PORSCHE

CAMPUS

Ausgabe
Wintersemester
2020 / 21

WIR LERNEN NIE AUS

WARUM LERNEN IM BERUF DER
WICHTIGSTE ERFOLGSFAKTOR IST

EINSTIEG. CHANCEN. KARRIERE.

INHALT

04 Perspektiven

06 Ein Statement: Elfer in Regenbogenfarben

07 Der erste Arbeitstag

SCHWERPUNKTTHEMA LERNEN

08 Daniel Jung ist auf YouTube mit Mathematik zum Helden geworden

11 Lernen ist bei Porsche fester Teil der Unternehmenskultur

19 #schlechtetage: Mitarbeiter erzählen, wie sie an Fehlern wachsen

20 Zahlen, Daten und Fakten zum Thema Lernen

22 Was passiert im Gehirn, wenn wir lernen? Volker Busch weiß es

24 AI@Porsche bündelt alle KI-Aktivitäten im Unternehmen

28 Kerstin Hess legt eine spannende Karriere hin

30 Die Berufsausbildung bei Porsche folgt neuen Wegen

33 Wissenstest: Schaffst du deinen Schulabschluss noch mal?

34 Reality Check: Eine Product Ownerin gibt die Schlagzahl vor

36 Diese Bücher über Porsche wecken die Lust aufs Lesen

38 Porsche verstehen / Termine

39 Jobs und Karriere: Wissenswertes zum Einstieg ins Unternehmen / Impressum

COVER

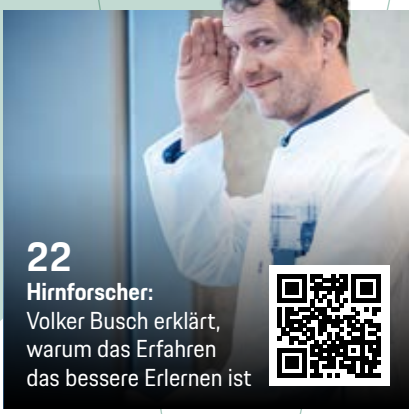
Aus neun mach eins: Auch Porsche lernt beim Bau seiner Fahrzeuge seit mehr als 70 Jahren dazu

08

YouTube: Ohne Daniel Jungs Erklärvideos würden viele Schüler und Studenten an Mathe scheitern

11

Lernen@Porsche: Personalentwicklung und Fachbereiche entwickeln gemeinsam eine Lernwelt, in der die Mitarbeiter ihr Wissen und ihre Kompetenzen ständig erweitern können



22

Hirnforscher: Volker Busch erklärt, warum das Erfahren das bessere Erlernen ist

20

Facts and Figures: Wie viele Handzeichen beherrscht ein Gorilla? Wie schnell erfassen Menschen 300 Wörter? Zahlen, Daten und Fakten zum Thema Lernen

28
Durchgestartet: Kerstin Hess legt eine spannende Karriere hin

24
Künstliche Intelligenz: Wie Porsche mithilfe von KI seine Mannschaft während der Corona-Krise unterstützt hat

30
Berufsausbildung: Bei Porsche bekommen die Azubis viel Freiraum, um ihre Interessen und Fähigkeiten zu entfalten

34
Reality Check: Shari Langes leitet als Product Ownerin die Entwicklung von IT-Tools fürs vernetzte Arbeiten

LERNEN LOHNT SICH

Die Corona-Pandemie ist ein Jahrhundertereignis, das die Welt nachhaltig verändert. Aber jede Krise bietet auch eine Chance, wenn man daraus die richtigen Lehren zieht.

In diesen Tagen ist vieles anders. Das gilt auch für die Produktion eines Magazins. Maskenpflicht, Abstände einhalten und strenge Verhaltensregeln bilden zum Beispiel bei den Fotoshootings dieser Ausgabe von *Campus* die ungewohnten Rahmenbedingungen. Spätestens im Dauer-Homeoffice wurde klar, was digitale Transformation bedeutet, vor allem welche Chancen vernetztes Arbeiten bietet. Lernen heißt das Titelthema, das durch Corona plötzlich in ein ganz anderes Licht gerückt ist. Lernen lohnt sich. Auch bei Porsche hat die Zusammenarbeit geklappt und viele Studierende erleben dies im Moment ebenfalls. In Ausnahmesituationen entstehen gute Ideen. Wie zum Beispiel die Aktion „Porsche hilft". Einkaufen für die älteren Nachbarn, Essen ausfahren für Seniorenheime, Mund-Nase-Schutz nähen für Pflegeheime oder Unkraut jäten beim Erdbeerbauern – rund 300 Porscheaner haben sich in der Corona-Krise ehrenamtlich engagiert. Ein weiteres Ergebnis: eine Spende von 1,3 Millionen Euro für Stuttgarter Kliniken. 2020 ist lehrreich. So wie die vielen anderen Aspekte des Lernens in dieser Ausgabe.

Viel Spaß beim Lesen!
Das Team von Jobs und Karriere bei Porsche

Interne Kommunikation zur Sensibilisierung für Corona-Schutzmaßnahmen bei Porsche: Auch in der Produktion gehören neue Abstands- und Hygieneregeln zur neuen Normalität

DMG MORI

PERSPEKTIVEN

IKONEN MIT NOPPEN IN NEUEM LICHT

Corona macht erfinderisch – und kreativ. Der britische Automobilfotograf Dominic Fraser vermisste nicht nur die Reisen, sondern auch die Fotomotive seiner Lieblingsautos. Im Rahmen der Onlineserie #GetCreativeWithPorsche, die im Porsche-Newsroom erscheint, erzählt er, wie er aus der Not eine Tugend gemacht hat: „Statt einfach nichts zu tun, entschied ich mich, Lego-Speed-Champions-Modelle zu nehmen und zu versuchen, damit einige meiner Lieblingsbilder aus der Automobilgeschichte nachzustellen." Dazu zählt auch der 919 Hybrid in der Box während des 24-Stunden-Rennens von Le Mans im Jahr 2017.

Weitere Tutorial-Beispiele im Rahmen der Onlineserie **#GetCreativeWithPorsche** gibt es im Porsche Newsroom.

Foto: Dominic Fraser

CHRISTOPHER STREET DAY

FAHRENDER REGENBOGEN

Porsche hat ein besonders leistungsstarkes Zeichen für Vielfalt und Toleranz gesetzt. Als Teil des Kulturfestivals Christopher Street Day (CSD) zierten Ende Juli sechs Porsche 911 in bunten Farben den Vorplatz des Porsche Museums in Stuttgart-Zuffenhausen. Beim virtuellen „Pride Run" bekundeten zahlreiche Porsche-Mitarbeiter ihre Solidarität mit der Regenbogen-Community durch eine besonders sportliche Aktion: In farbigen Shirts legten sie auf selbst gewählten Laufstrecken zahlreiche Kilometer zurück. „Wir fordern und fördern Chancengleichheit und wollen allen Porscheaner*Innen ermöglichen, sich so einzubringen, wie sie sind – unabhängig von beispielsweise Geschlecht, ethnischer Herkunft, Religion, Behinderung, Alter oder der sexuellen Orientierung", erklärt Personalvorstand Andreas Haffner. Das LGBT*IQ-Netzwerk Proud@Porsche bietet dabei Porsche-Mitarbeitern eine Plattform zur Vernetzung und zum regelmäßigen Austausch und fördert die Sichtbarkeit von Vielfalt und Akzeptanz – unter anderem bei Treffen und gemeinsamen Freizeitaktivitäten.

1.

Marius Groß studiert Wirtschaftsingenieurwesen mit Fachrichtung Produktionstechnik und hat sich als Praktikant bei Porsche für eine Masterandenstelle empfohlen

DER ERSTE ARBEITSTAG FÜR MARIUS GROSS

ALS PRAKTIKANT UND SEIN WEG ZUM MASTERAND

„PIONIERGEIST WIRD BEI PORSCHE GELEBT“

Dein erster Arbeitstag war als Praktikant im Planungsbüro der Taycan-Fertigung. Warst du enttäuscht, dass es dort nicht nach Benzin roch?
Als ich im April 2019 bei Porsche anfing, befand sich die neue Taycan-Fabrik in den finalen Zügen der Fertigstellung und meine Abteilung, die Gesamtprojektsteuerung des Fabrikprojektes Taycan, saß noch in Containern. Umso spannender war es, am ersten Tag in der Fabrik die ganzen neuen Anlagen zum ersten Mal in Aktion zu sehen. Natürlich roch es da nicht nach Benzin, Garagenduft gibt es trotzdem.

Wie ist es, bei einem Unternehmen anzufangen, das in einen neuen technologischen Bereich vorstößt?
Einen besseren Zeitpunkt hätte es nicht geben können. So erlebte ich hautnah den technologischen Wandel hin zur Elektromobilität bei Porsche mit. Porsche hat mit dem Taycan den ersten vollelektrischen Sportwagen eingeführt und die Fabrik der Zukunft gebaut. Da bin ich schon stolz darauf, dabei gewesen zu sein. Natürlich war mein Beitrag gering, die Kollegen gaben mir aber immer das Gefühl, Teil des Teams zu sein.

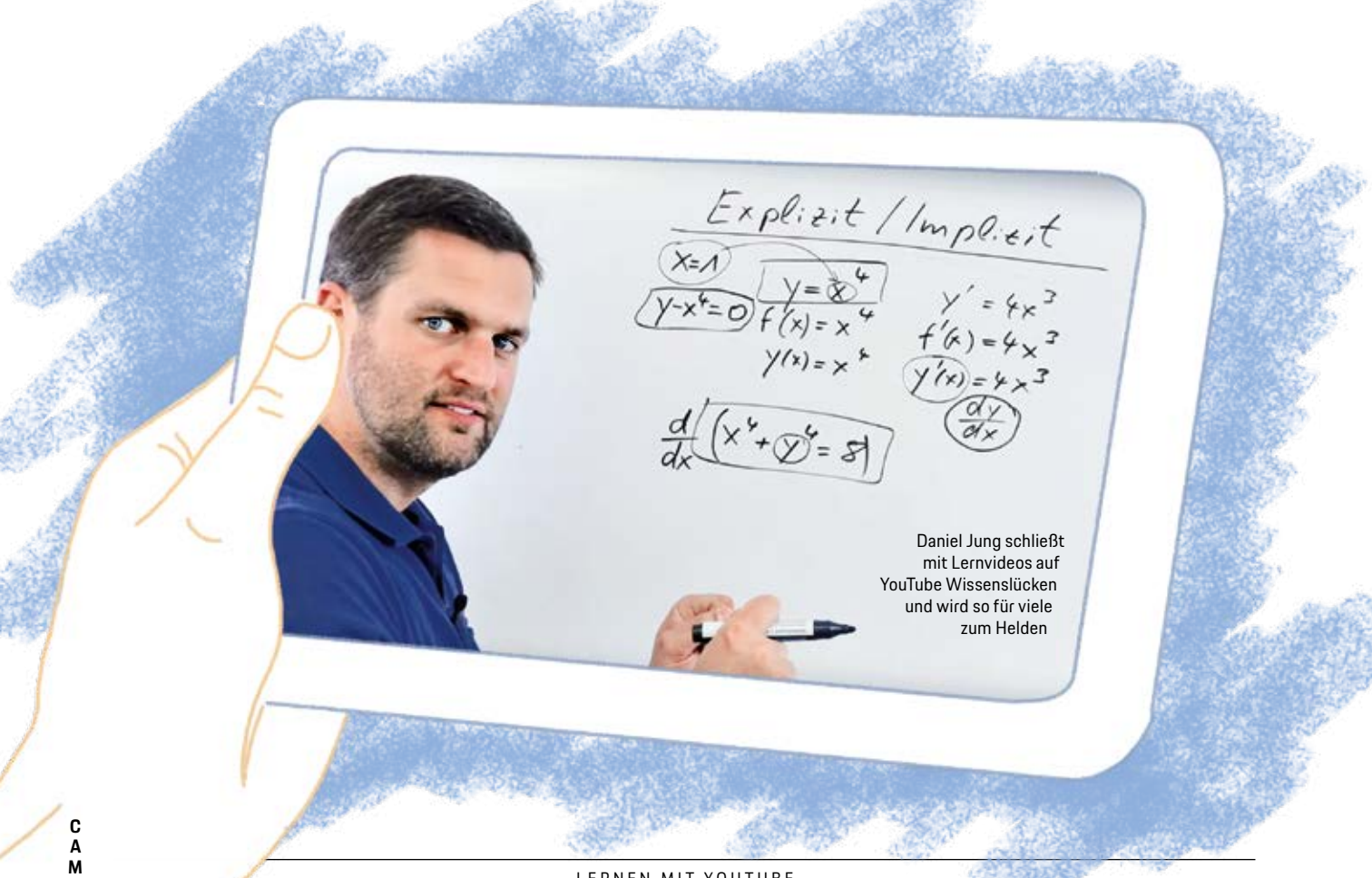
Wie wird man vom Praktikant zum Masterand?
Ich hatte zu Beginn meines Praktikums schon das Ziel, meine Masterarbeit bei Porsche zu schreiben. Deshalb bin ich im Praktikum aktiv auf meinen Vorgesetzten zugegangen und habe Themen vorgeschlagen. Am Ende habe ich dann eine Arbeit bekommen, die Porsche ausgeschrieben hat. Möglich sind beide Wege, weil es derzeit jede Menge spannende Themen gibt. Wichtig ist, dass man aktiv ist und sich anbietet. Ich habe hier bei Porsche generell das Gefühl, dass Pioniergeist noch mehr gelebt wird als bei anderen Unternehmen. Die Chefs nehmen gute Vorschläge auch von Praktikanten an und unterstützen sie bei der Umsetzung.

Worum geht es bei der Masterarbeit?
Die Arbeit bewegt sich wieder im Bereich Fabrikplanung. Porsche und die Schuler AG bauen in Halle ein neues Presswerk für Teile des Elektro-Macan. Dafür soll ich ein Track-and-Trace-System entwickeln, mit dem jedes Bauteil von Anfang bis Ende nachverfolgt werden kann und alle Fertigungsparameter miteinander vernetzt werden können. Letztendlich geht es darum, durch Kameras und Objekterkennung die Qualitätskontrolle zu automatisieren. Ein spannendes Projekt, bei dem etwas ganz Neues aufgebaut wird. Das reizt mich immer.

Dich interessiert die Fertigung mehr als die Entwicklung, oder?
Ich persönlich finde den Produktionsbereich nicht weniger spannend als die Forschung und Entwicklung, beide Bereiche haben ihre Reize. Mir gefällt an der Produktion, dass man sehr nah am Produkt dran ist und täglich sieht, wie die Fahrzeuge entstehen. Man kommt morgens ins Büro und weiß nicht, was auf einen zukommt. Jeder Tag ist anders und am Ende steht man doch vor dem fertigen Produkt. Außerdem leisten wir in unserer Abteilung ebenfalls Entwicklungsarbeit, vom 3D-Modell bis zur fertigen Fabrik.

Interview Benjamin Büchner

Taycan Turbo S: Stromverbrauch kombiniert: 26,9 kWh/100 km; CO_2-Emission kombiniert: 0 g/km
Taycan Turbo: Stromverbrauch kombiniert: 26,0 kWh/100 km; CO_2-Emission kombiniert: 0 g/km



Daniel Jung schließt mit Lernvideos auf YouTube Wissenslücken und wird so für viele zum Helden

LERNEN MIT YOUTUBE

FRAG DOCH MAL DEN MANN IM BLAUEN HEMD

Mut zur Lücke war gestern. Daniel Jung hat mit Erklärvideos auf YouTube nicht nur Wissensdefizite im Schmerzfach Mathematik geschlossen. Der „Elon Musk der Bildung" nutzt den Hype, um für neue Lernmethoden zu werben. Seine Botschaft: „Lebenslanges Lernen wird zum wichtigsten Wettbewerbsfaktor."

Daniel Jung schmunzelt und hakt zur Sicherheit noch einmal nach. Dann schreibt er bei seinem Besuch am Karlsruher Institut für Technologie seinen Namen auf den Rucksack eines Ingenieurs. Ohne Jungs Hilfe hätte er sein Studium abbrechen müssen. Behauptet er zumindest. Und spricht damit vielen aus dem Herzen, für die Jung ein Held ihrer Generation ist, gefeiert wie ein Rockstar – obwohl er nichts anderes macht, als in kleinen Videos auf YouTube Mathematik zu erklären.

1.200.000

Schülerinnen und Schüler bekommen in Deutschland Nachhilfe. Pro Jahr geben die Eltern dafür 900 Millionen Euro aus.

Seit 2011 gibt der 38-Jährige im Internet erfolgreich Nachhilfe. „Mathe by Daniel Jung" heißt sein YouTube-Kanal, der inzwischen rund 2.500 Erklärvideos zählt. Pro

70

Prozent wächst jedes Jahr die Zahl der „How to"-Suchanfragen auf YouTube. Das Videoportal ist nach Google die zweitgrößte Suchmaschine der Welt.

Monat erreicht er mit Infos über lineare Gleichungen, Trigonometrie oder bedingte Wahrscheinlichkeiten 2,5 Millionen Schüler und Studenten. Mehr als 200 Millionen Mal wurden diese Video-Nuggets – die meisten sind nur rund fünf Minuten lang – im Jahr 2019 angeklickt.

Der Schlüssel zum Lernerfolg ist die Plattform selbst, auf der sich praktisch alle Vertreter der Zielgruppe aufhalten. YouTube ist nach Google die zweitgrößte Suchmaschine der Welt. Jeden Tag werden mehr als eine Milliarde Stunden an Videos angeschaut. Rund zwei Drittel davon beschäftigen sich mit Lernen und Anleiten im weitesten Sinne – vom Origami-Basteln über Katzenpflege und Schminktipps bis zur Autoreparaturanleitung. Jung erkannte das Potenzial schon vor zehn Jahren. Viele sträuben sich noch heute. Im vergangenen Jahr rüttelte eine repräsentative Studie des Rats für Kulturelle Bildung viele Verfechter klassischer Bildungseinrichtungen wach. Die Auswertung ergab, dass 86 Prozent der Schüler zwischen 12 und 19 Jahren die Videoplattform nutzen. Jeder Zweite sucht auf YouTube nach Videos zum Lernen. Und wird in der Regel auch fündig. Zu jeder Zeit. An jedem Ort. Mit dem Smartphone, dem Tablet oder am Rechner. Mit individuellem Lerntempo. Und vor allem, so oft man möchte. Wer nach dem ersten Anschauen noch unsicher ist, schaut sich das Video einfach noch einmal an. Mit der Wiederholung steigt die Wahrscheinlichkeit, auch das schwierigste Thema zu verstehen. So wie mit Jungs Videos. Die Fangemeinde feiert ihn dafür, wie ein Blick in die Kommentare unter den Clips zeigt: „Ein Matheheld" oder „Du bist die Legende an der Uni". Der Tipp „Frag doch mal den Mann im blauen Hemd" ist längst ein Synonym für Hoffnung. Wenn er nicht hilft, dann hilft dir nichts mehr. Genutzt werden seine Videos nicht nur von Schülern, sondern beispielsweise auch im Ingenieurstudium. „Ich bin mir der Verantwortung bewusst, teilweise geht es bei Matheschmerzen um berufliche Existenzen", erzählt Jung, „Ich kenne viele Studenten, die ohne diese Art von Hilfe an Mathematik gescheitert wären."

Keine Lust auf Lernen? Mit „SimpleClub" kehrt der Spaß zurück

Probleme in den Naturwissenschaften? Der Lernkanal „Kurzgesagt – In a Nutshell" hilft

Durch die Unternehmen in Deutschland müsse ein Ruck gehen, fordert Jung, denn lebenslanges Lernen werde künftig zum wichtigsten Wettbewerbsvorteil. Ein Beleg dafür sei der Blick auf künftige Anforderungen an Mitarbeiter. Schon in zehn Jahren werde es 60 Prozent neue Jobs geben, die wir heute so noch gar nicht kennen. Aber wie bereitet man sich darauf vor? „Ich kann heute nicht damit zufrieden sein, mir bestimmte Qualifikationen anzueignen, von denen ich gar nicht weiß, ob ich die morgen überhaupt noch brauche. Ich muss Lernen lernen", sagt Jung. Viele Unternehmen, vor allem aus dem deutschen Mittelstand, hinken hier hinterher. Dabei öffne gerade die Digitalisierung die Tore zum Lernen fürs Leben für jeden. ›

86

Prozent der 12- bis 19-Jährigen in Deutschland nutzen YouTube.

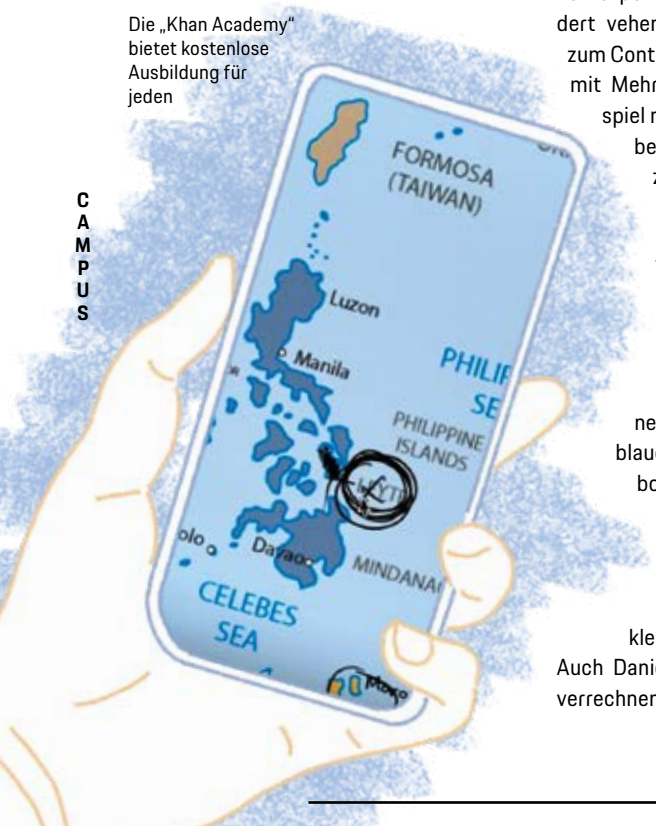
Ein Beispiel dafür ist „Udacity“. Die Online-Akademie wurde 2012 von Sebastian Thrun, Mike Sokolsky und David Stavens gegründet, um Vorlesungen und Prüfungen der Stanford-Universität verfügbar zu machen. Inzwischen ist daraus ein Unternehmen geworden, das Kurse anbietet, die klassische Bildung mit Berufsfähigkeiten verbinden. Sie sind auf etwa sieben Wochen Dauer angelegt und können nach einem individuellen Rhythmus bearbeitet werden. „Machen, ausprobieren, Erfahrungen sammeln“, fordert Jung auf. „Udacity“ ist da nur ein weiterer Aspekt modernen Lernens.

Der Kanal „Mathe by Daniel Jung“ ist ein wichtiges Standbein des Lernvisionärs aus Remscheid. Darüber hinaus fördert er mit einer Investmentfirma Start-ups aus dem Bildungsbereich und sein Technologieunternehmen entwickelt Plattformen wie www.mathefragen.de. Geführte Kurse, eBooks, Kooperationen mit Verlagen – Jungs Bildungsimperium geht längst über Mathenachhilfe hinaus. Der Mann mit dem abgebrochenen Pädagogikstudium ist als Lernexperte gefragt, hält Vorträge und fordert vehement dazu auf: „Werdet selbst zum Content-Produzenten, bietet Content mit Mehrwert!“ Warum sollen zum Beispiel nicht Auszubildende von Porsche bestimmte Arbeitsschritte in kurzen Videos erklären? Wer erklärt, vertiefe sein eigenes Wissen. Nachhaltiges Lernen ist ein Trumpf. Sich vernetzen, Communitys bilden sind weitere. Wer anderen hilft, lernt doppelt. „Let's rock education“, sagt Jung und dreht jede Woche neue Erklärvideos. Meistens im blauen Hemd, mit Stift am Whiteboard und ohne Zwischenschnitte aufgenommen. Zur Qualitätssicherung überprüft er gerade alle früheren Videos und korrigiert den einen oder anderen kleinen Fehler. Sympathisches Fazit: Auch Daniel Jung kann sich offenbar mal verrechnen.

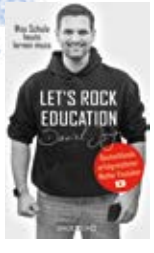
Text Michael Thiem

47

Prozent halten YouTube-Videos bei der Bearbeitung von schulischen Themen für wichtig oder sehr wichtig.



Die „Khan Academy“ bietet kostenlose Ausbildung für jeden



Konzepte für die digitale Lern-Revolution

Computer in der Schule reichen nicht. Auf die Pädagogen und die Pädagogik kommt es an. Der YouTube-Star Daniel Jung fordert in seinem Sachbuch *Let's rock education* neue didaktische Konzepte, um aus „analogen Klassenzimmern digitale Lernorte zu machen“.

Daniel Jung: Let's rock education: Verlag: Droemer HC, 240 Seiten, ISBN-13: 978-3426278154, Preis: 20 Euro

Wissen per Mausklick
Vier Beispiele für moderne und innovative Lernangebote auf YouTube.

Mathe by Daniel Jung

Der Rockstar: Seit 2011 schließt Daniel Jung in kurzen Video-Tutorials auf YouTube Wissenslücken in Mathematik.

Kurzgesagt – In a Nutshell

Der Renner: Der erste deutsche Lernkanal mit mehr als zehn Millionen Abonnenten hilft in Naturwissenschaften.

SimpleClub

Die Coolsten: Reichweitenstärkste Lernplattform für diverse Fächer, die den Spaß an Bildung vermitteln möchte.

Khan Academy

Die Ausgezeichneten: Die nichtkommerzielle Webseite hilft im Studium mit umfassenden Lehrvideos.

DAS LERNNETZWERK

Heute schon etwas gelernt? Das Wissen der Mitarbeiter ist ein entscheidender Wettbewerbsfaktor. Daher gehört Lernen bei Porsche zur Unternehmenskultur. Gebündelt werden alle Aktivitäten dazu in der Lernen@Porsche-Community. Einblicke in das Porsche-Lernnetzwerk.

Ein kurzer Klick beamt Matthias Görtz in eine andere Sphäre. Auf dem Screen seiner VR-Brille öffnen sich die Porsche Spaces. Sein Avatar schreitet durch eine virtuelle Porsche-Niederlassung vorbei an den neuesten Sportwagen im Erdgeschoss hoch in den langen Flur mit Schulungsräumen im ersten Stock. Hier bringt das After-Sales-Team den Porsche-Händlern über Kontinente und Zeitzonen hinweg das Basiswissen zu neuen Fahrzeugen bei, erklärt ihnen Updates zu Bestandsmodellen oder schult die Mechaniker an den Fahrzeugen. Es geht um Daten, Zahlen und Fakten, die für Matthias gar nicht so wichtig sind. Er interessiert sich vielmehr dafür, wie die Porsche Spaces funktionieren und wie sie sich auf andere Lernformate übertragen lassen. Denn Lernen ist seine Passion und sein Job. Als Leiter Lerndesign und Wissensoffensiven prägt er mit seinem Team maßgeblich, wie das Lernen bei Porsche gestaltet wird.

Das Team ist in ein ganzes Netzwerk aus Akteuren eingebettet: die Lernen@Porsche-Community. Deren Kern bildet die Personalentwicklung, der auch Matthias angehört. „Wir gestalten die Rahmenbedingungen für das Lernen bei Porsche, setzen mit unseren Angeboten Impulse, sorgen für Orientierung in der Vielzahl an Lernangeboten und -möglichkeiten und – ganz wichtig – vernetzen alle, die das Lernen aktiv mitgestalten möchten", erklärt er die Rolle seiner Abteilung. Dabei verteilen sich die Aufgaben auf verschiedene Fachbereiche. Matthias ist mit seinem Team für das Lerndesign zuständig – also die richtige Kombination unterschiedlicher Lernformate für effektive und motivierende Angebote. Ein weiteres kümmert sich um die Weiterentwicklung des digitalen Lernökosystems, über das die Mitarbeiter Zugang zur Lernwelt des Unternehmens finden. Dort sind E-Learnings, Videotutorials und virtuelle Seminare abgelegt sowie alle relevanten Informationen zu den Präsenzseminaren gesammelt. Die Kompetenzentwicklung steuert als drittes ›

Vernetztes Lernen: Kisanet Habte, Michael Pohl und Lars Sielaff (von links) schaffen bei Porsche die Rahmenbedingungen für das Lernen

Team Inhalte und Angebote zu überfachlichen Themen bei. Dazu zählt das Porsche Warm-up für alle Neueinsteiger ebenso wie Trainings rund um Themen wie Agilität, Achtsamkeit, virtuelles Arbeiten oder Leadership und die Personalentwicklungsprogramme für verschiedenste Zielgruppen. „Für uns sind die zukünftig bei Porsche benötigten Kompetenzen die Maßgabe. Wir richten unsere Qualifizierungsinhalte, -angebote und -wege nicht nur darauf aus, unsere Mitarbeiter in den heutigen, sondern vor allem auch in den Jobanforderungen von morgen fit zu machen", erklärt Katja Zimmermann, die Leiterin der Kompetenzentwicklung. Bei fachlichen Angeboten berät die Personalentwicklung die Qualifizierer aus den Fachbereichen und stellt die passenden Lernmethoden bereit.

Mittel, Wege und Tempo sind individuell. Und am Ende steht selten ein exakt festgelegtes Ziel. Denn das definiert in vielen Fällen jeder für sich selbst. Sicher ist, dass der Erfolg eines Unternehmens von der Bereitschaft der Mitarbeiter abhängt, sich neues Wissen anzueignen, es einzuordnen und weiterzugeben. Stillstand wird in der Wirtschaft hart bestraft. Deshalb ist die Lust am Lernen bei Porsche fester Bestandteil der Unternehmenskultur. Das gilt in besonderem Maße für die Personalentwicklung. Um den Erfahrungsschatz auszubauen, betreiben die Mitglieder der Abteilung selbst einen riesigen Aufwand. Sie geben Masterarbeiten in Auftrag, die untersuchen, wie effektiv Lernvideos im Vergleich zu E-Learnings sind oder wie man Podcasts zum Lernen optimal einsetzt. Das Team lernt, um Lernen@Porsche zu verbessern. Es ist immer auf der Suche nach den besten und neuesten Wegen, um Wissen zu vermitteln. „Wir wollen selbst Innovationstreiber sein, die neue Formate wie Virtual Reality oder Augmented Reality zuerst ausprobieren", sagt Matthias.

Die Lernangebote entstehen immer in Teamarbeit, bei der sich Fachbereiche und Personalentwicklung die Bälle zuspielen und gegenseitig ergänzen. „Ausgangspunkt ist dabei die Entwicklung einer Learning Journey", erklärt Michael Pohl, der Leiter der Personalentwicklung. Es wird festgelegt, welche Inhalte und Methoden in welcher Reihenfolge angewendet werden. „Dadurch stellen wir sicher, dass die Inhalte mit nachhaltigem Effekt vermittelt werden und nicht nur ein einmaliges Feuer entfacht wird", ergänzt Katja. Die perfekte Learning Experience ist das Ziel. Nah kommt diesem Prädikat die Innovationswerkstatt, bei der Projektmanagement und Innovationsmethoden auf dem Lehrplan stehen. Sie beginnt mit vorgelagerten kurzen Theorieimpulsen wie einem E-Learning zum Thema Design-Thinking. Denn im Präsenzseminar selbst müssen die Teilnehmer echte Probleme und Innovationsthemen, die direkt von Mitarbeitern aus allen Fachbereichen kommen, durch Einsatz der Methoden und gegenseitigen Austausch lösen. Erfahrungs- und handlungsorientiertes Lernen wirkt nachhaltiger. Außerdem erfüllt es automatisch die drei Bausteine für eine gelungene attraktive Lernmaßnahme: Es wirkt motivierend, zeigt die Relevanz der Inhalte auf und ermöglicht den Aufbau persönlicher Routinen.

Verknüpftes Team: Bei Matthias Görtz und Katja Zimmermann laufen beim Thema Lernen@Porsche viele Fäden zusammen

Eine Frage der Einstellung: Mitarbeiter sollen Neues aus Neugier angehen.

Der Ansatz des angewandten Lernens ist der Realität entnommen. „Tatsächlich passiert der Großteil des Lernens on the Job oder durch soziales Lernen", erklärt Michael. „Allerdings sollte auch dieses gut nachbereitet werden, damit das Erlernte im Alltag nicht wieder schnell verloren geht", ergänzt Matthias. Dies kann auf ganz einfache Art – zum Beispiel mithilfe der Lernhacks – erfolgen. Bei vielen Themen ist das Anfassen der Geräte oder der Austausch unter den Kollegen unersetzlich. Erlerntes, das mit einer konkreten Handlung, einem Erlebnis oder einem Gespräch verbunden werden kann, prägt sich besser ein. Deshalb müssen die Mitarbeiter von ihrer Einstellung her bereit sein, ständig zu lernen und Neues aus Neugier angehen zu wollen.

Weil sich die Lust am Lernen nicht von oben erzwingen lässt, webt die Personalentwicklung die Mitarbeiter quasi ins Netzwerk mit ein und gibt ihnen viele Freiheiten. Auch deshalb lebt das Porsche-Lernökosystem als zentraler Ort des Lernens von maximaler Transparenz und so wenig Restriktionen wie möglich. „Dadurch hat der Lernende die Möglichkeit, auf die unterschiedlichsten Themen zuzugreifen und sich frei in diesem Umfeld zu bewegen", erklärt Sarah Schultz, die Leiterin des Lernökosystem-Teams. Darüber hinaus nimmt die User Experience natürlich auch im Lernökosystem einen zentralen Stellenwert ein. Es zeichnet sich durch ein modernes, einfaches und motivierendes Design aus. Die Landingpage ist so gestaltet, dass für jeden Einzelnen die Qualifizierungsangebote schnell auffindbar sind. Der Blick aus diesem Umfeld hinaus ist aber ausdrücklich erlaubt und wird sogar forciert. Auf einer Newspage wird zum Beispiel regelmäßig über neue spannende Angebote informiert. Ergänzend dazu soll künftig über einen intelligenten Algorithmus das Lernerlebnis durch ein gezieltes Vorschlagswesen im Sinne des „Netflix-Ansatzes" erweitert

Im Learning-Lab (links) entstehen innovative Lernformate. Der Bereich After Sales nutzt unter anderem ein virtuelles Porsche Zentrum (unten) für seine Schulungen.

werden. Inhalte aus anderen Fach- und Kompetenzbereichen werden so den Lernenden vorgeschlagen, um deren Fähigkeiten zielgerichtet zu erweitern.

Der Blick über den Tellerrand hinaus führt automatisch zum Austausch zwischen Mitarbeitern und Fachbereichen, von dem Lernen@Porsche lebt. Genau deshalb wird der Begriff auch von einer ganzen Lern-Community mit Leben erfüllt. Neben den Personalentwicklern gehören dieser die Qualifizierungsverantwortlichen aus den Fachbereichen an. Grundsätzlich kann aber jeder Mitarbeiter zum festen Bestandteil des Netzwerks werden. Dort werden in regelmäßigen Treffen Erfahrungen über die Wirkung der Seminare und Lernmethoden ausgetauscht und neue Qualifizierungsangebote entwickelt und besprochen. „Einer der besten Momente in der Lernen@Porsche-Community ist, wenn wir aus den Fachbereichen spannende Impulse bekommen und so unser Wissen selbst erweitern", sagt Lars Sielaff, der die Lerncommunity betreut. Aus der Aussage spricht das Selbstverständnis einer ganzen Abteilung. Nur wer selbst wissbegierig ist und für das Lernen brennt, kann einem ganzen Unternehmen ständiges Lernen vermitteln.

Mit vereinten Kräften: Selina Widmann (links) ist Mitgestalterin des Lernökosystems, das unter der Federführung von Teamleiterin Sarah Schultz Gestalt annimmt

TRAINING IN EINER PARALLELWELT

Der Taycan elektrisiert das gesamte Unternehmen. Seit der Entscheidung, einen vollelektrischen Sportwagen zu bauen, stand Porsche unter Strom. Wie sieht er aus? Wie funktioniert die neue Hochvolttechnologie? Und wie wird er gebaut? Am Anfang kennen allein die Entwicklungsingenieure erste Details. Dennoch bereitet sich die Produktion bereits lange vor dem Anlauf auf die Montage eines Fahrzeugs vor, das es noch gar nicht gibt. Wie das geht? Sandra Kolb und Manuel Liepe haben dafür eine Lösung. In einem Projektteam beschäftigen sie sich mit dem Thema Virtual Reality (VR). Damit später jeder Handgriff sitzt, schicken sie die Mitarbeiter kurzerhand in eine Parallelwelt. Manuel ist federführend für das mit dem Taycan eingeführte VR-Training zuständig, in dem die Werksmitarbeiter die Hochvoltbauteile kennenlernen. Die virtuelle Schulung zur Hochvolttechnologie haben beide gemeinsam geplant, und Sandra hat für die Produktionsvorstufe des neuen Elektro-Macans, der in Leipzig gebaut wird, ein drittes VR-Projekt auf den Weg gebracht.

Die VR-Trainings gehen weit darüber hinaus, mit einer Brille auf dem Kopf virtuell einen Raum zu betreten und sich die neuen Technologien anzuschauen. Dazu würde ein herkömmlicher Bildschirm ausreichen. Auch in der virtuellen Welt gilt bei Porsche das didaktische Prinzip, dass angewandtes Lernen nachhaltiger ist. Bei der Schulung zur Hochvolttechnologie für die 2.000 neuen Mitarbeiter im Taycan-Werk werden die Bauteile von allen Seiten betrachtet und mit den nötigen Informationen bespickt. Zur Nachbereitung der Inhalte gibt es zu jedem Bauteil noch ein kurzes Quiz. Ähnlich funktioniert das Training zum Elektromotor, bei dem die wichtigsten Bauteile herausgenommen und wie mit Röntgenaugen betrachtet werden können.

Virtual Reality ermöglicht Einblicke in das Innenleben von Bauteilen.

Das ist ein weiterer Grund, warum die virtuelle Realität zur Vorstellung von neuen Technologien besonders geeignet ist: Sie ermöglicht Einblicke in das Innenleben sonst geschlossener Komponenten. Den Akku des Taycan sehen die Mitarbeiter aus der Taycan-Produktion nur als 700 Kilogramm schweren Block, der montiert und angeschlossen wird. „Mit der VR-Brille können sie ihn drehen, sich alle Anschlüsse oder Leitungen anschauen – und sogar einzelne Batteriezellen betrachten, die normalerweise geschlossen sind", erklärt Manuel. Das Wissen über die Bauweise der Bauteile hilft, später bei der Montage die Prozesse besser zu verstehen.

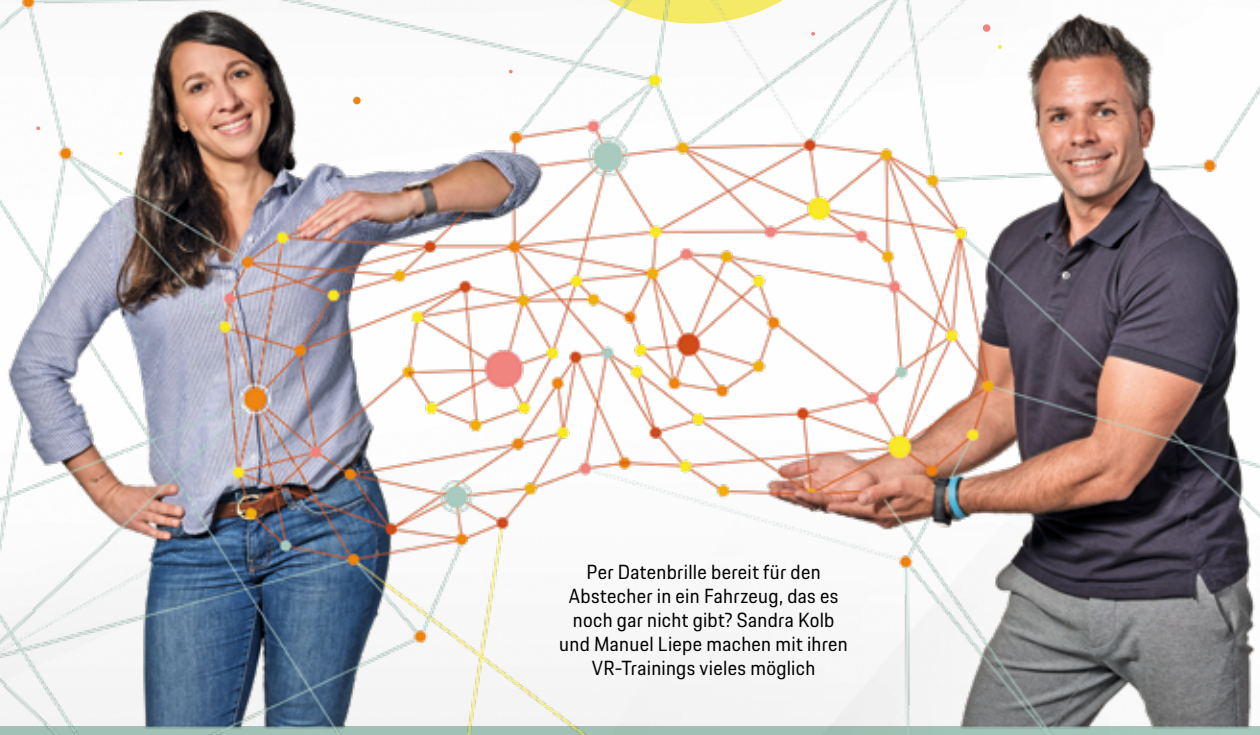
Anfassen, drehen, montieren – die virtuelle Realität öffnet die Tür zur Zukunft

Lernhacks bei Porsche

Katrin Aufenanger ist bei Porsche die Ansprechpartnerin für die kleinen Tipps, die große Lernerfolge ermöglichen – Lernhacks. Natürlich passt sie die alle auf die Bedürfnisse der Porsche-Mitarbeiter an. Sie hat aber auch einige Lernhacks auf Lager, die jedem beim Lernen helfen. Die besten hat sie hier aufgelistet.

Ein VR-Training wird Schulungen am realen Bauteil nie ganz ersetzen können, glauben Manuel und Sandra. Anfassen und Ausprobieren hinterlassen immer noch nachhaltigere Spuren im Gedächtnis, weshalb das tiefergehende Wissen zu Arbeitsschritten und Prozesskenntnissen immer in klassischen Schulungen vermittelt wird. Die Einheiten mit der Datenbrille sind aber eine optimale Vorbereitung oder Ergänzung, weil sich eine neue Technologie mit ihnen spannend und spielerisch vermitteln lässt – deutlich besser als zum Beispiel in gedruckten Handbüchern. „Feedbacks der Schulungsteilnehmer aus der Produktion lassen darauf schließen, dass der Transfer in die reale Welt leicht fällt", erklärt Sandra.

Die Entwicklung der VR-Trainings ist eine echte Teamarbeit zwischen der Produktionsplanung, der Produktionsorganisation, der Produktionsentwicklung und der Fahrzeugentwicklung. Sie sind schließlich die Ersten, die die Details des neuen Fahrzeugs kennen. Deshalb führt der Weg für Sandra und Manuel stets zuerst ins Entwicklungszentrum Weissach, um dort die nötigen Informationen einzusammeln. Auf deren Basis entstehen dann ein Storyboard und erste Mockups. Zur Grundlagenarbeit gehört auch die Auswahl von Musik oder Hintergrundgeräuschen. Danach gehen die Programmierer ans Werk. Zwei bis drei Monate dauert ein Entwicklungsprozess, an dessen Ende ein 20- bis 30-minütiger Ausflug in die Zukunft steht.



Per Datenbrille bereit für den Abstecher in ein Fahrzeug, das es noch gar nicht gibt? Sandra Kolb und Manuel Liepe machen mit ihren VR-Trainings vieles möglich

Setze dir ein Lernziel

What's in it for me? Formuliere ein Lernziel und mache dir so bewusst, warum du etwas lernst. Ein Lernziel wirkt motivierend, es hilft dir dabei, deine Fortschritte zu überprüfen und einen Lernplan inklusive der geeigneten Lernmethoden und -prozesse zu entwickeln.

Bau ein Netzwerk auf

Soziales Lernen ist sehr wichtig. Bau dir deshalb ein Netzwerk aus Lernpartnern auf. Achte darauf, dass sie nicht alle auf dem gleichen Wissensstand wie du sind. Am Anfang helfen dir Lernpartner mehr, die schon tiefer im Thema sind. Später hilft es dir auch, dein Wissen an andere weiterzugeben.

Halte die Augen offen

Ambidextrie steht für Beidhändigkeit oder einen Führungsstil, der bestehende Geschäfte und gleichzeitig Innovationsförderung im Blick hat. Sie lässt sich auf das Lernen übertragen. Wer sich neben aktuell relevanten Themen auch mit Zukunftsthemen auseinandersetzt, stärkt seine Lernkompetenz.

TRÄUME WECKEN

Miriam Hehl und Björn Ewald spielen mit Emotionen. Bei Porsche organisieren sie gemeinsam mit ihren Kolleginnen und Kollegen das Produkttraining für die Verkäufer aus der ganzen Welt – und leben die Leidenschaft, die dabei vermittelt werden soll, vor. Immer wenn ein neues Modell vor der Markteinführung steht, zünden sie mit ihrem Team ein didaktisches Großfeuerwerk. „Erlernen, erleben, erfahren" lautet die Devise. Im Detail gelingt dies durch klassische Workbooks, Virtual-Reality-Elemente, E-Learnings, Pre- und Posttests zur Dokumentation des Lernerfolgs, Fahrdynamiktests auf der Rennstrecke und geführte Roadtouren. Das Ziel: Faszination und Begeisterung für ein neues Fahrzeug wecken. Denn neben Fachwissen vermittelt das Team auch die Emotionen von Sportwagen und der Marke. Und die sollen später überzeugend bei potenziellen Kunden geweckt werden.

Hinter allen Trainingsmaßnahmen steckt ein ausgeklügeltes Konzept. Die Learner Journey beginnt bereits einige Wochen vor dem eigentlichen Präsenztraining. Denn vom Tag der offiziellen Vorstellung des Modells an erhalten die Verkäufer Zugang zu einem interaktiven Onlinetraining. Dort erfahren sie vor allem die Fakten zu technischen Neuerungen, Motordaten und dem Design. Mit diesem Hintergrundwissen reisen alle Verkäufer aus Europa und die Verkaufstrainer der übrigen Kontinente dann zu einer mehrtägigen Präsenzschulung nach Mallorca. „In exklusiven Locations und im Workshop-Rahmen sollen die Verkäufer auch abseits der reinen Produktschulung in die Welt der Porsche-Kunden eintauchen", erklärt Miriam. Die Workshops bedeuten aber auch harte Arbeit, denn die Schulungsteilnehmer wissen am Ende alles über das neue Modell – sogar Fakten über die wichtigsten Konkurrenzprodukte. Wer ein Fahrzeug erfolgreich verkaufen will, muss sich auch mit der ein oder anderen kritischen Kundenaussage auseinandersetzen können. Ein Beispiel: Wenn ein Wettbewerber auf dem Papier die besseren Leistungswerte aufweist, bedeutet dies nicht automatisch, dass das Fahrzeug auch die bessere Gesamtperformance bietet. Um das herauszufinden, vergleichen die Teilnehmer die neuen Porsche-Modelle mit denen der Wettbewerber unter anderem auf der Rennstrecke. „Hier kann sich quer- und längsdynamisch dann plötzlich ein ganz anderes Bild ergeben", erklärt Björn.

Mit Begeisterung lernen: Die Produkttrainings verbinden harte Arbeit und Emotionen miteinander

In einem Zeitraum von rund drei Monaten durchlaufen zwei- bis dreitausend Teilnehmer aus den europäischen Märkten die Produkttrainings auf Mallorca. Zu dem Zeitpunkt hat das Team schon gut eineinhalb Jahre Arbeit investiert. Alles beginnt in der Regel mit Recherchen im Entwicklungszentrum in Weissach. Aus den Informationen der Ingenieure filtern Miriam, Björn und ihre Kollegen das heraus, was später erklärt und geschult werden muss, und verpacken es dazu in die verschiedenen Seminarbausteine. Es geht auch darum, die komplexen Sachverhalte auf den Kundennutzen herunterzubrechen. „Der

Halte Ergebnisse fest

Make it a lifestyle not a duty! Der Mensch lernt immer und überall, vergisst vieles nur wieder. Hier kommt das Stichwort Reflexion ins Spiel. Wenn du dir immer wieder bewusst machst, was du an einem Tag, aus einem Gespräch oder einem Seminar gelernt hast, passiert das Lernen automatisch.

Gehe neue Wege

Mach's anders oder schau auf die anderen: Gehe beim Lernen bewusst neue Wege oder betrachte Themen aus einem anderen Blickwinkel. Du kannst neue Lernmethoden ausprobieren und schauen, ob es ähnliche Themen in anderen Fachbereichen gibt oder wie andere Menschen bestimmte Tätigkeiten ausführen.

Mache einen Plan

Schaff dir Strukturen: Ein Lernplan hilft dir dabei, den Lernprozess zu gliedern. Schreibe dir vorher strukturiert auf, was du wann lernen willst, wie du es lernen willst und welche Mittel du dafür brauchst.

Transfer von der teilweise doch sehr technischen Entwicklersprache in Verkaufsargumente für den Verkäufer ist auch Teil unserer Arbeit", erzählt Miriam. Apropos Sprache: Alle Schulungsmaterialien gibt es in 13 Sprachen.

Grundsätzlich arbeitet das Trainingsteam international und interdisziplinär. Die internationale Komponente fließt durch die Beteiligung der Verkaufstrainer aus der ganzen Welt mit ein. USA, Deutschland und China sind als große Märkte gesetzt, es werden aber auch Vertriebskollegen kleinerer Märkte hinzugezogen. Denn anders als für die europäischen Märkte führen zum Beispiel die Porsche-Märkte USA und China Produkttrainings selbstständig durch. Diese sind durchaus angelehnt an das zentrale Produkttraining, werden allerdings auf die jeweiligen Marktbedürfnisse und -besonderheiten angepasst. Die interdisziplinäre Zusammensetzung des Trainingsteams aus Wirtschaftsingenieuren, Technikern, Projekt- und Eventmanagern deckt bewusst alle Facetten ab.

Komplexe Sachverhalte werden auf den Kundennutzen reduziert.

Dabei verantwortet jedes Teammitglied eine Baureihe oder ein übergreifendes Thema wie beispielsweise Porsche Connect oder die Eventorganisation. Je nachdem, wo das neue Modell zugeordnet ist, übernimmt dann ein Kollege der entsprechenden Baureihe die Gesamtprojektleitung. Die anderen unterstützen ihn.

Miriam ist zum Beispiel im Moment verantwortlich für ein neues Modell, das in der zweiten Jahreshälfte erscheint. Eine besondere Herausforderung, denn in Corona-Zeiten ist eine Präsenzveranstaltung quasi unmöglich. Also verlegen sie und ihre Kollegen das Produkttraining in die digitale Welt, wofür sie in kürzester Zeit die Inhalte anpassen, neue Skripte anfertigen, zusätzliche Filme oder E-Learnings erarbeiten und neue Workbooks schreiben müssen. Der Praxisteil wird aber nachgeholt. „Denn die Vermittlung von Emotionen ist ein elementarer Bestandteil des Produkttrainings", betonen Miriam und Björn immer wieder.

Leidenschaft für ein Produkt weltweit entfachen: Miriam Hehl und Björn Ewald bereiten Verkäufer auf neue Fahrzeuge vor

WER WIRD COMPLIANCE-CHAMPION?

Porsche ist immer für eine Überraschung gut. Wenn sich aber Mitarbeiter zum gemeinsamen Brettspiel während der Arbeitszeit treffen, hat dies einen wichtigen Hintergrund. Es geht um Compliance, die Einhaltung von Recht und Gesetz. Für viele ein selbstverständliches, aber schwer greifbares Thema. Deshalb lernen die Mitarbeiter Compliance bei Porsche spielerisch. Das Spiel in Einsatz gebracht hat Nadine Lehner aus der Abteilung Compliance. „Im Berufsalltag muss man in der Lage sein, intuitiv die richtigen Entscheidungen treffen zu können. Das kann man nur, wenn man die Vorgaben und Werte des Unternehmens verinnerlicht hat", sagt Nadine. „Da nicht jeder dieselbe Ausgangsgrundlage hat, muss gelerntes Wissen und Verhalten oft überdacht und offen an komplexe Themen herangegangen werden. Eine solche offene Haltung erreicht man in einer Schulung durch einen Türöffner, wie zum Beispiel einem Spiel."

Damit spielt Nadine auf die vielen Situationen aus dem Alltag von Mitarbeitern an, bei denen Compliance-Konflikte oder Dilemmasituationen entstehen können. Deshalb bilden praxisnahe Fälle und Krisen die Grundlage für das Brettspiel, die in einer vorgegebenen Zeit gelöst werden müssen. „Die Fälle basieren auf Helpdesk-Anfragen und Hinweisen auf Regelverstöße", erklärt Nadine. Es geht zum Beispiel um Einladungen von Geschäftspartnern, die Auftragsvergabe an Verwandte oder Geschenke von Kunden an Mitarbeiter.

Es gibt genügend Fälle aus dem Arbeitsalltag, um ein Brettspiel, ein digitales Quiz oder vielleicht auch noch ein Kartenspiel für Mitarbeiter umzusetzen. Das zeigt, welche Tragweite Compliance hat. Zumal die Ansprüche aus der Gesellschaft an die Wirtschaft bei dem Thema deutlich zugenommen haben. „Es ist wichtig, dass wir gut vermitteln, was Compliance ist, welche Verantwortung jeder Mitarbeiter trägt, welche Ansprechpartner es gibt und dass man rechtzeitig Regelverstöße meldet", sagt Nadine. Sie ist sich sicher: Dieser Lerneffekt entsteht nur nachhaltig, wenn man sich an die Maßnahme erinnert. Deshalb hat sie sich bei der Entwicklung der Compliance-Schulungen für den spielerischen Ansatz entschieden. Der erhöht die Aufmerksamkeit, motiviert durch den gegenseitigen Wettbewerb und besetzt das Thema Compliance positiv.

Als Nadine vor etwa sieben Jahren mit der Ausarbeitung der Schulungsmethoden anfing, konnte sie „auf der grünen Wiese" aufsetzen. Es gab keine internen Vorgaben oder Restriktionen, vielmehr eine offene und risikobereite Einstellung zu neuen Schulungsansätzen. So hat sich ein ums andere Mal die Zusammenarbeit mit verschiedenen Agenturen für die Herstellung der Lernmittel ergeben. Dabei ist die größte Herausforderung, Agenturen für die Umsetzung der Schulungsmaßnahmen zu finden, die sowohl ein profundes Wissen über Lernmethoden als auch die Inhalte zum Thema Compliance haben. Das macht die Entwicklung von spielerischen Lernmitteln sehr aufwendig und zeitintensiv, aber auch spannend – mit dem schönen Nebeneffekt, dass alle Beteiligten ihren persönlichen Skillset um „erfolgreicher Spieledesigner" erweitern können.

Der spielerische Ansatz besetzt das Thema Compliance positiv.

Texte Benjamin Büchner

Spielerisches Lernen: Nadine Lehner verhilft damit Compliance zu großer Akzeptanz

Zug für Zug die richtigen Entscheidungen treffen: das Compliance-Brettspiel von Porsche

AUS FEHLERN LERNEN

Es gibt sie in jedem Job – die Tage, an denen einfach nichts gelingen will. In der neuen Videokampagne #schlechtetage erzählen Porsche-Mitarbeiter von ihrem miesesten Arbeitstag. Und wie sie an dem vermeintlich ausschließlich schlechten Erlebnis am Ende sogar gewachsen sind.

Ganze 600.000 Excel-Zellen musste Nesrin Demirel am dunkelsten Tag ihrer Laufbahn bei Porsche mit ihren Kollegen ausfüllen. 600.000! „Das war der Tag, an dem ich feststellen musste, dass ich mein Projekt nicht erfolgreich zum Abschluss bringen kann", erzählt sie im Video der Kampagne #schlechtetage. Sie und ihr Team wollten ein neu entwickeltes Tool implementieren. Die Deadline hatten sie aber unterschätzt. Als klar war, dass sie nicht mehr zu halten ist, mussten sie die Excel-Schlacht kämpfen, um den Fehler wieder auszubügeln. „Heute kann ich darüber lachen", sagt Nesrin. Vor allem aber das Positive an dem Flop sehen: „Der Fehler hat dazu geführt, dass ich mit noch mehr Motivation in die zweite Runde gestartet bin", sagt sie. Mittlerweile ist das neue Tool erfolgreich eingeführt.

Die schlechten Tage erzählen mehr über einen Job als die guten – so lautet die Überschrift der Videoserie, die auf den Social-Media-Kanälen von Porsche zu sehen ist. Allein die Szenen im Vorspann lösen ein unangenehmes Ziehen in der Magengegend aus – einfach, weil sie jeder nur allzu gut kennt: der Post-it will einfach nicht kleben; der Kaffeeautomat streikt; als der Aufzug endlich kommt, ist er proppenvoll; und natürlich ist nie Papier im Drucker, wenn man ihn braucht.

Wenn Porsche mit Handbremse fährt

„Wenn dir ein Start-up ins Gesicht sagt: ‚Hey Christian, ihr seid langsamer als andere' und du bist Porsche, dann weißt du, dass du ein Problem hast", erzählt Christian Knörle in einem anderen Video. Als Sportwagenhersteller als langsam zu gelten, schmerzte ihn und die Kollegen im Innovationsteam enorm. „Da dachte ich mir, das kann doch nicht sein, wie dämlich ist das eigentlich." Am Ende konnte das Problem gelöst werden – und Christian etwas Wichtiges für sich mitnehmen: „Wenn man ehrlich ist, gibt es jeden Tag eine Situation, in der irgendetwas nicht funktioniert", sagt er. „Wichtig ist, richtig damit umzugehen. Da können wir als Konzern von den Start-ups, mit denen wir arbeiten, viel lernen." Am Ende haben diese ehrlichen Worte und der offene Umgang das Team beflügelt. Porsche war wieder mit gewohnter Geschwindigkeit unterwegs und es hieß: „Hey, ihr seid ja viel schneller als die anderen."

Text Julia Bayer

Lust auf einen schlechten Arbeitstag bei Porsche? Eine Folge der neuen Videokampagne #schlechtetage anschauen.

Sie haben gelernt, dass man Fehler stets als Chance begreifen sollte: Sascha Tittelwitz, Christian Knörle, Nesrin Demirel und Katerina Kourti haben aus ihrem größten Flop bei Porsche neue Motivation geschöpft

ZAHLEN UND FAKTEN

DAS LEBEN LERNT NIE AUS

Mit jedem Erlebnis und jeder Erfahrung lernt der Mensch Tag für Tag und ein Leben lang unweigerlich dazu. Oder kurz gesagt: Man lernt nie aus. Auch nicht in Sachen Zahlen und Fakten rund ums Thema Lernen und Wissen.

43.252.003.274.489.856.000

– mehr als 43 Quintillionen – mögliche Kombinationen gibt es für den **ZAUBERWÜRFEL.** Theoretisch benötigt man aber nur maximal 20 Spielzüge, um ihn farblich zu ordnen. Der Weltrekord dafür liegt bei 3,47 Sekunden.

Der IQ der **GORILLA-DAME KOKO** soll **zwischen 75 und 95** gelegen haben. Sie hat etwa 2.000 Worte verstanden und mehr als 1.000 Handzeichen beherrscht.

36,8 % DER DEUTSCHEN bestehen die **theoretische Fahrprüfung** nicht. Die geringste Quote mit 31,4 % weist Hessen auf, Baden-Württemberg liegt mit 37,8 % über dem Schnitt. Schlusslicht ist Sachsen-Anhalt mit 44,9 %.

Schlau in einer Viertelstunde: Mit der App Blinkist kann man die Kernaussagen von mehr als **3.000 Sachbüchern** in jeweils nur **15 MINUTEN** aufnehmen.

Das **männliche** Gehirn ist im Durchschnitt **8 % GRÖSSER** als das weibliche.

Die Nervenzellen des **weiblichen** Gehirns zeigen indes eine **GRÖSSERE ANZAHL** an **VERBINDUNGEN.**

Ein durchschnittlicher geübter Leser kann etwa
200 BIS 300 WÖRTER PRO MINUTE
erfassen, sofern der zu lesende Text nicht übermäßig kompliziert ist. Schnelle Leser schaffen bis zu 1.000 Wörter pro Minute.

NEUGEBORENE
erinnern sich an **Klänge und Wörter,** die sie während der Schwangerschaft wiederholt gehört haben.

1905
wies der russische Forscher **Iwan Petrowitsch Pawlow** die **klassische Konditionierung** nach. Hunde lernten, dass es auf ein Signal hin Futter gibt. Schon bald floss der Speichel bereits, wenn sie nur das Signal hörten.

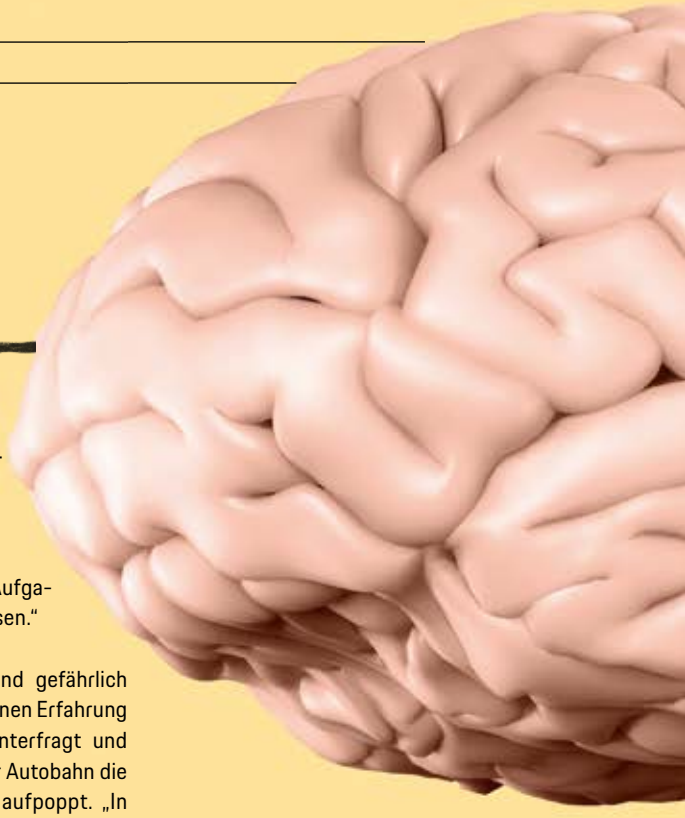
Den aktuellen Weltrekord im **Memorieren der Zahl PI** hält der Inder Suresh Kumar Sharma mit **70.030** aufgesagten Nachkommastellen. Aufgestellt wurde der Rekord am 21. Oktober 2015. Die Vortragsdauer lag bei gut 17 Stunden.

Der australische Mathematiker
TERENCE TAO
hat einen
IQ von 230
und gilt als der
Intelligenteste Mensch der Welt.
Schon mit zwei Jahren konnte er komplexe Matheaufgaben lösen.

Zum Vergleich:
Physikgenie Stephen Hawking hatte – wie auch Albert Einstein – „nur" einen IQ von 160.

Illustration: Juliane Herrmann / campra

FRISCHLUFT FÜRS GEHIRN



Der Neurologe Dr. Volker Busch lehrt kreatives Lernen. Er erklärt, was abläuft im Gehirn, wenn wir den Hintern hochbekommen, uns etwas trauen oder Erfahrungen misstrauen.

Die beste und nachhaltigste Form des Lernens, sagt Dr. med. habil. Volker Busch, ist die eigene Erfahrung. „Wenn Sie alle Bundeskanzler seit Adenauer aufsagen sollen, geraten Sie schnell ins Stocken. Das ist theoretisches Wissen. Das geht schnell mal verloren. Erfahrungswissen nicht." Wer als Kind radeln lernt, verlernt es nicht mehr. Aber was, wenn bei Tempo 200 auf der Autobahn die alte Angst aus Fahrschulzeiten hochkocht: Gleich leg ich aus Versehen krachend den Rückwärtsgang ein. Was passiert da im Gehirn?

Die Antwort dazu gleich. Erfahrung hört ja nicht mit Radfahren und Fahrschule auf. Oder doch? Busch sagt: Lernen wird heute allzu oft zu theoretisch vermittelt. „Es ist wichtig in Unternehmen, dass Mitarbeiter eigene Erfahrungen machen dürfen, dass man sich austauscht, miteinander bespricht. Das ist profundes Wissen, von dem man immer profitiert."

Volker Busch ist Facharzt für Neurologie, Psychiatrie und Psychotherapie sowie Privatdozent am Lehrstuhl der Universität Regensburg. Er ist als Speaker, Trainer und Coach für Unternehmen tätig. Ein Eckart von Hirschhausen der Neurologie. Er bringt Wissen und Wissenschaft populär an die Leute, tourt durchs Land, referiert vor bis zu tausend Interessierten. Folgt man ihm, dann ist kreatives Lernen eine zu selten genutzte Ressource: „Wir betonen Verstand, Wissen, Daten und versuchen, Aufgaben rational und logisch zu lösen."

Funktioniert nicht immer. Und gefährlich wird es, wenn man seiner eigenen Erfahrung misstraut, Automatismen hinterfragt und darum bei Tempo 200 auf der Autobahn die Angst vor dem Verschalten aufpoppt. „In diesem Moment misstrauen Sie Ihrer Erfahrung. Genau dann beginnen die Probleme.

Torschusspanik? Wenn du denkst, ist's eh zu spät.

Wenn ein Golfspieler über seinen nächsten Schlag nachzudenken beginnt, geht es schief." Oder wie Gerd Müller, erfolgreichster deutscher Torjäger aller Zeiten, einmal bemerkte: „Wenn du denkst, ist's eh zu spät."

Busch: „Wir glauben, wir müssten das Problem analytisch durchsteigen. Tatsächlich liegt die Antwort eine Etage tiefer, im Bauch." Auf den Bauch zu hören, sei leider unpopulär. „Ich halte es für wichtig, das neu zu entdecken, auf das Bauchgefühl zu vertrauen und dies zu trainieren."

Wenn nun eine ganze Branche wie die Autoindustrie mitten in einer Transformationsphase steckt, steht die Belegschaft vor einem Lernprozess. „Es ist nicht möglich, den Kippschalter umzulegen." Menschen verändern sich, wenn überhaupt, langsam,

Schritt für Schritt. Ein Teil, so Busch, werde diesen Weg nicht mitgehen, das Unternehmen müsse daher den Prozess entsprechend gestalten. „Das ist normal, die Natur sorgt für Vielfalt, es gibt auch im Arbeitsleben ganz verschiedene Menschen."

Warum aber scheuen Menschen Veränderungen? Sie wollen sich ja weiterentwickeln, riskieren es aber nicht. Warum sperrt sich das Gehirn? Busch spricht von zwei Hürden: Gewohnheit/Automatismen und Angst. Eigentlich will ich Sport treiben und abnehmen. Aber nach einem langen Arbeitstag sitze ich doch lieber auf der Couch. Also braucht es im Alltag Mikroveränderungen: Neues wagen, andere Menschen kontaktieren. Etwa inmitten der Corona-Krise mal die Donut-App nutzen: 500 Beschäftigte sind als Microsoft-Teams virtuell zusammengeschaltet. In der Mittagspause bringt die App zwei einander fremde Personen zusammen, damit sie sich eine Viertelstunde lang unterhalten. Busch: „Das entfaltet eine unheimliche Kraft, weil dieser neue Kontakt Inspiration bedeutet."

Egal, ob wir uns auf andere Musik einlassen, einen anderen Weg zur Arbeit nehmen oder uns mit einem Fremden unterhalten: „Das pustet frische Luft ins Gehirn! Studien zeigen: Wenn solche kleinen Abweichungen des Gewöhnlichen immer wieder stattfinden, trainieren Menschen Veränderung. Wir tun uns dann auch mit Makroveränderungen leichter. Und wir sind nicht mehr so leicht Opfer unserer Gewohnheiten."

Das Gehirn rafft sich zu neuen neuronalen Verschaltungen auf. Bei Gewohnheiten indes werden stets dieselben Schleifen bemüht. Busch: „Das führt dazu, dass wir Dinge automatisch machen und nicht mehr hinterfragen. Wie Trampelpfade, die sich austreten. Jede Mikroveränderung stellt neue Schaltkreise her. Das Gehirn wird irritiert. Nichts stimuliert das Gehirn mehr als eine Überraschung. Tun wir das öfter, halten wir die Nervenzellen in Empfangsbereitschaft. Das ermöglicht uns, größere Veränderungen zu bewerkstelligen."

Angst, Unsicherheit und Skepsis vor Veränderung wird man am ehesten los, indem man sich ihnen stellt. „Ist die Angst realistisch oder übertreibe ich? Oft nimmt schon diese Frage der Angst den Schrecken." Angst, sagt Busch, braucht ein Ventil: „Sie können gegen einen Sandsack boxen. Effektiver aber ist, darüber zu sprechen. Mit Freundin, Kumpel, Partner oder Partnerin."

Na, und wer sich traut, wird belohnt, der badet in Dopamin. Busch: „Das ist dieses Wohlgefühl, wenn wir etwas neu gemacht, etwas gewonnen haben. Es wird Dopamin ins System gepumpt. Das sorgt dafür, dass Lernen besonders nachhaltig wird. Man kommt so aus seiner eigenen Suppe heraus."

Text Jo Berlien

Weitere Informationen unter www.drvolkerbusch.de

Welcher Lerntyp bist du?

Menschen lernen unterschiedlich. Es gibt sechs Prototypen.

Auditiver Typ

Du lernst am besten durch Zuhören. Dir prägen sich Musik, Songtexte und Filmzitate leicht ein, vielleicht bewegst du beim Lernen die Lippen?

Visueller Typ

Als Augenmensch brauchst du Anschauungsmaterial: Notizen, Skizzen. Du musst es vor dir sehen. Du hast ein Bildergedächtnis, behältst den Überblick, weißt, wo dein Zeug ist.

Haptisch-motorischer Typ

In jedem Finger sitzt ein kleines Gehirn, hat der Zeichner und Handwerker Tomi Ungerer gesagt. Du musst machen, ausprobieren. Learning by doing.

Kommunikativer Typ

Du lernst durch Diskussion und im Dialog – und ungern alleine. Wenn du dir den Lernstoff einprägen sollst, helfen dir die zuvor ausgetauschten Argumente.

Personenorientierter Typ

Am liebsten lernst du, wenn du einen guten Lehrmeister hast, am besten, wenn die Chemie zwischen euch stimmt. Und wehe, wenn nicht!

Medienorientierter Typ

Du hast einen technischen Verstand, brauchst Computer, Lernprogramme und Ruhe und besprichst dich mit Leuten, die ähnlich ticken.

Fotos: Dr. Volker Busch, Shutterstock; Illustration: Juliane Herrmann / campra

OLIVER SCHEIBLE

JOBTITEL: IT-PLATTFORMMANAGER
AUFGABE: PRODUCT OWNER CHATBOT
JAHRGANG: 1976
BEI PORSCHE SEIT: 10/2014
KI-LEITSATZ: „KI BEDEUTET, WIEDER MEHR ZEIT FÜR KERNAUFGABEN DURCH AUTOMATISIERUNG ZU HABEN."
SUPERKRAFT: ALS INTEGRATOR NIEMANDEN AUF DER JOURNEY VERLIEREN

MIT KI DURCH DIE KRISE

EINE MAMMUTAUFGABE

Plötzlich war das Corona-Virus da – und die Porsche-Mitarbeiter größtenteils zu Hause. Damit die Kollegen möglichst schnell und einfach an Infos zu den Auswirkungen der Pandemie kommen, hat ein IT-Team in Windeseile einen Krisen-Chatbot entwickelt – ohne Netz und doppelten Boden.

Begeisterung löst die Erinnerung an die akute Phase der Corona-Krise wohl bei den wenigsten aus. Thorsten Heuberger spricht trotzdem enthusiastisch von einer „stressigen, aber wahnsinnig kreativen Zeit, in der sich die Ereignisse überschlagen haben". Natürlich ist das nicht auf die Krise an sich bezogen, sondern auf das, was sie für ihn und seinen Kollegen Oliver Scheible im Job mit sich gebracht hat. Die beiden haben mit ihrem Team in kürzester Zeit einen Porsche-internen Chatbot entwickelt, der den Mitarbeitern Tag und Nacht bei allen Fragen rund um die Auswirkungen der Pandemie Rede und Antwort stand. Denn bei den Kollegen hat die Corona-Krise mit dem abrupten Wechsel ins Homeoffice und dem zeitweisen Stillstand der Produktion vor allem eines ausgelöst: viele offene Fragen. Die Telefone der Personalabteilung und des Gesundheitsmanagements standen nicht mehr still. Eine schnelle Lösung musste her.

Den Porsche Employee Assistant – wie der Chatbot derzeit noch offiziell heißt – innerhalb weniger Wochen an den Start zu bringen, „war eine Mammutaufgabe", sagt Thorsten, der technisch für den Bot verantwortlich ist. Zwar arbeitete das Team bereits vor dem Ausbruch der Pandemie an einem solchen unternehmensinternen Bot, an einen so schnellen Livegang ohne Netz und doppelten Boden hatte jedoch niemand gedacht. „Corona hat ordentlich Geschwindigkeit in das

Was ist ein (Chat-)Bot?

Ein Bot ist ein Computerprogramm, das sich wiederholende Aufgaben automatisch abarbeitet, ohne dabei auf eine Interaktion mit einem menschlichen Benutzer angewiesen zu sein. Ein Chatbot untersucht Eingaben der Benutzer und gibt unter Anwendung von Routinen und Regeln Antworten aus.

Thema Bot-Entwicklung gebracht", sagt Oliver, der Product Owner des Bot-Projekts.

Erst Ende 2019 hatte sich das Team unter dem Dach des Programms AI@Porsche (siehe S. 26) gefunden und mit dem Ziel aufgestellt, den Chatbot zu entwickeln, der den Mitarbeitern Antworten zu Themen aus verschiedensten Ressorts geben kann. Bis es so weit ist, dass eine künstliche Intelligenz auf jede noch so unterschiedlich formulierte Frage die richtige Antwort geben kann, vergehen viele Stunden des Programmierens, Testens, Verbesserns, erneuten Testens und erneuten Verbesserns. Zeit, die die Porsche-Entwickler in diesem Fall nicht hatten. „Ende Februar wurde klar, dass uns Corona doch mehr beschäftigen würde als wir dachten. Mitte März wurde den Mitarbeitern angeraten, von zu Hause aus zu arbeiten. Und nur drei Wochen später haben wir den Bot freigeschaltet", berichtet Thorsten. Kein Wunder, dass die künstliche Intelligenz da anfangs auch mal noch die falsche Antwort ausgespuckt hat: „Wir haben uns auf alle Fragen rund um Corona und die Auswirkung auf Arbeitszeit, Arbeitsort und so weiter fokussiert", sagt Oliver. Auf die Frage, wann er geboren sei, war der Bot hingegen nicht vorbereitet. „Dein Mutterschutz beginnt am 12. Oktober", lautete die vom Schlagwort „geboren" getriggerte Antwort des Bots.

Insgesamt belegen die Zahlen jedoch, dass der Krisen-Chatbot ein voller Erfolg war und ist. Zum einen, was die Qualität der Beantwortung betrifft: 98,3 Prozent der Antworten sind richtig, nur 1,7 Prozent der Fragen konnte die künstliche Intelligenz nicht beantworten. Zum anderen, was die Akzeptanz der Porsche-Mitarbeiter angeht: Mehr als 20.000 Anwender haben sich registriert und dem Bot bis Mitte Juli mehr als 30.000 Fragen gestellt. „Dass er so rege genutzt wird, ist für uns ein großes Lob", sagt Thorsten. Noch mehr habe das Team jedoch gefreut, dass die Kollegen von Gesundheitsmanagement und Personalabteilung spürbar entlastet wurden. „Es ist toll, dass wir den Kollegen helfen konnten, denn genau das ist das Ziel unseres Bots", sagt Oliver.

Und somit ist die Arbeit – jetzt, wo der Bot alles rund ums Thema Corona-Virus beantworten kann – auch längst nicht vorbei. Das Interesse anderer Fachbereiche, der künstlichen Intelligenz ihre Inhalte beizubringen, ist riesig. Zeitgleich arbeitet das Bot-Team weiter an der Persönlichkeit des digitalen Kollegen. Er soll gemäß den vier Grundwerten von Porsche – Pioniergeist, Herzblut, Sportlichkeit und eine Familie – möglichst frische, sportliche und sympathische Antworten geben. Und einen Namen bekommen, über den die Mitarbeiter demnächst abstimmen.

Auch für die fernere Zukunft haben Thorsten und Oliver Visionen: „Irgendwann könnte der Bot wie ein persönlicher virtueller Assistent eines jeden Mitarbeiters funktionieren und zum Beispiel die Frage nach den verbleibenden Urlaubstagen für jeden individuell beantworten sowie nach einem kurzen Befehl im Eingabefenster direkt den Urlaubsantrag stellen", erklärt Oliver. Das sei aber wirklich noch Zukunftsmusik – sollte nicht wieder ein so noch nicht da gewesenes Ereignis mit weltweiten Auswirkungen ungeahnte Geschwindigkeit ins Thema bringen.

AI Monday

Der AI Monday wurde 2017 als **Netzwerkveranstaltung zum Thema künstliche Intelligenz** von einer Firma aus Helsinki ins Leben gerufen. 2018 fand in Berlin der erste deutsche AI Monday statt. Seit 2019 gibt es das Format auch in Stuttgart. Porsche organisiert die Veranstaltungen als Eventpartner der finnischen Initiatoren mit.

Aufgrund der Corona-Pandemie gab es in Stuttgart in diesem Jahr am 20. Juli nur ein virtuelles Treffen. Weitere Infos: **www.ai-monday.de/stuttgart**

THORSTEN HEUBERGER

JOBTITEL: SENIOR IT-ARCHITECT
AUFGABE: TECH LEAD CHATBOT
JAHRGANG: 1986
BEI PORSCHE SEIT: 06/2018
KI-LEITSATZ: „KÜNSTLICHE INTELLIGENZ ERSETZT NICHT, SONDERN ERGÄNZT."
SUPERKRAFT: RISIKOBEREITSCHAFT

INTERVIEW

„WIR WOLLEN ÜBER 35.000 MITARBEITER ABHOLEN“

Seit 2019 gibt es das Programm AI@Porsche als Dach für alle KI-Aktivitäten im Konzern. Ziel ist es, Unternehmensprozesse mithilfe künstlicher Intelligenz (KI) zu optimieren – und vor allem die Kollegen zu begeistern und weiterzubilden.

Simone Schulz, Daniel Bareiß, warum wurde AI@Porsche ins Leben gerufen?
Simone: Natürlich ist das Thema künstliche Intelligenz nichts komplett Neues für Porsche. Bislang gab es jedoch an vielen Stellen im Unternehmen Einzelkämpfer und einen sehr unterschiedlichen Wissensstand, was KI überhaupt ist und wie die Firma, aber auch jeder Einzelne davon profitieren kann. Unser Programm bildet das Dach für alle KI-Aktivitäten im Konzern: Wir haben den Überblick, vereinheitlichen Prozesse und legen fest, welche KI-Lösungen schneller vorangetrieben werden als andere – dabei geht es zunächst nur um interne Projekte.
Daniel: Viele kennen künstliche Intelligenz aus Filmen wie *Star Wars* oder *Terminator* – und da ist sie meist etwas Böses. Unser Ziel ist es, den Kollegen zu zeigen, wie sie in ihrem Arbeitsalltag von KI profitieren können. Wir wollen über 35.000 Porsche-Mitarbeiter abholen und vermitteln ihnen in Schulungen KI-Grundwissen. Zudem bilden wir Kollegen mit entsprechenden Berufsbildern zu Experten weiter.

Was ist seit dem Start 2019 passiert?
Daniel: 2019 war das Jahr der Selbstfindung und der Werbetrommel. Wir haben uns als rund zehnköpfiges Kernteam aufgestellt, uns allen Fachbereichen vorgestellt, um bekannt zu machen, dass es uns gibt und welchen Mehrwert wir bieten. Und wir haben uns Multiplikatoren gesucht und mit diesen bereits rund 250 mögliche Use Cases für den Einsatz von künstlicher Intelligenz zur Verbesserung unserer Unternehmensprozesse gesammelt. Es gab seitdem zahlreiche interne und externe Events wie den AI Monday, den wir mitorganisieren (siehe S. 25).
Simone: 2020 ist jetzt das Jahr der ersten Ergebnisse. Wir haben die 250 Anwendungsfälle validiert und priorisiert und zum Teil mit der Umsetzung begonnen. In diesem Jahr wollen wir rund 20 KI-Anwendungen unterschiedlichster Art (siehe rechts) auf die Straße bringen.

Hat die Corona-Krise Ihre Arbeit stark ausgebremst?
Daniel: Nein, wir liegen gut im Zeitplan. Lediglich fürs sogenannte People Business war die Homeoffice-Situation eine Bremse. Workshops sind virtuell einfach nicht dasselbe.
Simone: Corona wurde für uns aber auch zum Use Case, mit dem wir uns beweisen konnten. Mit dem Krisen-Chatbot (siehe S. 24) haben wir gezeigt, dass wir Projekte bei Bedarf schnell und gelungen umsetzen können. Und natürlich ist der Bot ein tolles Beispiel, wie künstliche Intelligenz einen Mehrwert für die Mitarbeiter bringen kann.

Texte Julia Bayer

SIMONE SCHULZ

JOBTITEL: PROGRAM MANAGER
AUFGABE: CHIEF PRODUCT OWNER AI@PORSCHE
JAHRGANG: 1970
BEI PORSCHE SEIT: 10/2017
KI-LEITSATZ: „DIE BEZIEHUNG ZWISCHEN MENSCHLICHER UND KÜNSTLICHER INTELLIGENZ WIRD IRGENDWANN SO FLIEßEND SEIN, DASS ENTSCHEIDUNGEN IN ECHTZEIT GETROFFEN WERDEN.“
SUPERKRAFT: DIE MENSCH-MASCHINEN-SCHNITTSTELLE TRANSFORMIEREN

DANIEL BAREIß

JOBTITEL: INNOVATION MANAGER
AUFGABE: FUNNEL MANAGEMENT AI@PORSCHE
JAHRGANG: 1990
BEI PORSCHE SEIT: 01/2019
KI-LEITSATZ: „EINE DER GEFAHREN VON KÜNSTLICHER INTELLIGENZ IST, DASS WIR GLAUBEN, SIE SCHON VÖLLIG ZU VERSTEHEN."
SUPERKRAFT: DAS CHAOS BEHERRSCHEN

DREI BEISPIELE FÜR AI@PORSCHE

Weiterbildung à la Netflix

Wer regelmäßig Video-Streaming-Dienste wie Netflix nutzt, kennt es: Hat man erst ein paar Serien oder Filme angeschaut, erkennt der Algorithmus den Geschmack und schlägt dem Nutzer ähnliche Titel vor. Ganz nach diesem „Das könnte Ihnen auch gefallen"-Prinzip funktioniert künftig auch die interne Lernplattform für Porsche-Mitarbeiter. Bislang war es schwierig, aufgrund des großen Angebots auf Anhieb das richtige Lernmodul für sich zu finden. Künftig heißt es: „Sie haben das Modul ‚Agiles Arbeiten' absolviert – wir empfehlen Ihnen auch die Einheit ‚Künstliche Intelligenz'."

Wohlfühltemperatur ab der ersten Sekunde

Jeden Samstag um 11 Uhr fährt Frank Schuster seine Tochter zur Reitstunde. Sein Taycan in der Garage weiß das. Ebenso, ob es draußen klirrend kalt oder tropisch warm ist. Damit Vater und Tochter sommers wie winters die Fahrt ab der ersten Sekunde genießen können, fragt der Sportwagen seinen Besitzer via App rund 35 Minuten vor Abfahrt, ob er den Innenraum auf die gewohnte Wohlfühltemperatur vorkühlen oder -heizen soll. Wo diese liegt, hat Frank Schuster der künstlichen Intelligenz zuvor einprogrammiert. Seit Anfang 2020 gibt es diese KI-Lösung für alle Taycan, Cayenne Plug-in-Hybrid sowie Cayenne mit Standheizung.

KATE weiß, wann der neue Porsche kommt

Wann der individuell konfigurierte Porsche des Kunden im Werk vom Band rollt, kann das Unternehmen bis auf einen Tag genau sagen. Wann der Sportwagen aber beim jeweiligen Händler ankommt, ist schon schwieriger abzuschätzen – vor allem, wenn er auf einen anderen Kontinent verschifft werden muss. Auch hier schafft künstliche Intelligenz bald Abhilfe: Anhand von Daten aus der Vergangenheit trifft KATE (Kunden-Auftrags-Terminierungs-Engine) – ein neuer Service zur Lieferterminberechnung – Vorhersagen. Das Ziel: den Liefertermin bis auf eine Woche genau beziffern können.

Cayenne E-Hybrid: Kraftstoffverbrauch kombiniert: 3,9–3,1 l/100 km; CO_2-Emissionen: 90–70 g/km; Energieverbrauch 19,6–17,6 kWh/100 km

DURCHGESTARTET

Sechs Stationen in zwölf Jahren: Kerstin Hess begann mit einem Dualen Studium als Wirtschaftsingenieurin und leitet heute die Finanzstrategie. Im Porträt gibt sie Einblicke in ihren spannenden Weg.

Du weißt mit 19 schon, wo du mit 35 beruflich stehen willst? – Respekt. Es lohnt sich dennoch, diesen Text zu lesen. Häufig kommt es anders als man denkt. Häufig ist es gut so. Kerstin Hess, 35, ist seit Anfang 2020 Leiterin der Stabsabteilung Finanzstrategie und Organisation bei Porsche. Geplant war das nicht. Hätte sie eine andere Abzweigung genommen, würde sie heute vielleicht an einem Institut für Biochemie in der Zellforschung arbeiten.

Es schadet nicht, einen Plan zu haben. Wohl aber, aufs eigene Fortkommen fixiert zu sein. „Es muss immer inhaltlich passen", sagt Kerstin. „Ich bin vorsichtig, wenn ich einen Posten angeboten bekomme, mit dem ich strategisch den nächsten Schritt machen kann. Wenn ich mit der Aufgabe fremdele, kann ich nicht erfolgreich sein."

Kerstin hat in Sindelfingen in den Wahlfächern Mathe, Biologie, Chemie und Physik Abitur gemacht. Es lag nahe, bei Daimler irgendwas mit Autos zu machen. Oder doch lieber Mathe studieren? Technische Mechanik? Aber was später damit anfangen? „Dann habe ich den Studiengang Wirtschaftsingenieurwesen entdeckt. Für mich war das eine gute Kombination. Ich fand es gut, dass Unternehmen das anbieten: Man bekommt Einblick in die Praxis. Welche Berufsbilder es dazu gibt."

Das Duale Studium begann sie 2004 an der Berufsakademie Stuttgart und bei Porsche („Da wollte ich hin"). Der Anteil junger Frauen bei den Wirtschaftsingenieuren lag bei etwa 20 Prozent. Das hat sich geändert: Heute arbeiten Frauen auch im Maschinenbau und in der Elektrotechnik. Mit 22 schrieb sie ihre Diplomarbeit über Finanzstrategien. Einen Job im Finanzressort gab es allerdings nicht. Wieder eine Wegscheide: Was tun? Bei Porsche bleiben? Sie blieb, war im Einkauf für den Zukauf von Dienstleistungen (Medien, Print, Filme) zuständig. Kurz darauf meldete sich die Finanzstrategie bei Kerstin: Ob sie als Projektleiterin ins Lieferantenrisiko-Management wechseln wolle? Kerstin wollte. Weil es inhaltlich passte. Sie beschreibt sich als „eher risikoavers", sprich: als vorsichtigen Menschen. Fortan betreute sie insolvente Lieferanten und gelangte durch die tägliche Bilanzanalysen-Praxis zurück zur Finanzstrategie.

Wichtiger als ein Karriereplan sind Bauchgefühl, Mut und Entscheidungsfreudigkeit. Oder wie es Kerstin sagt: Wenn die Chance kommt, diese auch wahrnehmen! Als der Finanzvorstand eine Assistenz suchte, bewarb sie sich. Kollegen rieten ab: Nach nur zweieinhalb Jahren wechselt man nicht. Das könnte als illoyal gewertet werden. Auch im Lebenslauf machen sich Kurzeinsätze nicht gut. „Mir war das egal, ich hatte Lust auf das Thema." Sie bekam die Assistenz. Rückblickend war der Wechsel der entscheidende Schritt. Sie bewährte sich, erarbeitete sich das Vertrauen des Vorstands und wurde mit 30 Leiterin des Risikomanagements.

Als 2018 ihr Mann eine Stelle in den USA antrat, ermöglichte Porsche ihr einen Teilzeitjob bei Porsche in Atlanta. Gut gelaufen. Kerstin hätte es dabei belassen können. Tat sie aber nicht. Sie schrieb sich in Washington, D.C. an der Universität ein. Um nach der Dualen Hochschule an einer Universität zu studieren. Sie hielt Kontakt zur Basis in Zuffenhausen, war alle paar Monate mal da. Die Rückkehr im Januar 2020 war eine Heimkehr, verbunden mit dem neuerlichen Aufstieg: Beförderung zur Leiterin der Stabsabteilung Finanzstrategie und Organisation.

Geplant war das nicht. Kerstin sagt: „Man sollte nicht verbissen der Karriere hinterherrennen. Das macht einen unentspannt. Man sollte sich an die richtigen Personen halten, Netzwerke aufbauen, Kontakt halten. So was hilft."

Text Jo Berlien

Foto: Sabina Paries

„Man sollte nicht verbissen der Karriere hinterherrennen."

Aufstieg am laufenden Band: Kerstin Hess ist bei Porsche durchgestartet

DER NEUE LEHRAUFTRAG

Die Digitalisierung krempelt die Berufsausbildung um. Das gilt auch für die Arbeit der Ausbilder im Porsche-Ausbildungszentrum, die nicht nur lehren, sondern auch Wissensdurst fördern. Ihr Appell: Mutig auf die eigenen Stärken besinnen und lösungsorientierte Denkweisen entwickeln.

Marisa Leidel und Valentin Wetzel sitzen vor einem großen Pult mit Schaltelementen mitten in einem Dschungel aus Experiementierkabeln. Die Szene erinnert an den Physikunterricht in der neunten Klasse. Nur das kleine Aufgabenbuch mit dem Titel „Schulungsunterlage Steuerungstechnik" und der Silhouette des Porsche 911 erinnert daran, dass die beiden eine Ausbildung zum Elektroniker für Betriebstechnik bei einem modernen Automobilhersteller machen. Die Szene steht sinnbildlich für den fortschrittlichen Ansatz, den der Sportwagenbauer in seinem Ausbildungszentrum verfolgt, der weit über Löten und Schrauben hinaus geht. „Bei solchen Aufgaben entwickelt sich im Kopf ein Verständnis für die Komponenten und eine lösungsorientierte und logische Denkweise. Hier bildet sich die Basis, um das Wissen später auf andere Aufgaben und neue Technologien transferieren zu können", erklärt Ausbilder Matthias Bauer.

Die Berufsausbildung bei Porsche verläuft anders, als man es sich vorstellt. Das erste Lehrjahr mit seinem Mix aus Basislehrgängen in Elektronik oder Steuerungstechnik und Blöcken in der Berufsschule folgt noch weitgehend einem klassischen Ausbildungsplan. Das ist eine wichtige Phase, in der sich die Azubis das fachpraktische Wissen aneignen. Ab dem zweiten Lehrjahr haben die Auszubildenden viel Gestaltungsspielraum, sie können je nach Interessen und Kompetenzen eigene Schwerpunkte setzen. „Diese Flexibilität unterscheidet Porsche definitiv von anderen Ausbildungsbetrieben", sagt Marisa. Es ist ein perfektes Lernumfeld für Menschen wie die Auszubildende im dritten Lehrjahr, die ihren Wissensdurst nicht gerne ungestillt lässt. Nach ihrer ersten Praxisstation in der Produktion in Zuffenhausen zu Beginn des zweiten Lehrjahres hat sie sich zum Beispiel sofort das Fachgebiet Robotik vorgenommen. „Ich bin im Werk ständig an Robotern vorbeigelaufen, hatte zu dem Zeitpunkt aber keine Ahnung, wie die funktionieren", erzählt die 22-Jährige. Also sammelte sie Material zum Thema und legte los.

Es gibt gute Gründe dafür, dass die Azubis bei Porsche so viele Entfaltungsmöglichkei-

Unser Ausbildungsangebot (m/w/d)

Porsche bildet junge Menschen in acht technischen und zwei kaufmännischen Berufen zu den Fachkräften der Zukunft aus.

Technische Ausbildungsberufe
- Kfz-Mechatroniker Pkw-Technik
- Kfz-Mechatroniker System- und Hochvolttechnik
- Industriemechaniker Automobilbau
- Karosserie- und Fahrzeugbaumechaniker
- Fahrzeuginnenausstatter
- Fahrzeuglackierer
- Elektroniker für Betriebstechnik
- Fachkraft für Lagerlogistik

Kaufmännische Ausbildungsberufe
- Industriekaufleute
- Industriekaufleute mit Zusatzqualifikation „Assistent für internationales Wirtschaftsmanagement mit Fremdsprachen"

> ***„Ausbildung funktioniert heute nur noch gut, wenn man die Azubis in das tägliche Doing einbindet."***
>
> Matthias Bauer,
> Ausbilder Elektroniker/-in
> für Betriebstechnik

Vernetzte Denkweisen fördern: Marisa Leidel und Valentin Wetzel suchen gemeinsam nach Lösungen

ten haben. Das Berufsbild des Elektronikers ist nicht nur im Bereich der Anlagentechnik extrem vielfältig geworden. Um die Präzisionsmaschinen in den Porsche-Werken aufbauen und warten zu können, sind zumindest Kenntnisse in Elektronik, Robotik, Automationstechnik oder Informatik gefragt. So viele Themen nur in dozierendem Stil von Ausbilder zu Auszubildenden zu vermitteln, hält Matthias für unmöglich. „Ausbildung funktioniert heute nur noch gut, wenn man die Azubis in das tägliche Doing einbindet", sagt er. Das bedeutet auch, dass ihm die Lehrlinge manche Aufgaben bisweilen sogar abnehmen. „Es kommt schon vor, dass ein Kollege aus dem ersten Lehrjahr zu uns aus dem zweiten kommt, wenn er etwas noch nicht versteht", sagt der 22-jährige Valentin. Auch das ist von den Ausbildern durchaus gewollt, weil beide Azubis vom gegenseitigen Lernen profitieren – sowohl inhaltlich als auch persönlich. Einer gewinnt neues Wissen dazu und lernt zudem, sich die richtigen Ansprechpartner zu suchen, der andere wiederholt und festigt damit bestehendes Wissen und gewinnt an Selbstvertrauen. ›

> ***„Man braucht immer wieder den Input der Ausbilder. Unsere fachliche Kompetenz entwickelt sich erst durch den Austausch mit ihnen."***
>
> Valentin Wetzel,
> Auszubildender

In Projektarbeiten lernen Marisa und Valentin, das Wissen in der Praxis anzuwenden

Fotos: David Breun

Marisa und Valentin sind mittlerweile in einer Phase ihrer Ausbildung, in der sie ihre Fähigkeiten auch durch Anwendungen erweitern. Das geschieht in Projektarbeiten zwischen den unternehmensinternen Fachseminaren, der Berufsschule und den Praxiseinsätzen in den Werken in verschiedenen Aufgabenbereichen. Aktuell konstruieren die Azubis in Teamarbeit mit den Industriemechanikern und dualen Studenten der Informatik eine Roboterzelle, an der später komplette Aus- und Weiterbildungslehrgänge stattfinden sollen. Sie sind dabei nicht nur für den Aufbau der Elektronik zuständig, sondern haben auch das gesamte didaktische Konzept mitausgearbeitet. Die Vielfalt solcher Projekte ist unbegrenzt. Marisa hat mit ihren Kollegen zum Beispiel schon ein praktisches Elektronikseminar für duale Studenten konzipiert und durchgeführt. Valentin war dabei, als im Ausbildungszentrum der eigens für alle Porsche-Standorte entworfene Desinfektionsmittelspender entstand.

Matthias begleitet die Projektarbeiten eher im Hintergrund, lässt die Azubis ihre eigenen Ideen entwickeln, steuert nur punktuell nach und lernt selbst dazu. „Es gibt bei solchen Projekten immer Leute, die neue Wege finden, die ich selbst nicht im Blick habe", sagt der Ausbilder. Dazu fällt Marisa und Valentin jeweils sofort ein Erlebnis ein. Im Ausbildungszentrum wird auch mal vehement über eine Platine zu viel im Modellauto oder einen zusätzlichen Batterieschalter im Desinfektionsmittelspender diskutiert. In beiden Fällen haben sich die Nachwuchskräfte durchgesetzt.

Generell erkennt Matthias an, dass es durchaus Themen gibt, bei denen die Azubis ihm ein Stück voraus sind. Die Welt ist im Wandel, junge Menschen wie Marisa und Valentin sind mit Smartphones aufgewachsen und finden sich wie selbstverständlich im digitalen Zeitalter zurecht. Ihr Wissensvorsprung in solchen Bereichen zeigt sich natürlich auch ab und zu, wenn solche Themen in der Berufsausbildung auf dem Plan stehen. „Damit muss man als Ausbilder umgehen können", sagt Matthias. Solche Situationen würden ihm immer wieder bewusst machen, dass auch seine Ausbildung nie zu Ende sei und es immer Neues zu lernen geben würde.

Durch den innovativen Ausbildungsansatz ändert sich auch das Verhältnis zwischen Ausbilder und Auszubildenden. Denn ohne Meister geht es natürlich auch dann nicht, wenn der Nachwuchs viel Vorwissen mitbringt und gut voneinander lernen kann. „Man braucht immer wieder den Input der Ausbilder. Unsere fachliche Kompetenz entwickelt sich erst durch den Austausch mit ihnen", sagt Valentin. Matthias und seine Ausbilderkollegen sind Sparringspartner für die Azubis, sie stehen bei Problemen und Fragen bereit, begleiten Projekte, setzen bewusst Lernimpulse und verteilen die anfallenden Aufgaben. Das geschieht nicht immer nur nach fachlichen Gesichtspunkten. Manchmal erhält ein eher introvertierter Auszubildender auch ein Projekt, bei dem er sich vielleicht auch mal überwinden muss. Schafft er es, aus sich rauszugehen, stärkt das seinen Charakter. Zum Fördern gehört eben auch das Fordern.

Text Benjamin Büchner

Weitere Infos zur Berufsausbildung bei Porsche gibt es im Newsroom.

SCHAFFST DU DIE PRÜFUNG NOCH MAL?

Mathe, Deutsch, Englisch, Physik – der Schulabschluss ist nichts für Spezialisten. Teste selbst, ob du diese Herausforderung heute noch erfolgreich meistern kannst.

1 **Wann wurde der Euro als offizielles Zahlungsmittel in Deutschland eingeführt?**

- A) 1.1.2003
- B) 1.1.2002
- C) 1.6.2001
- D) 31.12.2001

2 **Welches Stilmittel enthält Caesers berühmter Ausspruch „Veni, vidi, vici"?**

- A) Alliteration
- B) Pleonasmus
- C) Oxymoron
- D) Paraphrase

3 **Die vierte Nachkommastelle von Pi ist?**

- A) 1
- B) 9
- C) 5
- D) 2

4 **Wann war das sogenannte Drei-Kaiser-Jahr?**

- A) 1891
- B) 1871
- C) 1888
- D) 1878

5 **Welches Fach hat Goethes Faust nicht studiert?**

- A) Mathematik
- B) Theologie
- C) Medizin
- D) Juristerei

6 **Wie heißt in Deutschland das höchste Organ der Judikative?**

- A) Bundesverfassungsgericht
- B) Bundeskriminalamt
- C) Bundestag
- D) Bundesregierung

7 **Wie nennt man den Vorgang, bei dem Kohlenhydrate, Eiweiße und Fette durch Enzyme in kleine wasserlösliche Grundbausteine umgewandelt werden?**

- A) Atmung
- B) Photosynthese
- C) Verdauung
- D) Osmose

8 **Wer schrieb *The Catcher in the Rye*?**

- A) Ernest Hemingway
- B) J. D. Salinger
- C) Mark Twain
- D) Oscar Wilde

9 **Wie oft steht die Sonne während eines Jahres am Äquator im Zenit?**

- A) vier Mal
- B) sechs Mal
- C) ein Mal
- D) zwei Mal

10 **Wie lange würde der Porsche Taycan Turbo S ungefähr brauchen, um bei einer gleichmäßigen Beschleunigung von 9,92 m/s² auf 100 km/h zu kommen?**

- A) 2,4 Sekunden
- B) 2,8 Sekunden
- C) 2,6 Sekunden
- D) 3,1 Sekunden

0 bis 3 richtige Antworten:
Bist du wirklich sicher, dass du den Schulabschluss schon mal bestanden hast? Inzwischen hast du deutliche Lücken. Die kann man schließen. Aber dafür musst du was tun. Lernen zahlt sich immer aus.

4 bis 7 richtige Antworten:
Die Schule war für dich kein Problem. Und das wäre es wohl auch heute nicht. Aber du hast dich spezialisiert und so ist einiges an Wissen auf der Strecke geblieben. Es liegt an dir, das zu ändern.

8 bis 10 richtige Antworten:
Du bist bereit, morgen erneut zur Abschlussprüfung anzutreten. Lernen hat sich schon damals ausgezahlt – und tut das noch heute. Du lernst offenbar gerne. Arbeitest du eigentlich schon bei Porsche?

Richtige Antworten: 1b, 2a, 3c, 4c, 5a, 6a, 7c, 8b, 9d, 10b

Illustration: www.weandme.com

Taycan Turbo S: Stromverbrauch kombiniert: 26,9 kWh/100 km; CO_2-Emission kombiniert: 0 g/km

DER MENSCH IM MITTEL-PUNKT

Shari Langes, 33, ist Product Ownerin eines agilen IT-Teams und stattet in zweiwöchigen Sprints IT-Tools mit neuen Funktionen aus. Das Ziel: die interne Zusammenarbeit vereinfachen.

Von Shari Langes kann man mindestens drei Dinge lernen. Erstens: Auch wenn man medizinische Informatik studiert, kann man bei einem Automobilhersteller landen. Zweitens: Bewirb dich auf alle Fälle bei Porsche, auch wenn du unsicher bist, ob der Job zu hundert Prozent deiner ist. Drittens: Als IT-lerin und Auto-Fan kannst du mit deinem Job auch glücklich werden, ohne direkt die Software für den neuen Taycan fortzuschreiben.

Shari ist 33 Jahre alt und die jüngste von drei Töchtern einer Arztfamilie. „Von klein auf habe ich mich für Medizin interessiert", sagt sie. Aber auch für Technik. 2006 machte sie ihr Abitur. „Mir war klar, dass ich in die IT gehe." Sie habe gegoogelt, ob es eine IT-Verbindung zur Medizin gibt. So wie es Wirtschafts- oder Technische Informatik gibt. Tatsächlich: Die Hochschule Heilbronn bietet den Studiengang Medizinische Informatik an. Im Studium lernte sie neben der Softwareentwicklung auch Grundlagen der Medizin kennen. Was diese beiden Aspekte miteinander gemein haben? Um patientenzentrierte Software zu entwickeln, muss der Mensch im Mittelpunkt stehen. Ein Credo, das bis heute für Shari gilt.

2012 stieg Shari als IT Business Consultant beim Unternehmen Kaufland Informationssysteme ins Berufsleben ein. Drei Jahre später übernahm sie die erste Führungsposition und baute sowohl in Deutschland als auch Bulgarien neue Teams im Bereich Anwendungsentwicklung auf. 2018 wechselte sie nach Zuffenhausen, zu Porsche. „Die Marke hat auf viele Bewerber eine hohe Anziehungskraft. Auf mich auch! Ich liebe schnelle Autos und mag gerne sportliches Fahren."

Planung, Koordination und Durchführen von IT-Projekten und Vorstudien im Umfeld IT Collaboration Services

Sicherstellung eines durchgängigen und konsistenten IT-Service-Angebots für den agilen Projektbetrieb

IT Service Manager/-in mit Schwerpunkt Unified Communications und Collaboration

Aufgaben

- Planung, Koordination und Durchführen von IT-(Innovations-)Projekten und Vorstudien im Umfeld IT Collaboration Services
- Durchführung von Produktmanagement-Aufgaben im genannten Umfeld (beispielsweise die Weiterentwicklung des IT-Serviceportfolios)
- Sicherstellung eines durchgängigen und konsistenten IT-Service-Angebots für den agilen Projektbetrieb und die Büroarbeit bei Porsche
- Planung, Transformation und Betrieb von Microsoft- und Atlassian-Diensten mit dem Schwerpunkt Unified Communications und Collaboration
- Analyse von Kundenanforderungen und Entwicklung von innovativen Migrations- und Lösungskonzepten zur Weiterentwicklung und Transformation des IT-Services
- Spezifikation, Ausschreibung und Steuerung von externen Projektleistungen
- Planung, Vorbereitung und Leitung von Gremienterminen

Anforderungen

- Erfolgreich abgeschlossenes Studium der (Wirtschafts-)Informatik, des (Wirtschafts-) Ingenieurwesens oder eine vergleichbare Qualifikation
- Langjährige Berufserfahrung (i.d.R. 5 J.) als IT Service Manager, idealerweise als Produktmanager, sowie Projekterfahrung im IT-Beratungsumfeld
- Sehr gute technische Kenntnisse im Service Management und Support von komplexen Unternehmensservices (Microsoft SharePoint, Microsoft Exchange, Skype for Business und Atlassian Tool Suite)
- Gute Kenntnisse aktuell genutzter IT-Architekturen und IT-Standards im Umfeld Unified Communications und Collaboration sowie von ITIL-Prozessen
- Verhandlungssichere Englischkenntnisse
- Hohes Maß an Eigenmotivation und Verantwortungsbewusstsein
- Sehr gute analytische Fähigkeiten, ausgeprägte Kommunikations- und Teamfähigkeit

Bitte bewerben Sie sich online unter
Angabe der Kennziffer PAG-D-2163758-1
auf www.porsche.de/karriere

PORSCHE

Sie bewarb sich auf die Stelle als Service Managerin Collaboration. „Es war ein absolut sympathisches Gespräch. Ich habe sofort bemerkt: Hier gibt es eine offene Kultur, die auch gelebt wird, das war wirklich toll." Im Herbst 2019 schuf Porsche die Abteilung Digitaler Arbeitsplatz mit 75 Leuten, etablierte agile Arbeitsmethoden und Produktteams; jedes Team mit eigenem Verantwortungsbereich. Shari gehört inzwischen als Product Ownerin Collaboration zu einem sechsköpfigen Team. Anders als in herkömmlichen Strukturen wird hier abteilungsübergreifend gearbeitet: in zweiwöchigen Sprints, in denen neue Softwarefunktionen umgesetzt werden. Wie können wir die tägliche Zusammenarbeit der Porsche-Kollegen erleichtern? Was können wir IT-seitig tun, um mobiles und virtuelles Arbeiten zu unterstützen? Wie können wir unsere internationalen Tochtergesellschaften virtuell näher zu uns holen und den Informationsaustausch vereinfachen? Das ist nur ein Auszug der Fragen, mit denen sich das Produktteam Collaboration befasst.

„Als Product Ownerin", sagt Shari, „identifiziere und priorisiere ich die Anforderungen der Kollegen und entscheide, was zu tun ist, während das Produktteam entscheidet, wie die Sache umgesetzt werden soll." In Echtzeit an ein und demselben Word-Dokument arbeiten und Änderungen des Kollegen, egal wo der sitzt, sofort sehen? Läuft! Auch der mobilen Zusammenarbeit haben die Leute von der Agilitäts-Einheit Beine gemacht. Shari: „Es gab vorher keine mobilen Apps, um von unterwegs auf Dokumente oder Notizen zugreifen zu können. Das ist nun anders." In der Abteilung arbeiten Leute zwischen Ende zwanzig und Anfang sechzig, regelmäßig kommen Werkstudenten hinzu. „Alter spielt keine Rolle, das Mindset ist entscheidend." Und der Mensch. „Oft reicht es aus, nur zuzuhören und am Prozess zu schrauben, anstatt IT-seitig etwas Neues einzuführen."

Neben der IT ist das Wandern eine große Leidenschaft von Shari – meist in der Gruppe, selten allein. „Letztes Jahr habe ich eine siebentägige Alpenüberquerung mit mehreren Leuten gemacht und muss sagen: Nach einem anstrengenden Aufstieg die wunderbare Aussicht auf dem Gipfel zu genießen, macht im Team gleich viel mehr Spaß als allein. Zusammen mit anderen bin ich stärker motiviert. Und wenn man wirklich Großes erreichen will, schafft man es im Team deutlich leichter." Mehr Ideen und viele Diskussionen, aber am Ende auch mehr und meistens bessere Lösungen. Porsche überrascht sie auch nach zwei Jahren immer wieder aufs Neue: „Neulich war ich im Taycan-Werk: Da lag kein Staubkorn auf dem Boden! Das spiegelt die Liebe wider, die die Leute in der Produktion haben: Hochglanzautos produzieren mit ganz viel Herzblut."

Text Jo Berlien

Schöne neue Welt

Die Digitalisierung sorgt für viele neue Jobprofile. Beispiele gefällig? Ein Product Manager trifft Kunden, holt Feedback ein. Ein Product Owner stellt mit Entwicklern die korrekte Ausführung von Prozessen sicher. Ein Management Scientist vermittelt zwischen Fachbereichen. Ein Data Scientist ist Analyst und ein Data Steward überwacht Qualität und Integrität von Daten.

PRAKTIKUM

TOP 5

Porsche bietet viele unterschiedliche Praktika an. Hier eine Auswahl aktuell spannender Themenbereiche. Bewerben lohnt sich!

Praktikant (m/w/d) Styling Exterieur, Interieur, Colour&Trim; Weissach
Kennziffer: PAG-P-6201113-E-2

Praktikant (m/w/d) Organisationsentwicklung; Zuffenhausen
Kennziffer: PAG-P-6401111-E-3

Praktikant (m/w/d) Controlling; Weilimdorf
Kennziffer: PAG-P-6305001-E

Praktikant (m/w/d) Konzernrechnungslegung, Bilanzierung, Rechnungswesen & Steuern; Weilimdorf
Kennziffer: PAG-P-6306010-E

Praktikant (m/w/d) Einkauf; Hemmingen, Rutesheim, Weissach
Kennziffer: PAG-P-6101550-E-2

https://jobs.porsche.com

„Der Optimismus, mit dem so viele um mich herum ans Werk gehen, macht mich zuversichtlich. Gerade in Phasen wie diesen entstehen Träume und Bedürfnisse. Der Bedarf an Sportwagen ist nach der Krise vielleicht sogar höher als vorher, das wäre zumindest mein Wunsch."

Oliver Blume, Vorsitzender des Vorstandes der Porsche AG

BUCH CHECK

Porsche zeigt neben Design, Performance und der Faszination Sportwagen auch noch ganz andere Seiten von sich. Und zwar buchstäblich. Denn Fans können die Marke nicht nur im Fahrersitz, sondern auch im Lesesessel erleben. Ob in Sach-, Geschichts- oder Kinderbüchern, Romanen, Biografien oder – wenn die Worte mal fehlen – in Bildbänden.

Mehr als 4.000 Bücher stehen in der Bibliothek des Unternehmensarchivs im Porsche Museum. Darunter alle Publikationen des 2009 gegründeten Eigenverlags „Edition Porsche Museum", aber auch viele Werke anderer Verlage und Autoren – und doch sind das längst nicht alle gedruckten Bücher zu, mit und über Porsche, die je erschienen sind. „Die wird man nie vollständig zählen können", sagt Archivmitarbeiterin Sarah Pelters, die wahrlich viele Werke kennt. Denn zahlreiche Autoren wenden sich bei ihrer Recherche ans Porsche-Archiv. Rund 6.000 Anfragen bekommt das historische Gedächtnis des Konzerns pro Jahr – neben den Autoren auch von Journalisten oder Studenten. Für das breite Publikum ist die Bibliothek allerdings nicht zugänglich. Für alle, die trotzdem mal die Nase in ein Porsche-Buch stecken wollen, haben wir eine kleine, aber feine Auswahl zusammengestellt.

Sarah Pelters
Wissenschaftliche Mitarbeiterin im Unternehmensarchiv

Sarah Pelters spricht fließend Porsche. Als Verantwortliche für Textredaktion und Inhaltsmanagement wirft sie auf Publikationen des Konzerns meist den letzten Blick. Zu Recht, denn nicht jeder kann aus dem Stand erklären, was etwa der Unterschied zwischen Bau- und Modelljahr ist. Die 34-Jährige hat Technikgeschichte studiert und ist bereits als Werkstudentin bei Porsche eingestiegen. Wenn sie begeistert von der Abwechslung in ihrem Arbeitsalltag erzählt, wird klar: Das Porsche-Archiv ist weit mehr als eine verstaubte Bibliothek im Keller.

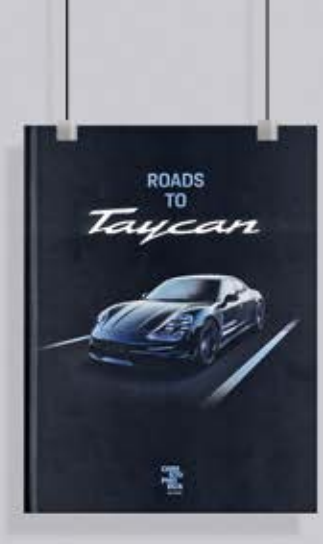
PORSCHE FÜR JEDERMANN
111 Kurzgeschichten auf 304 Seiten mit 150 Abbildungen: In appetitlichen Happen erzählt Motorsportreporter Wilfried Müller bunte Storys und Anekdoten aus dem Porsche-Kosmos, die nicht nur was für Porsche-Enthusiasten sind. Es geht um Menschen wie den Rennchef Wilhelm Hild, der stets nur halbe Zigaretten rauchte, um Motorsport mit Geschichten von Zitterpartien auf den Rennstrecken der Welt und natürlich um Autos – vom Volkswagen über das Kultfahrzeug 911 bis zum 919 Hybrid.

111 Porsche-Stories, die man kennen muss, Emons Verlag, 2018, 304 Seiten, 25 Euro

PORSCHE WIMMELT
Porsche für die Kleinsten: Auf sieben Doppelseiten können Kinder in die Welt von Porsche eintauchen. Zu entdecken gibt es unter anderem den stürmischen Aerodynamiktest im Windkanal des Entwicklungszentrums Weissach, die Montagelinie im Zuffenhausener Stammwerk oder das Offroad-Gelände im Werk Leipzig.

Porsche Wimmelbuch, Edition Porsche Museum im Wimmelbuchverlag, 2018, 16 Seiten, 12,80 Euro

Fotomontage: Shutterstock/campra



BLICK HINTER DIE KULISSEN
Ein Buch, das Einblick in die Arbeit der rund 1.000 Testfahrer, Techniker und Ingenieure gibt: Der Weg bis zur Serienreife des Taycan war ein langer. Und ein extremer. Porsches erster rein elektrisch angetriebener Sportwagen wurde unter härtesten Bedingungen erprobt. Der Bildband dokumentiert eindrucksvoll die Erprobungsfahrten in Südafrika, Schweden oder Shanghai.

Roads to Taycan, Christophorus Edition, 2020, 176 Seiten, 59 Euro

WISSENSBISSEN ZUM NACHSCHLAGEN
Ein Muss für echte Porsche-Verehrer: Wer jedes Modell aus dem Effeff kennt und gerne technische Details zum Besten gibt, findet hier das perfekte Nachschlagewerk, sollte ihm doch mal ein Wissensbissen fehlen. Trotz des Handapparatcharakters mit chronologischer Struktur lädt das Buch aber auch zum Schmökern ein: Die Geschichte von Porsche ist spannend erzählt und reich bebildert.

Porsche Calendarium 1931–2018, Edition Porsche Museum im Piper Verlag, 2019, 254 Seiten, 16 Euro

DER KASSENSCHLAGER
Kein Buch geht im Shop des Porsche-Museums öfter über die Theke: Wie der Porsche 911 selbst, ist auch die gedruckte Hommage an den Sportwagen ein Kassenschlager. Auf mehr als 1.000 Seiten wird die Geschichte der Baureihe 911 von den Anfängen bis in die Gegenwart dokumentiert. Trotz seiner knapp 3,8 Kilogramm ist das Buch dank der vielen Bilder, Zeichnungen und Werbeanzeigen keine schwere Kost.

911 x 911, Edition Porsche Museum im Motorbuch Verlag, 2018, 1.038 Seiten, 49,90 Euro

VERGANGENHEIT WEIST AUF DIE ZUKUNFT
E-Mobilität ist bei Porsche Vergangenheit, Gegenwart und Zukunft: Mit dem Taycan hat der Sportwagenhersteller ein neues Zeitalter für den Konzern eingeläutet. Die wenigsten wissen, dass Porsche aber auch mit einem Elektromotor in die Unternehmensgeschichte gestartet ist. Bei der Weltpremiere des Taycan wurde nicht nur der erste vollelektrische Sportwagen erstmals dem Publikum vorgestellt, sondern auch dieser Blick in Porsches E-Historie in Druckform.

Electrified. Seit 1893, Edition Porsche Museum im Motorbuch Verlag, 2020, 180 Seiten, 24,95 Euro

EINEN GANG RUNTERSCHALTEN
Porsche kann auch ganz leise: Die 2019 erschienene Essay-Sammlung bietet Denkanstöße für Sportwagenfans, die sich auch gerne dem philosophischen Denken hingeben. In zehn Beiträgen beschäftigen sich namhafte Autoren mit Identität, Transformation oder der Bedeutung von Digitalisierung. Jedes Essay ist mit dem Werk eines internationalen Künstlers illustriert.

Reader No. 1: Food for Thought, Christophorus Edition im Piper Verlag, 2019, 176 Seiten, 20 Euro

PORSCHE BLEIBT DEM BALLETT TREU

Porsche hat sein Engagement als Hauptsponsor des Stuttgarter Balletts verlängert. Der neue Vertrag läuft bis 2023 und umfasst auch die Präsentation des Kultur-Events „Ballett im Park". Zudem schaffen das Stuttgarter Ballett und Porsche in diesem Jahr mit dem „Ballett am Kulturwasen" gemeinsam eine Alternative zu der beliebten Freiluftveranstaltung, die wegen der Corona-Pandemie abgesagt werden musste. „Kulturförderung gehört zu unserem unternehmerischen Selbstverständnis", sagt Andreas Haffner, Vorstand für Personal- und Sozialwesen der Porsche AG. „Mit dem Stuttgarter Ballett teilen wir seit Jahren den Anspruch, Kultur einer breiten Öffentlichkeit zugänglich zu machen. Umso mehr freuen wir uns, dass uns das dank einer kreativen Umsetzungsidee auch in diesem Jahr möglich ist. ‚Ballett am Kulturwasen' ist ein tolles Beispiel für eine unverändert intensive Partnerschaft, die wir gerne in die Zukunft führen."

www.stuttgarter-ballett.de

TERMINE IM WINTERSEMESTER

2020/21

Du suchst das persönliche Gespräch mit uns? Dann halte dich gerne auf unserer Karrierewebsite über anstehende Messen- und Recruiting-Events auf dem Laufenden. Wir freuen uns, dich bei einem unserer nächsten Events – egal ob vor Ort oder im Web – kennenzulernen.

PORSCHE VERSTEHEN – LEICHT GEMACHT

TROCKENSUMPFSCHMIERUNG

Wenn ein Porsche Vollgas gibt, reiben im Motor bewegliche Teile aneinander. Um sie vor Reibung und Hitze zu schützen, werden sie per Trockensumpfschmierung mit Schmieröl versorgt. Neben der Förderpumpe gibt es eine Rückführpumpe, die das Öl von den Lagerstellen zurück in den Ölbehälter pumpt. Das Kreislaufsystem ist für manche Motoren die ideale Schmiermethode.

SPYDER

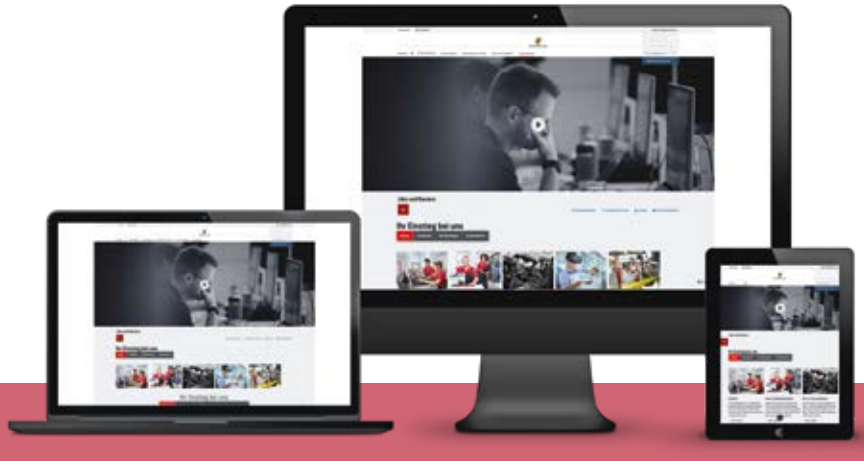
Offene Rennfahrzeuge haben aufgrund ihrer Karosserieform den Namenszusatz Spider. Bei Porsche werden sie aber traditionell mit „y" geschrieben, also Spyder. Aber was haben die sportlichen Zweisitzer mit einer Spinne zu tun? Die Bezeichnung „Spyder" oder „Spider" stammt aus der Zeit der Pferdekutschen und bezeichnete damals besonders leichte und hoch gebaute Gefährte.

PORSCHE CODE

Wie tickt eigentlich Porsche? Die Antwort liefert der Porsche Code, der sich aus den Kulturwerten Herzblut, Sportlichkeit, Pioniergeist und eine Familie ableitet und diese mit Leben füllt. Er ist durchgängig für die ganze Porsche-Mannschaft gültig. Aus den vier Kulturelementen leiten sich jeweils zwei Kernsätze ab, die die Leitplanken für die Führung und Zusammenarbeit bilden.

ROLLENDES MUSEUM

Das Porsche-Museum rollt nicht quer durch Stuttgart und ist trotzdem ein rollendes Museum – im doppelten Sinn. Die meisten ausgestellten Fahrzeuge können noch fahren und werden regelmäßig neu arrangiert. Falls Sportwagen fehlen sollten, sind sie in der Regel bei historischen Veranstaltungen auf der ganzen Welt im Renneinsatz.



DEIN EINSTIEG BEI UNS

JOBS UND KARRIERE

Du willst bei uns anfangen? Auf **www.porsche.de/karriere** findest du weitere Infos und alle freien Stellen – vom Praktikum bis zum Direkteinstieg.

STUDIERENDE

PRAKTIKUM
Einsatz in fast allen Unternehmensbereichen und bei Tochtergesellschaften möglich. Beginn: jederzeit, Dauer: drei bis sechs Monate, Anwesenheitszeit: 35 Stunden/Woche, Bewerbung: vier bis sechs Monate vor gewünschtem Beginn, Voraussetzung: idealerweise drei Semester Studien- sowie erste Praxiserfahrung.

WERKSTUDENTENTÄTIGKEIT
Mitarbeit im operativen Tagesgeschäft, individueller Beginn.
Dauer: mindestens sechs Monate, Arbeitszeit: 10 bis 20 Stunden/Woche, Voraussetzung: idealerweise drei Semester Studienerfahrung und gute Leistungen.

ABSCHLUSSARBEIT
Ideale Verknüpfung von Theorie und Praxis, Dauer: drei bis sechs Monate.

SCHÜLER

SCHÜLERPRAKTIKUM
Realschüler (BORS) oder Gymnasiasten (BOGY) können in verschiedenen Unternehmensbereichen ein einwöchiges Berufsorientierungspraktikum absolvieren. Die Plätze sind begrenzt und sehr begehrt. Die vollständigen Bewerbungsunterlagen sollten deshalb etwa vier Monate vor dem gewünschten Beginn online eingereicht werden.

BERUFSAUSBILDUNG
Technische und kaufmännische Ausbildungsberufe wie Kfz-Mechatroniker (m/w/d) oder Industriekaufmann (m/w/d). Die Bewerbungsphase beginnt jeweils im Sommer für das darauffolgende Jahr (z. B. Juli/August 2020 für September 2021).

DUALES STUDIUM
Dreijähriges Bachelorstudium an der Dualen Hochschule Baden-Württemberg (DHBW) im Wechsel mit praktischen Phasen im Unternehmen. Insgesamt acht Studiengänge: Informatik, Informatik IT-Automotive, Wirtschaftsinformatik, Wirtschaftsingenieurwesen, Maschinenbau, Elektrotechnik, Mechatronik und Digital Business Management. Voraussetzung: sehr gute allgemeine oder fachgebundene Hochschulreife. Bewerbungsbeginn: Juli/August jeweils für das darauffolgende Jahr. Nach erfolgreichem Abschluss Übernahme in ein unbefristetes Arbeitsverhältnis.

SO ERREICHST DU UNS

www.porsche.de/karriere

www.facebook.com/porschekarriere

porschecareers

Hotline: 0711-911-22911 (montags bis freitags von 14 bis 17 Uhr)

IMPRESSUM

Porsche CAMPUS
Ausgabe 01/2020, CAMPUS erscheint in Deutsch und Englisch online unter www.newsroom.porsche.de/campus und in limitierter gedruckter Auflage.

Herausgeber, Chefredaktion und Verlag
Dr. Ing. h.c. F. Porsche Aktiengesellschaft
Personalmarketing und Recruiting, Porscheplatz 1, 70435 Stuttgart, Telefon: 0711-911-28935

Redaktion
Dr. Ing. h.c. F. Porsche Aktiengesellschaft, campra GmbH, Büro für Kommunikation
Autoren dieser Ausgabe: Julia Bayer, Jo Berlien, Benjamin Büchner, Michael Thiem

Gestaltung
campra GmbH, Büro für Kommunikation, Hauptmannsreute 23, 70192 Stuttgart

Titelmontage
campra GmbH

Herstellung & Druck
Offizin Scheufele Druck und Medien GmbH + Co. KG, Tränkestraße 17, 70597 Stuttgart

Urheber- und Verlagsrecht
Die Zeitschrift und alle in ihr enthaltenen einzelnen Beiträge und Abbildungen sind urheberrechtlich geschützt. Mit Annahme des Manuskripts gehen das Recht zur Veröffentlichung sowie die Rechte zur Übersetzung, zur Vergabe von Nachdruckrechten, zur elektronischen Speicherung in Datenbanken, zur Herstellung von Sonderdrucken, Fotokopien und Mikrokopien an den Verlag über. Jede Verwertung außerhalb der durch das Urheberrechtsgesetz festgelegten Grenzen ist ohne Zustimmung des Verlags unzulässig.

FSC www.fsc.org MIX Papier aus verantwortungsvollen Quellen FSC® C106007

Die schlechten Tage erzählen
mehr über einen Job als die guten.
porsche.de/karriere-komplett-ehrlich
Jeder bei Porsche will sein Bestes geben, um die Erfolgsgeschichte fortzuschreiben. Was aber, wenn es mal nicht so rund läuft? Unter #schlechtetage erzählen Mitarbeiter schonungslos ehrlich von Momenten, in denen einfach alles schief ging – und davon, wie man an Fehlschlägen wachsen kann.

PORSCHE