollen, müssen wir Weltklasse bauen. Gute Maschinen kann man kaufen. Bei der Belegschaft geht es darum, den Sinn für Qualität zu schulen, um das Beste herauszuholen. Das hat in Südafrika mit den „Learning Academies“ gut funktioniert“, gibt Powells zu Protokoll, bevor er sich auf den Weg zur neuen Herausforderung macht. (ampnet/tw)

Bilder zum Artikel



Volkswagen in Südafrika.



Volkswagen in Südafrika.
