

Ferdinand Piëch. Ein Nachruf

„Das Leben von Ferdinand Piëch war geprägt von seiner Leidenschaft für das Automobil und für die Arbeitnehmer, die diese erschaffen. Er war bis zuletzt begeisterter Ingenieur und Autoliebhaber“. So endet eine kurze offizielle Mitteilung die Ursula Piëch den Medien zum Tod ihres Mannes gab. Montagabend ging die Meldung vom plötzlichen Tod des Patriarchen rund um die Welt. Ein Mann, der die Automobilindustrie nicht nur in Europa, sondern auch weltweit prägte. Einer der polarisierte und der mit einer klaren Vorstellung von der Plattformstrategie die Angebotsstruktur und die bisherige Bauprinzipien in der Automobilindustrie von Grund zu verändern begann. Die Prinzipien dieser Strategie hatte Piëch bereist als Vorstandschef bei Audi überlegt und zu seinem Credo erhoben, als Audi-Dieselmotoren an Volvo geliefert wurden. Im eigenen Konzern ließe sich dieses Prinzip doch viel leichter und konsequenter umsetzen und zudem Kosten sparen. Dies sollte der Nukleus für die neue Konzernstrategie werden.

Der bis zu seiner Berufung als VW-Konzernchef damals übliche, einzige Fokus in Wolfsburg – die Beschäftigungslage an die Absatzkapazität anzupassen – bedeute Belegschaft abzubauen, wenn zu wenig Nachfrage da war und wieder einzustellen, wenn die Nachfrage stieg. Piëch damals in einem ersten Ö1-Interview nach seiner Berufung als VW-Konzernvorsitzender: „die Leute am Band machen doch nur das, was der Vorstand anschafft. Also entlasse ich nicht die Mitarbeiter am Band, sondern den Vorstand, der nicht für Kontinuität sorgt!“. Die 3-Tage-Woche war ein weiteres Signal der Belegschaft auch in schwächeren Zeiten eine Beschäftigung zu garantieren, denn der Pulsschlag von Wolfsburg orientiere sich einzig am Wohl und Weh der VW-Fabrik.

Die Radikalität mit der Piëch (mit Unterstützung von Lopez) die Einkaufs- und Produktionsprozesse beschleunigte, war atemberaubend. Gleichzeitig wurde die Plattformstrategie in allen Werken implantiert. Den Seat-Chef entließ er vor den Augen der Medienöffentlichkeit auf der IAA, denn die versteckten Milliardenverluste ließ er nicht gelten. ...Schurl Auer, war Zeuge bei dieser denkwürdigen Pressekonferenz und drängte sich im Tumult mit seinem gezückten Fotoapparat bis an die Bühne vor: die Security stieß ihn unsanft und Schurl lag, mit seiner Kamera vor der Brust, am Rücken. Piëch, der dies sah, entschuldigte sich bei Schurl Auer brieflich und schickte ihm 3 Flaschen besten französischen Rotwein.

Die Kontakte mit Škoda, die noch von seinem Vorgänger Dr. Hahn eingeleitet wurden, konkretisierte Piëch umgehend mit der Plattformstrategie, die der tschechischen Traditionsmarke sofort technische Kompetenz und eine unglaubliche Performance ermöglichte. Die Unkenrufer des Wettbewerbs, die in dieser Produkt- und Produktionsstrategie quer durch alle Konzernmarken einen Etikettenschwindel vermuteten, gaben sich bald geschlagen, denn der Konzern entwickelte seine Produktvielfalt in einer Weise, die bisher denkmöglich galt. Jede der Konzernmarken bediente von da an unterschiedliche Zielgruppen – aber alle mit höchstmöglicher Qualität und eigenständigem Styling. Die Flexibilisierung der Werke erlaubte von da an, in jedem Werk auch für jede Marke tätig zu werden.

Auch die Stadt Wolfsburg begann sich zu verändern. Zur Weltausstellung 2000 in Hannover, präsentierte sich die VW-Stadt in einem phantastischen Look: die Autostadt wurde zum meistbesuchten Eventpark in Deutschland und machte die Fahrzeugübergabe im Werk zum besonderen Erlebnis. Die Gläserne Manufaktur in Dresden, war eine besondere Referenz an diese Stadt, die heute wieder zu den schönsten Städten Deutschland zählt

Ferdinand Piëch lotete immer alle Eckpunkte der Automobiltechnik aus. Auf der einen Seite das extrem sparsame 3-Liter-Auto, auf der anderen Seite den 1000-PS-Bugatti. Auf den Zuruf eines Journalisten auf der Pariser Motorshow, dass dieser Bugatti völlig aus der Zeit gefallen sei, gab Piëch die legendäre Antwort: „die paar Bugatti verändern das Weltklima nicht“. Vielmehr war das eine technische Entwicklungsarbeit, die wertvolle Hinweise für künftige Projekte in der Großserie und bei leistungsstarken Modellen brachte.

Die Vorgaben von Piëch an die Technik waren immer eindeutig: „alles was dem geringeren Verbrauch dient, ist richtig“. Also wussten die Materialtechniker je leichter und zugleich fester die Materialien sind, desto besser dient dies dem Gesamtziel. Auf die Haptik legte er grundsätzliche Wert: alles muss sich hochwertig anfühlen: hier war Winterkorn als vormaliger Qualitätsmanager bei Audi ein Meister seines Fachs. Was Piëch aber den Spitznamen „Fugen-Ferdl“ einbrachte stammte von Horst Kahlert, dem Motorredakteur der Kronenzeitung. Hier ging es um die Steifigkeit der Karosse. Auch hier begnügte sich Ferdinand Piëch mit einer grandios knappen Erklärung: „als wir ein Auto überholten rief mein Sohn: schau Papa, der hat die Tür hinten offen. Darauf habe ich ihm geantwortet: „nein der hat nicht die Tür offen, sondern braucht den großen Spalt, weil sich die Karosse bei jeder Unebenheit und in Kurven verbiegt“. Je geringer die Fuge, desto steifer ist die Karosse. Piëch war ein Meister der verkürzten Antwort und prägte damit ein neues Qualitätsmerkmal.

Ein weiteres Prinzip wurde mit Piëch umgesetzt: es gab keine Abstufung mehr in Richtung Qualität und Ausstattung innerhalb der Markenpalette. Auch das kleinste Auto im Programm verfügt über die Ausstattungsmöglichkeiten wie in großen Modellen. Am deutlichsten sichtbar wurde das beim Golf 4, der mit genauso mit aller Technik und Komfort aus dem Baukasten bedient werden konnte, wie die größeren Fahrzeugklassen im Konzern.

Das 1-Liter-Auto war sein finales Projekt: an diesem wollte er zeigen, dass es durch den maximalen Einsatz von leichten Materialien möglich ist, mit 1 Liter 100 km weit zu fahren. Zur Hauptversammlung nach Hamburg fuhr er mit diesem Gefährt von Wolfsburg aus und übergab den Vorstandsvorsitz seinem Nachfolger Pischetsrieder, der seinerzeit als BMW Vorsitzender die Marke Rolls-Royce für den BMW Konzern behielt. Bentley aber ging - wie beabsichtigt - an Volkswagen: Ein weiterer Glanzpunkt in der Welt des Volkswagen Konzerns. Für alle Mitarbeiter des weltweit agierenden Konzerns, bedeutete die High-end Marken Bentley, Bugatti, Lamborghini, Ducati - und mit der Integration auch Porsche - ein Glanz, den kein anderer Hersteller bieten kann.

Als Aufsichtsratsvorsitzender der Volkswagen AG wachte Ferdinand Piëch streng auf die Konzernentwicklung. Der Kauf von MAN und Scania war ganz im Strategiekonzept von Ferdinand Piëch vermerkt. Mobilitätsanbieter in allen großen Märkten der Welt, war sein Ziel. Und das hat er auch erreicht. Mit Winterkorn rückte ein langjähriger enger Mitarbeiter und zuletzt Audi-Chef in als VW-Konzernchef in Wolfsburg nach. „Piëch ist das Genie und ich bin der, der es umsetzt“, lautete das Credo von Winterkorn. Der Konzern entwickelte sich in allen großen Märkten mit großem Nachdruck. Neue Fabriken allerorts. Der Mitarbeiterstand wuchs auf über 600.000 Beschäftigte weltweit. Lediglich in China und vor allem in den USA ging es weniger rasant weiter - genauso wie im volatilen Markt Südamerika. Zudem ließ das angekündigte Kleinwagenkonzept für Entwicklungsländer auf sich warten.

Der Vertrauensbruch, der im Zusammenhang mit der möglichen Nachfolge als Aufsichtsratsvorsitzender sichtbar wurde, veranlasste Ferdinand Piëch alle seine Funktionen niederzulegen. Ein halbes Jahr später wurde die Abgasmanipulation in USA öffentlich und bestimmt seither die Medien. Ferdinand Piëch verkaufte alle seine Anteile am Volkswagen Konzern an seinen Bruder. Mit seinem Tod bleibt nur noch Erinnerung an den genialsten und bedeutendsten Automobilmanager seiner Zeit.