

Jugendliche mit Fluchterfahrung lernen schwimmen

Die Initiative „Schenke ein Lächeln“ ermöglichte acht Jugendlichen einen DLRG-Kurs

VON CHIARA KAYMAZ

Wolfsburg/Gifhorn. Mangelnde Schwimmfähigkeiten sind laut der Deutschen Lebens-Rettungs-Gesellschaft (DLRG) eine der Hauptursachen für tödliche Badeunfälle in Deutschland. Deshalb finanziert die Initiative „Schenke ein Lächeln“ immer wieder Schwimmkurse für Kinder und Jugendliche an.

Die gemeinnützige Initiative „Schenke ein Lächeln“ wurde von der Familie Röhrdanz gegründet und kümmert sich unter anderem um benachteiligte Kinder und Jugendliche in Deutschland. Ziel ist es dabei, die Zukunftschancen der Kinder und Jugendlichen über Bildungsprojekte zu erhöhen. Sie fördert aber auch emotionale Auszeiten durch Sport oder gemeinsame Freizeiterlebnisse.

Dieses Mal waren es acht junge Menschen im Alter von

15 bis 17 Jahren mit Fluchterfahrung des CJD Wolfsburg. In den letzten zwei Wochen nahmen sie an einem Schwimmkurs in der Allerwelle Gifhorn teil.

Mit großem Erfolg: In acht Kurseinheiten haben alle Teilnehmenden durch Fleiß, Überwindung und einen starken Willen ein Schwimmabzeichen erhalten, viele davon sogar das Bronze-Abzeichen.

Frank Röhrdanz, Initiator von „Schenke ein Lächeln“ gratuliert und freut sich über den tollen Erfolg der Schwimmschüler: „Wir danken dem großartigen Team des CJD Wolfsburg für die vertrauensvolle Zusammenarbeit. Jeder muss die Chance bekommen, schwimmen zu lernen! Dafür setzen wir uns weiter ein und ermöglichen den Jugendlichen damit ein Stück Freiheit, Selbstständigkeit und Sicherheit.“

Das Christliche Jugenddorfwerk Deutschlands (CJD) ist eines der größten Bildungs- und Sozialunternehmen in Deutschland und möchte Menschen mit Angeboten dazu befähigen, ihre Persönlichkeit zu entfalten und ein selbstständiges Leben zu führen, dazu gehört auch das Erlernen von Fähigkeiten wie dem Schwimmen.

So selbstverständlich es für manche klingen mag, die Angst vor dem Wasser war riesig und die Überwindung groß: Denn die Jugendlichen kommen aus verschiedenen Herkunftsländern und sind für schulische Schwimmangebote meist schon zu alt. Sowohl organisatorisch als auch finanziell ist es gerade für diese Altersgruppe besonders schwierig, passende Kurse zu finden. Nicht schwimmen zu können, erleben viele als belastend, vor allem dann, wenn sie älter werden.



Ein stolzer Moment: Schwimmen zu können, ist nicht für jeden selbstverständlich.

FOTO: PRIVAT

Hoffnungsträger für die USA steht in Autostadt

Volkswagen: In den Vereinigten Staaten soll die wiederbelebte Marke Scout nun Erfolge bringen

VON LARS LOHMANN

Wolfsburg. Der Volkswagen-Konzern will das Geschäft in den USA trotz aller Widrigkeiten ausbauen. Doch das Geschäft jenseits des Atlantiks läuft in 2025 bisher eher bescheiden für den Konzern. Um 8,5 Prozent gingen die Auslieferungszahlen im ersten Halbjahr in den Vereinigten Staaten zurück. So musste die Marke Volkswagen im zweiten Quartal ein Minus von 29 Prozent hinnehmen und Audi ein Minus von 19 Prozent. Die Rahmenbedingungen sind aufgrund der Debatten um Zölle und erratischer Politik im Weißen Haus nicht einfach.

Ein Milliardenprojekt in South Carolina

Der Konzern braucht einen Hoffnungsträger für das Nordamerikageschäft. Und der liegt in der Wiederbelebung der Marke Scout. Von dem Scout Traveler, einem robusten SUV, können sich Interessierte jetzt in der Wolfsburger Autostadt ein Bild machen. Das Konzeptfahrzeug wird erstmals in Europa gezeigt.

Die Wiederbelebung der Marke Scout lässt sich der Konzern einiges kosten und geht auch ins Risiko. Rund zwei Milliarden US-Dollar fließen allein in den Bau eines neuen Werkes in South



Hoffnungsträger: Die Wiederbelebung der Marke Scout soll den Geschäften von Volkswagen in den USA zu Gute kommen.

FOTO: AUTOSTADT / ROLAND HERMSTEIN

Carolina. Zudem werden rund 4.000 Arbeitsplätze geschaffen. In Columbia wird dann neben dem Traveller auch ein Pickup vom Band laufen. Die Fahrzeugklasse schlechthin auf dem US-amerikanischen Markt. Terra heißt der vollelektrische Pickup, der ab 2027 für den Volkswagen-Konzern Marktanteile hinzugewinnen soll.

Damit die vollelektrischen Fahrzeuge auch beim Marktstart auf die notwendige Resonanz stoßen, setzt der Konzern auf sogenannte Range Extender. Der kompakte Verbrennungsmotor erlaubt längere Fahrtstrecken,

indem er die Batterie des Elektroautos wieder auflädt und so Fahrstrecken von mehr als 1.000 Kilometern erlaubt. Das ist in der Weite Nordamerikas ein wichtiges Verkaufsargument.

Der Range Extender soll Scout nicht nur für amerikanische Kundinnen und Kunden attraktiver machen, sondern auch in China. Wettbewerber auf dem größten Automarkt der Welt bieten sie bereits an.

Bei der Software wiederum setzt der Konzern auf die Kooperation mit Rivian. Die Scout-Fahrzeuge sollen mit der ge-

meinsam entwickelten zonalen Softwarearchitektur ausgestattet werden. Die Software also, die auch beim 20.000-Euro-Elektroauto der Marke VW zum Einsatz kommen soll.

Der Bau des Scout-Werkes liefert dem Volkswagen-Konzern Argumente, wenn es um das Thema Zölle und mögliche Verhandlungen mit der Trump-Regierung geht. Der Konzern investiert in den Standort USA. Hinzu kommt das Volkswagen-Werk in Chattanooga, Tennessee.

In einer eigens von der Volkswagen Group of America in Auftrag gegebenen Studie werden

noch weitere Argumente zur Bedeutung des Konzerns für die US-amerikanische Wirtschaft genannt. Laut der Studie sind direkt in den USA 48.000 Jobs durch das Engagement der Volkswagen Group of America und das Händlernetzwerk geschaffen worden. Indirekt kämen noch einmal 116.000 Arbeitsplätze hinzu.

Die Wiedergeburt einer alten Marke

So sei die Zahl der Arbeitskräfte in Chattanooga seit 2019 um fast 4.000 erhöht worden. Das Engagement im Bundesstaat Tennessee habe dort fast 17.000 direkte und indirekte Arbeitsplätze geschaffen. Argumente, die durch das Engagement in South Carolina und die Wiederbelebung der Marke Scout noch einmal unterfüttert werden.

Inzwischen hat die Zahl der Beschäftigten bei Scout bereits die 1.000 erreicht, wie die Konzerntochter selbst auf LinkedIn verkündet. Die Marke wieder aufleben zu lassen, war kein Zufall. Scout wurde ursprünglich von International Harvester von 1961 bis 1980 produziert und gehörte zu den ersten Nutzfahrzeugen der Welt, die sowohl für Offroad-Abenteuer als auch für den Familienalltag geeignet waren.