

Spezial Demografie ●

lebenszeit

ALLES KOPFSACHE

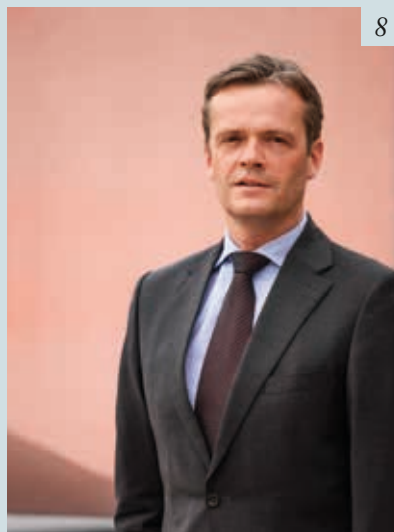
Die Sonderausstellung „EY ALTER“ macht die Chancen des demografischen Wandels erlebbar.

lebenszeit ist eine
Sonderbeilage des
Markt1-Verlags

www.eyalter.com



4



8



10

Impressum

Herausgeber

Markt1 Verlagsgesellschaft

Markt 1, 45127 Essen

Telefon: +49 (0)201 1095-195

E-Mail: info@markt1-verlag.de

Redaktion

Guido Schweiß-Gerwin (V.i.S.d.P.), Silja Mannitz (verantw.), Diana Ringelsiep

Art Direction Carsten Cimander

Titelbild Stefan Funke

Grafik Sascha Michaelis

Schlussgrafik Sigrid Herffs

Druck Weiss-Druck



Editorial

Über die Zusammenarbeit von Alt und Jung

Monja Büdke, Leiterin des Mercedes-Benz Museums, ist überzeugt: Alt und Jung arbeiten exzellent zusammen.

3

Titelbeitrag

Alter ist Kopfsache

Die Sonderausstellung „EY ALTER – Du kannst dich mal kennenlernen“ macht die Chancen des demografischen Wandels erlebbar.

4

Mythos Mercedes-Benz

Das Mercedes-Benz Museum beleuchtet die Vergangenheit, Gegenwart und Zukunft der Marke.

7

Mercedes-Benz erfindet die Arbeit neu

Markus Schäfer, Mitglied des Bereichsvorstands Mercedes-Benz Cars, stellt die standortübergreifende Initiative „YES – Young and Experienced together Successful“ vor.

8

Jeder ist seines Alters Schmied

Personalleiter Heino Niederhausen und Altersexperte Prof. Dr. Sven Voelpel wollen den Umgang mit dem Alter neu definieren.

10

Demografie in der Praxis

Probelauf für das Arbeiten von morgen

Im Betriebsmittelbau des Mercedes-Benz-Werkes Sindelfingen erproben die Beschäftigten neue Strategien für den demografischen Wandel.

14

Portrait

Der Gewinn des Älterwerdens

Für Sternekoch Vincent Klink sind Lebenshunger und Kreativität keine Frage des Alters.

16

Triathlon-Oldie mit Ehrgeiz

Leistungssportler Timo Bracht hat schon viel erreicht und trotzdem noch Lust auf mehr.

18

Jung, erfolgreich, bodenständig

Daimler-Nachwuchstalente Laura Rell verfügt trotz jungem Alter über reichlich Lebenserfahrung.

20

Hintergrund

Alt & Jung: Ein gutes Team

12 Infografik

Spielerisch zu neuen Erkenntnissen

An der Entstehung der Ausstellung „EY ALTER“ waren viele Akteure beteiligt. Ein Blick hinter die Kulissen.

22

Wo Alt und Jung zusammenarbeiten, entsteht Exzellenz!



Monja Büdke

leitet gemeinsam mit Alexandra Süß seit 2016 das Mercedes-Benz Museum. Nachdem „EY ALTER“ zunächst mit großem Erfolg in Bremen zu sehen war, hat sie die Ausstellung nach Stuttgart geholt.

Das Mercedes-Benz Museum ist eine einzigartige Schatzkammer: 160 Fahrzeuge, ein Gebäude als architektonisches Meisterstück und die Inszenierung einer starken Geschichte, von der Erfindung des Automobils bis zu seiner Zukunft, haben in zehn Jahren bereits mehr als sieben Millionen Besucher begeistert. Mit Wechselausstellungen und Präsentationen erfindet sich das Museum immer wieder neu.

Jetzt hat eine Ausstellung ohne ein einziges Automobil Premiere. Und doch steckt in der Ausstellung „EY ALTER – Du kannst dich mal kennenlernen“ ganz viel Mercedes-Benz. Ihr Thema ist der demografische Wandel mit den damit einhergehenden großen gesellschaftlichen Herausforderungen. Sie macht klar: Wo Alt und Jung zusammenarbeiten, werden die besten Arbeitsergebnisse erzielt, also auch die besten Autos erdacht und gebaut. Und mit der Erkenntnis, dass der Mensch die Triebfeder für exzellente Ingenieurleistungen ist, sind wir mittendrin im Mercedes-Benz Museum. Denn hier wird mit der Biografie des Automobils eine der großen Geschichten von Mensch und Technik erzählt.

„Die Ausstellung mit neuen Perspektiven auf das Alter regt zum Umdenken an. Die Besucher erfahren hier ganz viel über sich selbst.“

MONJA BÜDKE

Foto: Daimler AG

Alter ist Kopfsache

Mitmachen, Neues entdecken und mehr über sich selbst erfahren: Das können die Besucher der Sonderausstellung „EY ALTER – Du kannst dich mal kennenlernen“ im Mercedes-Benz Museum in Stuttgart. Die interaktive Demografie-Ausstellung rückt noch bis zum 30. Juni 2017 ein Thema von hoher gesellschaftlicher Relevanz in den Mittelpunkt. Sie hinterfragt die zahlreichen Stereotype zum Alter und macht die Chancen des demografischen Wandels auf kreative Weise erlebbar.



01

20 Mitmachstationen laden dazu ein, die eigene Einstellung zu den Stärken verschiedener Altersstufen zu hinterfragen und das Zusammenspiel der Generationen zu überdenken. Ausgehend von einem Großmodell des menschlichen Kopfes können die Besucher verschiedene Bereiche erkunden.

01 Gemeinsam für eine neue Einstellung zum Alter: die Macher der Ausstellung (hinten v. li.) Heino Niederhausen, Personalleiter im Mercedes-Benz Werk Bremen, und Altersexperte Prof. Dr. Sven Voelpel sowie die drei „EY ALTER“-Botschafter (vorne v. li.) Vincent Klink, Laura Rell und Timo Bracht.

Fotos (S. 4 bis 6): Daimler AG | Stefan Funke, CP/COMPARTNER



„Wir freuen uns, dass wir ‚EY ALTER‘ nach Bremen nun in Stuttgart im Mercedes-Benz Museum präsentieren können. Wir sind überzeugt, dass die verschiedenen Mitmachstationen gemäß des Untertitels der Ausstellung ‚Du kannst dich mal kennenlernen‘ neue, persönliche und positive Erkenntnisse über das Alter ermöglichen. Gespannt sind wir daher auf das Feedback der verschiedenen Besucher, insbesondere auch zu dem weiterentwickelten Bereich des ‚CAFÉ Zukunft‘.“

SYLVIA HÜTTE-RITTERBUSCH,
Projektleiterin „EY ALTER“, Mercedes-Benz Werk Bremen





Der Ausstellungsteil „Dein Alter“ zeigt, wie facettenreich das Alter ist: An Terminals ermitteln die Teilnehmer ihr biologisches Alter, ihr Erfahrungsalter, ihr gefühltes Alter und ihr soziales Alter. Im Abschnitt „Dein Potenzial“ geben verschiedene Stationen einen Einblick darüber, welche ungeahnten Kompetenzen in jedem schlummern. Der Bereich „Dein Team“ zeigt, warum junge und erfahrene Menschen von einer engen Zusammenarbeit profitieren. Am Ende des Rundgangs geht es im „Café Zukunft“ darum, wie Mercedes-Benz bereits heute die Chancen des demografischen Wandels nutzt. Die Besucher nehmen nach dem Besuch der Ausstellung nicht nur viele neue Erkenntnisse mit nach Hause, sondern auch eine Urkunde, die Auskunft über die persönlichen Ergebnisse gibt – ihren „EY SCORE“.

Fotos: Daimler AG

01 Mit seinen spiralförmig angeordneten Ebenen ist das Mercedes-Benz Museum auch optisch ein Hingucker. **02** In den Wirtschaftswunderjahren entwickelte sich das Auto zum individuell gestalteten Fortbewegungsmittel. **03** Der Mercedes-Simplex 40 PS von 1902 ist der älteste im Original erhaltene Mercedes der Welt. **04** Mit ihren Erfolgen im Rennsport haben die Silberpfeile den Mythos Mercedes-Benz mitgeprägt.

Mythos Mercedes-Benz

1886 meldete Carl Benz das erste Automobil zum Patent an und legte damit den Grundstein für die individuelle Mobilität. Wer den Mythos Mercedes-Benz heute, 130 Jahre nach der wegweisenden Erfindung des Automobils, ergründen möchte, hat dazu im Mercedes-Benz Museum Gelegenheit.

TEXT: SILJA MANNITZ

Seit zehn Jahren hat die Marke Mercedes-Benz im Stuttgarter Museum ein Zuhause. 160 Fahrzeuge und mehr als 1.500 Exponate auf 16.500 Quadratmetern zeigen, wie die Marke sich immer wieder neu erfunden hat. Sieben Mythosräume beleuchten die verschiedenen Epochen der automobilen Entwicklung. Die Hauptrolle spielen dabei selbstverständlich die Fahrzeuge. So lassen der Benz Patent-Motorwagen und die Daimler Motorkutsche als erstes vier-rädriges Automobil den Pioniergeist der Erfinder von einst wiederaufleben. Fahrzeuge mit Kompressor- und Dieselmotoren illustrieren die Entwicklung hin zu mehr Leistungsfähigkeit. Automobile wie der „Adenauer-Mercedes“ oder der 300 SL „Flügeltürer“ zeigen, wie die Wirtschaftswunderjahre zu einer neuen Ära in Form und Design wurden. Silberpfeile, Touren- und Sportwagen nehmen die Besucher mit in die Welt des Motorsports. Weitere Ausstellungstücke, Dokumente, Bilder und Filme ordnen die jeweiligen Phasen in den zeitgeschichtlichen Zusammenhang ein.

www.mercedes-benz.com/museum

„Baby Benz“ trifft „Papamobil“

In direkter Nachbarschaft zu den Mythosräumen befinden sich fünf Collectionsräume. Sie präsentieren Exponate in verschiedenen thematischen Zusammenhängen. Die „Galerie der Reisen“ etwa verdeutlicht, wie Fahrzeuge aus unterschiedlichen Epochen das Reisen komfortabel gemacht haben. Die wichtige Rolle des Kraftfahrzeugs im Rettungswesen, bei der Brandbekämpfung oder der Müllentsorgung ist in der „Galerie der Helfer“ zu sehen. Und die „Galerie der Namen“ präsentiert die Automobile berühmter Persönlichkeiten, darunter der „Baby Benz“ von Beatles-Drummer Ringo Starr und ein diamantweiß lackiertes „Papamobil“, das 1980 für den Deutschlandbesuch von Papst Johannes Paul II. angefertigt wurde.

Zwar nimmt die facettenreiche Vergangenheit von Mercedes-Benz im Museum einen großen Raum ein. Es werden aber immer wieder auch aktuelle Themen und Fragestellungen aufgegriffen. So stehen derzeit Aspekte aus dem Bereich Design im Fokus. Schließlich will das Museum den Blick zugleich in Richtung Zukunft werfen. Was die an weiteren spannenden Entwicklungen für die Automobilbranche bereithält, würde sicher auch Carl Benz interessieren.



01



02



03



04

Mercedes-Benz erfindet die Arbeit neu

Jede Strategie ist so gut wie die Menschen, die sie umsetzen.

Deshalb bringt Markus Schäfer, Mitglied des Bereichsvorstands Mercedes-Benz Cars, Produktion und Supply Chain Management, mit seiner Mannschaft nicht nur fachliche „blaue“ Themen rund um die Produktion Mercedes-Benz Cars auf die Straße. Das Team gestaltet auch aktiv „gelbe“ Prozesse mit dem „Menschen im Mittelpunkt“. Es geht dabei um neue Formen der Zusammenarbeit. Ein „gelbes“ Thema ist die Demografie-Initiative „YES – Young and Experienced together Successful“, die Markus Schäfer initiiert hat. Ziel ist es dabei, die Zusammenarbeit von jungen und erfahrenen Mitarbeitern aktiv zu fördern.

Die interaktive Sonderausstellung „EY ALTER“ im Mercedes-Benz Museum Stuttgart ist ein zentrales Instrument von „YES“.

TEXT: GUIDO SCHWEISS-GERWIN

Foto: Daimler AG

„Vielfalt an Generationen bedeutet Vielfalt an Erfahrungen, Perspektiven und neuen Impulsen.“

MARKUS SCHÄFER

Der demografische Wandel ist in vielen Unternehmen ebenso wie bei Mercedes-Benz Cars deutlich spürbar. Um die rund 78.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in der Produktion alters- und generationengerecht zu beschäftigen, hat Mercedes-Benz Cars im Oktober 2015 eine standortübergreifende Demografie-Initiative gestartet. Das Programm mit dem Titel „YES – Young and Experienced together Successful“ soll einheitliche Demografie-Standards in allen deutschen Werken einführen. „Wir verstehen den demografischen Wandel als Chance und setzen auf eine Unternehmenskultur, die Jung und Alt zusammenbringt. Denn es sind die Menschen in Summe, die Weiterentwicklung und Erfolg im Alltag ausmachen. Dafür erfinden wir die Arbeit in der Produktion in Teilen neu“, sagt Markus Schäfer, Bereichsvorstand Mercedes-Benz Cars, Produktion und Supply Chain Management.

Begriffe wie Digitalisierung, mobiles Arbeiten, Schwarmorganisation und sich verändernde Altersstrukturen prägen heute das Arbeitsumfeld. Vieles wird sich grundlegend verändern. Älter werden ist kein Defizit, es ist natürlich. Der demografische Wandel, das gute Miteinander verschiedener Generationen – das geht jeden Menschen an. Ziel ist es, jeden Menschen nach seinen Fähigkeiten und bezogen auf seine individuelle Lebenssituation zu fördern und zu fordern. Das Alter spielt dabei keine Rolle. „Die Wissenschaft zeigt: Jedes Alter hat seinen Wert. Jedes Alter hat Potenziale“, so Schäfer. „Deshalb stellen wir bei Mercedes-Benz Cars den Menschen in den Mittelpunkt, nicht sein Alter.“

„YES“ setzt auf vier Ebenen an. Zunächst gilt es, einen Paradigmenwechsel einzuleiten und eine alterspositive Führungskultur bei Mercedes-Benz Cars zu etablieren. In Zusammenarbeit mit der Jacobs University Bremen wurde dafür ein wissenschaftlich begleitendes Programm mit dem Titel „Mensch im Mittelpunkt: YES!“ aufgesetzt, das

Führungskräfte in ausstellungsbegleitenden Workshops ganz gezielt auf den Kulturwandel vorbereitet.

Ein weiterer Baustein von „YES“ ist der Demografie-

Spiegel – ein standardisiertes Mess- und Steuerungsinstrument, das den Ist-Zustand an allen Produktionsstandorten in Bezug auf Altersstruktur und demografiebezogene Projekte sichtbar macht und als Basis für die Entwicklung neuer Maßnahmen nutzt. Zusammen mit dem wissenschaftlichen Partner, der RWTH Aachen, wird das Instrument seit 2015 angewendet. Demografie-Manager beraten die einzelnen Standorte und stellen die Umsetzung der Maßnahmen sicher.

Die zentrale Plattform und zugleich öffentlicher Teil von „YES“ ist die Ausstellung „EY ALTER – Du kannst dich mal kennenlernen“. Sie will ein Umdenken nicht nur im Konzern anstoßen, sondern auch in die Gesellschaft tragen.

Nachdem die interaktive Ausstellung zehn Monate lang mit großem Erfolg im Universum in Bremen zu sehen war, ist „EY ALTER“ nun bis Ende Juni 2017 im Mercedes-Benz Museum in Stuttgart zu erleben. „EY ALTER“ sorgt auf kreative Weise für eine Auseinandersetzung mit der eigenen Person. Dabei klärt die Ausstellung die wissenschaftlichen Fakten, zeigt die Stärken jeder Generation auf und trägt dazu bei, gängige Stereotype zu hinterfragen. Alt heißt nicht automatisch erfahren. Und jung ist nicht gleich kraftvoll. Markus Schäfer: „Vielfalt an Generationen bedeutet Vielfalt an Erfahrungen, Perspektiven und neuen Impulsen. Unser Ziel bei Mercedes-Benz Cars Operations ist es deshalb, die Zusammenarbeit von jungen und erfahrenen Mitarbeitern aktiv zu fördern – in der Strategie, in den Köpfen, am Arbeitsplatz. Unser Denken bestimmt maßgeblich das gefühlte Alter mit. Die interaktive Ausstellung ‚EY ALTER‘ als Teil der Initiative ‚YES‘ macht diesen Ansatz mit tollen Aktionen erlebbar.“



Foto: Thomas Kleiner / GfG

Jeder ist seines Alters Schmied

Heino Niederhausen ist Personalleiter im Mercedes-Benz Werk Bremen. Gemeinsam mit dem Altersexperten Prof. Dr. Sven Voelpel von der Jacobs University Bremen hat er die interaktive Ausstellung „EY ALTER“ ins Leben gerufen, um Vorurteile aus dem Weg zu räumen und auf die Chancen des demografischen Wandels aufmerksam zu machen.

DAS INTERVIEW FÜHRTE DIANA RINGELSIEP

Heino Niederhausen

(im Bild links)

Das Mercedes-Benz Werk Bremen wurde bereits wiederholt für die innovativen Ansätze des Personalmanagements ausgezeichnet. Der zuständige Personalleiter Heino Niederhausen ist außerdem Projektleiter der Demografie-Initiative „YES – Young and Experienced together Successful“.

Prof. Dr. Sven Voelpel

(im Bild rechts)

Der Altersexperte ist Gründer des WDN – WISE Demografie Netzwerk und Professor of Business Administration an der Jacobs University Bremen. Im Rowohlt Verlag erschien gerade sein Buch „Entscheide selbst, wie alt du bist“.

Unsere Gesellschaft wird immer älter. Wie alt fühlen Sie sich selbst?

Sven Voelpel: Ich bin sehr enthusiastisch, daher fühle ich mich auf emotionaler Ebene oft wie ein 17-Jähriger, aus Erfahrungssicht hingegen wie 100 oder älter. Ich halte nichts von Altersstereotypen. Man ist so alt, wie man sich fühlt, und ich wollte tatsächlich noch nie älter oder jünger sein, als ich war.

Heino Niederhausen: Ich bin 1969 geboren und mit meinem Alter sehr zufrieden. Doch ich wünsche mir, dass wir uns eines Tages vielleicht nicht mehr über unser Alter, sondern über unsere Talente und Interessen definieren.

Worin sind junge Menschen älteren überlegen?

Sven Voelpel: Junge Menschen sprühen vor Ideen, daher zählt vor allem Kreativität zu ihren Stärken, außerdem nehmen sie Wissen besser auf. Dafür können ältere Menschen die Machbarkeit von Ideen besser einschätzen und haben mehr Wissen zu geben. Zudem sind sie automatisch glücklicher, denn mit dem Alter wird man gelassener.

Herr Niederhausen, welche Chancen bietet der oft negativ besetzte demografische Wandel?

Heino Niederhausen: In erster Linie bietet er uns die Möglichkeit, eingefahrene Verhaltensmuster zu überdenken. Wir sollten uns von den Schubladen „Jung“ und „Alt“ verabschieden und den demografischen Wandel nutzen, um unseren Umgang mit dem Alter neu zu definieren.

Welche Idee steckt hinter der Ausstellung „EY ALTER“?

Sven Voelpel: Trotz des hohen Altersdurchschnitts der Belegschaft von 48 Jahren zählt der Bremer Standort zu einem der global produktivsten Werke von Mercedes-Benz. Gemeinsam mit dem Unternehmen und meiner WISE Resarch Group sowie dem WDN (WISE Demografie Netzwerk) beschäftige ich mich seit Jahren mit verschiedenen

„Ich wünsche mir, dass wir uns eines Tages nicht mehr über unser Alter, sondern über unsere Talente und Interessen definieren.“

HEINO NIEDERHAUSEN

„Wir wollen den Besuchern vor Augen führen, dass sie ihr Alter selbst in der Hand haben und sich Gewohnheiten ändern lassen.“

PROF. DR. SVEN VOELPEL

Fragen zum demografischen Wandel. Heino Niederhausen schlug schließlich ein Treffen im Biergarten vor, wo wir begeistert unsere ersten Ideen zu „EY ALTER“ diskutierten.

Heino Niederhausen: Die Ausstellung soll auf kreative Weise die Auseinandersetzung mit der eigenen Person und dem Alter fördern. Ziel ist es, ein Umdenken nicht nur im Konzern anzustoßen, sondern auch in die Gesellschaft zu tragen. „EY ALTER“ klärt die wissenschaftlichen Fakten, zeigt die Stärken jeder Generation auf und trägt dazu bei, gängige Stereotype zu hinterfragen.

Was möchten Sie den Besuchern der Ausstellung mit auf den Weg geben?

Heino Niederhausen: Wir versuchen, junge und erfahrene Menschen zusammenzubringen, Talente aller Generationen zu fördern und Synergiepotenziale zu heben. Ein weiterer Punkt ist der Paradigmenwechsel im Kopf. Wir wollen die Altersdefizit-Hypothese abschaffen.

Sven Voelpel: Ersetzen wir die negativen Assoziationen zum Thema Altern durch eine differenzierte Sichtweise, die Abbau- und Wachstumsprozesse gleichermaßen beschreibt, kommt es zu einem positiven Lebensverlauf. Wir wollen den Besuchern vor Augen führen, dass sie ihr Alter selbst in der Hand haben und sich Gewohnheiten ändern lassen. Jeder ist seines Alters Schmied.

Typische Vorurteile gegenüber dem Alter

laaaaangsam

Deine beste Zeit hast du hinter dir.

Du glaubst doch, „Browser“ ist 'ne Dusche.

unflexibel!

Dauer-nörgler!

ALT

Spießer

Deine Geschichten kann doch keiner mehr hören.

Naja, in deinem Alter ...

Besser-wisser

voll von gestern!

Du bist so 1.0



Alt&Jung ein gutes Team

Vom Zusammenspiel der Generationen profitieren beide Seiten.



Erfahren und entspannt

Mit dem Alter kommt das Erfahrungswissen. Und das lässt uns mit Ruhe und Gelassenheit auf die Dinge schauen. Wir kennen viele Lösungswege und können uns auf unser Urteilsvermögen verlassen. Die Machbarkeit der Dinge lässt sich mittlerweile verlässlich einschätzen und Konflikte wissen wir selbstbewusst zu begegnen. Qualitätsbewusstsein und Verantwortungsgefühl sind uns wichtig, Konsensfähigkeit zeichnet uns aus. Wir sind der Fels in der Brandung.

Zusammen großartig

Alte Hasen und junge Hunde – zusammen werden Probleme früher erkannt, Lösungen schneller gefunden und komplexe Entscheidungen leichter getroffen. Zudem ist das Potenzial zur Entwicklung neuer Ideen viel größer. Eine Durchmischung hat

darüber hinaus Auswirkungen auf das Wohlfühl im Team: Sind die Vorurteile erst ausgeräumt, steigt die Jobzufriedenheit und die Mitarbeiter sind motivierter. Vorausgesetzt, der Chef behält die Bedürfnisse aller im Blick.

Jung und dynamisch

Geht nicht, gibt's nicht. Wir begegnen Herausforderungen unerschrocken und frei von althergebrachten Strukturen und Abläufen. Mit den aktuellen Technologien sind wir groß geworden, neue Informationen lassen sich schnell verarbeiten und umgehend anwenden. So finden sich im Nullkommanichts Problemlösungen. Körperlich macht uns das ohnehin alles nichts aus. Welt, wir kommen.

Typische Vorurteile gegenüber der Jugend

Hör doch zu, wenn ich mit dir rede!

Lehrjahre sind keine Herrenjahre.

Jetzt mach das ordentlich.

Dir fehlt die Erfahrung.

Chaot!

Verwöhnt!

JUNG

Unzuverlässig

Hauptsache Spaß, was?

Handy angewachsen?

frech!

Nee, La Traviata ist nicht von Beyoncé.

Kämm dir mal die Haare!

Zeitstrahl der Generationen



Nachkriegsgeneration (1946–1955)

Kriege hinterlassen Spuren. Und so lernen die Kinder dieser Zeit: Aufwärts geht es nur mit harter Arbeit, Disziplin und Sparsamkeit – und erleben das Wirtschaftswunder.
» traditionell, geschichtsbewusst, loyal, hart arbeitend



Babyboomer (1956–1965)

Mit Frieden und sozialer Sicherheit steigt die Geburtenrate. Sie sind kooperationsbereit und lernen sich durchzusetzen. Die Opferbereitschaft für den Erfolg ist groß.
» karriereorientiert, hohe soziale Kompetenz, gut vernetzt, durchsetzungsstark



Generation X (1966–1980)

Diese Generation ist von einem individualistischen Lebensgefühl geprägt. Die wachsende Arbeitslosigkeit führt zur Verunsicherung, ebenso wie die Macht der Märkte.
» ambitioniert, offen für Neues, gleichberechtigt, ehrgeizig

Generation Y (1981–1995)

Fernsehen, Videospiele und die Globalisierung gehören zum Alltag. Multikulturell und weltweit blicken die „Hinterfragenden“ (y = why) dabei kritisch in die Zukunft.
» gut ausgebildet, flexibel, sinnsuchend, nach Ausgleich strebend



Generation Z (ab 1996)

World Wide Web und digitale Kommunikation sind das Lebensgefühl. Der Zugang zu Wissen ist selbstverständlich.
» souveräner Umgang mit digitalen Medien, pragmatisch, nach Anerkennung strebend, weltweit vernetzt



Generation Morgen

Wie geht es weiter? Deutschland wird älteste Nation der Welt. Soziale Netzwerke übernehmen die Familienfunktion. Geschäfte werden virtuell gemacht und Arbeitnehmer treffen sich im Cyberspace. Der technische Fortschritt schreitet voran. Auf die kommende Generation warten viele Herausforderungen.

?



Foto: Privat

3 Fragen an ...

Karlheinz Fischer,
Mercedes-Benz Cars Operations
und „YES“-Koordinator für die Um-
setzung des Demografie-Spiegels

Mercedes-Benz macht die Altersstruktur mit einem Demografie-Spiegel messbar. Was leistet der Spiegel?
Der Demografie-Spiegel ist ein zentrales Element der Demografie-Initiative „YES – Young and Experienced together Successful“: Er ist ein Messinstrument zur Erfassung und Gestaltung von Demografie-Maßnahmen. Gemeinsam mit den Führungskräften aus den Fachbereichen werden Themen diskutiert, die für ein ganzheitliches Demografieverständnis stehen. Jeder Fachbereich kann seine IST- und ZIEL-Situation abbilden und individuell festlegen, zu welchen Themen Maßnahmen abgeleitet werden. Durch die Vergleichbarkeit der einzelnen Demografie-Spiegel zeigen sich aktuell drei große Schwerpunkte: die Steuerung von Personal, die Gestaltung eines team- und generationenübergreifenden Wissenstransfers und die Erhaltung der Arbeitsfähigkeit durch mehr Ergonomie.

Was ist dabei die Aufgabe des betreuenden Teams?

Das Team des Demografie-Spiegels (Demografie-Manager und „YES“-Koordinator) ist sehr interdisziplinär aufgestellt. Neben der Steuerung und Durchführung der Workshops in den Fachbereichen ist uns die Begleitung der definierten Maßnahmen sehr wichtig. Dazu führen wir beispielsweise Input-Interviews mit den Mitarbeitern der Fachbereiche durch und erfassen in einem Personalbereichs-Check die Angebote zu den einzelnen Demografie-Themen. Darüber hinaus ist es unsere Aufgabe, aus den Erkenntnissen fachbereichs- und standortübergreifende Schwerpunkte zu identifizieren, Akteure zu vernetzen und Handlungsfelder abzuleiten.

Wie profitieren die Mitarbeiter von diesem Engagement?

Uns ist es wichtig, dass der demografische Wandel ganzheitlich betrachtet wird und die daraus entstehenden Chancen genutzt werden. Die Führungskräfte und Mitarbeiter können aus den vorgestellten Themen die Handlungsfelder für ihre Bereiche auswählen. So haben sie die Chance, bedarfsgerechte Maßnahmen zu entwickeln, umzusetzen und an andere Fachbereiche weiterzugeben. Im Endeffekt kommt es dann auf eine nachhaltige Umsetzung der Maßnahmen und Schwerpunkte an. Dafür ist eine organisatorische Verankerung ebenso notwendig, wie bestehende Einstellungen und Führungsverständnisse neu zu denken!

Probelauf für das *Arbeiten* von morgen

Benutzerfreundliche Arbeitsplätze und ein generationenübergreifender Wissenstransfer werden im Zuge des demografischen Wandels immer wichtiger. Wie das konkret aussehen kann, erproben die Beschäftigten im Betriebsmittelbau des Mercedes-Benz Werkes Sindelfingen.

TEXT: SILJA MANNITZ

Der Betriebsmittelbau in Sindelfingen ist neben der Montage in Bremen, dem Rohbau in Rastatt und der Motorenfertigung in Untertürkheim einer der ersten Standorte, an denen der Demografie-Spiegel zum Einsatz gekommen ist. Im Betriebsmittelbau werden die Werkzeuge und Anlagen entwickelt sowie hergestellt, mit denen später die Pressteile und ganze Karosserien gefertigt werden. Eine Ergonomie-Offensive will dazu beitragen, den Mitarbeitern diese Arbeit möglichst einfach zu machen. Schließlich sollen sie möglichst lange gesund bleiben und ihre Arbeit bis zur Rente mit 67 ausführen können.

Erleichterungen für den Arbeitsalltag

Zur möglichst benutzerfreundlichen Gestaltung der Arbeitsplätze wurde daher jeder Arbeitsplatz im Betriebsmittelbau auf ergonomische Gesichtspunkte hin untersucht. Dabei ergaben sich besonders in der Montage zahlreiche Anhaltspunkte für Verbesserungen. Ein Ergebnis der Offensive ist ein neuer Schweißstisch, der in Sindelfingen erprobt wird. Die Schweißer müssen so nicht länger in gebückter Haltung am Blechteil arbeiten, sondern können Höhe und Winkel individuell einstellen – eine enorme Erleichterung. Darüber hinaus wurden die Schwerlastseile, mit denen die Werkzeuge bewegt werden, durch leichtere ersetzt. Mussten bis vor einigen Monaten Schleifarbeiten oft noch über Kopf ausgeführt werden, können die Arbeiten nun frontal erledigt werden.

Foto: Daimler AG



Die ergonomische Gestaltung von Arbeitsplätzen leistet einen wichtigen Beitrag, die Arbeit für die Beschäftigten zu erleichtern.

Anreize für den Wissensaustausch

Neben der Ergonomie hat der Austausch der Generationen im Betriebsmittelbau einen großen Stellenwert. Die Älteren geben ihre Erfahrungen an die Jüngeren weiter, die wiederum ihr Wissen aus der digitalen Welt teilen. Die Kollegen um Unterstützung zu bitten, kostet im ersten Moment vielleicht Überwindung, verleiht den Projekten und dem gemeinsamen Miteinander am Ende aber einen Schub und motiviert so alle Beteiligten. Einen besonderen Raum für den Wissenstransfer innerhalb der Belegschaft schafft die Lernfabrik. Dort finden Seminare zu immer neuen Themen statt, die von den Mitarbeitern selbst vorgeschlagen werden – zum Beispiel zu Kniffen bei der Werkzeugmontage. Als Trainer sind 40 Mitarbeiter mit Spezialwissen im Einsatz, darunter Arbeiter und Meister genauso wie Manager. Sie wurden vorab didaktisch geschult und geben ihr Know-how jetzt weiter.

Eigene Kenntnisse zu vermitteln ist insbesondere bei den älteren Mitarbeitern von großer Bedeutung, denn mit dem Eintritt in den Ruhestand könnten dem Unternehmen wertvolle Erfahrungen verloren gehen. Um rechtzeitig einen Nachfolger zu finden und einzuarbeiten, gibt es im Betriebsmittelbau ein Frühwarnsystem: Es zeigt bis zu drei Jahre im Voraus an, wann ein Beschäftigter in Rente geht. Das schafft ausreichend Zeit für eine gute Übergabe. Wer sich in einem höheren Lebensalter noch einmal in neuen Arbeitsbereichen erproben will, kann wiederum die „Personal-Drehscheibe“ nutzen. Sie bietet über Aushänge mit Steckbriefen von freien Stellen Motivation und Inspiration, die eigene Arbeit neu zu gestalten.



Foto: Oswald-Fotodesign

3 Fragen an ...

Ergun Lümlü,
stellvertretender Vorsitzender
des Gesamtbetriebsrats und
Vorsitzender des Betriebsrats Sindelfingen

Wie lange beschäftigen Sie sich bereits mit Fragen des Alters und Alterns in der Arbeitswelt?

Ich bin seit 1994 im Betriebsrat, davor war ich Vertrauensmann der IG Metall. Seit ich Interessenvertreter bin, habe ich immer wieder mit dem Thema zu tun. Im Produktionsbereich stand ich fast täglich vor der Aufgabe, älteren und angeschlagenen Kollegen zu helfen, in Würde durch den Arbeitsalltag und bis zur Rente zu kommen. Im Schwerpunkt ging es dabei immer um Fragen der Ergonomie und Entlastung.

Wie präsent ist das Thema heute bei Mercedes-Benz?

Die Auseinandersetzung mit dem demografischen Wandel gewinnt zunehmend an Bedeutung: Als wir etwa im Jahr 2000 das erste Mal über ein Programm zur Bewältigung des demografischen Wandels diskutiert haben, betrug der Altersdurchschnitt noch 40,6 Jahre – inzwischen liegt er bei 44,2 Jahren. Während wir also über Programme debattierten und viele auch wieder in der Schublade verschwanden, wurde das Problem immer größer. In rund acht Jahren wird jeder zweite Beschäftigte über 50 sein – es ist also höchste Zeit für konkretes Handeln. Inzwischen wurden bei Mercedes-Benz auch einige Programme erfolgreich auf den Weg gebracht und es hat sich eine Reihe guter Ansätze herausgebildet, zum Beispiel die „YES“-Initiative oder von den Betriebsräten angestoßene Ergonomie-Initiativen in den Werken. Das Thema ist im Unternehmen angekommen – und das ist gut so. Es muss es uns gelingen, die Arbeitsplätze so zu gestalten, dass alle Generationen bei der Arbeit gesund bleiben. Außerdem gilt es, die Arbeitsplätze, die für bereits angeschlagene Kollegen besonders geeignet sind, im Unternehmen zu halten.

Was macht die Ausstellung „EY ALTER“ so wichtig?

Wie gesagt: Der demografische Wandel hat die Daimler-Belegschaft voll erfasst. Wir müssen daher die Vorurteile gegenüber den verschiedenen Generationen dringend ausräumen. Jedes Alter und jeder einzelne Mensch haben besondere Stärken. Alt und Jung können sich damit im Team perfekt ergänzen. Die Ausstellung stellt die wissenschaftlichen Erkenntnisse zu dem Thema dar, zeigt die Stärken jeder Generation auf und regt dazu an, sich mit dem Thema neu auseinanderzusetzen.

Der Gewinn des Älterwerdens

Er spielt Jazztrompete, schreibt kulinarische Geschichten und ist als Spitzenkoch aus dem „ARD-Buffer“ bekannt. Von den drei Botschaftern, die sich zum Start der Ausstellung „EY ALTER“ auf den Prüfstand stellen, ist Vincent Klink mit seinen 67 Jahren der älteste. Ein Nachteil ist das nicht.

TEXT: DIANA RINGELSIEP

„EY ALTER“-Botschafter Vincent Klink

Der 67-jährige Spitzenkoch ist Autor, Herausgeber und Verleger von kulinarischer Literatur und ein begeisterter Jazzmusiker. Nach Ablegen der Meisterprüfung machte Vincent Klink sich bereits im Alter von 25 Jahren selbstständig, vier Jahre später wurde er mit seinem ersten Michelin-Stern ausgezeichnet. Seit 1991 betreibt er in Stuttgart-Degerloch das Restaurant Wielandshöhe. Einem breiteren Publikum wurde der Küchenmeister durch die Kochsendungen „ARD-Buffer“ und „Kochkunst“ bekannt. Im Rowohlt-Verlag erschien unter anderem seine Autobiografie „Sitting Küchenbull“, das jüngste Buch heißt „Gundzüge des gastronomischen Anstands“.

Beim Betreten der Ausstellung hat der 67-Jährige die Wahl zwischen einem Eingangstor für „Jung“ und einem für „Alt“. Vincent Klink entscheidet sich für letzteres. Auf den folgenden Metern muss er sich Vorurteilen stellen, die links und rechts aus den Lautsprechern schallen: „Du glaubst doch, Browser ist ‘ne Dusche!“ Klink geht schmunzelnd weiter. „Du bist so 1.0!“ In seinem Sternerestaurant Wielandshöhe beschäftigt der Spitzenkoch ausschließlich Quereinsteiger. „Ich habe einfach nicht mehr den Nerv, Pubertierende auszubilden“, sagt Klink, während er an einem Computer versucht, das ideale Team für einen Campingausflug zusammenzustellen. Im wahren Leben bittet er seine Bewerber oft, ihm ein Glas Wasser zu bringen. Schlurfen diese gemütlich los, ist das Vorstellungsgespräch beendet. „Ein Koch muss praktisch veranlagt sein – lieber schnell und ein bisschen schlampig als langsam und perfekt.“ Bei der Camping-Aufgabe scheint diese Rechnung nicht aufzugehen: Das von ihm zusammengestellte Team muss sich auf einen Baum retten und den Proviant einem Bären überlassen. Der Koch nimmt es mit Humor.

Schummeln erlaubt

An einer anderen Station muss sich Vincent Klink ein Sensorband um den Kopf legen und durch bloße Gedankenkraft eine Kugel ins Ziel bringen. Er ist skeptisch, doch es funktioniert. Seine Gedanken sind fokussiert und die kleine silberne Kugel rollt ins Tor. Er erhält zehn von zehn möglichen Punkten. Jünger habe er nie sein wollen: „Ich behaupte seit zehn Jahren, dass ich fast 70 bin, um mehr Respekt von den Leuten zu bekommen“, gibt Klink zu. Besonders in Bus und Bahn sei das nützlich. Sein gefühltes Alter entspricht mit 67 Jahren dennoch der Realität, zumindest ergibt das ein weiterer Test der Ausstellung. An Lebenshungrer hat Vincent Klink noch nichts verloren: „Erst vor sechs Jahren bin ich mein letztes Motorradrennen gefahren“, berichtet der Lebemann, „doch jetzt mache ich das nicht mehr, man muss schließlich wissen, wann Schluss ist.“

Selbstkritischer Schulterblick

Auch mit der Kreativität sei im Alter noch lange nicht Schluss, so der Küchenmeister. Im Gegenteil, sie nehme mit steigender Erfahrung sogar noch zu. „Heute brauche ich zum Beispiel keine Rezepte mehr und ich weiß sofort, was zu tun ist, wenn etwas schief läuft.“ Der Spitzenkoch tippt sich an die Stirn und fügt mit einem verschmitzten Lächeln hinzu: „Sport findet im Alter hier oben statt.“ An Erfahrung mangelt es Klink nicht, denn der Test zeigt, dass er über die eines 160-Jährigen verfügt. An seine Jugend denkt er mit einem Kopfschütteln zurück: „Unglaublich, wie viel Zeit ich als junger Mensch verschlafen und verbummelt habe. Heute stehe ich hingegen um fünf Uhr morgens auf und habe mein Trompetenmundstück noch vor dem ersten Kaffee an der Lippe.“

Triathlon-Oldie mit Ehrgeiz

Mit seinen 41 Jahren war Timo Bracht in diesem Jahr der älteste Profiathlet des Ironman auf Hawaii und wird daher mitunter bereits als Oldie bezeichnet. Für den Triathleten keine Beleidigung, sondern fast schon ein Kompliment.

TEXT: SILJA MANNITZ

Ich bin noch im Jetlag“, sagt Bracht, als er den Parcours der Sonderausstellung „EY ALTER“ absolviert. Erst am Tag zuvor ist der „Eisenmann“ von Hawaii zurückgekehrt, der lange Flug steckt ihm noch in den Knochen. Wer Bracht beim Testen der einzelnen Stationen zusieht, mag das kaum glauben: Beim Balancieren auf einem Bein mit geschlossenen Augen stellt er seine Geschicklichkeit unter Beweis. Und wie gut es um seine Hand-Auge-Koordination bestellt ist, zeigt Bracht mit blitzschnellen Reaktionen an anderer Stelle. Der Leistungssportler ist konzentriert bei der Sache und noch dazu richtig ehrgeizig. Lläuft eine Übung nicht wie gewünscht, probiert er es direkt noch einmal, denn besser werden und die eigenen Potenziale ausloten kann man in jedem Alter – davon ist er genauso überzeugt wie die Macher der Ausstellung.

Die eigenen Grenzen austesten

„Die Ausstellung bringt einen dazu, sich wieder mehr mit dem eigenen Alter zu beschäftigen“, so Bracht. „Das verdrängt man im Alltag oft.“ Neue Einblicke in die persönlichen Fähigkeiten sind dabei inklusive. Der Triathlet ist darin erprobt, die eigenen Grenzen immer wieder auszutesten. Seit 23 Jahren Triathlet, davon 13 Jahre als Profi, und das mit großem Erfolg. Alleine den Ironman, der als einer der härtesten Wettkämpfe überhaupt gilt, gewann der Mann aus Eberbach rund um den Globus bereits zehnmal und ist immer noch voller Leidenschaft dabei. Neid auf die mittlerweile weitaus jüngere Konkurrenz empfindet er nicht. „Mit An-

fang 20 macht man viele Fehler“, weiß Bracht aus Erfahrung, gibt aber zu: „Mein jugendlicher Leichtsinn hat mich erst zu dem gemacht, was ich bin. Schließlich habe ich damals als junger Vater alles auf eine Karte gesetzt und beschlossen, mich voll und ganz dem zu widmen, was ich am besten kann: Triathlon. Mit fortschreitendem Alter ist man schon mehr auf Sicherheit bedacht und trifft solche Entscheidungen nicht mal eben so.“

200 Jahre geballte Erfahrung

Dafür bringt jedes Lebensjahr mehr Wissen – ein Test in der Ausstellung bescheinigt Bracht sogar ein Erfahrungsalter von 200 Jahren. Der Triathlet will von dieser Lebensreife nicht alleine profitieren, sondern auch andere teilhaben lassen. Das zeigt sein Engagement in der Laureus Sport for Good Stiftung. Das Ziel: benachteiligten Kindern und Jugendlichen mit Sportprojekten zu einem besseren Leben zu verhelfen. „Beim Sport geht es um mehr als nur darum, Medaillen einzufahren“, ist Bracht überzeugt. „Er hat einen gesellschaftlichen Wert, fördert die Sozialkompetenz, vermittelt Werte wie Disziplin und kann Menschen jeden Alters Hoffnung schenken.“ Und so stört sich der Triathlet auch nicht daran, als Oldie bezeichnet zu werden: „Es macht mich im Gegenteil eher stolz. Denn ich sehe mich als Botschafter für Bewegung in jedem Alter – es muss ja nicht gleich ein Triathlon auf Hawaii sein.“

„EY ALTER“-Botschafter Timo Bracht

Timo Bracht ist einer der weltbesten Triathleten. Der 41-Jährige ist mehrfacher Gewinner des Ironman, der die Disziplinen 3,8 Kilometer Schwimmen, 180 Kilometer Radfahren und 42,195 Kilometer Laufen umfasst. In den Jahren 2007, 2009 und 2012 wurde Bracht zudem Triathlon-Europameister auf der Langdistanz, 2013 und 2014 gewann er die Deutsche Meisterschaft über die Langdistanz.



Fotos: Stefan Funke, CP / COMPARTNER | Daimler AG



3 Fragen an ...

Bernhard Langer (59),
Profigolfer und
Mercedes-Benz
Markenbotschafter

Sie sind eine Ikone im Golfsport und seit über 30 Jahren an der Weltspitze. Sind Sie von sich selbst überrascht?

Es ist fast unglaublich, dass ich seit über 30 Jahren auf diesem Niveau Golf spielen kann. Das gelingt nur sehr wenigen und ich bin natürlich sehr glücklich darüber, habe weiterhin unheimlich viel Spaß am Golfen und spiele gerne Turniere. Das spiegelt auch meine Persönlichkeit wider – ich bin gerne ein bisschen unter Druck und das macht auch weiterhin Spaß, vor allem, weil ich noch gesund bin. Vor 30 Jahren hätte ich mir niemals vorstellen können, dass ich mit 59 noch bei ganz großen Turnieren dabei bin.

Das Bemerkenswerte ist, dass Sie noch wettbewerbsfähig sind.

Ja, es ist etwas erstaunlich, dass man mit 59 Jahren noch auf diesem Niveau spielen kann. Aber auch ich habe hierfür einige Vorbilder, wie z.B. Tom Watson, Hale Irwin oder auch viele andere und ich hoffe, dass ich auch in den nächsten zehn Jahren noch sehr gutes Golf spielen kann. Solange ich gesund bin, glaube ich, dass das durchaus möglich ist. Ich glaube sogar, dass ich noch besser werden kann!

Fühlen Sie sich trotzdem manchmal alt?

Es gibt natürlich auch Tage, an denen der Körper weh tut. Mal hat man Schulterprobleme, Knieprobleme oder auch Rückenprobleme. Manchmal wacht man auf und denkt an weia, heute fühle ich mich nicht so wohl. Aber das geht dann relativ schnell wieder weg, wenn ich meine Dehn- und Fitnessübungen mache. Und wenn ich auf den Golfplatz komme, fühle ich mich wieder wesentlich jünger.



Jung, erfolgreich, bodenständig

Laura Rell hat bei Daimler das internationale Traineeprogramm „CAReer“ absolviert und steht am Anfang einer vielversprechenden Karriere. Doch auch für die jüngste unter den drei Ausstellungsbotschaftern hielt der „EY ALTER“-Parcours einige Überraschungen bereit.

TEXT: DIANA RINGELSIEP

Fotos: Stefan Funke, CP/COMPARTNER | Daimler AG

Wenn ein Problem auf mich zukommt, weiß ich, wie ich damit umgehen muss“, zeigt das Display der Selbstwirksamkeitsstation an. Ohne zu zögern schnellte die Faust von Laura Rell auf die Stelle des Boxsacks, die mit einer 1 versehen ist. „Stimmt genau“, lacht das Daimler-Nachwuchstalente. Vor zwei Jahren schaffte sie es in das Top-Talent-Programm „CAReer“. Von da an ging es für die Hochschulabsolventin steil bergauf. Über ein Jahr lang wurde Rell durch Projekteinsätze an verschiedenen Standorten auf ihre heutige Fachposition bei Daimler vorbereitet. „Die Einsätze im Ausland waren wichtig, um die Märkte zu verstehen und die Brille der deutschen Zentrale ablegen zu können“, fasst sie zusammen. „Doch für mich waren es die Summe der Erfahrungen und die Vielseitigkeit des Programms, die meinen Einstieg ins Berufsleben so besonders gemacht haben.“ Bei Einsätzen in verschiedenen Bereichen, Divisionen und Ländern baute Rell schon früh ein Netzwerk zu Führungskräften auf und profitierte von verschiedenen Trainingsmodulen.

Spannende Lehrjahre

So durfte sie einmal Dieter Zetsche kennenlernen und dem Vorstandsvorsitzenden der Daimler AG gemeinsam mit anderen Trainees eine Stunde lang Fragen stellen. Eine von vielen Erfahrungen, die Laura Rell nach vorne gebracht haben. An der nächsten Station des Parcours muss die 26-Jährige ihre Geschicklichkeit unter Beweis stellen. Sichtlich konzentriert versucht sie mit einem Touchpen, möglichst viele der 50 Kontaktpunkte zu berühren. Nach dem zehnten ist die Zeit abgelaufen. Rell probiert es gleich noch mal und schafft es prompt, ihre Leistung fast zu verdreifachen. „Wahnsinn, was sich durch Übung erreichen lässt“, freut sie sich. Seit Anfang des Jahres arbeitet Rell bei der Daimler Financial Services AG in der Abteilung Digital Transformation, wo es zu ihren Aufgaben gehört, die Digitalisierung des Unternehmens zu beschleunigen und innovative Lösungen für Endkunden, Händler und Mitarbeiter zu entwickeln. Auch

privat zeigt sie sich auf diesem Gebiet engagiert: „Viele ältere Menschen wollen Social Media verstehen und sind bereit, dazuzulernen. Mit meiner Oma schreibe ich zum Beispiel täglich über WhatsApp.“

Jung und weise

Vor der Erfahrung Älterer hat sie Respekt: „In den vergangenen zwei Jahren habe ich unglaublich viel gelernt. Doch wenn ich mich mit unseren Senior Experts unterhalte, merke ich, dass ich noch ganz am Anfang stehe.“ Dass das Daimler-Talent selbst einiges an Erfahrung mitbringt, zeigt der Alterstest der Sonderausstellung. Denn während der 26-Jährigen das soziale Alter eines aufgeschlossenen Teenagers zugesprochen wird, erreicht sie im nächsten Schritt ein Erfahrungsalter von 92 Jahren. Einen Ausgleich zum Berufsalltag findet Laura Rell bei Yoga und Pilates: „Es ist wichtig, seinen Tank am Ende des Tages aufzufüllen und die richtige Balance zu finden, denn es ist sehr anstrengend, immer auf Abruf zu stehen.“ Über ihr gesegnetes Erfahrungsalter muss sie lachen. Dann spielt sie mit ihrem Perlenohrring und fügt hinzu: „Wenn ich eines Tages wirklich 92 bin, habe ich hoffentlich viele Enkelkinder, denen ich genauso viele hilfreiche Tipps mit auf den Weg geben kann, wie ich sie gerade von vielen Seiten erhalte.“

„EY ALTER“-Botschafterin Laura Rell

Um es ins „CAReer“-Programm von Daimler zu schaffen, musste Laura Rell ein bereichsübergreifendes, mehrstufiges Auswahlverfahren absolvieren und sich gegen zahlreiche internationale Mitbewerber durchsetzen. Während des Traineeships erhielt sie Einblicke in verschiedene Sparten und Fachbereiche – weltweit. Seit Anfang 2016 arbeitet sie an unternehmensinternen digitalen Initiativen und Projekten.

3 Fragen an ... Martin Kaymer (31), Profigolfer und Mercedes-Benz Markenbotschafter

Sie sind jetzt 31. Fühlen Sie sich jung oder alt?

Ich würde sagen, ich bin momentan genau in der Mitte! Es kommen einige junge Spieler nach, mit denen ich mich sehr gut verstehe, aber auch mit einigen Älteren ist das Verhältnis super.

Was ist das optimale Alter für einen Golfer?

Allgemein sagt man, dass die beste Zeit eines Profigolfers zwischen 30 und 36, 37 kommt. In diesem Alter ist die Technik verinnerlicht, man ist als Mensch gewachsen und hat sich auf das Leben an der Tour gewöhnt. Die meisten haben in diesem Alter auch schon eine Familie oder beginnen, eine zu gründen, was oft auch hilft, um besser Golf zu spielen.

Ziehen Sie Bernhard Langer manchmal mit seinem Alter auf?

Auf keinen Fall. Das, was er in seinem Alter Woche für Woche auf der Champions Tour leistet, verdient den allerhöchsten Respekt. Diese Leidenschaft, die er für unseren Sport hat, sieht man wirklich nicht oft. Ich bin der Meinung, er könnte auch jetzt noch locker auf der normalen Tour mitspielen, von der Fitness wäre er mit Sicherheit einer der besten. Ein absolutes Vorbild auf und neben dem Platz, ich verbringe sehr gerne Zeit mit ihm!



Spielerisch zu neuen Erkenntnissen

Der Weg von einer guten Idee bis zur erfolgreichen Umsetzung ist bei Ausstellungen eine große Herausforderung. Im Falle von „EY ALTER“ schulterten die GfG Gruppe für Gestaltung und Archimedes Exhibitions diese Aufgabe gemeinsam und konzipierten einen Erlebnisparcours, der Wissensvermittlung und Spaß kombiniert.

TEXT: SILJA MANNITZ

In enger Zusammenarbeit mit dem Mercedes-Benz-Team rund um die Projektleiterin Sylvia Hütte-Ritterbusch sowie der Jacobs University Bremen gaben die beiden Unternehmen der Ausstellung ein Gesicht. GfG zeichnete dabei für Konzeption, Gestaltung und Planung verantwortlich, Archimedes übernahm die Produktion. „Am Anfang steht immer die Überlegung: Was soll die Ausstellung leisten? Wie müssen wir uns dem Thema nähern“, beschreibt Carsten Dempewolf, Geschäftsführer von GfG und verantwortlich für die Szenografie, die Herangehensweise. „Allen Beteiligten war schnell klar, dass die Ausstellung interaktiv und potenzialbezogen angelegt werden sollte. Konzepte, die das Altern negativ unter defizitären Aspekten betrachten, gibt es schließlich schon zur Genüge.“

Eigene Potenziale erkennen und ausleben

Gesagt, getan: Innerhalb eines Jahres entwickelten die Akteure zunächst für den Standort Bremen eine zukunftsorientierte Ausstellung samt Rahmenprogramm, die Spaß macht und Erkenntnisse nicht mit langen Erklärtafeln, sondern durch eigene Erlebnisse vermittelt. Im Mittelpunkt stehen 20 verschiedene Mitmachstationen, an denen die Besucher ihre eigenen Stärken testen und die Einstellung zu den Herausforderungen verschiedener Altersstufen überdenken können. Archimedes hat die einzelnen Stationen gebaut und die Software dafür entwickelt. Managing Partner Stephan Spenling erklärt: „Verbindendes Element aller



01

Module ist eine übergreifende Spielidee. Damit der Besuch nachwirkt und die Menschen dazu angeregt werden, auch zu Hause noch über das Erlebte nachzudenken, kann jeder Teilnehmer am Ende eine Urkunde mit nach Hause nehmen.“ Dieser persönliche „EY SCORE“ zeigt die eigenen Potenziale auf und soll ein Ansporn sein, seine Talente im Alltag noch stärker auszuleben.

Eine logistische Meisterleistung

Rund 60 Personen haben hinter den Kulissen an der Konzeption und Realisierung von „EY ALTER“ gearbeitet. „Es hat durchweg Spaß gemacht“, lobt Dempewolf die gute, lösungsorientierte Atmosphäre. Zur Überführung der Ausstellung von Bremen ins Mercedes-Benz Museum nach Stuttgart im Herbst 2016 wurde die erfolgreiche Zusammenarbeit fortgesetzt. Innerhalb weniger Monate brachten die Beteiligten den Umzug über die Bühne. Zehn 40-Tonner mussten im Rahmen der logistischen Meister-

Fotos: Daimler AG | Stefan Funke, CP/COMPARTNER

leistung sukzessive be- und entladen werden. Mit Packen allein war es aber nicht getan: Neue Räumlichkeiten erfordern immer auch neue Konzepte. „Der Raum in Stuttgart ist an sich nicht für Sonderausstellungen konzipiert. Wir mussten daher Lösungen finden, die Ausstellung an die örtlichen Gegebenheiten anzupassen“, sagt Spenling. Dazu wurde zum Beispiel der übergroße Kopf, der als Symbol in der Mitte aufgebaut ist, noch einmal passend zum Ort umgestaltet. Darüber hinaus gab es auch inhaltliche Anpassungen. So zeigt etwa der Bereich „Café Zukunft“ nicht mehr externe Unternehmensbeispiele für erfolgreiche Projekte zum demografischen Wandel, sondern rückt interne Best Practices von Mercedes-Benz in den Fokus. Die große Nachfrage nach Führungskräftebildungen zum Thema hat zudem zur Einrichtung eines „YES-Raumes“ geführt, in dem in täglichen Workshops Anregungen zur Umsetzung im Arbeitsalltag erarbeitet werden. Auch hier regt eine lockere Gestaltung zum Mitmachen an – ganz im Sinne der Ausstellung.

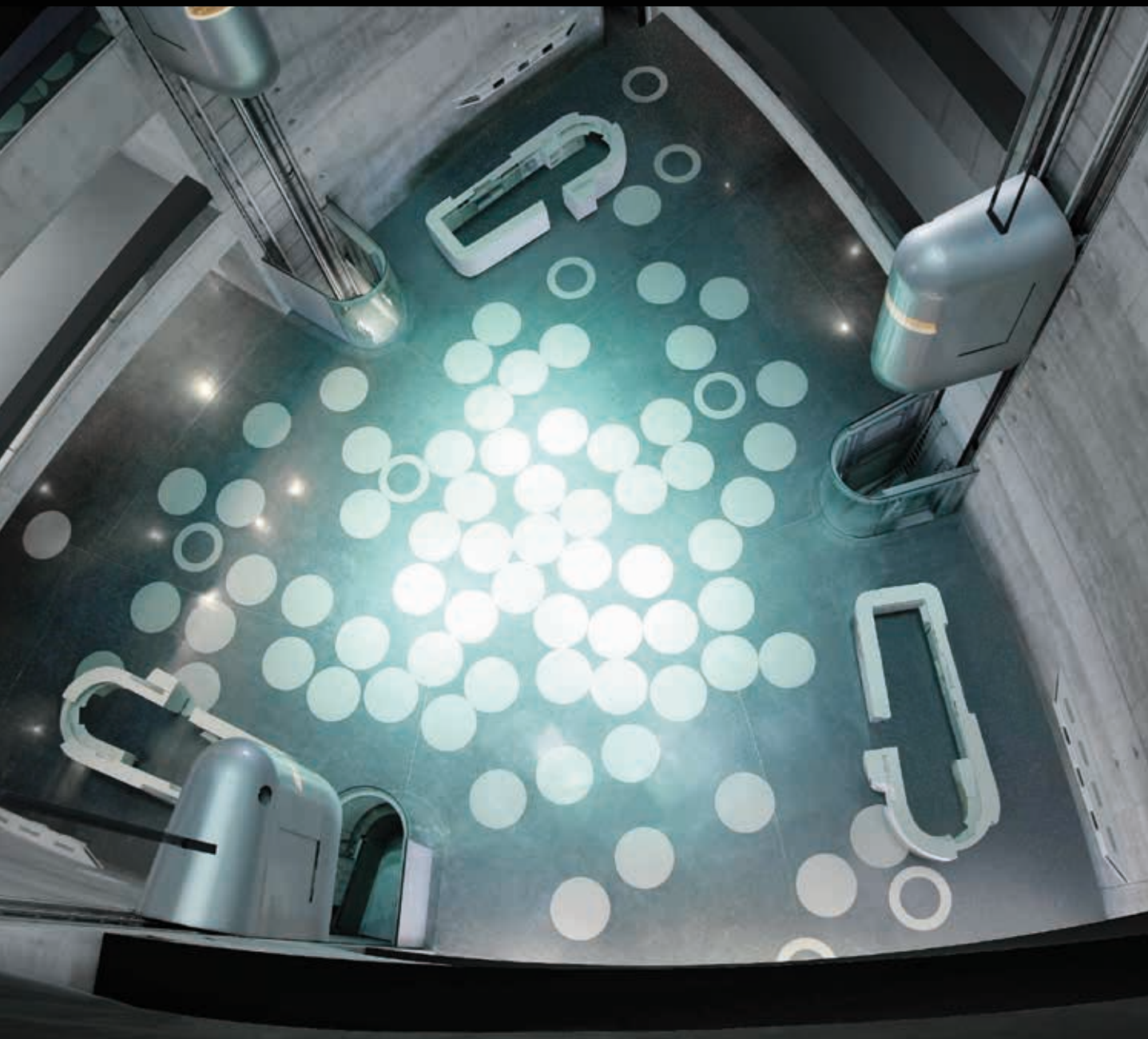
01 Das „Café Zukunft“ stellt Projekte von Mercedes-Benz zum demografischen Wandel vor. 02 Im „YES-Raum“ diskutieren Führungskräfte Anregungen für den Arbeitsalltag. 03 Drei von vielen kreativen Köpfen, die hinter den Kulissen zur erfolgreichen Realisierung beigetragen haben (v. li.): Stephan Spenling von Archimedes sowie Juliane Kniel und Carsten Dempewolf von GfG.



02



03



Wenn Sie die Zukunft sehen wollen, gehen Sie ins Museum.

Als Innovationstreiber auf den Gebieten Sicherheit, Komfort und Nachhaltigkeit sind wir unserer Zeit immer voraus – seit 130 Jahren. Diesen Fortschrittsgeist machen wir für Sie erlebbar. In einem Museum, das so faszinierend ist wie die Marke, die es beherbergt. Weitere Informationen unter www.mercedes-benz.com/museum

Mercedes-Benz

Das Beste oder nichts.

