

## Tudásközpont Volkswagen módra

*Lapunk egyik célja, hogy a magyar tapasztalatokon túl ismerteti a közeli és sok tekintetben mértékadó országok felnőttképzési innovációit, a vállalati képzésekre is kiható gyakorlatát. Ezért szándékaink szerint a jövőben bemutatunk követendő külföldi fejlesztési és képzési projekteket, képzési módszereket. Ezek egyben bizonyítják, hogy kreatív közösségek, tenni akaró városvezetők képesek a közjót tudásközpontok létrehozásával is szolgálni. Nyitányként a töretlen népszerűségű bogárhátú otthonába látogatunk, megismerve Wolfsburg városának és a Volkswagen-Egyetem projektét.*

### A népautó ideája

Németország a harmincas években jelentősen elmaradt a többi, akkoriban fejlett országtól, hiszen az USA-ban nyilvántartott 26, Angliában és Franciaországban 1,5–1,5 millió autóval szemben a német utakon mindössze 500 ezer személygépkocsit tartottak üzemben. A jelentős lemaradás behozása érdekében hirdették meg a németek a népautó, a későbbi "bogár" megkonstruálását és elterjesztését. Az akkoriban gazdaságosnak számító, négyszemélyes családi autónak 100 km sebességgel kellett haladnia és az ára nem haladhatta meg az igen vonzónak számító 1000 márkát. Az ambiciózus tervek megvalósítására társaságot (GEZUVOR) hoztak létre a Volkswagenwerk tervezése és kivitelezése érdekében. Az 1938-ban elindult gyárépítés óriási lendülettel folyt, olyannyira, hogy a következő évben már mind a termelőüzem, mind a közelében felépült város készen állt az autók gyártására. A II. világháború kitörésével párhuzamosan a frissen felépült gyár haditermelésre állt át, ami annyit jelentett, hogy 1940–45 között mindössze 1126 Volkswagen Limousint állítottak elő.

### Wolfsburg az autóváros

A ma 120 ezernél több lakost számláló észak-német középváros alig több mint egy évtizeddel „öregebb” Dunaújvárosnál. A várost és a gyárat a Mittelland csatorna osztja ketté: a tervező az egyik partján helyezte el a gyárvárost, a másikon pedig a dolgozóknak, a lakóknak otthont adó települést. Mára Wolfsburg belvárosát képezik Steimker Berg és Wellekamp épületegyüttese, melyekben egyfajta kádernegyedet alakítottak ki, ahol erdős környezetben építették fel a menedzsment családi és sorházait. Minden házhoz zöldségeskert csatlakozott, s kisebb állatok tartását is lehetővé tették. A kisvárosi hangulatot tükröző telep központjában – mintegy piactéri funkciót helyettesítve – üzletközpontot emeltek.

Szerényebb lehetőséget biztosítottak a munkások számára, de a kisvárosi ideált követve előírták, hogy három emeletesnél magasabb, bérkaszányát idéző házakat nem építhettek. A zöld udvarokat árkádokkal, kapukkal, erkélyekkel tagolt lakások övezték. Az udvarokon játszó- és ruhaszárító tereket létesítettek. A lakások építése során számos újítást alkalmaztak. Bevezették a tömeges lakásépítés technológiáját. A DIN norma követésével különféle standardokat alkalmaztak, melyeket mind a lakóterek, mind a kiszolgáló és egészségügyi helyiségek építése során alkalmaztak. Maguk a lakások lényegesen színvonalasabbak voltak a korabeli német átlagnál. Minden lakást elláttak villamos energiával, fürdőszobával, villanybojlerrel és kombinált szén- vagy elektromos tüzhellyel felszerelt konyhával.

### A város jelene és jövőképe

Wolfsburg ma Németország egyik kiegyensúlyozott és gyors fejlődést produkáló tartományának középvárosa. A város vezetése komoly feltáró és elemző munka nyomán foglalta össze fejlesztési feladatait és jövőképét, mivel helyzetük olyannyira problematikusá vált, hogy annak mértéke csak az 1945 utáni krízishez volt hasonlítható. Az ipari foglalkoztatottak nagymértékű visszaesése, a globalizáció piacokra gyakorolt hatása igen sokrétű strukturális válságot idézett elő. A negatív tendenciák közé sorolják – többek között – az alacsony születésszámot is. Sebezhető pontjaik között említik a monostrukturális gazdaság szerkezetet, amely már eddig is számos gond forrása volt. Ezzel rokon probléma a magas munkanélküliség is. A városfejlesztés és fejlődés akadályának tartják az attraktivitás hiányát, mivel az adott vásárlási és egyéb lehetőségek nem teszik eléggé vonzóvá a várost. Hiányolják a lakók összetartozás-tudatát (mi-tudat) és alig-alig akad példa a lokálpatriotizmus kimutatható megnyilvánulásaira.

A kitörési pontok között elsőként említik a Volkswa-

gen konzernnel való hatékony együttműködést, amely a jövőben is a város fejlődésének egyik kulcskérdése. Kiaknázandó lehetőségnek tartják a város természetközelségét és azt a tényt, hogy jelentős, egészséges lakhatási felületeket biztosító zöld területekkel rendelkezik. Adottságként kezelik a megannyi helyről összeverbuválódott népesség sokféleségét és azt is, hogy a város számottevő vásárlóerővel rendelkezik. Ugyancsak reményekkel tölti el a vezetőket az a tény, hogy földrajzi helyzetük folytán részesei lehetnek a kelet-nyugati kapcsolatok kiaknázásának és ugyanebbe a körbe sorolják a magasan fejlett infrastruktúrát is. Végül fontos kitörési pontokként jelölik meg a város Művészeti Múzeumát és Planetáriumát, amely az idegenforgalom fejlődésére lehet pozitív hatással. A város vezetése mintegy programjának tartja a helyzettel való szembenézést, a gyengeségek visszaszorítását és a kitörési pontok és megoldások keresését. Egyáltalán nem véletlen, hogy Wolfsburg honlapján hangsúlyos helyen szerepel a város helyzetét, fejlesztési feladatait és jövőképét taglaló dokumentum.

Érdekes azonban visszatérni a kiindulóponthoz a ma már világkonzernné lett Volkswagenhez, mely ma már valóságos birodalmat képez, de központja ma is Wolfsburghoz kötődik. Ez a világkonzern ma 336 ezer alkalmazottat foglalkoztat. Európa 11 országában, továbbá 7 amerikai, ázsiai és afrikai országban 45 autógyárat működtetnek, s naponta 21500 gépkocsi kerül ki a szerelőszalagokról. A konzernben tömörülő 8 autómárka keretrendszerében a világ több mint 150 országában 5 milliónál is több gépkocsit állítanak elő évente, közel 100 milliárd Eurót kitevő árbevételrel, de egyre romló eredményindikátorokkal.

## **Az Auto-Uni programja**

Az impozáns, de ugyanakkor aggodalomra is okot adó adatok következtében a konzern maga is kiutakat keres. Ezek egyike az új évezred nagyberuházása a Volkswagen Egyetem, népszerű nevén az Auto-Uni megvalósítása. A 2002-ben elkezdett vadonatúj „tudásgyár”, a Campus építése 2006-ban fejeződik be. A tudásalapú társadalmat jelképező egyetem az új évezred intézménye. Volkswagen Egyetemenként elsősorban a világkonzern tudásfejlesztését és tudástranszferének megoldását tartja fő feladatának, tehát ide az egész birodalomból érkeznek majd különféle képzésekre a kurzusok leendő résztvevői. A konzern tagjai mellett a kooperációs partnerek és a beszállítók magas szintű képzését is el látja, majd következő lépésként általános nyitást tervez az intézmény. Az Auto-Uni-t kompetencia, kulturális és információs fórumnak képzelik el a tervezők, méghozzá olyanak, amely a tudomány eredményeinek felhasználása mellett a gyakorlat-orientáltságot is ugyanolyan jelentőségű céljának tekinti. A kompetencia elv érvényesítésének jegyében a szak-, a szociális-, a személyiségfejlesztő-, a média- és a metodikai fejlesztést egyaránt feladatának tekinti a megvalósuló modern tudásközpont. A komplexitás megnyilvánulásaként a transzdiszciplinaritás elvének érvényesítése, az imázs hasznosítása és fejlesztése, a piaci ismeretek begyűjtése és áramoltatása egyaránt szerepel a megjelölt célok között. (Részletesebb információt tartalmazó webhelyek: [www.wolfsburg.de](http://www.wolfsburg.de); [www.autostadt.de](http://www.autostadt.de); [www.kdf-wagen.de](http://www.kdf-wagen.de); [www.autouni.de](http://www.autouni.de)!)

**Dr. Pethő László**