

Best Practice „Automobilbranche“: Service- und Informationsportal

Die effiziente Planung komplexer Informationsarchitektur für 50.000 Mitarbeiter.



Sebastian Ammermüller
chilli mind GmbH
Königstor 23, 34117 Kassel
www.open-ideation.com
ammermuller@chilli-mind.com

Oliver Gerstheimer
chilli mind GmbH
Königstor 23, 34117 Kassel
www.chilli-mind.com
gerstheimer@chilli-mind.com

Gesa Nolte
chilli mind GmbH
Königstor 23, 34117 Kassel
www.chilli-mind.com/42
nolte@chilli-mind.com

Abstract

Industrie-Interfaces müssen effizient und effektiv sein im internationalen Wettbewerbsumfeld. Die Informationsarchitektur und die User Interface-Bedienlogik werden bewertet nach der Geschwindigkeit und Eindeutigkeit bei der Informationsbeschaffung und Interaktion mit Funktionen, Service und Kommunikation. Vorgestellt wird eine Intranet- und Extranet-Projektierung – die Neugestaltung des zentralen Informationsportals für die Volkswagen Partner (Autohäuser) in Deutschland – zirka 50.000 Anwender in den Bereichen Verkauf, Service, Werkstatt, Teiledienst, Marketing und Management. Der Beitrag stellt die Herausforderungen bei der Entwicklung und Bearbeitung von Industrie-Interfaces – insbesondere im komplexen Konzernumfeld – Business-to-Employee (B2E) und Business-to-Business (B2B) dar. Als Beispielprojekt wird die Zusammenlegung und Neukonzeption von zwei bestehenden Informationssystemen zu einem neuen, gesamtheitlichen Informationsportal in der Automobil-Branche genutzt. Im Fokus stehen die praxisorientierte Integration der relevanten Nutzergruppen/Anwender über qualitative Fokusgruppen und Kontext-Interviews sowie die Vermittlung und Kompromissentwicklung zwischen den Anforderungen beteiligter Stakeholder. Es wird aufgezeigt wie das User Interface Design im Spannungsfeld zwischen Effizienz, Skalierbarkeit, Flexibilität und Corporate Design-Konformität entwickelt wird – bei gleichzeitiger Integration und Vermittlung zwischen konzerninternen Fachbereichen, Corporate Design, IT und externer Programmierung.

Keywords:

/// Industrie-Interfaces
/// Informationsarchitektur
/// User-Experience Management
/// praxisorientierte
Nutzerinteraktion
/// User Stories
/// Rapid Prototyping

1. Ausgangssituation und Zielsetzung

Volkswagen PartnerNet und ServiceNet sind heute die zentralen Informationssysteme (> 70.000 Dokumente/Artikel) für die Volkswagen Partner in Deutschland. Die Zielgruppe umfasst zirka 50.000 Nutzer verteilt auf zirka 2.400 Autohäuser. Die Anwender kommen aus allen Bereichen im Autohaus vom Verkauf über Disposition und Marketing bis zu Service, Werkstatt und Teiledienst. Die Informationsbedürfnisse sind stark unterschiedlich ausgeprägt und reichen von allgemeiner Informationsbeschaffung bis zum speziellen kontextspezifischen Informationsabruf. Die detaillierten Nutzeranforderungen waren zu Beginn des Projekts weitestgehend unbekannt.

Die bestehenden Systeme sind über die Jahre sukzessiv weiter entwickelt und immer wieder den aktuellen Informationsanforderungen angepasst worden. Die gewachsenen Strukturen, mit starkem Fokus aus der internen Sichtweise bilden heute in vielen Fällen nicht mehr die täglichen Nutzeranforderungen im Berufsalltag ab. Zudem entspricht die starke Trennung der Bereiche Verkauf (=PartnerNet) und Service (=ServiceNet) nicht der gelebten/realen Organisationsstruktur im Autohaus. Die Zusammenlegung der Systeme, Neustrukturierung der Inhalte und die Entwicklung alternativer Zugangsstrukturen sind notwendige Maßnahmen.

Aufgrund der Unwissenheit bzw. Unsicherheit über die aktuellen Nutzungskontexte und Informationsanforderungen der Nutzergruppen im Autohaus war ein

nutzerzentrierter Entwicklungsansatz für das neue Informationsportal erforderlich.

1.1. Herausforderung

Die Rolle des User Experience Teams, Informationsarchitekten, User Interface Designer etc. hatte im Entwicklungsprozess unterschiedliche Facetten. Wichtige Meilensteine und Herausforderungen im Projekt waren die folgenden Punkte:

- Evaluation der Nutzerbedürfnisse im Berufsalltag durch aktive Integration der Nutzer;
- Entwurf einer nutzergerechten Informationsarchitektur für zirka 70.000 Einzeldokumente und 15 Nutzergruppen im Autohaus (Datenaufkommen vs. Nutzeranforderungen);

- Konzeption eines übergeordneten Personalisierungskonzept mit Rollenberechtigung;
- Management und Kommunikation des Entwicklungsprozesses zwischen den beteiligten Fachbereichen, Konzern-IT und externen Programmierdienstleistern;
- Planung des Systemwechsels und Rollout mit Einführungs- und Kommunikationskampagne.

**2.
Entwicklungsansatz –
UX Management Framework**

Der Startpunkt für den Entwurfsprozess war die Aufgabe aus zwei gewachsenen Systemen mit den bestehenden Vor- und Nachteilen ein neues System mit einer nutzerzentrierten durchgängigen und logischen Informationsarchitektur zu entwickeln. Der integrierte User Experience (UX) Entwicklungsansatz für das Informationsportals ist in drei Hauptachsen unterteilt. Die klare Abgrenzung sowie das permanente Zusammenspiel dieser Prozessachsen waren die Grundlage für einen flexiblen und zielgerichteten Entwurfsprozess zwischen den beteiligten Bereichen.

Folgende Entwicklungsachsen werden unterschieden:

A) Entwurf und Design – mit unterschiedlich detaillierten Stufen der Konkretisierung/Visualisierung des Entwurfs vom Scribble/Skizze über Wireframe-Strukturscreens bis hin zu definierten Designscreens.

B) Experten- und Nutzerinteraktion – mit Usability Check-Up Methoden, Expert (P)replanning, qualitativen Fokusgruppen und Kontext-Interviews, Use Case-Testings am Prototypen.

C) Konzept, Definition und Optimierung – der zusammenführende Prozess zwischen Entwurf und Design (A) und Expert-/Nutzerinteraktion (B) mit ständiger Optimierung auf die Nutzeranforderungen.

D) Projektmanagement – Koordination und Kommunikation – „Vermittlung“ des Entwicklungsstands für alle beteiligten Stakeholder inklusive Definition,

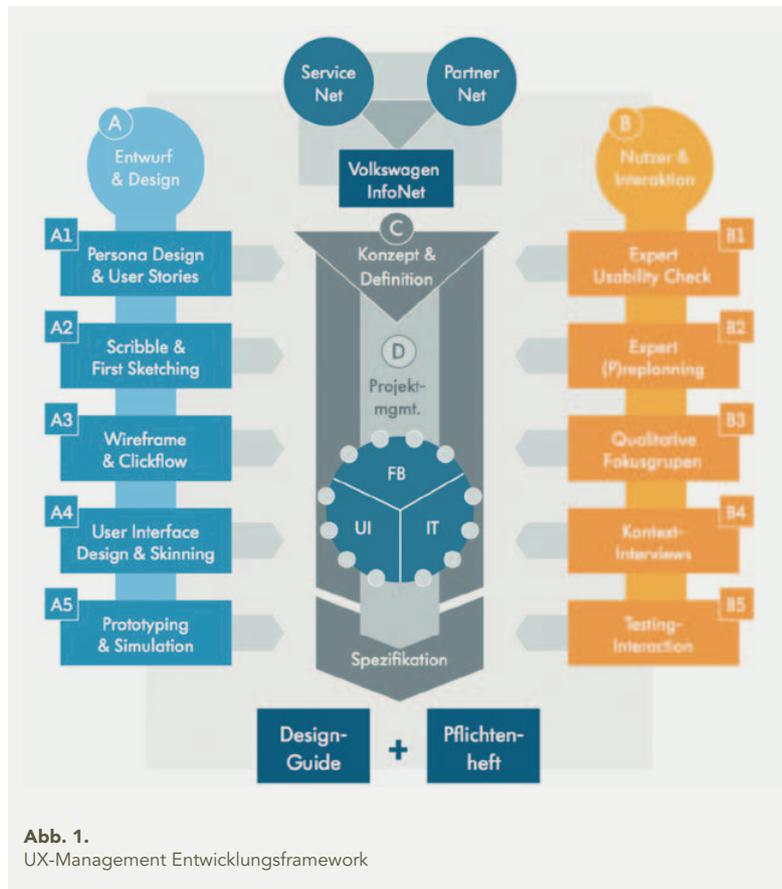


Abb. 1.
UX-Management Entwicklungsframework

Dokumentation und Transfer der Entwurfsergebnisse.

Der Bereich (A) Entwurf und Design arbeitet in einem ständigen Zusammenspiel (PingPong-Effekt) mit dem Bereich (B) Experten- und Nutzerinteraktion. Ziel ist es auf jeder Entwicklungsstufe die adäquate Methode/Output auf der Entwurfs-/Designachse für die Evaluation und Optimierung bei den Nutzerinteraktionen (B) zu erreichen. Das flexible und gleichzeitig abgestimmte Projektmanagement zwischen diesen beiden Bereichen, ermöglicht das schnelle Umschalten und Wechseln der Visualisierungsmethoden und damit eine optimale praxisorientierte Nutzerintegration. Gleichzeitig werden im mittleren Prozessstrang „Konzept und Definition“ die Ergebnisse aus den flankierenden Achsen zusammengeführt, verdichtet und in entwurfsrelevante Definitionen überführt. **[Abb. 1]**

Der aufgezeigte Entwicklungsansatz schafft als Kommunikationsgrundlage Transparenz für die Beteiligten im Entwicklungsprozess und bietet das Basisframework für ein planvolles Voranschreiten im Entwurfsprozess über Analyse, Konzept, Design und Definition des neuen Portals. Zudem kann eine praxisrelevante Nutzerintegration bei gleichzeitig adäquatem Ressourceneinsatz durch das „PingPong“ zwischen Entwurf- und Visualisierungsmethoden (A) und Nutzerinteraktionsmethoden (B) sichergestellt werden. Eine klare Ausrichtung und Konzentration der Methoden auf das Ergebnis für den Konzept- und Definitionsprozess ist das ausgemachte Ziel.

**2.1.
A: Entwurf und
Design – Visualisierungsportfolio**

Nachfolgend werden ausgewählte Visualisierungsmethoden aufgezeigt, die zu



verschiedenen Zeitpunkten im Projekt zum Einsatz kamen. Der Output aus den einzelnen Stufen bildete die gemeinsame Kommunikations- und Interaktionsbasis sowohl für die Zielabstimmung auf Entwicklerseite (Fachbereiche, IT, User Interface Design) als auch für die Anforderungsanalyse und Evaluation auf Nutzerseite (Personal im Autohaus).

2.1.1.

A1: Persona Design und User Stories – „pragmatisch & verständlich“

Die Grundlage für den nutzerzentrierten Designansatz wurde durch das klassische Persona Design gelegt. Im Falle der verschiedenen Nutzertypen im Autohaus war dabei die praktikable Reduktion auf die entwurfsrelevanten Archetypen aus den Bereichen Verkauf, Service, Werkstatt, Teiledienst, Marketing und Management. Die entwickelten Personas stellten dabei keine real existierenden Personen dar, sondern übernahmen eine Art „Stellvertreterfunktion“ für eine Gruppe ähnlicher Nutzertypen (Querschnittsfunktion). Anhand der Archetypen wurde die Überprüfung der täglichen Nutzungsfälle im Arbeitsalltag durch User Stories abgebildet. Der Fokus lag dabei auf der Sammlung, Strukturierung und Priorisierung der Nutzeranforderungen und Use Cases nach Relevanz (besonders wichtig) und Frequenz (besonders häufig). Darüber konnten im Fall des geplanten Informationsportals für die Volkswagen Partner 80% der Struktur- und Funktionsanforderungen an das Gesamtsystem abgedeckt werden.

2.1.2.

A2: Scribble und First Sketching – „einfach & vorstellbar“

Das schnelle und dennoch durchdachte (Hand-)Scribble des geplanten Entwurfs stellte einen guten Einstiegspunkt in den Designprozess dar – insbesondere für die frühe Integration der verschiedenen beteiligten Fachabteilungen. Ideen und Ansätze für Layout, Funktionen und Zugangsstrukturen bekamen eine erste sichtbare und bewertbare Vorstellung. Der Vorteil bei dieser Art der Konkretisierung ist der weite

Interpretationsraum, den die skizzenhaften Screens und Clickflows offen lassen. Das „Unfertige“ nimmt die Angst der beteiligten Parteien, es mit vollendeten Tatsachen zu tun zu haben, die unwiderruflich und nicht zu ändern sind. Im Falle des InfoNet-Projekts konnte über diese Visualisierungsstufe eine grundlegende Projektierung und Sichtbarkeit des Projekts in den internen Abteilungen bis hin zum Management erreicht werden.

2.1.3.

A3: Wireframe & Clickflow – „Informationsarchitektur & Interaktion“

Der nächste Detaillierungsschritt war das Wireframe-Design. Die Digitalisierung der Entwürfe schaffte dabei eine flexible und einfach skalierbare Entwurfsgrundlage für die effiziente Vervielfältigung verschiedener Screenansichten. Fokus dabei ist die detaillierte Überprüfung und Optimierung sowie Verfeinerung des Layouts, Strukturen und Einzelelemente. Gleichzeitig konnte verbindlich und ohne „Geschmacksfragen/-diskussionen“ die Informationsarchitektur fokussiert und weiter entwickelt werden. Mit dem abgestimmten „Grundriss“ / „Technische Zeichnung“ des Portals wurden weitere Detailfragen (Design, Interaktionsstrukturen, etc.) effektiv bearbeitet.

2.1.4.

A4: User Interface Design & Skinning – „flexibel und adaptierbar“

Die Überführung der Wireframes in User Interface Screens fokussiert das Skinning bzw. das Oberflächendesign. Die Festlegung von Farben, Formen, Schriften sollte dabei systematisch klaren Standards folgen, um bei der Vielzahl der Einzelelemente des Portals ein einheitliches und wiedererkennbares Gesamtbild zu erreichen. Gleichzeitig sollte die Verwendung weniger definierter Styles die Programmierung von Portlets für das Portal vereinfachen und eine hohe Effizienz bei der Umsetzung und Erweiterung des Portals erreichen. Die Herausforderung des UI-Designs bewegte sich im Spannungsfeld zwischen der Standardisierung von

Layout, Elementen und Formaten sowie der Flexibilität in der Umsetzung neuer Einzelansichten. Über diese Vorgehensweise konnten punktuell wichtige Adaptationen zu den Corporate Design Vorgaben von Volkswagen realisiert werden. Die Ergebnisse bildeten die Grundlage für die Design Spezifikation (C) – „Design & Interaction Guide“.

2.1.5.

A5: Prototyping & Simulation – „effizient & erfahrbar“

Rapid Prototyping, Klickdummies und Simulationen des Realsystems zielen auf die erfahrbare Überprüfung von Design, Informationsarchitektur und Interaktionsstrukturen. Der Ansatz der Simulationsmethoden war es, mit einem adäquaten Kostenaufwand/Einsatz soviel „Realsystem“ zu erzeugen, wie notwendig war für die Erfahrbarkeit auf Nutzerseite. Dabei reichte die Spanne von linear hintereinander geschalteten Einzelscreens im PPT-Format über erläuternde Animationssequenzen bis hin zum sequentiell klickbaren Funktionsmodell. Je nach Zielsetzung bei der Nutzerinteraktion wurde zwischen den Methoden/Outputs variiert.

2.2.

B: User Interaktion – Methodenportfolio

Ziel der Nutzerinteraktion war es in der Anfangsphase die Bedürfnisse und Anforderungsstrukturen an das zukünftige Volkswagen InfoNet aus Sicht der Anwender in den verschiedenen Autohausbereichen Geschäftsführung, Verkauf, Service, Marketing, Teiledienst zu definieren.

Im weiteren Projektverlauf verlagerte sich der Fokus auf die Überprüfung und Optimierung des Entwurfs aus Anwendersicht. Die frühe und aktive Integration der Nutzer als „Betroffene“ in den Entwicklungsprozess liefert nicht nur entwurfsrelevante Ergebnisse sondern stellt auch ein politisches Signal dar. Gleichzeitig wird eine positive Grundakzeptanz für das neue System aufgeladen.

2.2.1.
B1: Expert UX-Check –
„Analyse & First Impression“

Vor der ersten Nutzerinteraktion wurde das zu gestaltende System bzw. die Vorgängersysteme einem internen Expert UX-Check unterzogen. Diese Methode konzentriert sich auf die IST-Analyse durch Usability-Experten aus dem UX-Team. Fokus war die Aufnahme, das „Einfrieren“ des ersten Eindrucks – das Look and Feel – als unvoreingenommener „Erstlings“-Nutzer. Dieser Check ist vergleichbar mit einem neuen Mitarbeiter im Autohaus, der das erste Mal mit dem System konfrontiert wird. In der Folge wurden relevante Use Cases aus Sicht typischer Anwender durchlaufen und auf Usability-Kriterien wie Aufgabenangemessenheit, Erwartungskonformität etc. hin überprüft. Die Prüfung der bestehenden Clickflow-Strukturen basierte dabei auf den relevanten oder häufig frequentierten Use Cases der Nutzerarchetypen als Ergebnis aus (A1) Persona-Design und User Stories. Entwurfsrelevante Ergebnisse waren eine generelle Stärken- und Schwächenanalyse der bestehenden Anwendungen sowie die konkrete Identifikation von Optimierungspotenzialen mit Ableitung übergreifender Strategieziele für die Gesamtprojektierung.

2.2.2.
B2: Expert (P)replanning

Die Integration der internen Experten und fachlich Verantwortlichen auf System-/Betreiberseite durch integrative Entwurfsworkshops zielte auf die frühe

Identifikation der Hauptmerkmale und Anforderungen an das Informationsportal aus Innensicht des Konzerns (= Portalbetreiber). Hier wurden die Hauptziele und die Gesamtstrategie festgelegt. Daraus abgeleitet wurden die sogenannten „Must have“ Anforderungen und Funktionen. Der Abgleich der Auftraggeberanforderungen (B2) mit den Anwenderbedürfnissen (B1) ergab das strategische Grundframework für die Entwurfsphase.

2.2.3.
B3: Qualitative Fokusgruppen –
„aufgabenbezogen & flächendeckend“

Die Anwendergruppen im Autohaus besitzen differenzierte Anforderungen. Grundsätzlich konnten zwei Hauptanforderungen unterschieden werden: die allgemeine Informationssuche (News-Update) und die gezielte situationsspezifische bzw. aufgabenbezogene Suche nach Detailinformationen. Um die Vielfalt der Nutzungs-/Aufgabenkontexte in den verschiedenen Nutzergruppen zu identifizieren, wurden qualitative Fokusgruppen mit den Hauptzielgruppen im Autohaus durchgeführt – von der Geschäftsführung, Finanzen und Buchhaltung über Verkaufsleiter und -berater bis hin zum Serviceleiter, -berater und Werkstattmitarbeiter. Die Fokusgruppen wurden als offene Gruppendiskussion mit Anreiz-Präsentation und Flipchart-Interaktion durchgeführt. Über die Präsentation wurden die Nutzer mit ersten Strukturüberlegungen, neuen Zugangssystemen und Designscreens aus dem Entwurfsprozess (A) konfrontiert. Folgende Themenbereiche wurden dabei systematisch strukturiert:

- Analyse der Portalbedürfnisse entlang des typischen Tagesverlaufs;
- Sammlung der wichtigsten Aufgaben und Prozesse im Arbeitsalltag;
- Gemeinsames Ranking der Tätigkeiten, Funktionen und Inhalte nach Wichtigkeit, Häufigkeit und allgemeiner Nutzungsrelevanz.

Die aufgabenbezogen zusammengesetzten Fokusgruppen bestanden aus 8-10 Teilnehmern – jeweils aus einem Funktionsbereich bzw. Nutzersegment im Autohaus. Sie waren integriert in volkswageninterne Veranstaltungen (z. B. Schulungen, Weiterbildungen, Experten-Konferenzen) und dauerten zwischen 2-3 Stunden. Über diesen Aufbau konnten effektiv verdichtete Bedürfnisstrukturen aus über 140 Nutzerinteraktionen für den Entwurfsprozess gewonnen werden. [Abb. 2]

2.2.4.
B4: Kontext-Interviews –
„authentisch & polarisierend“

Als Ergänzung und Detailanalyse der Nutzeranforderungen an das Portal wurde die Methode des Kontext-Interviews eingesetzt. Dabei wurden die Nutzer im Original-Arbeitskontext in Einzelinterviews (Dauer 1 – 1,5 Stunden) intensiv befragt hinsichtlich typischer Prozesse, Aufgaben, Systeme und Anwendungen in ihrem Arbeitsalltag. Über die zusätzliche beobachtende Analyse und die Think aloud Methode in diesen Kontexten konnten relevante Entwurfsindizien aufgedeckt werden, die den Nutzern so nicht offensichtlich waren, da sie sich in vielen

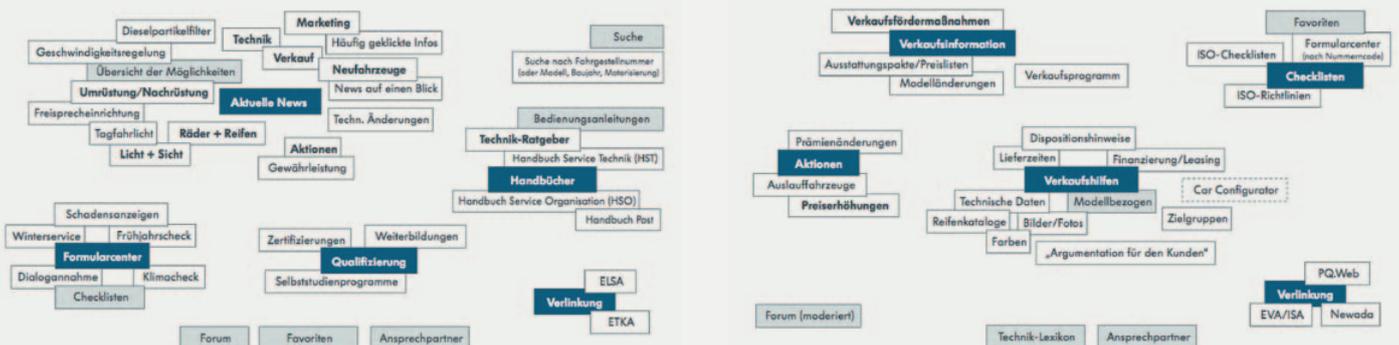


Abb. 2.
Need-Maps – Bedürfnisstrukturen im
Arbeitsalltag verschiedener Nutzertypen



Arbeitsabläufen mit den bestehenden Systemen und Formaten arrangiert haben.

2.2.5. B5: Testing-Interaktion – „interaktiv & optimierend“

Zur Überprüfung und Optimierung der entwickelten Informationsarchitektur, Navigations- und Interaktionsstrukturen, wurden vereinzelt Nutzertests durchgeführt. Dabei wurden den Nutzern unterschiedliche Aufgaben gestellt, die sie an einem simulierten Testsystem „Clickdummy“ bearbeiten sollten. Über die Methode des lauten Denkens, über spontane Reaktionen und Eindrücke auf das Gesehene wurden wertvolle Optimierungspotenziale und zudem wichtige Kommunikationsziele für die spätere Systemeinführung im Handel gewonnen. Ergebnisse waren neben den einzelnen Detailoptimierungen von Interaktionsstrukturen und -elementen, erste Real-Eindrücke auf das neue System sowie allgemeine Verständnis- und Akzeptanzeinschätzungen.

2.3. C: Konzept, Design und Definition

Die Prozessachse (C) Konzept, Design und Definition ist das zusammenführende Element in dem nutzerzentrierten Entwurfsprozess. Die Ergebnisse aus den Experten-/Nutzerinteraktionen (B) und aus den einzelnen Entwurfsschritten (A) wurden in der Konzept- und Definitionsphase vereint. Parallel dazu wurde ein ständiger Anpassungs- und Optimierungsprozess der Informationsarchitektur und des User Interface entlang der Nutzeranforderungen aus den Nutzerinteraktionen angestoßen und durchlaufen.

Die Ergebnisse des User Interface wurden im letzten Schritt im Design & Interaction Guide definiert. In der Definitionsphase wurden die User Interface-Elemente standardisiert. Die erforderlichen Design- und Interaktionsspezifikationen wurden detailliert für die Programmierungsumsetzung festgelegt. Ziel waren standardisierte UI-Elemente mit hoher Flexibilität und Skalierbarkeit für die Umsetzung sowie für die

spätere Weiterentwicklung des Systems. Parallel dazu wurden im Pflichtenheft die Funktionen des Systems sowie Abhängigkeiten, Strukturen und Schnittstellen zu anderen Systemen beschrieben.

3. Entwurf Volkswagen InfoNet

Nachfolgend werden grundlegende Entwurfsansätze des entwickelten Systems aufgezeigt.

Die Informationsarchitektur des entwickelten Portals folgt dem Grundsatz: Analog ist Digital. Die Hauptbereiche der Navigationsstruktur orientieren sich an der typischen Organisationsstruktur im Autohaus. Somit entspricht die Navigation den gewohnten Denkstrukturen und -mustern der Anwender im Autohaus. Eine einfache und intuitive Orientierung wird dadurch unterstützt.

Ein weiterer Fokus ist die effiziente und gezielte Informationsdarstellung für die Anwender durch die Integration personalisierter, funktionsbezogener Bereiche – insbesondere auf der InfoNet Startseite. Speziell ausgewiesene Bereiche wie z. B. Top News, Banner oder Top Teaser sind inhaltlich auf die 15 Hauptzielgruppen/Funktionen im Autohaus zugeschnitten. Für ein schnelles Informationsupdate ist damit der Aufruf der Startseite ausreichend.

Ein weiterer Ansatz ist die konsequente Alternativverortung von Inhalten. Einzelne Inhalte und Informationen können nur selten eindeutig einem Thema zugeordnet werden. Die Nutzer denken in unterschiedlichen Strukturen und Mustern. Aus diesem Grund sieht die Zuordnung im InfoNet eine Hauptnavigation und „beliebig“ viele Alternativverortungen vor. Darüber soll die Auffindbarkeit der gesuchten Information für die verschiedenen Denktypen gewährleistet werden.

Neben dem klassischen Zugang über die Navigationsstruktur bietet das Volkswagen InfoNet zwei zusätzliche alternative Zugänge für kontext- und aufgabenspezifische Nutzeranforderungen. Die

Zugangssysteme über Modelle und Baugruppen sind permanent auf der Systemoberfläche sichtbar. Mit wenigen Klicks können hierüber zielgerichtet alle Informationen zu einem bestimmten Modell oder einer bestimmten Baugruppe angezeigt werden.

Als letzte Neuerung beinhaltet das System in der rechten Spalte eine sogenannte Toolbar mit individuellen Schnellzugängen und Tools. Neben dem Zugang zur Mediathek existieren hier persönliche Bereiche zur Selbstorganisation wie z. B. Favoriten, Kalender oder das Newsletter-Abonnement. Die Reihenfolge und Darstellung der einzelnen Funktionsbereiche kann individuell durch den Nutzer definiert werden. [Abb. 3]

4. Fazit – Die Rolle des UX-Teams

Informationsarchitekten und User Interface Designer können eine zentrale Rolle bei der Umsetzung von UI-Großprojekten auf Konzernebene einnehmen und den interdisziplinären Entwicklungsprozess zwischen den beteiligten Stakeholdern positiv voran bringen. Die eigentlich „vermittelnde“ Position bzw. Funktion basiert dabei auf der Visualisierung und Simulation des Entwurfs, der Oberflächen und Interaktionsstrukturen. Aufgrund der Komplexität der Aufgabe sind einfach verständliche Bilder als Kommunikationsgrundlage eines gemeinsamen Verständnisses auf technischer und fachlicher Seite erforderlich. Hier liegt wie aufgezeigt die neue Herausforderung und Chance für die User Experience Teams vom Informationsarchitekten über den User Interface bis zum Interaction Designer.

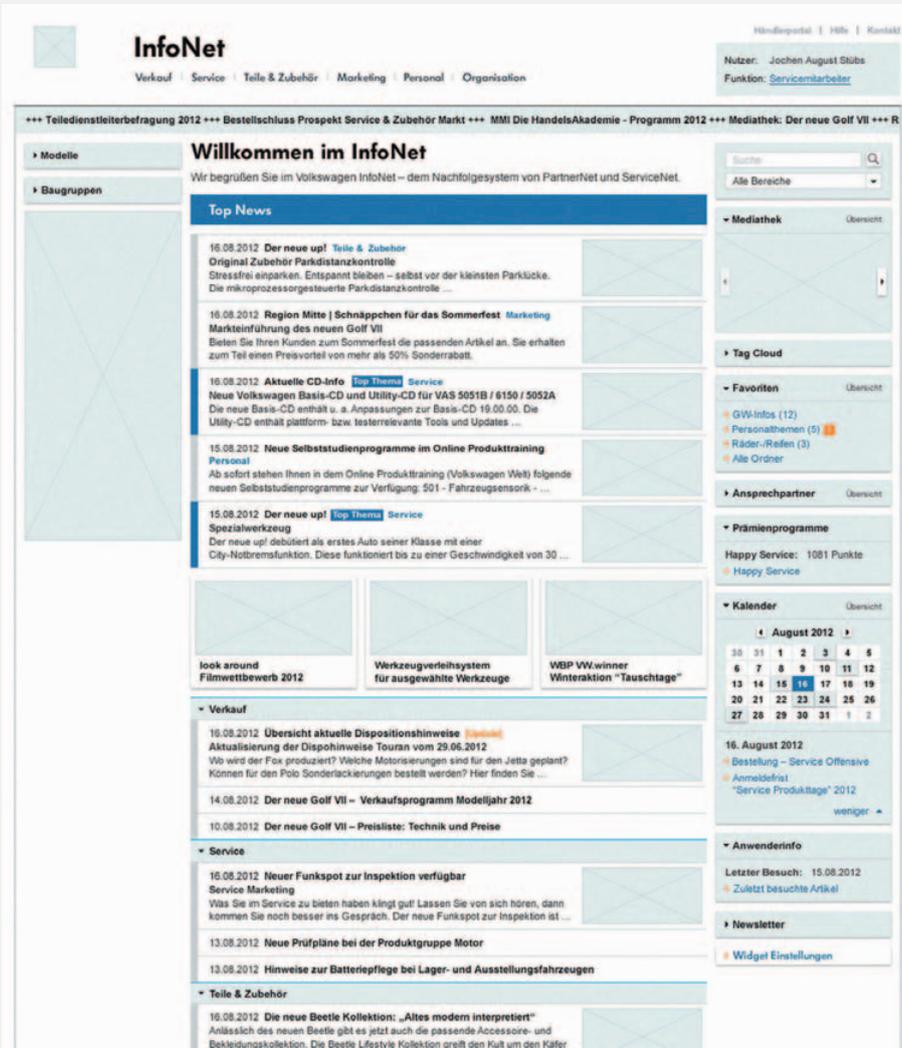


Abb. 3.
Exemplarische Startseite des
Volkswagen InfoNet