



Zum Herausnehmen: Sommerprogramm der Autostadt



Bereit für die IdeenExpo: das Emden Team ID Breeze und sein Beitrag zum eBeetle-Wettbewerb.



Larry Thompson im 360°-Interview

Der Monitor spricht über das Engagement der Volkswagen Mitarbeiter und verrät, was er in den USA über das Unternehmen sagt. → SEITE 3



Neue Höchstprämie erstmals vergeben

Ein Verbesserungsvorschlag zum Thema Entlüften des Kühlsystems hat zwei Mitarbeitern aus Wolfsburg die neue Höchstprämie des Ideenmanagements gebracht – 75.000 Euro. → SEITE 2



Das neue Design der Marke Volkswagen

360° erklärt mithilfe von Experten, warum die Marke ein neues Logo bekommt, und zeigt, wie die neue Bildsprache aussieht. → SEITE 13



Feuerwehrlaute im Einsatz

Ein Traum ist für eine junge Frau und sechs Männer in Erfüllung gegangen: Sie sind die ersten Feuerwehrlaute, die Volkswagen selbst ausgebildet hat. → SEITE 22



So hilft Mission X der Marke

Verbesserte Prozesse, nachhaltige Bauteilstrategien – auch so will die Marke Kosten senken. Interview mit Dirk Große-Loheide und Matthias Rabe. → SEITE 18

Emden: Azubis überzeugen bei der IdeenExpo in Hannover

Aus Rutschauto funktionierendes E-Flitzer gemacht – Auszubildende landen auf den ersten Rängen

Acht Azubis aus Emden sind für eine Woche zur IdeenExpo nach Hannover gereist, um sich in verschiedenen Disziplinen zu bewähren. Dafür hatten sie ein Kleinkinderspielzeug zu einem Hightech-Flitzer mit E-Antrieb umgebaut. In einem Parcours-Rennen

belegten sie damit unter anderem den ersten Platz. Die Idee stammt aus dem Jahr 2014. Damals hatte die Volkswagen Group Academy einen Wettbewerb zwischen Auszubildenden der deutschen Standorte ins Leben gerufen, der sich seitdem fest etabliert hat. Was zunächst als

erfolgreiches Pilotprojekt startete, sorgt nun einmal pro Jahr dafür, dass Auszubildende für zehn Wochen vom Ausbildungsbetrieb freigestellt werden, um ein Rutschauto in einen eBeetle zu verwandeln. Anschließend stellen sie sich in einem Wettbewerb der Konkurrenz der anderen Werke.

Dies betrifft nicht nur den eBeetle, bei dem auch Aspekte wie Nachhaltigkeit und Design bewertet werden, sondern auch Gruppenleistungen wie eine Präsentation. Der Standort Emden beteiligte sich von Anfang an und wurde in der sechsten Runde vom Team ID Breeze vertreten. → SEITE 30

Service, Suche und der Speiseplan: Das alles kann die Volkswagen App

Bereits mehr als 11.500 Beschäftigte bleiben per Fingertipp auf dem Laufenden

Ob in der Werkshalle oder am Baggersee: Mit der 360° Volkswagen App haben Beschäftigte Neuigkeiten und Wissenswertes aus der Volkswagen Welt immer dabei. Schon 11.660 Kolleginnen und Kollegen (Stand: 5. Juli) haben die kostenlose App auf ihrem Smartphone installiert. Sie kann für private

Android-Handys aus dem Google Play Store und für dienstliche iPhones aus dem Volkswagen App Store kostenlos heruntergeladen werden. Eine Version für private Apple-Geräte ist in Arbeit.

App-Nutzer der ersten Stunde ist Personalvorstand Gunnar Kilian. Auf der Betriebsversammlung in Wolfsburg sagte er zu den Beschäftigten: „Ich kann Sie alle nur bitten: Installieren Sie diese App. Sie hilft Ihnen, sich durch den Dschungel der Volkswagen Welt zu navigieren.“

Was ist dort zu finden? In der 360° Volkswagen App gibt es News aus den Werken und Geschäftsbereichen der Volkswagen AG und von den Marken. Sie liefern spannende Artikel über Autos und Menschen, strategische und bunte Themen.

Ergänzt wird das Nachrichtenangebot um eine Vielzahl an Services. So können per Fingertipp Speisepläne, Werkspläne und eine Übersicht über die internen Bus-Routen abgerufen werden. Außerdem hat das Entwickler-Team um Marco Klein eine Suchfunktion integriert und will in Kürze weitere Schnittstellen zu Volkswagen Systemen schaffen, etwa den HR Self Services.

Marco Klein: „An welchen Stellen wird die App weiterentwickelt, entscheiden die Nutzerinnen und Nutzer. Sie stehen bei uns im Fokus. Wir möchten Ihnen die Möglichkeit geben, jederzeit und komfortabel auf die Informationen zuzugreifen, die sie gerade benötigen.“

Ebenfalls bequem: Die Anmeldung in der App funktioniert ganz einfach mit Volkswagen User-ID und dem Webservice-Passwort, das zum Beispiel auch für das Stimmungsbarometer oder für die Anwendung im 360° Volkswagen Net verwendet wird. Also: Herunterladen, einloggen und schon



Service, News und mehr: Immer mehr Mitarbeiter haben die Volkswagen App.

ist man mitten in der Volkswagen Welt – zu jeder Zeit und an jedem Ort. → An den Standorten in Sachsen und in Osnabrück wird die App zu einem späteren Zeitpunkt eingeführt.



Sie haben die App entwickelt: Das Entwickler-Team um Marco Klein (Dritter von links) war auf der Betriebsversammlung in Wolfsburg zu Gast.



Liebe Kolleginnen und Kollegen,

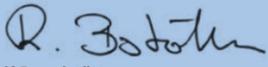
der heißeste Juni aller Zeiten liegt hinter uns, der Wechsurlaub steht vor der Tür. Ich bedanke mich bei allen, die unter oft nicht einfachen Bedingungen gearbeitet und geschwitzt haben. Wir alle freuen uns jetzt auf erholsame Wochen mit der Familie und Freunden. Die Auszeit haben wir uns verdient.

Wir haben ein sehr ordentliches erstes Halbjahr absolviert. Unsere Autos – vor allem die neuen SUVs – kommen bei den Kunden hervorragend an. Der Touareg gewinnt alle Vergleichstests. Der T-Roc und T-Cross machen Volkswagen jünger und moderner. Mit dem Golf 8 steht die Neuauflage der Marken-Ikone in den Startlöchern. Unsere Teams haben ein sensationelles Auto entwickelt. Jetzt müssen wir gemeinsam den Anlauf schaffen und der Welt beweisen, dass der Golf DIE Nummer 1 unter den Kompakten bleibt.

Im Herbst auf der IAA in Frankfurt geht es dann Schlag auf Schlag weiter: Mit dem ID.3 fahren wir das Elektroauto aus der Nische. Der ID.3 zeigt wie die Zukunft des Autos aussieht: digital, vernetzt, emissionsfrei. Er unterstreicht unsere Vorreiter-Rolle beim Thema Nachhaltigkeit. Mit unserem Bekenntnis zum Pariser Klimaabkommen und zum Null-Emissionsziel bis 2050 übernimmt Volkswagen Führungsverantwortung. Der ID.3 wird als erster mit Stolz das neue Markenlogo tragen. Unser neuer Markenauftritt wird ein Quantensprung, mit dem das „neue Volkswagen“ für alle sichtbar und anfassbar wird. Ich freue mich darauf!

Wir alle merken es: VW stellt sich für die Mobilität von morgen auf. Das Umfeld macht es uns nicht leicht. Aber wir sind ein starkes Unternehmen mit viel Potenzial und einer tollen Mannschaft. Wir als Vorstandsteam freuen uns, Volkswagen gemeinsam mit Ihnen weiter nach vorne zu bringen. Vorher wünsche ich Ihnen und Ihren Familien aber eine schöne, entspannte Urlaubszeit! Und allen, die in der Ferienzeit die Stellung halten und weiterarbeiten: vielen Dank für den Einsatz.

Herzliche Grüße



Ralf Brandstätter
COO Marke Volkswagen

Verbesserungsideen: Erstmals neue Höchstprämie gezahlt

Zwei Mitarbeiter freuen sich über 75.000 Euro – Ihr Vorschlag: Elektrische statt mechanische Pumpe zum Entlüften

Zum ersten Mal hat das Ideenmanagement der deutschen Werke der Marke für Verbesserungsideen die neue Höchstprämie vergeben: Mit insgesamt 75.000 Euro belohnte es zwei Mitarbeiter aus Wolfsburg, die anonym bleiben möchten. Sie hatten den Vorschlag, den Kundendienstwerkstätten beim Wechsel von Kühlmittel freizustellen, ob sie



Thorsten Janotta,
Ideenmanagement

weiter eine mechanische Standardpumpe zum Entlüften nutzen oder eine neue, elektrische Pumpe. Diese spart Zeit und Geld – schon jetzt mehr als eine halbe Million Euro. „Die erste Idee, die mit der neuen Höchstprämie belohnt wird, ist in doppelter Hinsicht etwas Besonderes: Zum einen hat das Unternehmen bereits im ersten Jahr mehr als 600.000 Euro gespart“, sagt Thorsten Janotta, Leiter Ideenmanagement. „Zum anderen hatten die Mitarbeiter die Idee noch im Gültigkeitszeitraum der alten Betriebsvereinbarung eingereicht. Durch die geltenden Übergangsregelungen konnte die Verbesserungsidee mit der neuen Höchstprämie honoriert werden.“

Hintergrund: Volkswagen hat auf Basis einer neuen Betriebsvereinbarung das Ideenmanagement modernisiert. Ein neues IT-System



Neue Methode: Andreas Hummel (er ist nicht einer der Ideengeber) arbeitet in der Kundendienstwerkstatt im Werk Wolfsburg mit der elektrischen Unterdruckpumpe.

Schritt nach rund 20 Jahren. Super, dass die Höchstprämie nun zum ersten Mal vergeben werden konnte.“

Die prämierte Idee

Das Problem: Wird in einer Kundendienstwerkstatt das Kühlmittel eines Fahrzeugs gewechselt, muss Unterdruck erzeugt werden, um Luft aus dem Kühlmittelsystem zu bekommen. Bisher erzeugen Mechaniker diesen Unterdruck bei allen Volkswagen Aggregaten mit einem

etwa vereinfacht die Online-Eingabe von Verbesserungsvorschlägen. Außerdem ist die Höchstprämie gestiegen – von rund 51.000 auf 75.000 Euro. Das freut auch Betriebsrat Mario Kurznack: „Mit der neuen Betriebsvereinbarung wurde im Februar auch die Höchstprämie angepasst. Ein absolut richtiger und nötiger

Standard-Werkzeug, das mit Druckluft betrieben wird. Bei Modellen mit Dieselmotor muss das komplexe Kühlsystem mithilfe unterschiedlicher Verfahren entlüftet werden. Dieser Prozess nimmt viel Zeit in Anspruch – Zeit, die Geld kostet. Denn: Wird eine Reparatur im Gewährleistungs- oder Kulanzzeitraum vorgenommen, zahlt Volkswagen die Materialkosten und die Zeiteinheiten, die der Mechaniker in der Werkstatt leistet.

Die Lösung: Im Reparaturleitfaden für Kundendienstwerkstätten stellt Volkswagen für den Dieselmotor nun eine alternative Arbeitsmethode bereit: Der Mechaniker kann eine elektrische Unterdruckpumpe benutzen. Durch ihren Einsatz verringert sich die Restluft im Kühlsystem und die abschließende Entlüftungsroutine dauert nicht mehr so lange. Die Arbeitszeit verringert sich dadurch um 13 Minuten. Über Volkswagen kann die elektrische Unterdruckpumpe bereits bestellt werden. Auswertungen zeigen: Werkstätten setzen diese Methode gern ein – die Pumpe wurde mehr als 60.000 Mal genutzt.



IDEENMANAGEMENT

Die alte Höchstprämie (rund 51.000 Euro) wurde im vergangenen Jahr 23-mal an deutschen Volkswagen Standorten an Beschäftigte ausgezahlt. Weitere Informationen zum Ideenmanagement und zum Einreichen von Ideen im Volkswagen Net.

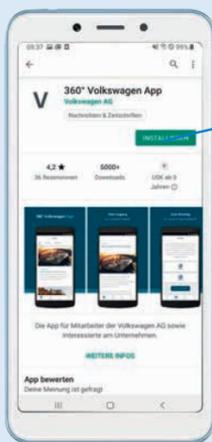
Schritt für Schritt: So kommt die App aufs Smartphone

Kurzanleitung erklärt die Installation für private Android-Handys und dienstliche iPhones

Blöß ein paar Mal tippen – und schon landet die neue 360° Volkswagen App auf dem Smartphone. Das nur wenige Megabyte große Programm kann kostenlos aus dem Google Play Store auf ein privates Android-Handy beziehungsweise aus dem Volkswagen App Store auf ein dienstliches iPhone heruntergeladen werden. Wie genau, das erklärt die Schritt-für-Schritt-Anleitung rechts.

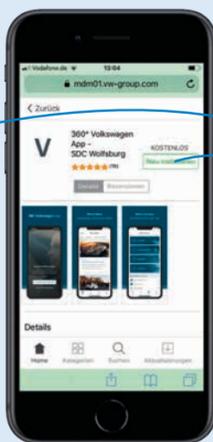
Noch etwas gedulden müssen sich die Kolleginnen und Kollegen an den Standorten Sachsen und Osnabrück: Sie können die App zwar herunterladen, allerdings wird für sie der Mitarbeiter-Zugang erst zu einem späteren Zeitpunkt freigeschaltet.

Privates Android-Handy:

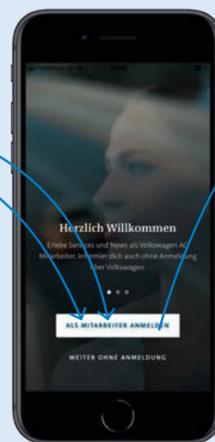


Öffnen Sie den Google Play Store und suchen Sie darin nach der App. Klicken Sie anschließend auf die Schaltfläche „Installieren“.

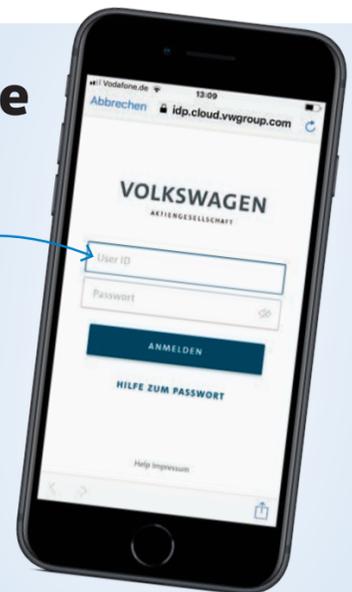
Dienstliches iPhone:



Öffnen Sie den Volkswagen App Store (nicht den Apple App Store) und suchen Sie nach der App. Tippen Sie anschließend auf die Schaltfläche „Neu Installieren“.



Starten Sie die Volkswagen App, indem Sie auf das App-Symbol tippen. Tippen Sie auf die Schaltfläche „Als Mitarbeiter anmelden“.



Melden Sie sich nun mit Ihrer Volkswagen Nutzer-ID und Ihrem Social-Media-Passwort an, mit dem Sie sich zum Beispiel auch bei Wir-bei-Volkswagen.de, dem Stimmungsbarometer oder wa@web anmelden. Dieses Passwort ist unter Umständen nicht mit dem Passwort identisch, mit dem Sie sich in Windows an ihrem Desktop-Computer oder Notebook anmelden. Wenn Sie Ihr Social-Media-Passwort vergessen haben, können Sie unter der Adresse <http://pwss.vw.vwg> neue Zugangsdaten beantragen. Bitte beachten Sie: PWSS ist nur im Volkswagen Netzwerk verfügbar. Sie benötigen zur Anmeldung Ihre PKI-Karte.

Impressum

360°

Herausgeber
Interne Kommunikation
Konzern und Marke Volkswagen

Anschrift
Brieffach 1977, K-S1
38440 Wolfsburg

Telefon 05361 9-89634
Mail 360Grad@Volkswagen.de

V. i. S. d. P.
Jörg Lünsmann/Fred Bärbock
Leitung Interne Kommunikation

CvD
Dirk Borth

Redaktion
Marc Rotermund, Tobias Schwerdtfeger,
Alexander Ott, Oliver Keppler, Jesko
Giessen

Layout/Produktion
Dominic Stripling, Volkswagen;
TERRITORY CTR GmbH

Fotos/Illustrationen
Volkswagen AG, Getty Images, Adobe Stock, iStock,
dpa Picture-Alliance, Nina Stiller, TERRITORY CTR GmbH

Druck Dierichs Druck + Media, Kassel



PEFC zertifiziert
Dieses Produkt stammt aus nachhaltig
bewirtschafteten Wäldern und kontrollierten
Quellen.
www.pefc.de

Larry D. Thompson: „Bin vom Engagement der Volkswagen Mitarbeiter beeindruckt“

360° Interview mit dem Monitor über die Zusammenarbeit mit Volkswagen und das Feedback, das er von den Mitarbeitern erhält

Seit 2017 begleitet Larry D. Thompson als unabhängiger Compliance Monitor das Unternehmen im Rahmen eines Monitorships. Seine Aufgabe: beurteilen und beaufsichtigen, dass der nach dem Dieselskandal mit dem US-Justizministerium vereinbarte Vergleich erfüllt wird. Seit 2015 hat Volkswagen zahlreiche Maßnahmen getroffen, mit denen das Unternehmen seine Compliance-, Berichts- und Kontrollsysteme stärkt. Ob diese auch nachhaltig wirksam sind, testet Thompson derzeit mit seinem Team. 360° sprach mit ihm bei einem seiner Besuche in der Konzernzentrale in Wolfsburg.

Hat Volkswagen Ihrer Meinung nach etwas aus dem Dieselskandal gelernt?

Ja, Volkswagen hat die Bedeutung einer funktionierenden, verantwortungsbewussten und transparenten Unternehmenskultur verstanden. Das Unternehmen zieht Manager für ihr Verhalten im Dieselskandal zur Verantwortung und kommuniziert dies seinen Mitarbeitern.

Ist Volkswagen – nach dem Skandal – ein besseres Unternehmen?

Darüber besteht kein Zweifel. Volkswagen wurde nach dem Skandal zu einem besseren Unternehmen. Aber Volkswagen ist auch eine große und komplexe Firma. Sie hat noch einen weiten Weg vor sich, um ein Top-Integritäts- und Compliance-Programm zu etablieren und effektiv zu betreiben. Ich glaube, der Vorstand hat das verstanden. Deshalb widmet er dem T4I-Programm Ressourcen und besondere Kraftanstrengungen.

Wie wird Ihre Arbeit bei Volkswagen wahrgenommen und wie läuft die Zusammenarbeit mit dem Unternehmen?

Mein Team wurde von Volkswagen Mitarbeitern und vom Betriebsrat hervorragend unterstützt. Vom Project Management Office bekommen wir sehr gute logistische Unterstützung und die Zusammenarbeit klappt ausgezeichnet.

Bekommen Sie die notwendige Unterstützung, die Sie für die Erfüllung Ihrer Aufgabe benötigen?

In diesem Bereich besteht noch Verbesserungsbedarf. Wir sind jetzt in der Testphase meiner Arbeit. Das Gericht fordert von mir die Bestätigung, dass das Integritäts- und Compliance-Programm von Volkswagen reibungslos funktioniert. Entsprechend dem Wortlaut meines Mandats des Gerichtshofs muss ich bestätigen, dass die Programme „angemessen konzipiert sind, um Verstöße gegen Betrugs- und Umweltgesetze zu verhindern“. Wir haben eine Menge harter Arbeit vor uns, um sicherzustellen, dass das Unternehmen meine Erwartungen an die Zertifizierung versteht und mir dabei hilft, dem Unternehmen einen entsprechenden Nachweis auszustellen.

Welches Feedback erhalten Sie von den Mitarbeitern?

Es ist großartig: Die Volkswagen Mitarbeiter sind stolz auf das Unternehmen und wollen, dass es erfolgreich ist und besser wird. Sie sagen mir und meinem Team, dass sie die heute sichtbaren Verbesserungen gut finden. Es erfüllt mich mit großer Genugtuung, zumindest einen kleinen Teil zu diesen Verbesserungen und Änderungen beigetragen zu haben.

Einige Mitarbeiter haben kürzlich aber auch ihre Verunsicherung ausgedrückt und sogar gesagt, der Zertifizierungsprozess setze sie unter einen gewissen Druck. Allen Mitarbeitern muss klar sein, dass wir das Richtige tun. Wir werden uns auf die richtige Art und Weise am Zertifizierungsprozess beteiligen, und die Mitarbeiter sollten sich auf dem Weg durch diesen Prozess nicht unter Druck gesetzt fühlen. Lassen Sie mich meine Antwort näher erläutern: Es gibt Druck, da wir nur noch eineinhalb Jahre haben und noch eine Menge zu tun ist. Einige fühlen sich unter Druck, alles rechtzeitig zu erledigen.

Volkswagen ist weltweit aktiv. Darf es bei Integrität und Compliance zu Differenzen aufgrund kultureller Unterschiede kommen?



360°-Redaktionsgespräch in Wolfsburg: Larry D. Thompson stellt sich den Fragen von Jörg Lünsmann (links) und Kai Grüber.

Kulturelle Unterschiede muss man immer verstehen und respektieren. Volkswagen als weltweit tätiges Unternehmen muss aber einen Wertekanon besitzen, für den es steht und auf den es sich stützt, ganz gleich, wo es Geschäfte macht. Ein ökologisches, nachhaltiges Fahrzeug ist in China oder Spanien genauso wichtig wie in Deutschland. Ehrliches und integriertes Handeln ist in Brasilien genauso wichtig wie in den Vereinigten Staaten. Der Konzernvorstand betont regelmäßig, dass es für die Glaubwürdigkeit von Volkswagen wichtig ist, dass jeder von uns nicht nur die Gesetze befolgt, sondern auch integer handelt.

Kommt diese Botschaft bei den Mitarbeitern an?

Die Mitarbeiter von Volkswagen sind für diese Botschaft absolut offen. Alle Volkswagen Mitarbeiter, mit denen ich im Rahmen meiner Aufgabe als Monitor in Kontakt war, sind stolz auf die Firma und möchten, dass das Unternehmen den Dieselskandal so schnell wie möglich hinter sich lässt.

Fehlverhalten wurde bei Volkswagen schon immer bestraft, im schlimmsten Falle mit Entlassung. In letzter Zeit berichtet das Unternehmen zunehmend über Fehlverhalten und Sanktionen. Können Sie schon Auswirkungen feststellen? Ich habe die Berichte der internen Medien zu diesem Thema gesehen. Sie sind alle sehr gut gemacht. Zum aktuellen Zeitpunkt kann ich nicht abschätzen, wie effektiv diese sind. Aber ich bin sicher, dass diese Botschaften bei den Mitarbeitern ankommen und angenommen werden, wenn sie über einen längeren Zeitraum fortgesetzt werden.

Die Mitarbeiter werden verstehen, dass sich Volkswagen dazu verpflichtet, seine Führungskräfte zur Verantwortung zu ziehen und diesen Prozess transparent zu gestalten.

Was sagen Sie über Volkswagen, wenn Sie in den USA sind?

Ich spreche über die Größe und Komplexität von Volkswagen. Auch spreche ich mit den Menschen in den Vereinigten Staaten über die Veränderungen, denen Volkswagen und der Rest der Automobilindustrie durch Elektromobilität, Ride-Sharing und autonomes Fahren gegenüberstehen. Die gesamte Industrie befindet sich in rasanter und intensiver Transformation. Und Volkswagen als

größter Automobilhersteller hat in diesem Prozess eine Führungsrolle inne. Ich erzähle den Menschen in den Vereinigten Staaten auch, wie sehr ich von der Arbeitsmoral der Volkswagen Mitarbeiter beeindruckt bin. Sie arbeiten hart, sehr hart, und sie richten sich nach sehr hohen Maßstäben.



Feedback: Larry Thompson bei der Präsentation von neuen Videos zu den Group Essentials.

Wie lange wird Volkswagen noch mit dem Dieselskandal zu tun haben?

Volkswagen sollte den Dieselskandal und die damit verbundenen finanziellen Schäden sowie den Verlust an Reputation niemals vergessen.

Wann wird Ihre Mission erfüllt sein?

Rein technisch gesehen endet meine Amtszeit als Monitor im Juni 2020. Meine Mission wird jedoch hoffentlich für immer erfüllt bleiben. Und so lange, dass ein Skandal in der Größenordnung des Dieselskandals im Unternehmen nicht wieder eintritt.

Sie haben Wolfsburg oft besucht. Was waren Ihre eindrucksvollsten Erlebnisse hier?

Ich mag Autos, und die Autostadt ist ein fantastisches Erlebnis. Auch bin ich von der Reichweite der Partnerschaften, zum Beispiel mit Uitenhage in Südafrika, sehr beeindruckt. Sie reichen ihnen die Hände, sie helfen den Menschen dort. Jeder in Wolfsburg, vom Bürgermeister angefangen, hat mich sehr gastfreundlich empfangen.

„Volkswagen wurde nach dem Skandal zu einem besseren Unternehmen.“

Larry D. Thompson



LARRY DEAN THOMPSON (GEBOREN 1945)

ist ein angesehener US-Jurist. Von 2001 bis 2003 war er stellvertretender Generalstaatsanwalt in Washington, die zweithöchste Position im US-Justizministerium. Als US-Staatsanwalt des nördlichen Bezirks von Georgia (Atlanta) hatte er mit komplexen Fällen zu tun, wie beispielsweise dem Enron-Skandal. Er lehrt Unternehmens- und Wirtschaftsrecht an der University of Georgia School of Law.

Das ist das neue Software-Ressort

Vorstandsbereich von Christian Senger bündelt die digitalen Aktivitäten rund ums Auto in der Marke Volkswagen – Sechs Abteilungen

Hochleistungscomputer auf Rädern: Die digitale Revolution hat das Automobil erreicht. Volkswagen bündelt deswegen seine Digital-Kräfte. Christian Senger und seine Mannschaft treiben die mobile

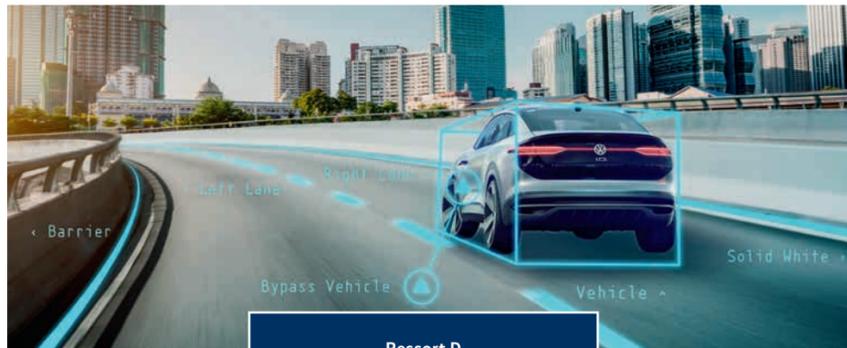


Software-Vorstand Christian Senger

Digitalisierung innerhalb des Konzerns und in der Marke weiter voran. Ziel ist, die Software-Aktivitäten zu bündeln und die markenübergreifende Zusammenarbeit an Software- und intelligenten Mobilitätskonzepten schlagkräftig und zukunftsfest aufzustellen. Christian Senger: „Volkswagen hat bereits einen wichtigen Schritt gemacht. Wir haben im Unternehmen die Entwicklung von Hardware und Software organisatorisch getrennt, und das übrigens als erster Automobilhersteller. Das ist wichtig, weil Software viel schnelleren Entwicklungszyklen folgt.“ Senger, der das hier vorgestellte Markenressort Digital Car und Services sowie in Personalunion die gleichnamige Konzernfunktion verantwortet, formt mit einem Team aus den Marken Audi, Porsche und Volkswagen eine agile, markenübergreifende „Car.Software“-Einheit in der bis 2025 mehr als 5.000 Experten und Top-Talente zusammengeführt werden sollen.

Abteilung DX

DX ist innerhalb des D-Ressorts die Zentralstelle für alle übergreifen-



Ressort D
Vorstand Christian Senger



Angelika Braun



Rolf Zöller



Christoph Hartung



Christian Birke



Qing Chang



Matthias Erb

den Themen. DX baut das D-Ressort auf und ist darüber hinaus verantwortlich für die Einrichtung der neuen, konzernweiten Software-Einheit. Arbeitsschwerpunkte sind: Koordinierung der gesamten Workstreams, Mitarbeiterkommunikation, Aufbau einer agilen und effizienten Gremienstruktur, Aufbau eines Change-managements, Definition und Umsetzung von New-Work-Themen – etwa neue Technologien zur Zusammenarbeit, neue Raumkonzepte für agile Teams und flexible Arbeitszeitmodelle.

Abteilung EE

Die EE bringt Elektronik-Innovationen in Serie. Schwerpunkte bilden dabei Connected Car, Infotainment und User Experience. Nach der Architekturfestlegung und Konzepterstellung werden Anforderungen in Lastenheften definiert und als Bauteil-, Funktions- oder Systemverantwortliche agieren die Entwickler hochvernetzt in engen Abstimmungen mit den zahlreichen Lieferanten. Dabei spielen definierte Prozesse, Methoden und Tools eine entscheidende Rolle. Durch das Zusammenwirken der hohen Anzahl an Kompo-

nenten in einem äußerst komplexen Umfeld kommt der E/E-Integration eine Schlüsselrolle zu. Sie stellt mit einer systematischen Analyse und Abarbeitung der E/E-Fehler die Anlaufqualität der Fahrzeuge sicher. Zukünftig werden die Lieferungen der Car.SW.Org, z. B. der digitale Assistent, in der EE markenspezifisch appliziert und in alle Volkswagen Projekte integriert.

Abteilung G4S/VX

Bei VX und G4S dreht sich alles um digitale Geschäftsmodelle. Von neuartigen We-Diensten wie We

Deliver, WeShare oder We Park über Business-Lösungen wie die CDIS-Box bis hin zu Kunden-Webseiten, Apps und E-Commerce Lösungen: G4S/VX denkt vom Kunden aus und schafft digitale Mobilitätsangebote.

Abteilung FIX

FIX arbeitet gemeinsam mit VX und G4S an den We-Diensten und der Service-Plattform. Dabei übernimmt FIX die Gesamtverantwortung für alle IT-Zuliefer- und -Entwicklungsleistungen.

Abteilung GT

GT steuert die Umsetzung des neuen VW.os. Das VW.os ist die technologische Zukunft: Mit Entwicklung unserer E³-Elektronik-Architektur, als Basis für das neue Volkswagen Ökosystem, ermöglichen wir es unseren Fahrzeugen, in Zukunft immer online, vernetzt und up to date zu sein. Wie bei einem Smartphone sollen sich unsere Kunden die neuesten Funktionen per Knopfdruck in ihre Fahrzeuge laden können. Wir realisieren eine im Konzern einheitliche digitale Fahrzeugarchitektur und schaffen dabei Synergien über alle Marken und Regionen hinweg.

Abteilung GX

Bei GX dreht sich alles um das Thema Holistic User Experience (HUX). Unter HUX versteht man das ganzheitliche Nutzererlebnis. Das geht weit über die Benutzung eines Fahrzeuges hinaus. HUX umfasst alle Kontaktpunkte, die Kunden mit der Marke Volkswagen haben – also auch Websites, Apps sowie sämtliche Mobilitätsangebote. Der Kunde von heute erwartet an jedem dieser Kontaktpunkte ein einheitliches, ansprechendes Design sowie eine leichte und intuitive Bedienbarkeit.

Senger: „Unser Software-Logo wird ein Prädikat sein“

Das will Christian Senger mit der neuen Software-Einheit erreichen – Bis 2025 mehr als 5.000 Experten und Top-Talente an Bord

Herr Senger, Sie sind Vorstand in einem Ressort, das es vorher bei Volkswagen noch nicht gab: Digital Car und Services. Was war Ihre erste Amtshandlung?
Mir ist es sehr wichtig, allen erst einmal zu sagen, was wir wollen und wie wir das tun. Volkswagen entwickelt, produziert und verkauft in der ganzen Welt hervorragende Autos. Beim Thema Software aber gehören wir noch nicht zu den Großen. Natürlich gibt es da viele Fragen. Wohin wollen wir bei dem Thema? Wie kann das klappen? Und manchmal auch: Schaffen wir das? Ich bin überzeugt: ja! Ich will zusammen mit meinem Team beweisen, dass Volkswagen auch auf diesem Gebiet Spitzenleistung bringt.

Warum bewegt das Thema Digitalisierung ein Automobilunternehmen so sehr?
Ein Volkswagen wird Teil der digitalen Lebenswelt unserer Kunden: voll vernetzt und immer online. Das erwarten unsere Kunden von uns, wir sehen uns klar in der Pflicht. Mit Retro-Charme überzeugen wir keine Kunden. Unsere Software im Fahrzeug muss leistungsfähig, stabil, sicher und in schnellen Takten über eine Cloud-Anbindung aktualisierbar sein.

Sie wollen mehr Software selbst entwickeln, aber den Aufwand reduzieren?
Die Hauptlast haben wir heute mit der Vernetzung von Hardware und Software im Auto. Nur ein Beispiel: Aktuell müssen in Fahrzeugen der Marke Volkswagen bis zu 70 Steuergeräte

vernetzt werden, die mit Software von 200 verschiedenen Zulieferern laufen. Wir verwenden einen großen Teil unserer Kraft auf die technische Integration und arbeiten sehr viel auf den Entwicklungen Dritter. Das ist kein gutes Modell für die Zukunft. Wir müssen diejenigen sein, die die Software entwickeln, die die Standards bestimmen und sie für alle Marken und Zulieferer verfügbar machen.

Wie hoch ist der Anteil von selbst entwickelter Software heute?
Wir liegen heute bei einem Anteil von weniger als 10 Prozent. Das ist deutlich zu wenig. Im Volkswagen Konzern wollen wir bis 2025 einen Eigenanteil an der Softwareentwicklung von mehr als 60 Prozent erreichen.

Wie wollen Sie das erreichen?
Volkswagen hat bereits einen wichtigen Schritt gemacht. Wir haben im Unternehmen die Entwicklung von Hardware und Software organisatorisch getrennt, und das übrigens als erster Automobilhersteller. Das ist wichtig, weil Software viel schnelleren Entwicklungszyklen folgt. Den Weg gehen wir weiter. Wir wollen eine agile „Car.Software“-Einheit formen und dort bis 2025 mehr als 5.000 Experten und Top-Talente zusammenführen. Die Experten werden sich voll auf Fahrzeug-Digitalisierung und Entwicklung fahzeugnaher Dienste konzentrieren.



Vorstand Christian Senger im Interview: „Mit Retro-Charme überzeugen wir keine Kunden.“

Was ist das Ziel dahinter?
Die Plattform-Expertise, die Volkswagen bei der Hardware besitzt, übertragen wir nun auf Software. Wir entwickeln eine Software-Plattform, die von allen Konzernmarken und in allen Regionen eingesetzt wird. Konkret geht es um ein einheitliches Fahrzeug-Betriebssystem und die dazugehörige Cloud-Plattform, die Volkswagen Automotive Cloud.

Was schreiben Sie denn als künftige Priorität für die Softwareentwicklung auf den Zettel?
Klare Antwort: die Absicherung der Anläufe, also den termingerechten Produktionsstart unserer Autos. Generell werden wir uns daran messen lassen müssen, immer zuverlässig zu liefern.

Werden die großen Marken im Volkswagen Konzern denn noch eigene Kompetenzen im Bereich Software behalten?
Ja. Das ist sinnvoll, denn Software und alle digitalen Funktionen, die für unsere Kunden erlebbar sind, werden in Zukunft noch stärker zur Markenpositionierung beitragen. Die Arbeitsteilung ist einfach: Wir werden in Konzernverantwortung die Software-Plattform mit Basisfunktionen für alle definieren und auf diese Weise ein virtuelles Regal befüllen, aus dem sich die Marken bedienen. Die Marken haben dann die Möglichkeit, bestimmte Basisumfänge zu individualisieren. Und ganz unberührt davon behalten die Technischen Entwicklungs-

abteilungen der Marken ihre Verantwortung für die hardwarenahe Entwicklung.

Was haben denn Volkswagen Kunden von dieser Neuorganisation der Softwareentwicklung bei Volkswagen?
Unsere Kunden profitieren davon erheblich. Sie erleben Autos von Volkswagen künftig noch dynamischer, aufregender und individueller. Der Schlüssel dafür ist die einheitliche Software-Plattform mit ihren Standards. Denn so können wir Softwareentwicklung neu denken, den Fokus verschieben auf die Kreation. Wir werden Fahrzeug-Updates, nützliche Services und neue spannende Features schnell und zuverlässig anbieten.

Herr Senger, zum Schluss noch eine Frage: Wie sieht Ihre Vision für die Software „made by Volkswagen“ in 2025 aus?
Viele Entwicklungen aus dem Volkswagen Konzern gelten heute als Gütesiegel für den technischen Fortschritt der Automobilindustrie. Ein Beispiel: Für viele Millionen Menschen steht das berühmte Label „quattro“ von Audi für das Maß der Dinge in Sachen Allradantrieb. Genau dahin wollen wir. Wenn sich die Menschen in wenigen Jahren in einem Autohaus oder virtuellen Showroom unsere Autos anschauen, dann sollen sie unser Software-Logo am Fahrzeug sehen. Das wird ein Prädikat sein.

Neue Struktur und neue Prozesse: Veränderungen im Bereich Personal

Gunnar Kilian: „Die Transformation der Marke Volkswagen gelingt nur, wenn auch das Personalressort optimal aufgestellt ist“

Das Personalressort der Marke Volkswagen besetzt in diesem Sommer die Personalstellen mehrerer Standorte und bei Gesellschaften neu. Darüber hinaus wird eine neue Funktion die Personalarbeit der Produktionsstandorte der Marke koordinieren.

Personalvorstand **Gunnar Kilian:**



„Die Transformation der Marke Volkswagen gelingt nur, wenn auch das Personalressort optimal aufgestellt ist. Deshalb überarbeiten wir unsere Prozesse, wir digitalisieren, wir strukturieren neu und setzen auf Top-Know-how unserer Führungsteams. Die personellen Veränderungen vertiefen das Know-how jedes Einzelnen, verbreitern den Erfahrungshorizont und fördern die Zusammenarbeit zwischen Standorten und Gesellschaften.“ Die Veränderungen erfolgen bis spätestens 1. September. Die einzelnen Personalien:



Andrea Morgan-Schönwetter übernimmt die Gesamtverantwortung Recruiting & Talent-Marketing

für die Volkswagen AG und berichtet direkt an Personalvorstand Gunnar Kilian (siehe auch Interview S. 11). Sie studierte Betriebswirtschaftslehre und war vor ihrem Wechsel zu Volkswagen Anfang dieses Jahres für die Telekom

tätig. Verantwortlich war sie dort unter anderem für das Personalmarketing. Sie leitete außerdem das Recruiting und baute das Recruiting-Center auf und aus.



Nicole Kösling, Personalleiterin im Werk Chattanooga (USA), wird Leiterin Personal des Werks Wolfsburg. Kösling folgt auf Jörg Maszutt.

Sie ist Kauffrau und MBA, begann ihre Berufslaufbahn im Personalwesen von Faurecia und wechselte 2003 zur Auto 5000 in den Volkswagen Konzern. Nach verantwortlichen Funktionen, unter anderem als Personalleiterin des Sitzherstellers SITECH, übernahm sie 2017 die Personalleitung im Werk Chattanooga.



Jörg Maszutt, Leiter Personal Werk Wolfsburg, verantwortet künftig die Personalarbeit der weltweiten Automobilwerke von

Volkswagen. Er berichtet direkt an den Generalbevollmächtigten und Personalleiter der Marke Volkswagen, Martin Rosik. Maszutt arbeitet seit 41 Jahren im Konzern. Ab 1994 hatte er verantwortliche Funktionen im Personalwesen inne, unter anderem für die Personal-Service-Center in Wolfsburg sowie die Bereiche Produktion, Beschaffung, Qualitätssicherung und Finanzen. Seit 2011 ist er Leiter Personal Werk Wolfsburg.



Burkhard Ulrich, Geschäftsführer Personal und Organisation bei Volkswagen Osnabrück, wird Personalleiter in Chattanooga (USA).

Er folgt auf Nicole Kösling. Ulrich arbeitet seit 27 Jahren im Konzern, seit 2002 im Personalwesen in unterschiedlichen verantwortlichen Funktionen, unter anderem in der Managementberatung. 2016 wurde er Geschäftsführer in Osnabrück.



Katrin Börsting, Personalleiterin Werk Salzgitter, wird Geschäftsführerin Personal und Organisation bei Volkswagen Osnabrück. Sie folgt auf

Burkhard Ulrich. Börsting ist Politikologin und begann 1992 bei Volkswagen. Sie war unter anderem Personalleiterin bei der SITECH in Polen. 2010 wurde Börsting erstmals Geschäftsführerin Personal und Organisation bei Volkswagen Osnabrück, 2016 dann Personalleiterin in Salzgitter.



Lutz Becker, Leiter Labour Relations und Mitarbeiterbeteiligung, wird Personalleiter im Werk Salzgitter. Er tritt die Nachfolge von Katrin

Börsting an. Becker ist Pädagoge und arbeitet seit 23 Jahren im Konzern. Nach Stationen unter anderem in der Coaching und im Personalwesen Management verantwortete er die Industrial Relations sowie die Labour Relations und das Stimmungsbarometer.



Susanne Scholtyssek, Personalleiterin Technische Bereiche Marke Volkswagen, wird Leiterin der Hauptabteilung Personalwesen Geschäftsleitung und Produktion der Porsche AG in Zuffenhausen. Scholtysseks bisherige Funktion übernimmt Dietmar Albrecht, Lei-

ter Volkswagen Group China Academy. Sie ist Politikwissenschaftlerin und arbeitet seit 2010 im Personalbereich. Nach Stationen in Kassel, als Vorstandsreferentin und Aufgaben in der Geschäftsführung der AutoVision Zeitarbeit übernahm sie 2016 die Personalleitung der Technischen Bereiche.



Dietmar Albrecht wird Personalleiter Technische Bereiche der Marke Volkswagen. Er studierte Mathematik und Informatik.

2002 kam er zu Volkswagen und trug dort unter anderem Verantwortung für Lerndesign, Kompetenzmanagement und Personalentwicklungsstrategie. 2015 übernahm er die Leitung der Volkswagen Group China Academy in Peking.



Sebastian Krapoth, Sprecher der Geschäftsführung der Volkswagen Group Services, wird Personalvorstand bei Volkswagen

Slovakia. Auf Krapoth folgt Hartmut Rickel. Zugleich wird Thorsten Falk, Geschäftsführer Volkswagen Group Retail Deutschland, in die Geschäftsführung der Group Services berufen. Krapoth ist Psychologe und seit 1998 im Konzern. Nach verantwortlichen Funktionen bei Volkswagen Nutzfahrzeuge in Hannover übernahm er 2014 die Personalleitung der AutoVision. Seit 2016 ist er Sprecher der Geschäftsführung der Volkswagen Group Services.



Hartmut Rickel wird Sprecher der Geschäftsführung der Volkswagen Group Services. Er

ist Wirtschaftsingenieur und seit 28 Jahren im Konzern. Nach Funktionen im Controlling bei Volkswagen in Wolfsburg und von Skoda leitete er seit 2009 die Vertriebssteuerung der Marke. 2017 wurde Rickel in die Geschäftsführung der Volkswagen Group Services berufen.



Thorsten Falk wird in die Geschäftsführung der Volkswagen Group Services berufen. Er ist

Ingenieur und seit 27 Jahren im Konzern. Ab 2008 hatte er verantwortliche Funktionen im Zentralen Personalwesen inne, unter anderem als Personalleiter für die Bereiche Vorsitzender des Vorstandes und Konzernbeschaffung. Zuletzt war er Geschäftsführer Personal und Organisation der Volkswagen Group Retail Deutschland (VGRD).



Stefan Baier, Projekt-Manager HR Leadership bei Audi, wird Executive Vice

President Human Resources bei der Volkswagen Group of America und Chief Human Resources Officer der Region Nordamerika. Er ist Kaufmann. Nach Stationen bei Infineon und Siemens wechselte er 2000 zu Audi. Dort arbeitete Baier als Personalleiter, unter anderem bei Audi of America. Später war er Leiter Konzern-Management-Entwicklung Vertrieb, Leiter HR Operations bei MAN und zuletzt Projekt-Manager HR Leadership bei Audi.



Klimaneutrales Rechenzentrum in Norwegen

Betrieben wird es ausschließlich mit Strom aus Wasserkraft – Hohe CO₂-Einsparung

Der Volkswagen Konzern hat ein neues, klimaneutral betriebenes Rechenzentrum in Rjukan (Norwegen) bezogen. Gemeinsam mit dem Partner Green Mountain hat er den Standort in sechs Monaten aufgebaut. Betrieben wird das Rechenzentrum zu 100 Prozent mit Strom aus Wasserkraft. So lassen sich pro Jahr mehr als 5.800 Tonnen CO₂ im Vergleich zu einem konventionell betriebenen Rechenzentrum sparen.



Mario Müller, Leiter IT-Integration

Die maximale Leistung von 2.750 Kilowatt werden Volkswagen und Audi für Hochleistungs-server nutzen, auf denen sie rechenintensive Projekte ihrer Fahrzeugentwicklung verarbeiten. Dazu zählen die Simulation von Crashtests und virtuelle Windkanal-Erprobungen. Sie auf



Blick auf und in das Rechenzentrum: Es ist etwa zwei Autostunden von Oslo entfernt.

externe Rechenzentren auszulagern, entlastet die IT-Infrastruktur an den Heimatstandorten. „Mit neuen Technologien und digitalen Formen der Zusammenarbeit wächst der Bedarf an Rechenleistung im Unternehmen. Wir bauen unsere Kapazitäten deshalb stetig aus“, sagt Mario Müller, Leiter IT-Integration und Services im Volkswagen Konzern.

Er betont: „Uns sind betriebswirtschaftliche Aspekte und Nachhaltigkeit wichtig. Das neue

Rechenzentrum in Norwegen überzeugt in beiden Punkten. Der Betrieb ist kostengünstig und vollständig klimaneutral.“ Hintergrund: Standorte für Rechenzentren in den nordischen Ländern Europas qualifizieren sich durch gute Verfügbarkeit von günstiger, umweltfreundlicher Energie und Witterungsbedingungen, die sich für eine effiziente Kühlung der Anlagen nutzen lassen. Volkswagen betreibt bereits in Island ein klimaneutrales Rechenzentrum.

Dieser Standort ist etwa so groß wie der in Norwegen und spart jährlich rund 6.200 Tonnen CO₂.

Darüber hinaus betreibt Volkswagen an vielen nationalen und internationalen Standorten Rechenzentren „innerhalb der Werkzäune“. Deren Leistung wird vor allem für unmittelbar geschäftsrelevante Anwendungen genutzt, zum Beispiel Applikationen für die Produktion, die Logistik oder den Vertrieb.



Rechenzentrum steht in Norwegen

Das neue Rechenzentrum in Norwegen liegt etwa 180 Kilometer westlich von Oslo im Ort Rjukan. Es wurde vom Partner Green Mountain gebaut, der auf die Bereitstellung von Rechenzentrum-Kapazitäten für internationale Unternehmen spezialisiert ist.



Herbert Diess: Volkswagen will Führungsrolle bei Elektromobilität übernehmen.

China: So plant der Konzern die E-Offensive

Volkswagen will in China die Führungsrolle beim Thema Elektromobilität übernehmen. Das bekräftigte der Vorstandsvorsitzende des Volkswagen Konzerns, Herbert Diess, jüngst beim ersten World New Energy Vehicle Congress in der südchinesischen Stadt Bo'ao. So bekennt sich Volkswagen zu dem Ziel, auf dem chinesischen Markt bis 2035 den E-Auto-Anteil auf 50 Prozent der jährlichen Auslieferungen zu steigern. Das entspricht dem im Abschlussbericht des Kongresses für 2035 auf dem Weltmarkt prognostizierten E-Auto-Anteil. Damit bekommt China entscheidende Bedeutung für die Dekarbonisierungsstrategie des Volkswagen Konzerns. Bereits in diesem Jahr will Volkswagen chinesischen Kunden 14 elektrifizierte Modelle anbieten. Bis 2028 sollen mehr als die Hälfte der vom Konzern geplanten 22 Millionen E-Autos in China produziert werden. Gleichzeitig stärkt Volkswagen die Entwicklungsarbeit. Mehr als 4.500 Ingenieure arbeiten im Land an Zukunftstechnologien. Im Zuge seiner E-Mobilitätsstrategie plant der Volkswagen Konzern, bis 2028 rund 11,6 Millionen E-Autos in China zu produzieren: mehr als die Hälfte des vom Konzern angestrebten Gesamtziels von 22 Millionen.



Im Gespräch: Axel Heinrich (r.) mit Vorständen Stefan Sommer und Frank Welsch (v. l.).

1.850 Gäste bei Group Innovation

Auf dem Prüfgelände in Ehra bei Wolfsburg haben wieder die „Future Mobility Days“ stattgefunden. Unter den 1.850 Gästen waren auch der Volkswagen Aufsichtsratsvorsitzende Hans Dieter Pötsch, mehrere Mitglieder des Vorstands sowie Vertreter des Nachhaltigkeitsbeirats. Eingeladen hatte die Group Innovation, ehemals Konzernforschung, die an vier Tagen eine Vielzahl von Projekten präsentierte. Unter anderem ging es um das autonome Fahren, um Sicherheitsassistenten, Mobilitätsdienste und nachhaltige Materialien im Fahrzeugbau. „Unsere Kolleginnen und Kollegen aus den Innovation Centern Asien, Kalifornien und Europa sowie aus den Innovation Hubs Tel Aviv, Tokio und Barcelona brachten mit ihren Themen die übergreifende internationale Zusammenarbeit mit ein“, sagt Axel Heinrich, Leiter Group Innovation. „Für die Mannschaft der Group Innovation waren es sehr erfolgreiche Tage mit einem tollen Feedback von allen Marken.“

Das sagte Herbert Diess den Top-Managern

Konzernchef präsentierte die weiterentwickelte Konzernstrategie „Together 2025+“

Volkswagen Chef Herbert Diess hat vor rund 450 Top-Managern aus aller Welt die Weiterentwicklung der Konzernstrategie „Together 2025+“ vorgestellt. Anlass war die Global-Top-Management-Konferenz des Volkswagen Konzerns. Sie fand erstmals in der neuen Veranstaltungshalle „Hafen 1“ im Werk Wolfsburg statt.

„Shaping mobility – for generations to come“ – so lautet die neue Vision der geschärften Strategie. Mit ihr reagiert Volkswagen auf künftige Herausforderungen, um Mobilität nachhaltig zu gestalten. Diess: „Mit unserem Aktionsplan für unsere weiterentwickelte Strategie „Together 2025+“ erhöhen wir noch einmal das Tempo und schärfen den Fokus bei der Transformation unseres Unternehmens.“

Die Strategie sieht einen Aktionsplan mit fünf strategischen Modulen vor. Sie heißen: **Best Governance, Best Performance, Best Brand Equity, Software-Enabled Car Company, Excellent Leadership.**

• **Best Governance:** Wir schaffen eine fokussierte, schlanke Konzernholding, die Marken optimal steuert und Entscheidungsprozesse beschleunigt. Wir intensivieren den Austausch mit unseren Stakeholdern und überprüfen systematisch, ob wir der beste Eigentümer für die verschiedenen Geschäftsbereiche sind. Mit einem Dekarbonisierungs-Index machen wir unsere CO₂-Ziele messbar und die Fortschritte bis zur CO₂-Neutralität in 2050 transparent.

• **Best Performance:** Wir arbeiten an der nachhaltigen Wertsteigerung des Unternehmens durch eine stärkere Orientierung an der Kapitalrentabilität und dem konsequenten Heben von Synergien. Bis 2025 streben wir eine Kapitalrendite von mehr als 15 Prozent für den Konzern an. Auch in der Steuerung der Fahrzeugprojekte orientiert sich Volkswagen künftig an der Kapitalrendite.

• **Best Brand Equity:** Das Markenportfolio des Volkswagen Konzerns wird neu ausgerichtet und geschärft. Für jede Marke werden das Profil, der Markenauftrag und die Kernwettbewerber trennscharf festgelegt. Damit wollen wir den Wert unserer Konzernmarken bis 2025 deutlich steigern.

• **Software-Enabled Car Company:** Volkswagen will bis 2025 Software zur neuen Kernkompetenz machen und wird hierzu mehr als 5.000 Software-Experten in einer Organisationseinheit bündeln. Bis 2025 laufen alle neuen Fahrzeugmodelle konzernweit auf unserer eigenen, markenübergreifenden Software-Plattform – und holen mit unserem digitalen Ökosystem die Lebenswelt der Kunden ins Auto.

• **Excellent Leadership:** Beim Wandel zu einer offenen, partnerschaftlichen und integren Führungskultur müssen wir schneller vorankommen. Hierfür stellt Volkswagen die Managemententwicklung und -qualifizierung grundlegend neu auf und setzt auf mehr Vielfalt im Management: So soll unter anderem der Anteil weiblicher Führungskräfte bis 2025 auf mehr als 20 Prozent erhöht werden.



Herbert Diess: Der Konzernchef sprach in Wolfsburg vor 450 Top-Managern aus aller Welt.

Anzeige

SPEKTAKULÄRES SHOWPROGRAMM | MUSIK | BEACHCLUB | OPEN-AIR-ACTION | ZUKUNFT DER MOBILITÄT

SOMMERSPASS FÜR GROSS UND KLEIN | AUTOMOBILE ERLEBNISSE | MITMACHANGEBOTE | U. V. M.

19. JULI – 1. SEPTEMBER 2019

A
AUTOSTADT

PROGRAMM UND TICKETS UNTER:
AUTOSTADT.DE/FESTIVAL

„Software-Experten werden heute heftig umworben“

360°-Interview: Andrea Morgan-Schönwetter über die Neuausrichtung des Personal Recruitings bei Volkswagen

Volkswagen wird in den nächsten Jahren mindestens 2.000 neue Arbeitsplätze mit Bezug zur Digitalisierung schaffen. Die Rekrutierung geeigneter Spezialisten wird eine der Hauptaufgaben von Andrea Morgan-Schönwetter sein. Seit Januar leitet sie den neu geschaffenen Bereich Recruiting & Talent Marketing in Wolfsburg.

Frau Morgan-Schönwetter, was ist neu am Bereich, den Sie gerade aufbauen? Bislang war das Rekrutieren neuer Mitarbeiter nur eine von vielen Aufgaben der Personalreferenten. Das werden wir ändern. Aktuell haben wir 25 Mitarbeiter, die sich nur um diese Sache kümmern. Bis Ende des Jahres sollen es bis zu 80 werden.

Warum ist das notwendig?

Bei Ingenieuren und anderen klassischen Berufen der Automobilbranche war Volkswagen viele Jahrzehnte lang als Top-Arbeitgeber gesetzt. Eine Ausschreibung über unsere Karriereseite reichte aus, um genügend Bewerbungen zu generieren.

Und das hat sich geändert?

Absolut. Wir suchen heute andere Profile als noch vor einigen Jahren, vor allem Softwareentwickler und IT-Spezialisten. Diese Experten werden aber heftig umworben, nicht nur von Unternehmen wie Google und Facebook, sondern auch von Wettbewerbern wie der Deutschen Bahn, Bayer und Adidas. Wenn wir für diese neue Zielgruppe noch nicht automatisch als potenzieller Arbeitgeber infrage kommen, dann müssen wir aktiv auf sie zugehen.

Wie wird das konkret aussehen?

In vielen Köpfen ist noch nicht angekommen, dass sich Volkswagen zu einem Software-Anbieter entwickelt. Als ich vor einem halben Jahr angefangen habe, war mir auch nicht bewusst, wie viel Bewegung hier drin ist. Dieses Momentum



Lust auf Volkswagen: Mit modernen Personal-Kampagnen (siehe Motive links) soll vor allem das Interesse bei Software-Spezialisten geweckt werden.



„Die aktuelle Kampagne zeigt es: Wir werden in der Ansprache persönlicher. Und wir duzen.“

müssen wir nutzen und den Leuten erklären, dass sie die Chance haben, die Transformation dieses Riesenunternehmens mitzugestalten. Um das zu kommunizieren, müssen wir die richtigen Leute natürlich erst einmal erreichen. Neben crossmedialen Kampagnen gehen wir daher auch auf Entwickler-Events, haben vor einigen Wochen zum Beispiel die große Software-Konferenz „We are Developers“ in Berlin besucht.

Sie verantworten auch das Personalmarketing. Was ändert sich dort?

Die aktuelle Kampagne zeigt es ja schon: Wir werden in der Ansprache persönlicher und duzen. Ein Plakat gibt den Denkanstoß: Stellt Volkswagen eigentlich auch Leute ein, die das Auto abschaffen wol-

len? So etwas wäre vor zwei bis drei Jahren wahrscheinlich nicht möglich gewesen. Das ist provokant, hat aber einen Hallo-wach-Charakter und sorgt für Aufmerksamkeit.

Zuständig sind Sie auch für den internen Konzern-Arbeitsmarkt. Wie läuft es hier?

Die Seite in Group Connect ist seit einigen Wochen online und wird gut angenommen. Es handelt sich hierbei um einen Piloten, es sind also noch nicht alle Marken an Bord. Aber es ist ein erster Schritt hin zu mehr Transparenz. Ziel ist es, alle Marken und Gesellschaften zu integrieren und damit allen Mitarbeitern Transparenz über Vakanzen und etwaige Entwicklungsmöglichkeiten innerhalb des Konzerns zu bieten.



Andrea Morgan-Schönwetter

war 18 Jahre bei der Deutschen Telekom in unterschiedlichen Funktionen im Bereich Personalmarketing und Recruiting tätig. Seit Januar arbeitet sie für Volkswagen. Hier ist sie für Konzern und Marke verantwortlich und berichtet direkt an Personalvorstand Gunnar Kilian.

Aufsichtsrat: Schönhardt folgt auf Dietze

Im Aufsichtsrat der Volkswagen Aktiengesellschaft hat es aufseiten der Arbeitnehmer einen Wechsel



Neu im Aufsichtsrat: Conny Schönhardt

gegeben: Conny Schönhardt (41), die seit Januar im Vorstand der IG Metall im Bereich Strategische und Politische Planung tätig ist, hat das Aufsichtsratsmandat von Birgit Dietze (46)

übernommen. Beide Gewerkschafterinnen haben in den Gremien der Volkswagen Arbeitnehmervertreter in den vergangenen Monaten bereits gemeinsam Aufgaben wahrgenommen. Für Schönhardt ist die Aufgabe im Konzern auch eine Rückkehr: Mitte der 1990er Jahre absolvierte sie bei Volkswagen Nutzfahrzeuge in Hannover eine kaufmännische Ausbildung und arbeitete dort als Montagerin.

Internationale Stiba-Konferenz in Wolfsburg

Mehr als 100 Stimmungsbarometer-Koordinatoren und -berater aus 73 Konzerngesellschaften haben an der Internationalen Stimmungsbarometer-Konferenz 2019 teilgenommen. Sie kamen aus 19 Ländern zu der dreitägigen Veranstaltung in die Volkswagen Arena Wolfsburg. Im Mittelpunkt stand die Frage: Wie können wir das Stimmungsbarometer gemeinsam stärken? Der Fokus liegt dabei auf der Phase nach der Mitarbeiterbefragung.

Arne Meiswinkel, Leiter Konzern Personalpolitik und -standards, betonte in seiner Rede: „Wir müssen konsequent den Folgeprozess des Stimmungsbarometers stärken. Denn insbesondere die Durchsprache der Ergebnisse sowie das Ableiten und Umsetzen von Maßnahmen sind wichtig, um die notwendigen Veränderungen bei Volkswagen voranzubringen.“ Er hob außerdem hervor, dass alle Stimmungsbarometer-Koordinatoren mit ihren Aufgaben einen wichtigen Beitrag zur Unternehmensstrategie und dem Kulturwandel bei Volkswagen leisten.

KONSEQUENT!
aufgeklärt

Keine Toleranz bei Regelverstößen

Statistik veröffentlicht: Der Volkswagen Konzern informiert über den Umgang mit Fehlverhalten

Volkswagen veröffentlicht seit 2018 in seinen internen Medien halbjährlich eine Statistik zu Fehlverhalten und den daraus gefolgten Sanktionen im Volkswagen Konzern. Ziel ist es zu zeigen, dass sich der Erfolg des Unternehmens nur auf faires, kundenorientiertes und regelkonformes Verhalten gründen kann.

Dass das Unternehmen Fehlverhalten ahndet, wird auch am folgenden Beispiel aus dem Volkswagen Konzern deutlich: Das Unternehmen hat einen Manager gekündigt, dem eine lange Reihe von Verfehlungen nachgewiesen worden waren. So hatte er zum Beispiel falsche Abrechnungen eingereicht und Belege von Kollegen abzeichnen lassen, die er darum gar nicht hätte bitten



Konzern Vorständin für Integrität und Recht: Hiltrud D. Werner.

dürfen. Zudem ging er mehrmals ohne Genehmigung auf Dienstreise. Die Führungskraft hat außerdem wiederholt ein Abteilungsfahrzeug für private Fahrten ausgeliehen und es auf Kosten des Unternehmens betankt.

Dazu sagt Hiltrud Dorothea Werner, Mitglied des Konzernvorstands für Integrität und Recht: „Der Code of Conduct gibt jedem Mitarbeiter Orientierung und bildet die elementare Grundlage für unser Handeln im Unternehmen. Wer sich daran hält, kann sicher sein, dass er richtig und im Interesse des Unternehmens handelt. Unternehmensvermögen für private Zwecke zu nutzen, verstößt klar gegen die konzernweit verbindlichen Verhaltensgrundsätze und wird von uns nicht geduldet.“

Aktuelle Statistik Entlassungen und Verwarnungen

Im ersten Quartal 2019 kam es in 51 Gesellschaften des Volkswagen Konzerns mit jeweils mehr als 1.000

Mitarbeitern zu 903 Verweisen und Abmahnungen, 204 Mitarbeiter wurden wegen regelwidrigen Verhaltens entlassen. In diesen Gesellschaften arbeiten rund 427.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Die Gründe für die Sanktionen waren vielfältig:

- Arbeitszeit (zum Beispiel unentschuldigte Fehltag): 106 Kündigungen
- Eigentumsdelikte / betrügerische Handlungen inkl. Anstiftung: 24 Kündigungen
- Diskriminierung, Mobbing, Stalking: 1 Kündigung
- Nichterbringung der geschuldeten Arbeitsleistung: 21 Kündigungen
- Störung des Betriebsfriedens (zum Beispiel Tätlichkeiten, Drohungen oder Beleidigungen): 8 Kündigungen

- Verstoß gegen das Alkohol- und Drogenverbot: 30 Kündigungen
- Vorteilsnahme, Korruption, Interessenskonflikt (zum Beispiel Nutzung von Insiderwissen): 1 Kündigung
- Betrug gegenüber Dritten (zum Beispiel Behörden oder Kunden), inklusive der Anstiftung dazu: 1 Kündigung
- Verstoß gegen Datenschutzbestimmung und Geheimhaltungsvorschrift: 1 Kündigung
- Verstoß gegen Arbeitssicherheitsvorschriften: 1 Kündigung
- Sonstige Verstöße gegen arbeitsrechtliche Verpflichtungen (zum Beispiel Verstöße gegen die Verhaltensgrundsätze, gegen Verkehrsregeln auf dem Betriebsgelände oder unerlaubte Nebentätigkeiten): 10 Kündigungen

Mit „goTOzero“ zum CO₂-neutralen Unternehmen

Volkswagen verabschiedet neues Konzern-Umweltleitbild und neue Umweltpolitik

„goTOzero“ heißt das neue Konzern-Leitbild Umwelt von Volkswagen. Und der Name ist Programm, denn „goTOzero“ steht dafür, dass Volkswagen mit seiner Wirtschaftsweise nicht nur die Umwelt möglichst wenig belastet, sondern vor allem ab 2050 CO₂-neutral sein wird. Im Rahmen der Konzernstrategie „TOGETHER – Strategie 2025+“ wird damit der nächste logische Schritt hin zu einem umfassend nachhaltigkeitsorientierten Unternehmen unternommen. Konkret bedeutet dies, die Umweltauswirkungen sämtlicher Produkte und Mobilitätslösungen entlang des gesamten Lebenszyklus – von der Rohstoffgewinnung bis zum Recycling – zu minimieren, um einerseits die Ökosysteme intakt zu halten und andererseits einen positiven Beitrag für die Gesellschaft zu leisten. „goTOzero“ konzentriert sich hauptsächlich auf die vier Handlungsfelder Klimawandel, Ressourcen, Luftqualität und Umwelt-Compliance. Hinsichtlich des Klimawandels hat sich Volkswagen zur Einhaltung des Pariser Klimaschutzüberein-

kommens von 2015 verpflichtet (siehe Infokasten). Das Ziel ist, bis 2050 ein CO₂-neutrales Unternehmen zu werden. Bereits bis 2025 sollen die Emissionen von Pkw und leichten Nutzfahrzeugen im Vergleich zu 2015 über den gesamten

Lebenszyklus um 30 Prozent gesenkt werden. Die Ressourceneffizienz soll weiter verbessert sowie Ansätze zu Wiederverwertung und Recycling in den Bereichen Werkstoffe, Energie und Wasser weiterhin gefördert werden. Ziel ist es heute schon, bis 2025 – im

Vergleich zu 2010 – die Umweltbelastungen durch die Produktion hinsichtlich CO₂, Energie, Wasser, Abfall und flüchtiger organischer Verbindungen um 45 Prozent pro Fahrzeug zu reduzieren. Volkswagen will bis 2025 den Anteil der batterieelektrischen Fahrzeu-

ge (BEV) am Modellportfolio auf 20 bis 25 Prozent ausbauen. Bereits bis 2023 will der Konzern rund 30 Milliarden Euro in die Elektromobilität investieren und bis 2028 über 70 neue E-Modelle auf den Markt bringen. Bis 2030 soll der BEV-Anteil der Neuwagenflotte in Europa und China auf

mindestens 40 Prozent steigen. Darüber hinaus engagiert sich der Konzern beim Aufbau der Ladeinfrastruktur und bietet bereits heute über sein Unternehmen Elli Volkswagen Naturstrom an. Bis Anfang 2020 baut Elli schrittweise ein Angebot an smarten Lade-Lösungen auf, das von Hard-

ware über Abrechnungs- und digitale Zusatzdienste bis zu kompletten Beratungspaketen reicht. Dazu gehören auch Wallboxen, Ladestationen und IT-basierte Energiemanagementsysteme sowie Kundenkarten für das Laden unterwegs. Und auch auf einem anderen Sektor gibt es ambitionierte Ziele: So will Volkswagen hinsichtlich seiner Integrität zum Vorbild für ein modernes, transparentes und erfolgreiches Unternehmen werden. Dazu werden effektive Managementsysteme installiert und kontrolliert, die die Umweltauswirkungen der Mobilitätslösungen über alle Lebenszyklusphasen hinweg abdecken.

Für die umweltrelevanten Entscheidungsverfahren sowie für die Steuerung von Projekten und sein Verhalten im Umweltschutz hat Volkswagen im Mai 2019 neue Grundsätze zur Umweltpolitik verabschiedet. Folgende fünf Bereiche stehen dabei im Zentrum: Führungsverhalten, Compliance, Umweltschutz, Zusammenarbeit mit Interessengruppen und kontinuierliche Verbesserung unserer Umweltleistungen.

Klimaschutz: Dekarbonisierung ist der Weg zum Ziel

Bilanzielle CO₂-Neutralität bis zum Jahr 2050 ist verbindliches Konzern-Ziel

Alle Hoffnungen der Klimaschützer, von führenden Wissenschaftlern bis zur „Fridays for Future“-Bewegung, machen sich derzeit am Pariser Klimaabkommen fest. 197 Staaten hatten sich 2015 darauf verständigt, die Erwärmung der Atmosphäre auf maximal zwei Grad Celsius bis 2050 zu begrenzen (siehe Infokasten rechts). Dafür muss es allerdings gelingen, die CO₂-Emissionen drastisch zu verringern. Da immerhin rund 14 Prozent der globalen Treibhausgas-Emissionen auf den Transportsektor entfallen – Tendenz steigend –, sind hier vor allem die Autohersteller gefordert.

Die Gesellschaft und vor allem die Kunden erwarten auch von Volkswagen einen angemessenen Beitrag. Der Volkswagen Konzern ist für ein Prozent des weltweiten CO₂-Ausstoßes verantwortlich. Deshalb hat sich Volkswagen die bilanzielle CO₂-Neutralität für seine Geschäftstätigkeit entlang der gesamten Wertschöpfungskette seiner Produkte und Dienstleistungen (Lieferkette, Produktion, Nutzungsphase und Recycling) bis zum Jahr 2050 zum Ziel gesetzt. Dazu wird zurzeit das Programm „Dekarbonisierung“ entwickelt und damit einer unternehmensweiten Nachhaltigkeitsstrategie eine zukunftsweisende Orientierung gegeben. „Auf dem Weg zur vollständigen Dekarbonisierung bis 2050 hat der Volkswagen Konzern in allen Bereichen Meilensteine festgelegt, die in den nächsten Jahren erreicht werden sollen“, sagt Konzernchef Herbert Diess.

Doch was genau bedeutet eigentlich Dekarbonisierung? Der Begriff ist dem englischen Wort „decarbonization“ entlehnt und steht für die Verminderung von „carbon“ (das englische Wort für Kohlenstoff).

Dekarbonisierung meint also in diesem Zusammenhang das Umstellen auf eine Wirtschaftsweise, die den Ausstoß von Kohlendioxid (CO₂) und anderen Treibhausgasen nachhaltig reduziert. Das Dekarbonisierungs-Programm folgt dabei dem Prinzip: Zuerst CO₂-Emissionen nachhaltig reduzieren und die Energieversorgung in allen Bereichen des Lebenszyklus auf regenerative Quellen umstellen. Im letzten Schritt werden dann die nicht vermeidbaren Emissionen durch Klimaschutzprojekte kompensiert. Solche Projekte beinhalten Investitionen z. B. in Waldschutz sowie erneuerbare Energieträger.

Was für konkrete Meilensteine hat sich das Unternehmen kurzfristig gesetzt?

Für den Bereich Pkw und leichte Nutzfahrzeuge verfolgt der Konzern das Ziel, den Ausstoß von Treibhausgas-Emissionen über den Lebenszyklus eines Fahrzeugs um 30 Prozent gegenüber 2015 zu senken. Dieses Ziel ist so ambitioniert, dass der Konzern damit seinen Beitrag zum Pariser Klimaziel leisten würde. Das geschieht unter anderem durch die ID. Modellfamilie, die 2020 mit der Einführung des ID.3¹ an den Start geht, inklusive Ladeinfrastruktur mit regenerativ erzeugtem Strom. Ein wichtiger Bestandteil ist die CO₂-neutrale Übergabe des Fahrzeugs an den Kunden. Dies geschieht durch Einsatz von regenerativ erzeugtem Strom beim Batterieerwerb sowie bei der Fahrzeugfertigung an den eigenen Standorten. Die nicht vermeidbaren CO₂-Emissionen werden dann durch entsprechende Klimaschutzprojekte kompensiert. Außerdem wird in der Energieversorgung der Standorte zum Beispiel von Steinkohle auf Gas umgestellt.

Und wo steht Volkswagen in seinen Bemühungen heute?

Für etwa die Hälfte der Einsparungen bis 2025 stehen bereits konkrete Maßnahmen fest – beispielsweise der ID.3¹ oder die Umstellung des Kraftwerks in Wolfsburg. Es bleibt die Herausforderung, die andere Hälfte in den kommenden Monaten mit weiteren Maßnahmen zu belegen. Dazu sollen selbstverständlich auch alle Beschäftigten beitragen, indem sie z. B. ihre Ideen an ihrem Arbeitsplatz einbringen, mit ihren Vorgesetzten über das Thema sprechen oder im 360°-Portal über CO₂-Einsparung und Elektromobilität mitdiskutieren.

Pariser Klimaabkommen

Das Übereinkommen von Paris aus dem Jahr 2015 ist die Vereinbarung von 197 Vertragsstaaten der UN-Klimarahmenkonvention mit dem Ziel der „Begrenzung der globalen Durchschnittstemperatur auf deutlich unter 2° C über dem vorindustriellen Niveau“ und der „Anstrengungen, den Temperaturanstieg auf 1,5° C über dem vorindustriellen Niveau zu begrenzen“. Das Abkommen wurde von 186 Nationen ratifiziert. Konsequenz ist, dass die Gesamtmenge an CO₂, die zwischen 2011 und 2050 noch in die Atmosphäre abgegeben werden darf, auf maximal 1.240.000.000.000 t begrenzt ist. Im Jahr 2014 wurden von der Menschheit rund 49 Gigatonnen CO₂ emittiert.

Fokus auf vier priorisierten Handlungsfeldern:

Klimawandel

Wir bekennen uns zum 2°-Ziel des Pariser Klimaschutzabkommens. Wir beabsichtigen, bis 2050 CO₂-neutrales Unternehmen zu werden.

Wir planen, bis 2025 unsere Treibhausgas-Emissionen von Pkw und leichten Nutzfahrzeugen im Vergleich zu 2015 über den gesamten Lebenszyklus um 30% reduziert zu haben. Wir tragen entlang des gesamten Lebenszyklus aktiv zum Umstieg auf regenerative Energien bei.



Ressourcen

Wir beabsichtigen, unsere Ressourceneffizienz zu maximieren, und fördern Kreislaufwirtschaftsansätze in den Bereichen Werkstoffe, Energie und Wasser.

Wir planen, bis 2025 die produktionsbezogenen Umweltexternalitäten (CO₂, Energie, Wasser, Abfall, flüchtige organische Verbindungen) im Vergleich zu 2010 um 45% pro Fahrzeug reduziert zu haben.



Luftqualität



Wir treiben die Elektromobilität voran, um die lokale Luftqualität zu verbessern.

Bis 2025 wird der Anteil von batterieelektrischen Fahrzeugen am Modellportfolio zwischen 20% und 25% betragen. Bis 2030 soll der E-Anteil in unserer Neuwagenflotte in Europa und China auf mindestens 40% steigen.

Umwelt-Compliance

Wir wollen in puncto Integrität zum Vorbild für ein modernes, transparentes und erfolgreiches Unternehmen werden, indem wir effektive Managementsysteme installieren und kontrollieren, die die Umweltauswirkungen unserer Mobilitätslösungen über alle Lebenszyklusphasen hinweg abdecken.



Unser Konzern-Umweltleitbild: „goTOzero“

Für alle unsere Produkte und Mobilitätslösungen streben wir danach, Umweltauswirkungen entlang des gesamten Lebenszyklus – von der Rohstoffgewinnung bis zum Lebensende – zu minimieren, um Ökosysteme intakt zu halten und einen positiven Impact für die Gesellschaft zu schaffen. Compliance mit Umweltregulierungen, Standards und freiwilligen Selbstverpflichtungen ist eine Grundvoraussetzung für unser Handeln.

„Beim Umweltschutz wollen wir Vorbild in der Autoindustrie sein“

Interview: Konzernvorstand Oliver Blume über die Ziele des Konzerns zur Reduzierung der Umweltbelastung

Wo steht der Volkswagen Konzern momentan in Sachen Umweltschutz? Der Umweltschutz hat für uns im Volkswagen Konzern eine große Bedeutung. Am Beispiel der Produktion wurden bereits 2011 im Rahmen unserer Strategie ehrgeizige und messbare Ziele zur Reduzierung der Umweltbelastung definiert. Seitdem haben wir vieles erreicht. Beispielsweise wurde der CO₂-Ausstoß unserer Fabriken inzwischen um 34 Prozent pro Fahrzeug verringert. Der Anteil der erneuerbaren Energien am Stromverbrauch im Konzern liegt weltweit bereits bei 37 Prozent. Zudem nutzen wir an 26 Konzernstandorten zu 100 Prozent Strom aus erneuerbarer Energie. Auf der Produktseite leisten unsere hocheffizienten Diesel-, Benzin- und Erdgasautos sowie die elektrischen Fahrzeuge einen wichtigen



Beitrag zur Ressourcenschonung. Mit unserem konsequenten Bekenntnis zur E-Mobilität, der Selbstverpflichtung auf das Pariser Abkommen sowie dem Null-Emissions-Ziel bis spätestens 2050 sind wir Vorreiter in der Industrie.

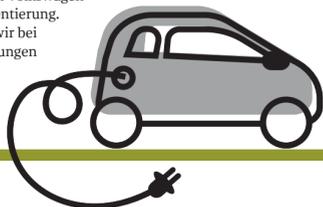
Warum gibt sich der Volkswagen Konzern gerade jetzt das Umwelt-Leitbild „goTOzero“? Unsere Umwelt zu erhalten, ist die vielleicht wichtigste Aufgabe seit Bestehen der Menschheit. Insbesondere der Klimawandel ist ein drängendes Thema, das unsere Gesellschaft bewegt. Auch wenn der Umweltschutz seit Jahrzehnten Teil der Kultur des Volkswagen Konzerns ist, stimmt es, dass wir das Klima durch die CO₂-Emissionen unserer unternehmerischen Tätigkeit beeinflussen. Wir handeln jetzt, um unseren Beitrag zu leisten, die Erderwärmung zu begrenzen. Beim Umweltschutz wollen wir Vorbild in der Autoindustrie sein. Mit „goTOzero“ setzen wir ein starkes Zeichen und geben unserem gesamten Team im Volkswagen Konzern eine Orientierung. Wichtig ist, dass wir bei unseren Anstrengungen für mehr Umweltschutz den

„Unsere Umwelt zu erhalten, ist die vielleicht wichtigste Aufgabe seit Bestehen der Menschheit.“

gesamten Produktlebenszyklus von der Entwicklung über die Herstellung und den Betrieb bis zum späteren Recycling betrachten. Zudem beziehen wir auch unsere Lieferanten ein. Nur zusammen können wir unsere Ziele erreichen.

Wie ermöglichen Sie die konsequente Umsetzung des Umwelt-Leitbildes im gesamten Konzern?

Der Konzernvorstand hat vor Kurzem eine Neufassung der Konzernrichtlinie zum Umweltmanagement beschlossen. Darin sind Anforderungen, Aufgaben und Verantwortlichkeiten definiert. Zusätzlich haben wir unser bestehendes Umweltmanagement-System um Compliance-Aspekte erweitert. Dort werden wir uns stark einbringen und besonders auf die Einhaltung des Regelwerks achten. Auch unser Umwelt-Berichtswesen haben wir überarbeitet und weiter systematisiert. Mit der neuen Konzernrichtlinie geben wir dem Umweltschutz die organisatorischen Grundlagen. Nun gilt es, „goTOzero“ im Unternehmensalltag zu leben.



Fernziel: Keine Umweltbelastung durch Fahrzeugproduktion

Konzernprojekt „goTOzero – Zero Impact Factory“ angelaufen

Eine Fabrik ohne negative Auswirkungen auf die Umwelt? Eine Fabrik, die unsere Umwelt durch ihre Abfälle, Schadstoffe und anderen Beeinträchtigungen für Mensch, Klima und Ökosysteme nicht belastet? Klingt zu schön, um wahr zu sein. Nicht für Roman Meininghaus, verantwortlicher Projektleiter bei Volkswagen. Zusammen mit seinem Team arbeitet Meininghaus an der Zero Impact Factory. „Unser Ziel ist eine Autoproduktion, die die Ökosysteme nicht belastet.“ Und das ist keine utopische Science-Fiction. Mit der Initiative „goTOzero – Zero Impact Factory“ der Konzern Produktionsstrategie wird der Weg beschrieben, wie aus der Vision Wirklichkeit werden kann. Mit einer Bewertungssystematik wird anhand von mehr als 130 Krite-

rien ermittelt, wie weit eine Fabrik davon entfernt ist, keine negativen Auswirkungen auf die Umwelt und die Nachbarschaft zu haben. Bewertet werden sowohl die Aspekte Klimaschutz und Energie, Emissionen, Wasser und Abfall als auch das Erscheinungsbild der Fabrik, die Förderung von Biodiversität und der Schutz des Bodens. Die Bewertungssystematik wurde

bereits an acht Konzernstandorten erprobt: Porsche in Zuffenhausen und Leipzig, Skoda in Mladá Boleslav, Volkswagen in Emden und Bratislava, Seat in Martorell, Audi in Brüssel sowie Volkswagen Nutzfahrzeuge in Września. Noch dieses Jahr folgen die Audi Standorte in Ingolstadt und Neckarsulm sowie weitere Standorte der Marke Volkswagen und Komponentenstandorte in China.

Das Ergebnis der Bewertung dient als Grundlage für einen Konzeptkatalog, der technische Maßnahmen und Vorhaben zur Verbesserung der Umwelleistung beinhaltet. Er umfasst Themen wie effiziente Wassernutzung durch Kreislaufführung und Regenwassernutzung genauso wie Energieeffizienz in Lackiererei und Lüftungsanlagen. Als Konsequenz wurden am Standort Emden Vorschläge zur Dach- und Wandbegrünung aufgegriffen und Maßnahmen zur Verbesserung der Biodiversität auf dem Werksgelände eingeleitet. Bestimmte Themen erfordern ein besonderes Engagement, wie beispielsweise die Reduzierung von Plastikmüll. Die Konzern Produktion und die Marken starten deswegen gemeinsam unter dem Dach von „goTOzero – Zero Impact Factory“ die Initiative „Zero Plastic Waste Factory“.

So zeigen erste Analysen von eingehenden und ausgehenden Verpackungsströmen an den Standorten Hannover und Pamplona ein deutliches Reduzierungspotenzial von Plastikverpackungen, das gehoben werden soll. Positiver Effekt der Reduzierung der Verpackungsmengen wäre, dass über die Müllvermeidung hinaus auch Kosten und Arbeitsschritte eingespart würden. Derzeit wird mit den Konzernmarken eine gemeinsame Vorgehensweise entwickelt, um das Thema Plastikvermeidung konzernweit systematisch und langfristig zu etablieren.



Arbeiten an der Zero Impact Factory (von links): Meike Baudis, Liendel Chang, Roman Meininghaus und Malte Gebler.

Das Konzern-Umweltleitbild ist im Internet veröffentlicht unter: https://www.volkswagenag.com/presence/nachhaltigkeit/documents/policy-intern/Mission_Statement_Environment_de.pdf

Die Umweltpolitik des Volkswagen Konzerns ist im Internet veröffentlicht unter: https://www.volkswagenag.com/presence/nachhaltigkeit/documents/policy-intern/KRL_17_Anhang_1_de_V2.0.pdf

¹ Das Fahrzeug wird in Europa noch nicht zum Verkauf angeboten.

Neues Chatprogramm fördert Zusammenarbeit

Bessere weltweite Vernetzung mit moderierten Gruppendiskussionen

Chatten bei der Arbeit? Auf jeden Fall! Denn in einem weltweit tätigen Konzern mit rund 640.000 Beschäftigten ist es schwer, alle an einem Tisch zu versammeln, um herauszufinden, was die Mitarbeiter bewegt. Komplexe Themen lassen sich nicht mit einem standardisierten Fragebogen erfassen, dazu braucht es die ausführliche Diskussion. Um Antworten zu finden, werden der Austausch mit Kollegen, Netzwerken und Wissenstransfer in der Zusammenarbeit heute immer wichtiger.

Doch wie finden diese neuen Werte ihren Platz im Arbeitsalltag? Der Bereich HR Strategie & Innovation der Personalabteilung hat dazu ein Pilotprojekt gestartet. Möglichst viele Kollegen aus allen Hierarchiestufen sollten aktiv in die Umstrukturierung des Personalbereichs eingebunden werden. Gelungen ist das Vorhaben mithilfe des moderierten Online-Chats Synthetron. 400 von 1.800 Personalern haben die neue Möglichkeit der Zusammenarbeit getestet und bei der Online-Befragung mitgemacht.



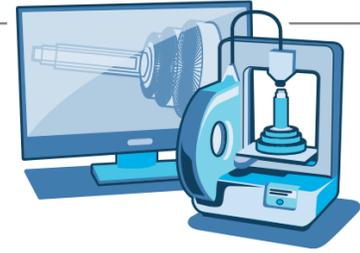
Leitet das Projekt: Janin Ebers.

Das Besondere: Wie in einem Workshop konnten die Teilnehmer all das auf den Tisch bringen, was sie gerade bewegt. Vorgegebene Antworten gab es nicht, jeder Mitarbeiter konnte anonym vom Arbeitsplatz aus teilnehmen. Kollegen, die mitdiskutierten, bewerteten die Aussagen der anderen Teilnehmer. Auf diese Weise kristallisierte sich schnell heraus, welche Themen den Mitarbeitern auf den Nägeln brennen – sogenannte Synthetrons entstanden. „Diese neue Form des Austauschs hat sehr geholfen in einem Prozess der Umstrukturierung und Neuordnung der Aufgaben der Personalabteilung, die Ängste und Sorgen, aber auch die Hoffnungen und Erwartungen zu hören. Hier zeigt sich, welches enorme Potenzial für Kulturveränderung in neuen digitalen Tools steckt“, fasst Projektleiterin Janin Ebers die Erfahrungen zusammen.



Virtuell im Dialog: Mitarbeiter tauschen sich weltweit über komplexe Themen aus.

Nach dem erfolgreichen Piloten wurde der Online-Chat bereits für andere Projekte genutzt: In Vorbereitung für die Volkswagen Management Conference haben Manager der Marke Volkswagen intensiv über die Elektro-Offensive, Zusammenarbeit im Konzernverbund und die geplanten Schritte bis 2025 diskutiert. Die internationalen Personalleiter haben sich damit auseinandergesetzt, wie die Zusammenarbeit verbessert werden kann. Janin Ebers: „Wir sind überrascht, wie positiv die Rückmeldungen sind. Die Zusammenarbeit ist hocheffizient und dabei wertschätzend, das Chatprogramm ein gutes Werkzeug für eine erfolgreiche Transformation.“



Leuchtturmprojekt: Ersatzteile aus 3D-Drucker

Konzern After Sales und Komponente: Neues Verfahren

Mit dem 3D-Druck-Verfahren will der Konzern After Sales ein weiteres Fertigungsverfahren für Kunststoffteile nutzen. Nach dem erfolgreich abgeschlossenen Pilotprojekt 2018 sind zwei Leuchtturmprojekte entstanden.

In Kooperation mit der Halle 2 des Komponentenwerks Kassel werden nun gemeinsam die nächsten Schritte eingeleitet, um für ein ausgesuchtes Portfolio zukünftig die Ersatzteilversorgung mit Teilen aus dem 3D-Druck abzusichern.

Das Verfahren ermöglicht es, Ersatzteile werkzeuglos herzustellen und die Teile nach Kundenbedarf anzufertigen. Dies spart bei kundenspezifischen Teilen erhebliche Werkzeugkosten. Lagerkosten können minimiert

und Allzeitbestände reduziert werden. Projektleiter Ulrich Evers: „Das vermeidet Verschrottungskosten, da die Allzeitbevorratung von bis zu 15 Jahren nach End of Production entfällt.“

Imelda Labbé, Leiterin Konzern After Sales sagt: „Damit können wir Kosteneffizienz steigern, Lagerbedarf und den CO₂-Fußabdruck senken.“ Erst kürzlich wurde dem Vorstand das neue Verfahren auf dem Standortssymposium in Kassel präsentiert.



Symposium im Werk Kassel: Projektleiter Ulrich Evers (rechts) stellt dem Konzernvorstand das 3D-Druck-Verfahren vor.

Anzeige

Audi BKK

„Nähe schafft Vertrauen.“

Verstanden. Wir sind persönlich für Sie vor Ort.

audibkk.de/kontakt

Zuhören ist unsere stärkste Leistung.

Audi BKK

Nun möglich: Praktikum in Europa

Auszubildende können ab sofort mit Volkswagen Unterstützung am Erasmus-Programm der EU teilnehmen

Die Berufsausbildung bei Volkswagen wird internationaler: Das Unternehmen ermöglicht seinen Nachwuchskräften ab sofort, an „Erasmus+“ teilzunehmen. Dieses Programm der Europäischen Union fördert ein vierwöchiges Praktikum für junge Leute bei einem Unternehmen in Europa – bei voll weiterlaufender Ausbildungvergütung durch Volkswagen und mit Zuschuss der EU.

Ab September starten 14 Frauen und Männer des Standorts Wolfsburg in ihr Erasmus-Abenteuer.



Claudia Cauers, kaufmännische Berufsausbildung

Die 18- bis 22-Jährigen zieht es nach Irland, Spanien, Frankreich und Malta. „Wir sind gespannt, was sie berichten werden“, sagt Claudia Cauers. Die Mitarbeiterin der kaufmännischen Berufsausbildung in Wolfsburg hat eigener Aussage zufolge im Werk Wolfsburg mit allen Ausbildungsbeteiligten die Strukturen und Prozesse dafür geschaffen, dass Azubis an dem EU-Programm teilnehmen können.

Das Ziel: Die jungen Leute sollen durch das selbst organisierte Auslandspraktikum selbstständiger und reifer werden. „Außerdem erweitern sie ihre Sprachkenntnisse. Und sie stärken ihre interkulturelle Kompetenz, wenn sie andere Kulturen nicht nur im Urlaub, sondern auch im Berufsalltag kennenlernen“, sagt Cauers und betont: „Wir sind ein weltweit agierendes Unternehmen und wollen unsere Azubis weltoffen ins Berufsleben starten lassen.“

Die Branche ist frei wählbar

Ihr Zielland in Europa können sich die Nachwuchskräfte selbst aussuchen. Und auch die Branche, in die sie hineinschnuppern möchten, ist frei wählbar. Die kaufmännischen Azubis werden zum Beispiel in Reisebüros oder Marketingagenturen tätig sein. Cauers: „Das ermöglicht ihnen den Blick über den Tellerrand und gibt Einblicke in vielleicht ganz andere Arbeitsweisen von Mittelständlern oder Kleinbetrieben.“ Bei Volkswagen in Wolfsburg lernen die jungen Leute Industriekaufmann/-frau, Kaufmann/-frau für Spedition und Logistikkdienstleistungen oder Kaufmann/-frau für Büromanagement.

Cauers selbst hätte vor 20 Jahren auch gern ein derartiges Programm



„Erasmus+“-Programmländer: Die EU-Mitgliedstaaten sowie Mazedonien, Island, Norwegen, Liechtenstein, Türkei und Serbien.

durchlaufen. Sie aber hat sich damals freistellen lassen, um in Spanien Auslandserfahrung zu sammeln. Das Geld lieh sie sich von ihren Eltern. Dennoch: „Es war die beste Zeit meines Lebens. Außerdem hat sich der Auslandsaufenthalt in meinem Lebenslauf gut gemacht und mir weitergeholfen.“ Umso glücklicher ist sie, dass die heutigen Azubis mit Unterstützung von Volkswagen an „Erasmus+“ teilnehmen können.

„ERASMUS+“ BEI VOLKSWAGEN

Auszubildende jeder Fachrichtung aus dem zweiten und dritten Lehrjahr (Mindestalter 18 Jahre) können mit der Unterstützung von Volkswagen am Programm „Erasmus+“ der Europäischen Union teilnehmen und ein vierwöchiges Praktikum bei einem Unternehmen in Europa absolvieren. Voraussetzung: Der vorgesezte Stammausbildende und das Personalwesen stimmen zu. Fragen oder Interesse? Schreiben Sie an **vwag r: wob, fachteam_erasmus**.



Freut sich auf die Zusammenarbeit: Beschaffungsvorstand Stefan Sommer.

Batterie: Volkswagen steigt bei Northvolt ein

Die Volkswagen AG investiert rund 900 Millionen Euro in gemeinsame Batterie-Aktivitäten mit Northvolt. Ein Teil der Summe ist für ein geplantes Joint Venture mit dem schwedischen Batteriehersteller vorgesehen, ein weiterer Teil geht direkt an Northvolt. Im Gegenzug erhält Volkswagen rund 20 Prozent der Anteile und einen Sitz im Aufsichtsrat – vorbehaltlich der kartellrechtlichen Prüfung.

Ein 50/50-Joint-Venture soll im Laufe des Jahres gegründet werden. Ziel ist der Aufbau einer 16-Gigawattstunden-Batteriezellfertigung in Europa. Geplant ist, das Werk frühestens ab 2020 in Salzgitter aufzubauen. Für den Jahreswechsel 2023/2024 ist dann der Start der Batteriezellen-Produktion für Volkswagen vorgesehen.

Beschaffungsvorstand Stefan Sommer: „Volkswagen schafft auf allen Ebenen die Voraussetzungen für die erfolgreiche Umsetzung seiner Elektrifizierungsstrategie. Mit Northvolt haben wir jetzt auch einen europäischen Partner gefunden. Mit dem Know-how und nachhaltigen, CO₂-optimierten Produktionsprozessen in der Batteriezellfertigung des Unternehmens wollen wir auch in Deutschland die Zell-Herstellung vorantreiben. Voraussetzung dafür ist, dass die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen gegeben sind.“



Northvolt

Northvolt ist ein europäischer Hersteller von nachhaltigen, hochwertigen Batteriezellen und Batteriesystemen. Derzeit baut das 2016 gegründete Unternehmen in Schweden eine Pilot-Fertigung von Batteriezellen und eine Batteriezellen-Fabrik mit einem Volumen von zunächst 16 Gigawattstunden auf. Zu den Partnern und Kunden zählen auch Scania, BMW, Siemens und Vattenfall.

Ermittlungen, Untersuchungen, Analysen: Neue Einheit in der Konzernsicherheit

Sie untersucht Verstöße gegen interne und gesetzliche Regelungen – Hinweise kommen auch über das Hinweisgebersystem

Die Konzern-Sicherheit hat ihre Kompetenzen in Sachen Ermittlungsarbeit gebündelt und die neue Unterabteilung „Crime – Investigations, Forensics und Analytics“ ins Leben gerufen.



Erik Liegle, Leiter Konzern-Forensik

Die Mitarbeiter untersuchen Verstöße gegen interne und gesetzliche Regelungen. „Die neue Einheit macht Volkswagen noch schlagkräftiger im Kampf gegen Bedrohungen von innen und außen“, sagt Erik Liegle, Leiter der Konzern-Forensik: „Außerdem können wir nun noch

gezielter Hinweisen nachgehen, die das Unternehmen im Rahmen des Hinweisgebersystems erhält.“

Die Schwerpunkte der Arbeit:

Investigations (Ermittlungen): Die Mitarbeiter der neuen Unterabteilung ermitteln bei strafbaren oder regelwidrigen Handlungen gegen den Konzern oder einen Volkswagen Standort – nun national und international nach konzernweiten Standards. „Standards, die weltweit gelten, helfen bei dieser sensiblen Aufgabe, stellen eine hohe Qualität der Ermittlungen und der gerichts-festen Dokumentation der Ergebnisse sicher“, betont Liegle. Das gelte besonders für die hohen Anforderungen an die Arbeit im Zuge des

Hinweisgebersystems. Dieses hat Volkswagen Ende vergangenen Jahres neu geordnet: Hinweise auf Fehlverhalten können online, per Telefon, Brief, Fax oder persönlich gegeben werden (nähere Infos im Portal oder auf der Konzernwebsite).

Forensics (Untersuchungen): Mithilfe von wissenschaftlichen Erkenntnissen und moderner Technik kriminelle Handlungen untersuchen – das ist unter Forensik zu verstehen. Die neue Einheit nutzt diese Methoden, die – zumindest oberflächlich – jeder Krimi-Fan vor allem aus amerikanischen Serien wie „CSI Miami“ kennt. Damit nicht genug: Auch Fragen nach den Eigenschaften und der Motivation eines Täters geht das Team nach, arbeitet also wie Profiler. In den Be-

reich Forensik fallen darüber hinaus Untersuchungen der generell stark zunehmenden Cyberkriminalität, also illegaler Handlungen im IT-Bereich.

Analytics (Analysen): Die neue Einheit analysiert national und international die Entwicklung der Kriminalität und mögliche Auswirkungen auf Volkswagen. Daraus leitet sie vorbeugende Maßnahmen ab und teilt Best Practices mit den Standorten auf der ganzen Welt. Service für alle Abteilungen: Das Team der Konzernsicherheit erstellt ein Risikoprofil und bietet ein Training an, um Sicherheitslücken vorzubeugen. Weitere Informationen dazu bei Jan-Frederic Wollschläger unter der E-Mail-Adresse: jan-frederic.wollschlaeger@volkswagen.de.

Maßgeschneiderte Tarnung per Mausklick

Virtuelle Tarnung: Neue Software sorgt für mehr Effizienz bei der Entwicklung von Tarnkonzepten für Prototypen

Die wichtigen Designmerkmale eines Prototyps verbergen und zugleich die Fahrsicherheit nicht beeinträchtigen – darauf kommt es in der Fahrzeugtarnung an. Die prägenden Konturen und Features des Fahrzeugs müssen unsichtbar sein, während Windschutzscheibe, Scheinwerfer und Sensoren frei bleiben. Diese Herausforderung macht die Tarnkonzeption zu einem zeitaufwändigen Prozess, der mit Abstimmungen und Nachbesserungen verbunden ist. Die neue Softwarelösung „Virtuelle Tarnung“ sorgt für deutlich mehr Effizienz.

Die Idee, an digitalen Modellen virtuell zu tarnen, hatte der Prototypenschutz der Konzernsicherheit. Dieser fand mit dem Virtual Engineering Lab der Konzern-IT einen kompetenten

Partner. Gemeinsam entwickelten die Teams einen ersten Prototyp der virtuellen Tarnung und stellten ihn den TE-Kollegen vor.

Der Bedarf zeigte sich, als TE-Tarnexperte Christian Lehner kurzfristig in die Vereinigten Staaten reisen musste, um vor Ort ein Tarnkonzept zu erstellen. „Auf dieser Dienstreise wurde mir klar, welches Effizienzpotenzial eine Software hat, mit der sich Tarnkonzepte standort-unabhängig umsetzen lassen“, sagt Lehner. Fortan trieb er das Projekt mit seinem Know-how voran. Seit Anfang 2019 arbeitet das Virtual Engineering Lab intensiv an der Entwicklung der Lösung. Bereits wenige Monate später war die virtuelle Tarnung einsatzfähig.

„Mit der Software können die Tarnexperten auf der Grundlage der Konstruktionsdaten ein Tarnkonzept entwerfen und bewerten, ohne dass ein physischer Prototyp vorliegen muss“, erläutert Softwareentwickler Florian Uhde. Änderungen können rasch per Mausklick umgesetzt und besprochen werden. Auch die Freigabe des Tarnkonzepts ist auf virtueller Basis möglich, was den Abstimmungsaufwand erheblich reduziert. Die Software ist auch in Virtual Reality nutzbar.

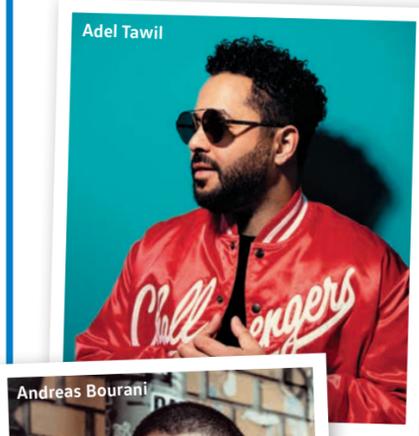
Tarnfolie aufbringen, Schnittkanten festlegen, Scheinwerfer freilegen, Designmerkmale verblenden – all dies ist schnell und mit wenig Aufwand am Rechner möglich. Außerdem können sicherheitsrelevante Funktionen virtuell überprüft und Tarnkonzepte in wech-

selnden Umgebungen getestet werden. Real erstellt wird die Tarnung später per Handarbeit, sobald der physische Prototyp verfügbar ist.

Steffen Springer und Uwe Nast vom Prototypenschutz stellten die Innovation gemeinsam mit den IT-Kollegen auf der International Security Management Conference vor, um die virtuelle Tarnung auch für andere Marken nutzbar zu machen.

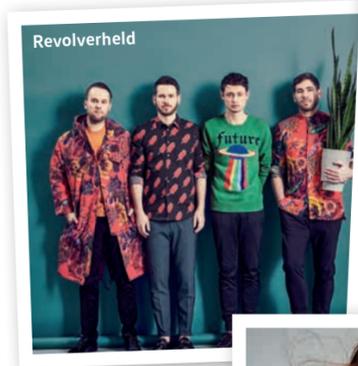


Tarnkonzept per Mausklick (von links): Christian Lehner, Florian Uhde, Andre Breitenfeld und Sebastian Schulz.



Sommerfestival mit Revolverheld und Adel Tawil

19. Juli bis 1. September: Konzerte in der Autostadt in Wolfsburg



Die Autostadt wird zum Festivalgelände: Vom 19. Juli bis zum 1. September stehen im Themenpark zahlreiche Musik-Stars auf der Bühne. Zu ihnen zählen unter anderem Revolverheld, Namika, Adel Tawil, Andreas Bourani und Glasperlenspiel. Außerdem gibt es zukunftsweisende Fahrzeuge wie den Volkswagen ID.3¹, Volkswagen

ID. Buzz² und den SEDRIC Nightlife³ zu sehen. Kleine Gäste toben sich auf riesigen Hüpfburgen aus. „Die neue elektrisierende Formel der Autostadt lautet: Showprogramm plus Mobilität. Wir bringen im Rahmen des Sommerfestivals mehr als 50 Acts auf die Bühne, zeigen zukunftsweisende Fahrzeuge aus dem Volkswagen Konzern und bie-

ten zahlreiche Möglichkeiten, diese selbst zu testen“, erläutert Roland Clement, Vorsitzender der Geschäftsführung der Autostadt, das Konzept und ergänzt: „Denn erst durch das eigene Erleben und Erfahren macht die Zukunft der Mobilität Spaß!“



Musik und Show

Mehr als 50 Acts treten beim Sommerfestival auf. Die komplette Übersicht ist unter www.autostadt.de/sommer zu finden.

Wer sich schon mal einstimmen möchte, findet auf Spotify die Playlist des Sommerfestivals:



Cooler Fahrzeuge und New Mobility

Cooler Fahrzeuge und die Zukunftstrends aus dem Volkswagen Konzern wechseln sich im Zeit-Haus ab. Für kostenlose Testfahrten stehen sechs Seat eXS Kick-Scooter sowie ein Audi E-Bike UMO bereit. Außerdem im Einsatz: MOIA Shuttle.



Entspannen auf schwimmender Insel

Auf Cool Summer Island geht es ruhig zu: Loungemusik, Sandstrand und leckere Cocktails laden zum Entspannen ein. Schwanentretboote, Elektro-Waterbuggys oder Loungeboote stehen kostenlos für eine Spritztour bereit. Kinder und Jugendliche können über Slacklines im Park balancieren oder sich auf den riesigen Luftgefüllten Spielereiland-schaften austoben.



Eintrittspreise und Öffnungszeiten

Die Tageskarte kostet beim Sommerfestival ab 9.00 Uhr für Erwachsene 20 €, ermäßigt 16 €, für Kinder und Jugendliche (6 bis 17 Jahre) sowie Schüler 8 € und für Familien 47 €. Ab 16.00 Uhr zahlen Erwachsene 10 €, ab 20.30 Uhr ist der Eintritt frei. Für den Besuch des Showprogramms sind keine zusätzlichen Tickets erforderlich. Für Jahreskartenbesitzer ergeben sich keine weiteren Kosten. Alle Details und die Öffnungszeiten: www.autostadt.de/sommer

200 Brote täglich: So arbeitet die Bio-Bäckerei der Autostadt

Neunköpfiges Team verbraucht rund fünf Tonnen Mehl pro Woche – Krustenbrot und „Dinkelsee“ sind Verkaufsschlager

Wie testet ein Bäcker, ob ihm das Brot schmeckt? „Ich rieche immer zuerst an dem Brot“, so Bäckermeister Matthias Schaefer, „und es muss eine rösche Kruste haben, also knusprig und zartsplittrig.“ Deshalb ist sein Lieblingsbrot in der Brotmanufaktur der Autostadt „Das Brot.“ auch das Krustenbrot. Seit einem Jahr ist er dort einer von drei Bäckermeistern, denen man bei ihrer täglichen Arbeit über die Schulter schauen kann. Denn die Backstube ist nicht wie so häufig abgeschottet vom Verkaufstresen, sondern offen. Die Kunden können schon von außen durch eine große Glasscheibe den Bäckern bei ihrem Handwerk zusehen.

„Für mich ist es jeden Tag wieder besonders, dass ich sehen kann, wie die Kunden auf unsere Backwaren reagieren. Ganz toll ist es, wenn einer ins Brötchen beißt und mir durchs Fenster den nach oben gereckten Daumen zeigt“, erzählt Schaefer mit Stolz. Sein Arbeitstag startet morgens um 2.30 Uhr, in zwei Schichten werden bis um 18 Uhr täglich bis zu 200 Brote frisch gebacken.

Viereinhalb bis fünf Tonnen Mehl pro Woche verwandelt

das neunköpfige Team in sechs verschiedene Brotsorten sowie ein glutenfreies Brot, Brötchen, Baguettes, Croissants und Blechkuchen – alles in Bio-Qualität. „Einer der wichtigsten Faktoren beim Backen ist die Zeit, die wir dem Sauerteig geben, um zu gären und zu reifen“, so Schaefer.

Entspannt genießen: Wohlfühlen gehört zum Konzept

Serviceleiterin Christina Brösicke weiß, was den Kunden schmeckt: „Das Krustenbrot und die Dinkelsee – ein längliches Brötchen mit saftiger Krume – sind unsere Verkaufsschlager, aber auch unsere neue Hefeschnecke kommt gut an“, berichtet sie und ergänzt: „Wir passen unser Angebot immer wieder an und möchten, dass sich die Kunden bei uns wohlfühlen.“ Dass dieses Konzept aufgeht, zeigt sich schon bei einem kurzen Besuch in der Brotmanufaktur: Ohne Unterlass werden Backwaren über den Tresen gereicht, die die Kunden mit nach Hause nehmen, in ihrer Mittagspause auf der Terrasse am Mittellandkanal essen oder sich am langen, gemütlichen Holztisch schmecken lassen.



In der Backstube: Bäckermeister Matthias Schaefer bestreut den Teig der Dinkelseelen mit Salz und Kümmel.

Lecker: Christina Brösicke serviert Krustenbrot mit Aufstrich.

„Das Brot.“

Öffnungszeiten: täglich 7.30 – 18 Uhr (außer 24./31.12.)
Vorbestellungen: telefonisch unter 0800 6116 600 oder online über restaurants@autostadt.de
Mittagstisch: ab 11.30 Uhr täglich wechselnde Suppen und frisch belegte Ofenbaguettes
Sommereis: Eine feine Auswahl an Eissorten aus der Eis-Manufaktur der Autostadt gibt es direkt im „Brot.“
Nachhaltig halbiert: 17.30 – 18 Uhr fertig belegte Brötchen und Sandwiches zum halben Preis
Vergünstigung: 3 % auf alle Backwaren und in den Restaurants bei Vorlage der Premium-Jahreskarte der Autostadt
Parken: auf dem Kurzzeitparkplatz der Autostadt. Die ersten 30 Minuten sind kostenfrei. Zudem sind ganz nah am Eingangsbereich vier „Das Brot.“-Parkplätze für Kunden reserviert.
Ausgezeichnet: „Das Brot.“ ist Bioland-zertifiziert und wurde bereits mehrfach ausgezeichnet.

¹ Das Fahrzeug wird in Europa noch nicht zum Verkauf angeboten.

² Studie.

³ Studie.



Eine menschliche Bildsprache für die Werbung: Beim neu gestalteten Marken-Auftritt von Volkswagen wird künftig die Perspektive des Kunden stärker im Mittelpunkt stehen.

„Die Marke wird lebendiger“

Interview: Marketing-Chef Jochen Sengpiehl und Klaus Bischoff, Leiter Design, über das neue Brand Design von Volkswagen

In einer Rekordzeit von neun Monaten haben Jochen Sengpiehl und Klaus Bischoff mit ihren Teams einen komplett neuen Auftritt für die Marke Volkswagen entwickelt. Das New Brand Design soll weniger die heile Werbewelt zeigen, sondern lebendige Geschichten aus der Perspektive des Kunden erzählen.

Herr Sengpiehl, Herr Bischoff, die Marke Volkswagen ist weltweit bekannt. Sie steht für Qualität und Innovationen. Warum muss der Markenauftritt überhaupt neu gestaltet werden?

Bischoff: Wir stehen vor der größten Transformation in der Geschichte unseres Unternehmens. Wir werden elektrisch. Im Design kehren wir mit dem geschlossenen Kühlergrill zu unseren Wurzeln zurück. Die Transformation auf Produktebene funktioniert nur gemeinsam mit Marke und Kommunikation.

Sengpiehl: Hinzu kommt, dass uns viele Wettbewerber in den vergangenen Jahren kopiert haben. Auf den ersten Blick ist häufig kaum zu unterscheiden, ob das eine Werbung von Volkswagen oder einem anderen Autohersteller ist. Es geht also auch darum, den nächsten Schritt zu machen. Uns wieder abzusetzen.

Wie würden Sie den neuen Markenauftritt beschreiben?

Sengpiehl: Die Bildsprache wird menschlicher und lebendiger. Wir wollen künftig stärker die Perspektive des Kunden einnehmen, authentische Geschichten erzählen. Es geht weniger darum, eine perfekte Werbewelt zu zeigen. Auch das hat mit unserer neuen Haltung zu tun, die das Brand Design visualisieren soll.

Bischoff: Da gebe ich Jochen recht. Wir wollen den Menschen beim Leben mit unseren Produkten zuschauen. Viele Kunden entwickeln eine innige Beziehung zu Volkswagen, sie geben ihren Autos Namen. Dieses Natürliche, das Anfassbare wollen wir transportieren.

Gab es intern längere Diskussionen zur neuen Ausrichtung?

Sengpiehl: Wir haben das neue Brand Design in einer Rekordzeit von neun Monaten entwickelt. Das zeigt, dass wir klare Vorstellungen hatten, welche Optionen es gibt. Für den Vorstand hatten wir zwei Varianten vorbereitet. Die erste Variante war eine Fortentwicklung des bestehenden Brand Designs. Die zweite Variante war deutlich mutiger. Wir nennen sie Vibrant Power. Während der Präsentation war

nach wenigen Minuten klar, dass wir den mutigen Weg gehen. Das Feedback im Vorstand war extrem positiv.

Bischoff: Mutige Wege kann man nur gemeinsam gehen. Was Volkswagen gerade macht, eine klare Richtung in eine nachhaltige Zukunft aufzuzeigen, findet nun auch Ausdruck in unserem Brand Design. Die Aufbruchsstimmung konnte man von Beginn an spüren – und jetzt auch sehen.

Sie haben auch das Herzstück der Marke, das Volkswagen Logo, neu gestaltet. Warum?

Bischoff: Das Logo ist das wichtigste Bindeglied zwischen Produkt und Marke. Es hat deutlich an Klarheit gewonnen. Das neue Brand Design zeigt die Essenz von Volkswagen: Wir wollen Menschen bewegen.



Haben das Design der Marke Volkswagen neu gestaltet: Klaus Bischoff (links), Leiter Design, und Marketingchef Jochen Sengpiehl.

Sengpiehl: Das stimmt. Außerdem geben wir mittlerweile fast 50 Prozent unseres weltweiten Marketingbudgets in digitalen Medien aus. Und das bestehende 3D-Logo mit seinen feinen Nuancen funktioniert im digitalen Umfeld nicht ideal. Mit der neuen 2D-Optik garantieren wir, dass das Logo in jedem Medium optimal angezeigt wird – auf großen Plakatwänden genauso wie auf einer Apple Watch.

Auf den Trikots der DFB-Auswahl ist das neue Logo ja schon zu sehen, oder?

Sengpiehl: Es geht zwar in die Richtung, ist aber eine Übergangslösung. Für die Kooperation mit dem DFB mussten Tausende Trikots und andere Bekleidungsstücke bedruckt werden. Es wäre nicht nachhaltig gewesen, das alte Logo zu nehmen und nach ein paar Monaten wieder alles neu zu machen. Unser neues Logo wird erst auf der IAA im September präsentiert. Lassen Sie sich überraschen.



Arbeiten im Powerhouse

Für den neuen Markenauftritt haben Marketing und Design von Volkswagen erstmals eng zusammengearbeitet. Im sogenannten Powerhouse in Berlin-Mitte trafen sich die Teams mit Agenturen und anderen Volkswagen Bereichen, um abteilungsübergreifend in einem offenen Büro zu diskutieren und Entscheidungen zu treffen. Das Ergebnis stand nach einer Rekordzeit von neun Monaten.

360°

Zehn Ausgaben – alle online!

Alles Wichtige aus Konzern, Marke, Standort und Fachbereich aus einer Hand in einer Zeitung – das ist das Konzept der neuen 360°. Dafür gibt es zehn unterschiedliche Ausgaben: Wolfsburg, Emden und Osnabrück, Braunschweig, Salzgitter und Kassel, Zwickau, Chemnitz und Dresden sowie Hannover. Wer mehr lesen möchte als den Standortteil seines Werks, hat dazu online die Möglichkeit: Alle 360°-Ausgaben stehen als PDF zur Verfügung – im Volkswagen Portal (Intranet) und im Volkswagen Newsroom (www.Volkswagen-newsroom.de) unter „Presse-Service“ → „Publikationen“.



Ausgabe Wolfsburg



Ausgabe Osnabrück



Ausgabe Emden



Ausgabe Hannover



Ausgabe Komponente Wolfsburg



Ausgabe Kassel



Ausgabe Braunschweig



Ausgabe Chemnitz



Ausgabe Sachsen



Ausgabe Salzgitter

¹ Studie.

Herzstücke für den ID.3¹

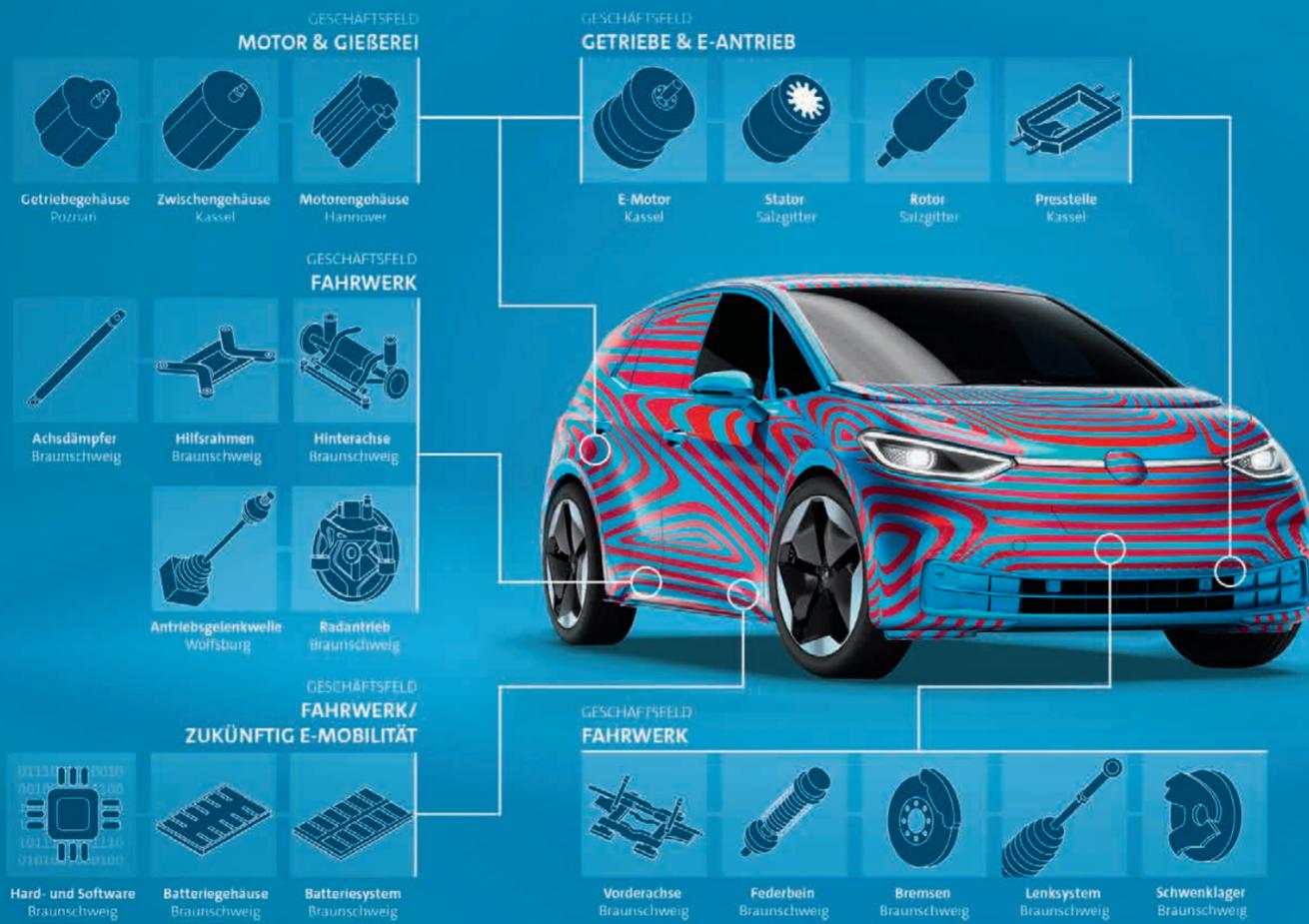
Komponenten-Kollegen in Deutschland und internationalen Werken fertigen Batteriesystem, E-Antrieb und weitere Bauteile

Die Vorbereitungen auf den Start des ID.3, des ersten vollelektrischen Volkswagen auf MEB-Basis, laufen auf Hochtouren. Im September steht die Weltpremiere auf der IAA in Frankfurt an. Der ID.3 beruht auf der Elektromobilitäts-Plattform (MEB). Mit dieser innovativen Basis soll ein neuer Standard für E-Mobilität etabliert

und Kostenvorteile durch Skaleneffekte ermöglicht werden – damit soll E-Mobilität künftig für Viele erreichbar werden. Ende des Jahres startet die Produktion in Zwickau, zu der die Komponentenstandorte wesentliche Bauteile zusteuern: So wird in Braunschweig unter anderem das Batteriesystem gefertigt und in Kassel der E-Antrieb, für den die Kollegen aus Salzgitter Stator und

Rotor zuliefern. Außerdem produzieren die Kollegen aus den Standorten sowie die Teams aus dem Fahrwerk Wolfsburg und Poznań weitere wichtige Bauteile für den ID.3. So werden beispielsweise die Antriebsgelenkwellen in Wolfsburg gefertigt. Vor kurzem hat die Produktion des E-Antriebs Base+ sowie der MEB-Batterie für die Vorserie begonnen. Die aktuelle Planung sieht vor, dass in

Kassel rund 500.000 E-Antriebe, in Braunschweig dieselbe Anzahl an Batteriesystemen und in Salzgitter ebenfalls so viele Stator- und Rotor-Einheiten pro Jahr gefertigt werden. Die Werke der Volkswagen Group Components produzieren in einem Mix aus Spezialisierung und Verbundfertigung, um Synergien zu heben und spezifisches Know-how voll zu nutzen.



Weitere News aus Group Components

Ladesäule meets Wolfsburg

Thomas Schmall und OB Klaus Mohrs zeigen Konzepte für elektromobile Ladeinfrastruktur in Wolfsburg.



Weil im Werk Salzgitter

Ministerpräsident Stephan Weil informiert sich über die Transformation der Komponente.



Book your boss

Teams stellen Thomas Schmall Projektergebnisse zur Flexibilität und Vielfalt im direkten Bereich vor.



Zielstrebig zum Erfolg

Nadine Muuß aus Salzgitter über ihren Weg ins Management.

Schlank und schlagkräftig

Die Top-Gremien der Komponente.

Komponenten aus China

Erfolgreicher SOP für E-Antrieb APP-290 und DQ400e.

Weitere Informationen

Die ganze 360° Ausgabe der Komponente finden Sie unter: <https://bit.ly/322Udil>



SPEED+: Großes Vernetzungsevent in Győr

Neben sportlichem Wettbewerb steht auch der Austausch untereinander im Fokus



135 Teilnehmer aus 23 Werken in elf Ländern: Am 3. und 4. Juli kamen Kollegen aus SPEED+-Award-Teams beim Vernetzungsevent im AUDI Komponentenwerk Győr zusammen. Ziel: sich markenübergreifend und international zu Best Practices auszutauschen, u.a. zu Digitalisierungsthemen. Denn neben dem sportlichen Medaillen-Wettkampf in acht Kategorien steht beim SPEED+ Award auch der Vernetzungsgedanke im Fokus – so profitiert die gesamte Komponente. Erstmals steigen 2019 auch Teams von Audi, Seat und Skoda ein. Thoralf Hanschel, Vorstand Motorenproduktion bei AUDI Hungaria: „Unsere Mannschaft in Győr startet von einer hohen Absprungbasis in den Award. Unabhängig davon können wir von den guten Impulsen der Kollegen aus der ganzen Welt etwas lernen und uns weiterentwickeln.“

Zwei Tage, 135 Kollegen und viele Vernetzungsideen: die Teilnehmer in Győr.

Voneinander lernen: In Gruppen tauschten sich die Kollegen auch über Best Practices aus.



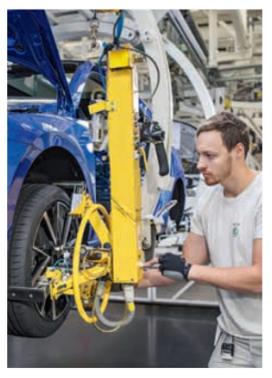
Sauberer Anlauf: Kollegen aus Tianjin und Braunschweig meisterten den Anlauf gemeinsam.

Qingdao produziert Batteriesysteme

SOP des elektrischen MQB-BEV-Batteriesystems

Erfolgreicher Start im chinesischen Komponentenwerk Qingdao: Als erster eigener Batteriestandort in China ging die Batteriemontagefertigung mit lokal gefertigten Anlagen im Juni ans Netz. Die 53-Ah-Batteriesysteme mit Batteriezellen vom lokalen chinesischen Hersteller CATL werden in die Fahrzeuge Golf und Bora sowie in den Audi Q2 eingesetzt. Im Anlaufjahr 2019 werden noch bis zu 30.000 Bat-

teriesysteme montiert. In der Endausbaustufe werden circa 50 Mitarbeiter rund 320 Batteriesysteme pro Tag fertigen. Rainer Schoske, Geschäftsfeldleiter Komponente FAW-Volkswagen: „Wir sind stolz auf die Leistung der Mannschaft bei dem Anlauf. Mein Dank geht auch an Stefan Lieske und die Kollegen aus Braunschweig, die im Rahmen der Typführerschaft ihres Werks unseren Anlauf unterstützt haben.“



Skoda: Gute Ideen aus der Belegschaft

Über 30.000 Vorschläge

Skoda ruft seine Belegschaft dazu auf, aktiv Ideen für Verbesserungen im gesamten Unternehmen einzubringen: 2018 haben Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter von Skoda mehr Vorschläge eingereicht als jemals zuvor. Über 60 Prozent der insgesamt knapp 30.000 Ideen hat der Automobilhersteller erfolgreich umgesetzt. Die einzelnen Maßnahmen sparen Ressourcen oder Kosten, erhöhen die Sicherheit im Betrieb oder die Ergonomie am Arbeitsplatz. Die besten Vorschläge belohnt das Unternehmen im Rahmen des Ideenmanagements „Zebra“ jetzt mit Geldprämien und verlost vier Mal jährlich Fahrzeuge unter den Teilnehmern.



Mit Urus¹ auf Erfolgskurs

Absatzrekord bei Lamborghini



Auf Erfolgskurs: Lamborghini erzielte im ersten Halbjahr 2019 einen neuen Absatzrekord. Der italienische Supersportwagenhersteller hat insgesamt 4.553 Fahrzeuge an Kunden rund um die Welt ausgeliefert. Verglichen mit derselben Zeitspanne des Vorjahres bedeutet dies eine Steigerung von 96 Prozent. Wie geplant kam ein wesentlicher Beitrag zu diesem Absatzwachstum vom Super-SUV Urus, von dem 2019 in den ersten sechs Monaten 2.693

Fahrzeuge ausgeliefert wurden. Der größte Einzelmarkt waren für Lamborghini erneut die USA, gefolgt von Greater China und UK, Japan und Deutschland. Die Region mit dem größten Wachstum war Amerika, mit einem Zuwachs von 128 Prozent auf 1.543 Fahrzeuge, gefolgt von Asia Pacific, das seinen Absatz auf 1.184 Einheiten mehr als verdoppeln konnte, sowie Europa mit einer Steigerung von über 67 Prozent auf 1.826 an Kunden ausgelieferte Fahrzeuge.



Neues Design: Das ändert sich beim Q7

SUV kommt Mitte September auf den Markt

Der Audi Q7 erhält ein umfassendes Update – sowohl optisch als auch technisch. Der große SUV präsentiert sich im neuen Design der Q-Familie und wartet neben seinem Raumangebot mit hoher Dynamik und viel Komfort auf. Die Mild-Hybrid-Technologie, das digitale Bedienkonzept und die optionalen HD Matrix LED-Scheinwerfer inklusive Laserlicht sind

nur einige seiner Highlights. Der neue Audi Q7 kommt Mitte September in Europa auf den Markt. Durch sein neues Design ist der große SUV um elf Millimeter auf 5.063 Millimeter Länge gewachsen. In der Breite misst er 1.970 Millimeter, in der Höhe 1.741 Millimeter inklusive Dachantenne. Viele Ablagen, ein neues Fach in der Instrumententafel sowie die große Ladekapazität sorgen für hohen funktionellen Nutzwert. Abhängig von der Position der Fondlehnen bietet der Gepäckraum bei der fünfsitzigen Version zwischen 865 und 2.050 Liter Volumen – Letztere bei einer ebenen Ladefläche.



Werk Barcelona: Seat investiert in neue Stahlblechpresse

Produktionsleistung deutlich gesteigert – Auch neue Warmumformungsanlagen installiert

Seat investiert in höchste Fertigungsqualität und hat im Werk in Barcelona eine neue Stahlblechpresse sowie zwei neue Warmumformungslinien installiert. Die Einweihung der rund 57 Millionen teuren

Investition fand im Rahmen des sogenannten Barcelona Days statt. Mehr als 3.500 Menschen nahmen an dieser Veranstaltung teil. Für die Installation der neuen „Presslinie XL“ (PXL) war eine Investition in Höhe

von 31 Millionen Euro notwendig. Dank der stärkeren Automatisierung, der höheren Produktionsgeschwindigkeit und dem hochmodernen Robotersystem wird die Produktionsleistung der Stahlblechpresse

deutlich gesteigert. Weitere 25 Millionen Euro kosteten die zwei neuen Warmumformungsanlagen, durch die das Produktionsverfahren noch einmal an Effizienz, Geschwindigkeit und vor allem an Präzision gewinnt.



MAN als Büromobil

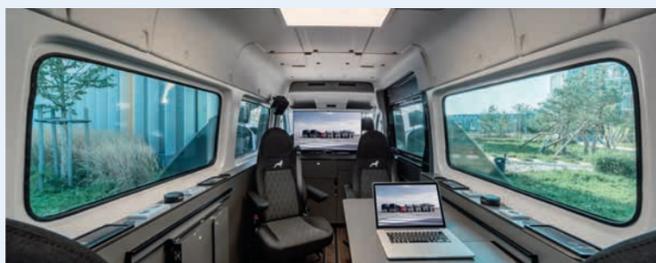
Modell TGE mit Konferenzausstattung

MAN hat aus dem Modell TGE ein Büro- und Konferenzmobil für das Arbeiten von unterwegs gemacht.

Im Mittelpunkt des dunkel verglasten Fahrzeugs stehen vier drehbare Sitze mit integrierten Gurten um zwei klappbare Tische, deren Vis-à-vis-Position auch während der Fahrt beibehalten werden kann. Ein Lowboard mit Kühlschrank und kleiner Küche direkt hinter dem Fahrer- und Beifahrerraum sowie ein deckenhoher Schrank für Garderobe und Gepäck im Heck schließen den Konferenzraum nach vorne und hinten ab. In den seitlichen Paneelen links und rechts der Sitzgruppe sorgen 230-Volt-Steck-

dosen, USB-Anschlüsse und Induktionsladegeräte zusammen mit dem bordeigenen Internetrouter für die notwendige Vernetzung. Im Lowboard ist ein 43 Zoll großer Monitor integriert, der bei Bedarf per Knopfdruck elektrisch ausfährt. Über ihn können via HDMI-Funkübertragung die gespeicherten Dateien von Laptops oder Videokameras präsentiert werden.

Für wohlliches Ambiente sorgen Cupholder, dunkler Schiffsboden und die indirekte Beleuchtung des Innenraums mit LED-Paneelen. Eine elektrisch ausfahrbare Trittstufe erleichtert zudem das Ein- und Aussteigen in den Fond.



ID. Buggy³: Preis bei Design-Wettbewerb

Publikum zeichnet Studie bei Auftritt in Frankreich aus

Der ID. Buggy hatte beim „Chantilly Arts & Elegance Richard Mille“ seinen ersten großen Auftritt nach seiner Weltpremiere beim Autosalon in Genf. Zusammen mit einer Haute-Couture-Kreation der belgischen Modedesignerin Ann Demeulemeester wagte er sich auf den Laufsteg und erhielt gleich den Publikumspreis beim Concours d'Elegance. Volkswagen Chefdesigner Klaus Bischoff, der bei der Parade am Steuer saß, war begeistert: „Wenn internationale Automobilenthusiasten bei einem so hochkarätigen Event den ID. Buggy zum Publikumsliebbling küren, ist das eine sensationelle



Auszeichnung für unser Designteam. Unsere Vision von Elektromobilität ist bei den Menschen emotional angekommen.“ Das „Chantilly Arts & Elegance Richard Mille“ gehört neben

den Design-Wettbewerben in der italienischen Villa d'Este und im kalifornischen Pebble Beach zu den wichtigsten in der Automobilbranche.

¹ Urus: Kraftstoffverbrauch in l/100km: innerorts 16,8 /außerorts 10,2 / kombiniert 12,6; CO₂-Emission kombiniert g/km: 292 Effizienzklasse: G.

² Audi Q7: seriennahe Studie

³ ID. Buggy: Studie

**VOLKSWAGEN
FINANCIAL SERVICES**
THE KEY TO MOBILITY



70 Jahre im Dienste der Mobilität.



**Für Ihre finanzielle Mobilität:
Der Rahmenkredit der Volkswagen Bank.**

Wie ein Dispo, nur günstiger. Zum Beispiel:

7.000 € für nur 70 € mtl.¹

Einfach, sofort. Und überall.



Filialen

Persönliche Beratung in Ihrer Filiale:
Terminvereinbarung **0531 212-859559**
termine.vwbank.de



Telefon

0531 212-859504
Mo. bis Fr.: 8.00 bis 20.00 Uhr
Sa.: 9.00 bis 15.00 Uhr



Online

vwfs.de/rahmenkredit-konzern



¹Repräsentatives Berechnungsbeispiel: Nettodarlehensbetrag (Verfügungsrahmen) 7.000,- Euro; Sollzinssatz (gebunden) für 12 Monate ab Kontoeröffnung 2,95 % p. a.; Ab dem 13. Monat gilt ein veränderlicher Sollzinssatz von derzeit 6,46 % p. a. und ein effektiver Jahreszins von 6,65 %; Vertragslaufzeit unbegrenzt; konstante monatliche Rate 70,- Euro; Der Rahmenkredit mit Aktionszinssatz ist ein Angebot für Privatkunden, die in den letzten 6 Monaten keinen Rahmenkredit hatten. Je Kunde kann nur ein Konto eröffnet werden. Eine Erhöhung des Verfügungsrahmens ist während des 12-monatigen Sonderzinszeitraums ab Kontoeröffnung nur zum effektiven Jahreszins von 6,65 % möglich. Bonität vorausgesetzt.



Fahrveranstaltung: Modellreihenleiter Oliver Schroeter mit dem neuen Passat.

Premiere in der Marke: So digital ist der neue Passat

Modellreihenleiter Oliver Schroeter erklärt die Highlights der Produktaufwertung

Wie gut ist der weiterentwickelte Passat? Das haben Journalisten bei einer Fahrveranstaltung von Volkswagen im Rheingau bei Wiesbaden getestet. Assistenz- und Infotainmentsysteme der nächsten Generation und effizientere Antriebe stehen dabei im Mittelpunkt. Die 360° war vor Ort.

Oliver Schroeter ist Modellreihenleiter Passat. Er ist einer der Volkswagen Experten, die den Journalisten Rede und Antwort stehen: „Der Passat ist eine Ikone. Ein solch erfolgreiches Fahrzeug noch besser zu machen, war nicht leicht. Mit der Produktaufwertung haben wir den Passat gezielt weiterentwickelt und in die digitale Zukunft geführt.“

Passat ist auf Wunsch permanent online

Der neue Passat verfügt als erstes Modell der Marke über den Modulare Infotainmentbaukasten der dritten Generation (MIB3). Schroeter: „Damit ist das Auto auf Wunsch permanent online. Das ermöglicht eine bessere Navigation mit Echtzeitinformationen. Außerdem kann der Kunde die Volkswagen We Onlinedienste wie Webradio, Medienstreaming und We Park nutzen.“

Der Travel Assist als neues Highlight der IQ.DRIVE Dachmarke wird bei Volkswagen erstmalig im neuen

Passat eingesetzt. Er verbindet die automatische Abstandsregelung mit dem Lane Assist. Schroeter: „Dadurch beschleunigt und bremst der Passat je nach aktueller Verkehrslage und erlaubter Geschwindigkeit selbstständig und hält die Spur.“ Bis zu einem Tempo von 210 km/h kann das Auto teilautomatisiert (Level 2) gefahren werden. Die Fahrtüchtigkeit überprüft das erstmals eingesetzte kapazitive Lenkrad durch Berührung. Für mehr Sicherheit und Komfort sorgen im Passat zudem LED-Scheinwerfer, die optional auch als Matrix-LED-Version mit vielen

Zusatzfunktionen verfügbar sind. „Bei einer Produktaufwertung setzen wir neben unserem Know-how auch auf Feedback der Kunden. Beim Passat haben wir zum Beispiel den Wunsch nach einer intuitiveren Bedienung der Fahrwerkseinstellungen aufgegriffen“, so Schroeter. Dadurch ist die Dämpferregelung noch variabler. „Das macht sich besonders auf kurvenreichen, bergigen und teilweise unebenen Strecken wie hier im Rheingau bemerkbar.“

Ebenfalls neu: Es gibt effizientere Antriebe. Schroeter: „Ein Highlight ist die höhere Batteriekapazität des

GTE.“ Der Energiegehalt stieg um mehr als 30 Prozent. Damit ist der Plug-in-Hybrid nach WLTP-Zyklus bis zu 55 Kilometer rein elektrisch unterwegs. Das entspricht ca. 70 Kilometern nach dem bisher geltenden Europäischen Fahrzyklus (NEFZ).

Schroeter: „Größte Herausforderung bei der Produktaufwertung war es, neue zukunftsweisende Technologien zum Teil erstmals in eines unserer Fahrzeuge zu bringen. Dank einer tollen Teamleistung haben wir das erfolgreich gemeistert.“



Kapazitives Lenkrad: prüft Fahrtüchtigkeit durch Berühren.



Optional: LED-Matrix-Scheinwerfer im neuen Passat.



MIB3: auf Wunsch permanent online.



Höhere Reichweite: Oliver Schroeter mit dem Passat GTE.

Volkswagen up! ist „Wertmeister“ des Jahres 2019

Der Volkswagen up! TSI² hat den Preis „Wertmeister 2019“ gewonnen. Die Fachzeitschrift Auto Bild zeichnet damit jährlich die wertstabilsten Fahrzeuge in verschiedenen Segmenten aus.

Basis für die Bewertung ist die prozentuale Restwertentwicklung des Fahrzeugs nach vierjähriger Nutzung. Bei den Kleinstwagen wird eine jährliche Laufleistung von 11.000 Kilometern unterstellt. Der up! TSI in der Ausstattungslinie high up! verwies mit einem Restwert von 57,07 Prozent des Neupreises die Konkurrenz auf die Plätze. Das entspricht 8.700 Euro bei einem Neupreis von 15.245 Euro.

Der Restwert ist dabei nicht nur für Kunden interessant, sondern auch bedeutend für Autohersteller und Banken, da sich Leasing- und Kreditraten daran orientieren.

Neben rein fahrzeugbezogenen Parametern fließen auch externe Faktoren in die Wertmeister-Methodik ein: Dazu gehören zum Beispiel die allgemeine Wirtschaftsentwicklung sowie Markt- und Kundentrends.



„Wertmeister 2019“: Der up! wurde als wertstabilster Kleinstwagen ausgezeichnet.



Nürburgring: Rennfahrer Romain Dumas mit dem Volkswagen ID. R.

ID. R bei den 24 Stunden auf dem Nürburgring

Vor dem Start des 24-Stunden-Rennens auf dem Nürburgring ging der Elektro-Rennwagen ID. R von Volkswagen auf eine Demo-Runde um die Nordschleife. Der ID. R und Pilot Romain Dumas kehrten somit knapp drei Wochen nach ihrer Rekordjagd zurück an den Schauplatz ihres beeindruckenden Erfolges. Anfang Juni hatte Dumas am Steuer des 500 kW starken, rein elektrischen Sportwagens einen neuen Rundenrekord für E-Fahrzeuge auf dem Kurs der Nordschleife aufgestellt. Nur 6:05,336 Minuten hatte der blaue E-Rennwagen benötigt.

Beim 24-Stunden-Rennen in der „grünen Hölle“ gingen 155 Fahrzeuge in 24 Klassen an den Start. Der Langstreckenherausforderung auf dem 25,4 Kilometer langen Kurs in der Eifel stellte sich auch ein komplett weiblich besetztes Team mit einem Golf GTI TCR.

Im Rahmen des Ausdauerrennens starteten auch die Tourenwagen des Weltcups WTCR: In zwei Rennen standen am Ende Fahrer eines Golf GTI TCR ganz oben auf dem Podium.

¹ Seriennahe Studie

² up! 1.0 TSI – Kraftstoffverbrauch in l/100 km: innerorts 5,5 / außerorts 3,8 / kombiniert 4,4; CO₂-Emission kombiniert in g/km: 101; Effizienzklasse: B

Namen und Nachrichten



Achim Schaible (50), seit 2017 Leiter Vertrieb International, übernimmt mit Wirkung zum 1. September die Leitung After Sales & Handel der Marke Volkswagen Pkw. Der Diplom-Betriebswirt ist seit November 2014 im Volkswagen Konzern beschäftigt. Von 2017 an war er Leiter Vertrieb International, davor Managing Director der Volkswagen Group Polska. Zuvor verantwortete er zahlreiche Vertriebsfunktionen bei Renault. Er war unter anderem Geschäftsführer der Niederlassung Hamburg, Direktor Verkauf, Vorstand Vertrieb bei Renault Deutschland sowie – nach einer Station bei General Motors als Director Sales Mid Europe – von 2009 bis 2014 Vorstandsvorsitzender von Renault Deutschland. Schaible folgt in seiner neuen Funktion auf Peter Maiwald.



Thomas Zahn (52), derzeit Präsident & CEO Volkswagen Argentina, übernimmt Schabiles bisherige Funktion als Leiter Vertrieb International. Der Speditionskaufmann und Diplom-Wirtschaftsingenieur begann seine Laufbahn 1997 bei Volkswagen. Er leitete zentrale Vertriebsfunktionen bei Volkswagen in Wolfsburg und war Vertriebschef sowohl bei der FAW-Volkswagen in Changchun als auch bei SAIC-Volkswagen in Shanghai. Darauf verantwortete Zahn bis 2018 als Leiter Vertrieb und Marketing Deutschland der Marke Volkswagen das Deutschlandgeschäft.



Thomas Owsianski (52), seit 2018 Präsident Audi China in Peking, folgt als Präsident & CEO Volkswagen Argentina auf Thomas Zahn. Der Diplom-Volkswirt begann seine berufliche Laufbahn 1992 als Trainee im Verkauf und Marketing bei den Ford-Werken in Köln. Nach verschiedenen leitenden Funktionen im Vertrieb bei Ford und General Motors im In- und Ausland wechselte er 2012 als Leiter Marketing zu Skoda. 2014 wurde er Executive Director Skoda für Vertrieb und Marketing in Shanghai und 2016 Vice President Vertrieb und Marketing bei Volkswagen do Brasil. Seit 2017 bekleidete Owsianski dort zusätzlich die Funktion als First Executive Vice President Südamerika.



Peter Maiwald (58), seit 2015 Leiter After Sales & Handel der Marke Volkswagen Pkw, wechselte zum 1. Juni in den Ruhestand. Der Diplom-Volkswirt begann 1987 als Trainee im Zentralen Bildungswesen bei Volkswagen. Maiwald war in unterschiedlichen leitenden Funktionen bei Seat Deutschland und Volkswagen tätig, bevor er 2006 die Geschäftsführung der Vertriebsgesellschaft Retail Deutschland übernahm.

„Wir schauen auf jedes Detail“

Mission X: Interview mit Matthias Rabe und Dirk Große-Loheide über das Kostensenkungsprogramm von Volkswagen

Nachhaltige Bauteilstrategien, optimierte Prozesse: Mission X heißt das Programm, mit dem die Marke Volkswagen in den nächsten fünf Jahren Kosten einsparen möchte. Im Interview berichten Matthias Rabe, Leiter TE-Operations, und Dirk Große-Loheide, Leiter Beschaffung Operations, über die Fortschritte.

Herr Rabe, Herr Große-Loheide, wieso ist das Projekt so wichtig für Volkswagen?

Rabe: Es ist wichtig, weil bei Mission X erstmals alle Bauteile über alle Fahrzeugklassen hinweg auf den Prüfstand kommen. Wir schauen dabei auf jedes Detail – auf die Kosten, die Technik, auf die Varianten und auf kaufmännische Potenziale. Wir machen das jetzt einmal, dafür aber richtig.

Große-Loheide: Das stimmt. Mit Mission X legen wir unsere Bauteilstrategie auf Jahre hinaus fest. Und das auf nachhaltige Weise. Denn wir arbeiten crossfunktional, viele Bereiche sitzen bei diesem Projekt an einem Tisch – Entwicklung, Beschaffung, Vertrieb, um nur einige Beispiele zu nennen.

Was ist das Ziel?

Rabe: Wir wollen wettbewerbsfähige Konzepte zu optimalen Kosten entwickeln. Und zwar ohne Kompromisse bei der Produktqualität, der Sicherheit oder beim Kundennutzen einzugehen.

Große-Loheide: Wir schnappen uns Bauteil für Bauteil und deklinieren es einmal durch. Dabei geht es uns übrigens nicht nur darum, Varianten zu reduzieren. Wir optimieren den Materialeinsatz, vereinheitlichen Produktkonzepte, schaffen Wettbewerb und optimieren unsere Prozesse.

Und wie läuft es momentan?

Rabe: In den ersten neun Monaten hat das Team bereits viel geschafft.



Verantworten das Projekt und berichten an den Vorstand: Dirk Große-Loheide (links), Leiter Beschaffung Operations, und Matthias Rabe, Leiter TE-Operations.

Neben der Kommunikation, Ausrichtung und klarer Methodendefinition haben wir bereits sowohl Prozessoptimierungen als auch Potenziale bei Bauteilen realisiert. Das Ziel ist aber nach wie vor klar definiert: Wir wollen bis zum Jahr 2023 insgesamt zehn Milliarden Euro einsparen.

Große-Loheide: Für zwei Drittel des Gesamtziels haben wir bereits gute Ideen. Der Steuerkreis, der ebenfalls aus allen Fachbereichen besetzt ist, entscheidet zügig und unterstützt die Fachteams. Im letzten Vorstandsausschuss vor einigen Wochen haben wir zum Beispiel die Bauteilstrategie für alle Spoiler verabschiedet, die es bei der Marke Volkswagen gibt. Wir haben zusammen mit Entwicklung und Design eine Art Leitplanke definiert, die uns in Zukunft ein effizientes Arbeiten ermöglicht.

Können Sie weitere Beispiele nennen?

Rabe: Natürlich. Ist es zum Beispiel

notwendig, für unsere Fahrzeuge mehr als 50 verschiedene USB-Hubs zu entwickeln?

Große-Loheide: Im konkreten Fall überlegen wir, einige wenige Varianten festzulegen, die dann aber alle Kundenbedürfnisse befriedigen. Das macht es einfacher und die Skaleneffekte sind enorm.

Wie arbeiten die Mitarbeiter im Projekt zusammen?

Rabe: Insgesamt sind mehr als 500 Kollegen beteiligt. Sie tauschen sich regelmäßig untereinander aus und präsentieren immer wieder Ideen, wie man Varianten reduzieren kann, wie Materialien optimal eingesetzt werden können und wie sich Produktkonzepte vereinfachen lassen.

Große-Loheide: Die Arbeit ist transparent, es werden auch schwierige Themen offen angesprochen. Für uns beide ist es fantastisch zu sehen, was für eine Energie in unserer Mannschaft steckt.

»Mission X



Mitarbeiter aus allen Bereichen entwickeln die optimierte Mission-X-Kardanwelle (von links): Tobias Liersch, Olaf Biskupek, Fabian Weissleder, Jens Ullrich, Heiko Papke und Mathias Möller.



Kosten senken bei der Kardanwelle

Nach intensiven Wettbewerbsvergleichen, mehreren Lieferantenworkshops und detaillierten Kostenanalysen ist es einem Team aus Beschaffung, Entwicklung, Wettbewerbsanalyse und Value Engineering gelungen, ein Konzept für eine kostenoptimale Kardanwelle aufzusetzen. Die neuen Bauteile sparen bis zu vier Kilogramm Gewicht im Auto und reduzieren die Materialkosten um mindestens 25 Prozent. Durch Anforderungsoptimierungen werden Wandstärken reduziert. Diverse Bauteile werden konzeptionell vereinfacht, sodass der Herstellungsprozess schlanker wird.

Mit dem T-Cross: Roadshow durch die Werke

Aktuelle SOP-Modelle werden der Produktionsmannschaft live präsentiert



Wer über die Produktion bei Volkswagen spricht, der redet von rund 120.000 Menschen. Von neuesten Technologien, komplexen Zusammenhängen, anspruchsvollen Prozessen und von Autos, die die gesamte Produktionsmannschaft stolz auf ihre Arbeit machen.

Und genau diese steht im Mittelpunkt einer Initiative der Produktion, die mit dem Auftakt am 7. Mai im Werk Osnabrück gestartet ist. Ein aktuelles SOP-Modell der Volkswagen Familie besucht die europäischen Volkswagen Werke, um vor der Produktionsmannschaft live präsentiert zu werden. Den Start der diesjährigen SOP-Reihe machte der T-Cross. Das im spanischen Werk Navarra produzierte Fahrzeug

ging Anfang Mai als erstes Modell der diesjährigen SOP-Reihe auf Tour. Besucht werden die Werke Wolfsburg, Osnabrück, Emden, Zwickau, Bratislava, Palmela und Pamplona.

„Volkswagen – da weiß man, was man hat. Der T-Cross ist ein sehr gutes Beispiel dafür. Schaut euch sein Design an: Es ist sportlich und weiblich zugleich. Das gefällt mir richtig gut.“

Patrícia Ramos, Endabnahme, Qualität, Palmela



In Osnabrück: Produktionsvorstand Andreas Tostmann hat den T-Cross für die Mannschaft mitgebracht.

In Palmela: Der neue T-Cross sorgt für gute Laune bei den Beschäftigten.



In Bratislava: Der T-Cross zu Besuch in der Slowakei.

„Durch sein Design zieht der T-Cross auf jeden Fall die Blicke auf sich. Er sieht wie ein echter Flitzer aus, den man auf den Straßen nicht übersehen wird. Die Möglichkeit, den T-Cross im Werk zu sehen, habe ich gern genutzt. Ich bin neugierig, welche Modelle im Rahmen der Roadshow noch zu uns kommen.“

Ján Braniš, Fertigungsmitarbeiter, Karosseriebau, Bratislava

WeShare: Carsharing gestartet

Volkswagen beginnt in Berlin mit 1.500 e-Golf¹



WeShare in Berlin: Vanessa Petre Linbenciuc hat das Carsharing getestet.



Berlin: Der neue We Campus führt rund 900 Experten zusammen.

We Campus in Berlin eröffnet

Volkswagen hat den We Campus in Berlin eröffnet. Den digitalen Startschuss für den neuen Standort gaben Ramona Pop, Berliner Bürgermeisterin und Senatorin für Wirtschaft, Energie und Betriebe, und Christian Senger, Volkswagen Markenvorstand für Digital Car & Services. Der neue We Campus führt rund 900 Experten von Volkswagen und seinen Technologiepartnern zusammen, die bislang an verschiedenen Standorten gearbeitet haben. Volkswagen plant zudem, am Standort weitere neue Zukunftsarbeitsplätze zu schaffen.

Künftig werden sie dort neue digitale Mehrwertdienste und Mobilitätsservices entwickeln. Volkswagen erweitert sein We-Ökosystem stetig und will hierzu auch weitere neue Zukunftsarbeitsplätze am Campus schaffen.

Volkswagen richtet den Standort auf die Anforderungen moderner digitaler Entwicklungsarbeit aus. Eine wichtige Rolle spielen agile Arbeitsmodelle, die im Büro- und Raumkonzept besonders berücksichtigt werden. Am We Campus arbeiten Experten-Teams daher künftig funktionsübergreifend und direkt an einem Ort zusammen. Zu ihnen zählen Produktentwickler, Softwareingenieure und UX-Designer. Beteiligte Technologiepartner können direkt eingebunden werden. Das vereinfacht Abläufe und beschleunigt die Erprobung neu entwickelter Anwendungen und Apps.

WeShare, das rein elektrische Carsharing von Volkswagen, ist gestartet. In Berlin hat Vanessa Petre Linbenciuc das nachhaltige Carsharing-Angebot schon ausprobiert. Ein Erfahrungsbericht:

Mit einer kleinen Wischbewegung auf ihrem Handy öffnet Linbenciuc den silberfarbenen e-Golf. „Hier ist eines meiner 1.500 Autos, die ich in Berlin habe“, sagt die 24-Jährige mit einem Lächeln. „Das ist das Praktische am Carsharing: Meine Autos parken überall in der Stadt.“ Sie ist eine von 2.500 Nutzern, die WeShare schon vor dem offiziellen Start ausprobiert haben. Fast zwei Monate dauerte die Testphase, bevor es Ende Juni richtig losging.

Mit WeShare startet Volkswagen ein sogenanntes Free Floating Carsharing. Dabei sind so viele Autos verfügbar, dass der Kunde jederzeit eines in seiner Nähe findet. Es gibt keine festgelegten Sammelstellen, an denen Autos geliehen und zurückgegeben werden müssen.

Linbenciuc: „Meine Registrierung verlief superschnell, weil man das alles online machen konnte. Ich habe die App heruntergeladen, dann vom Führerschein Fotos hochgeladen, kurze Zeit später noch einen kurzen Anruf bekommen – keine drei Minuten später war ich freigeschaltet.“

Was für sie eine wichtige Rolle spielt, ist Umweltfreundlichkeit: „Vor fünf Jahren, als ich nach Berlin kam, war Nachhaltigkeit beim Carsharing

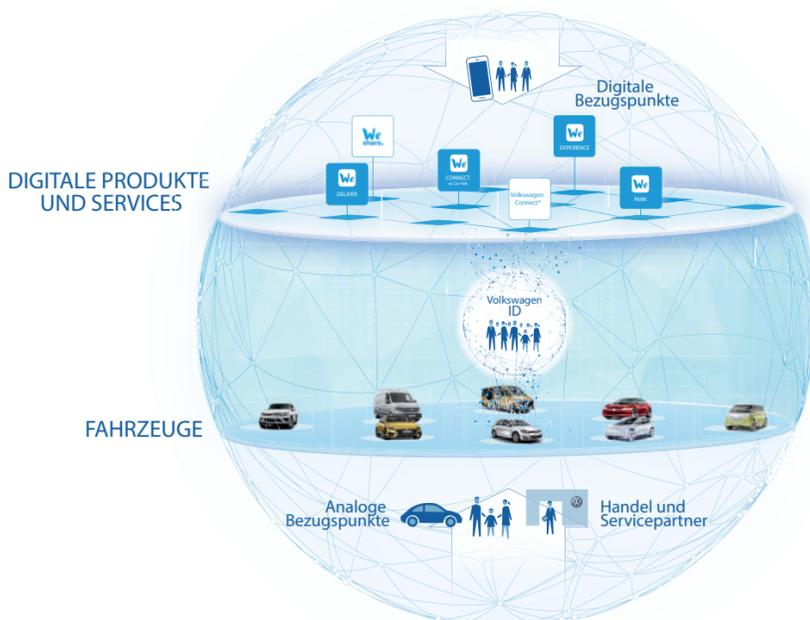
kein Thema. Aber heute spricht natürlich einiges für WeShare.“ Auch die Parkplatz-Situation in der Innenstadt ist für Linbenciuc ein Grund, nicht mit dem eigenen Pkw unterwegs zu sein: „Ein Carsharing-Auto kann ich überall in Berlin abstellen. Es gibt in einigen Straßen sogar extra Parkplätze nur für Carsharing-Autos und solche für Elektroautos. Das ist wirklich ein Vorteil.“

Nach dem Start in Berlin soll WeShare zunächst in weiteren großen Städten in Deutschland und Europa eingeführt werden. In der Testphase konnten Nutzer

den e-Golf mieten. 2020 werden der e-up!² und erste ID.3³ in die Flotte aufgenommen.



Praktisch für unterwegs: Carsharing via WeShare App.



Was ist ... Volkswagen We?

Das Ökosystem und seine Dienste

Volkswagen We bietet ein wachsendes Angebot an digitalen Mobilitätsdiensten, mit dem zwei Ziele verfolgt werden: Mobilität im Alltag zu erleichtern und das Auto zum selbstverständlichen Teil der digitalen Lebenswelt zu machen, die wir schon heute über Smartphones erfahren. Im Zentrum steht dabei der Nutzer mit seiner Volkswagen ID. Manche Dienste können nur mit einem Volkswagen genutzt werden, andere auch in Autos anderer Hersteller, und für WeShare benötigt der Kunde gar kein eigenes Auto. Bereits heute sind mehr als 1,5 Millionen Kunden bei Volkswagen We registriert, die Zahl wächst. Und das sind die aktuellen Dienste:

Volkswagen Connect®

Volkswagen Connect® liefert alle Fahrzeuginfos auf das Smartphone. Features der App: Anzeige vieler Fahrzeugdaten, Warnsymbole und Füllstände sowie anstehender Serviceintervalle. Dazu Challenges, Tankmonitor und elektronisches Fahrtenbuch sowie Integration digitaler Tools wie We Park und We Experience.

We share.

Zentraler Bestandteil von WeShare ist das Free Floating Carsharing mit einer zu 100 Prozent elektrischen Flotte. Zunächst starten 1.500 e-Golf in Berlin.

We Park

Mit We Park wird das Smartphone zur Parkuhr. Die App erkennt per GPS den Standort und zeigt automatisch den Preis für das Parken in den betreffenden Zonen an. Abgerechnet wird nur die tatsächlich geparkte Zeit. Einfach zur Parkzone fahren, per App die Parkzeit starten und später beenden – abgerechnet wird bargeldlos.

We Deliver

Mit We Deliver wird das Fahrzeug zum Empfänger von Lieferungen und Dienstleistungen. Damit kann zum Beispiel die Wäscherei die gebügelten Hemden abliefern oder der Wagen von innen und außen gereinigt werden. Den Zugang zum Kofferraum und die GPS-Daten zum Lokalisieren des Fahrzeugs erhalten die zertifizierten Servicepartner temporär für eine Lieferung. Der Start erfolgt mit dem neuen Passat.

We Experience

We Experience ist ein Service innerhalb von Volkswagen Connect mit praktischen Tipps für die alltäglichen Dinge im Leben. Anhand von Fahrzeug- und Umgebungsdaten kann We Experience individuelle Empfehlungen in der Nähe liefern. Etwa wird dem Nutzer nach einer Schlechtwetterphase angezeigt, wo er eine Vergünstigung für eine Autowäsche erhält. Als Web-App wird der Dienst auch im neuen Passat verfügbar sein.

We Connect

We Connect steht für die neue Generation der mobilen Online-Dienste und startet mit dem neuen Passat. We Connect löst Schritt für Schritt das bestehende Car-Net-Angebot ab. Die neue We Connect App bietet ab Ende Juli Zugriff auf bestehende wie auch neue Dienste: von Online-Verkehrsinformation bis hin zum mobilen Schlüssel oder der Online-Sprachbedienung.

¹ e-Golf: Stromverbrauch, kWh/100 km: kombiniert 14,1 mit 17-Zoll-Rädern – 13,2 16 Zoll; CO₂-Emission kombiniert, g/km: 0; Effizienzklasse: A+.

² e-up!: Stromverbrauch, kWh/100 km: 11,7 (kombiniert); CO₂-Emission kombiniert, g/km: 0; Effizienzklasse: A+.

³ Das Fahrzeug wird in Europa noch nicht zum Verkauf angeboten.

Dieses E-Bike ist ein Cabrio

Dreirädriges Mikromobil: Mit Unterstützung von Innovationsfonds II entwickelt – Vierköpfiges Team

Vier Volkswagen Mitarbeiter aus Produktion, Entwicklung und Vertrieb haben gemeinsam ein E-Bike-Cabrio für den Radweg entwickelt. Gefördert wurde das Projekt vom Innovationsfonds II. Das dreirädrige Weelie ist ein Mikromobil für nachhaltige und individuelle Mobilität. Es soll den Straßenverkehr entlasten und dadurch einen Beitrag zu mehr Lebensqualität in Städten leisten.

„Unser Weelie verfügt über eine Neigetechnik und ist damit fast so wendig wie ein Fahrrad. Mit drei Rädern ist er rutschsicher und besitzt einen 20 Prozent kürzeren Bremsweg als ein Zweirad.“

Michele Spinello (Entwicklung)

„Der Markt für Pedelecs wächst: 2018 stieg der Absatz in Europa um 22 Prozent auf mehr als zwei Millionen. Hier setzt unser Geschäftsmodell mit Marketing- und Vertriebskampagne an. Wir arbeiten an einer Markteinführung in 2021.“

Katharina Meyer (Vertrieb)



Weelie Projektteam (v. l.): Markus Lalla, Jörn Blecken, Katharina Meyer und Michele Spinello.

„Weelie ist der Prototyp eines neuen E-Bikes speziell für Pendler im städtischen Bereich. Es fährt bis zu 25 Kilometer pro Stunde schnell und bietet dank versenkbarer Frontscheibe und einem Cabrio-Dach Schutz vor Wind und Wetter.“

Projektleiter Jörn Blecken (Konzern Produktion)

„Das Projekt war für uns als Team intensiv, spannend und lehrreich. Wir waren Unternehmer im Unternehmen, haben agil gearbeitet und Start-up-Mentalität entwickelt. Außerdem haben wir große Unterstützung vom Innovationsfonds II, unseren Chefs und vielen Fachabteilungen erhalten.“

Markus Lalla (Konzern Produktion)



„Der Innovationsfonds II fördert strategisch relevante Ideen wie Weelie, um neue zukunftsfähige Geschäftsmodelle an den Start zu bringen. Damit leisten wir einen Beitrag zur Beschäftigungssicherung und zum nachhaltigen Aufbau von Zukunftsarbeitsplätzen.“

Daniela Cavallo (stellvertretende Betriebsratsvorsitzende)



Erste Studie: Weelie noch mit geschlossenem Verdeck.



Der Innovationsfonds II

Der Innovationsfonds II fördert Geschäftsmodelle, die über das bisherige Kerngeschäft von Volkswagen hinausgehen, um das Dienstleistungs- und Produktportfolio zu erweitern. Aus einer Geschäftsidee entsteht ein Businessplan. Darauf folgt die Entwicklung eines Prototyps. Im Idealfall steht am Ende die Serienumsetzung.

Weitere Infos:

<http://innovationsfonds2.vw.com>
www.vwg.com/intrapreneurship.html



Gemeinsam Ideen entwickeln: MEB-Produkttag in Zwickau

Mitarbeiter diskutieren Verbesserungsvorschläge nach Besuch von ID.3¹ Vorserienfertigung

Neue Ideen für zukünftige MEB-Produkte: Das ist das Ergebnis eines Treffens von Vertretern der Produkttechnik und der Technischen Entwicklung zur Fertigungsbesichtigung des ID.3¹ im Zwickauer Werk. Im Fokus des Treffens stand die gemeinsame Überprüfung der Wirksamkeit technischer Konzepte.

„Uns ist wichtig, dass die Kollegen der Technischen Entwicklung direkt vor Ort erleben, welche Themen uns in der Produktion bei der Industrialisierung der Produkte beschäftigen. Neben den guten konstruktiven Lösungen, die uns auf dem Weg zu fertigungsgerechten Fahrzeugen vorangebracht haben, legen wir den Fokus natürlich insbesondere auch auf die Themen, die wir noch gemeinsam

optimieren müssen“, sagte Henning Jacob, Leiter Produkttechnik.

Zum Auftakt besichtigten die Teilnehmer gemeinsam die Vorserienfertigung des ID.3. Die Vertreter des Standorts führten die Wolfsburger Kollegen durch die Produktion.

Volker Jacob, Leiter Konzeptauslegung, freute sich über die Gelegenheit der Fertigungsbesichtigung: „In der Konzeptentwicklung haben wir gemeinsam mit der Produkttechnik völlig neue Konzepte für den MEB erarbeitet. Dabei war ein Ziel, möglichst viele Fahrwerks- und Hochvolt-Komponenten in der Hochzeit einfahren zu können, um die Fertigungs- und Durchlaufzeit zu reduzieren. Wir sind froh, dass die Konzepte größtenteils erfolgreich am Standort umgesetzt werden konnten, wissen jetzt aber auch, was wir zukünftig

noch optimieren können.“ Im Anschluss an die Führung diskutierten die Teilnehmer zusammen mit den Vertretern der Zwickauer Pilothalle die Verbesserungsvorschläge an der Karosserie sowie an einem fertigen Fahrzeug. Ludger Lührmann, Leiter Entwicklung Karosserie: „Über unsere Regeltermine mit der Produkttechnik sind wir zwar gut mit den Themen der Fabrik vernetzt, es ist aber noch mal etwas anderes, sich die Lage vor Ort anzusehen. Inner-

halb kürzester Zeit wird der gesamte MEB-Karosseriebau eingerichtet. Beim Meistern dieser Herausforderung wollen wir durch produktionsgerechte Konstruktion unterstützen.“ Am Tag

darauf nutzten die Teilnehmer die dabei gewonnenen Erkenntnisse in einem Workshop und leiteten gemeinsam neue Ideen für zukünftige MEB-Produkte ab.

Gemeinsam neue Ideen entwickeln: die Teilnehmer des MEB-Produkttags im Werk Zwickau.



Nacharbeitsfrei: Team stellt Prozesse neu auf

Mitarbeiter aus Fertigung und Zentralbereichen weltweit im Einsatz – Neue Methode

Ein Projektteam aus der Fertigung und den Zentralbereichen geht systematisch der Aufgabe nach, die weltweiten Produktionsprozesse nachhaltig nacharbeitsfrei zu gestalten. Dabei erprobt das Team die Anwendung agiler Methoden für mehr Effizienz und Produktivität.

Der Auftakt zu diesem markenübergreifenden Projekt fand im Rahmen eines agilen Sprints in der zentralen Pilothalle statt. Vertreter der Fertigung, der Qualitätssicherung sowie der Zentralbereiche suchen seitdem gemeinsam als Team nach Potenzialen, die in den einzelnen Fertigungsprozessen stecken. Ob Wolfsburg, Emden,

Kaluga, Pamplona oder Palmela, die Methodik ist dabei gleich: Die Zielvorgabe des Projektes, den Anteil der Nacharbeit nachhaltig zu reduzieren, bedeutet dabei vor allem, die existierenden Produktionsprozesse fertigungsorientiert zu gestalten. Und dabei den Kundenfokus stets im Blick zu behalten.

Die gewählte Arbeitsmethode machte das Projekt zu einem Novum und sorgte, zumindest zu Anfang, für ein wenig Unsicherheit im Kernteam. Eine entsprechende Schulung vorweg sowie die hundertprozentige Mitarbeit bei den Workshops machten das Team jedoch schnell fit in Sachen „agiles Arbeiten“.

Worum geht es bei der Methodik? Flexibel auf die geänderten Bedingungen und Anforderungen reagieren zu können, Transparenz in den Prozessen herzustellen, regelmäßige Feedbackschleifen einzubauen und die Eigenverantwortung für den gewählten Weg an das Team abzugeben – so könnte man die Vorzüge der agilen Arbeitsweise grob zusammenfassen. Die kurzen Arbeitszyklen sorgen zusätzlich für mehr Fokus auf die Ergebnisse. Die bereichsübergreifenden und entscheidungsbefugten Teams sind dabei der entscheidende Erfolgsfaktor dieser Methode. Da sind sich alle Beteiligten einig.



Nacharbeitsfreie Produkte: Daran arbeitet ein Team mit neuen Methoden.

„Wir wollen einen schnellen Durchbruch der E-Mobilität“

Thomas Ulbrich im Interview: Der Markenvorstand E-Mobilität über den Ausbau der Ladeinfrastruktur

Der Erfolg der Elektromobilität hängt nicht zuletzt davon ab, wie leistungsfähig die Ladeinfrastruktur ist. Im Interview erklärt Thomas Ulbrich, Volkswagen Markenvorstand E-Mobilität, wie Volkswagen europaweit den Ausbau der Ladeinfrastruktur vorantreibt, was die deutsche Politik beitragen kann – und welche deutsche Stadt das beste Ladenetz zu bieten hat.

Herr Ulbrich, wie steht es um die Ladeinfrastruktur in Deutschland?

Es gibt in Deutschland derzeit nicht einmal 20.000 Ladepunkte im öffentlichen Raum. Das ist für den Moment in Ordnung, aber die große E-Offensive kommt ja erst noch. Die Bundesregierung hat das Ziel ausgegeben, bis 2020 rund 100.000 Ladepunkte aufzubauen, da ist in den kommenden Monaten eine Menge zu tun. Ich bin überzeugt, dass wir das brauchen, wenn sich die E-Mobilität hierzulande schnell durchsetzen soll. Bei vielen potenziellen E-Auto-Kunden gibt es nach wie vor eine Art Ladeangst: Sie fragen sich, ob sie ihr Auto überhaupt sicher laden können. Diese Sorge müssen wir ihnen nehmen, indem jetzt schnell und gut sichtbar neue Ladesäulen entstehen. Die Menschen müssen Vertrauen in die E-Mobilität gewinnen.

Hamburg gilt beim Laden als Vorbild. Warum?

Grundsätzlich ist es Aufgabe der Städte und Kommunen, für den Ausbau der Ladeinfrastruktur vor Ort



Zuständig für die E-Mobilität: Markenvorstand Thomas Ulbrich.

zu sorgen. Hamburg leistet hier schon seit Jahren gute Arbeit. Der Senat hat sich 2014 sehr klar und offensiv zum Aufbau der Ladeinfrastruktur bekannt, das war als Signal sehr wichtig. Es gibt dort klare Verantwortlichkeiten, die Kostenübernahme ist geregelt und die Ladepunkte sind einheitlich beschildert und gut sichtbar. Außerdem geht die Hamburger Polizei sehr konsequent gegen Falschparker vor, die Ladepunkte blockieren. Im Ergebnis hat Hamburg heute die beste Abdeckung mit Ladesäulen in ganz



Der ID.3¹ an einer Schnellladesäule von IONITY: 400 davon sollen an Autobahnen entstehen.

Deutschland, und es gibt auch einen klaren Plan, wie der Ausbau bedarfsgerecht fortgesetzt werden soll.

Was trägt Volkswagen zum Ausbau der Ladeinfrastruktur bei?

Wir wollen einen schnellen Durchbruch der E-Mobilität und engagieren uns deshalb überall dort, wo E-Autos in Zukunft geladen werden: zu Hause, bei der Arbeit, im öffentlichen Raum und an der Autobahn. Privatkunden bekommen über unsere Tochtergesellschaft Elli künftig ein Komplettpaket für die heimische Garage: günstige Wallbox, Installation und Grünstrom. Allein an den deutschen Volkswagen Standorten werden wir bis 2025 rund 4.000 Ladepunkte für unsere Mitarbeiter installiert haben. Viele davon stehen auch der allgemeinen Öffentlichkeit zur Verfügung. Als Konzern werden wir bis 2025 europaweit insgesamt rund 36.000 Ladepunkte aufbauen, wenn man die der Händler mitzählt (siehe auch Kasten rechts). Und über IONITY sind wir auch am Aufbau von 400 Schnellladestationen an den Autobahnen beteiligt. Wir wollen mit gutem Beispiel vorangehen.

Wie kann der Ausbau der Ladeinfrastruktur weiter beschleunigt werden?

Die Automobilindustrie kann das nicht alleine bewerkstelligen, hier ist auch ein stärkeres Engagement der Politik gefragt. Wir brauchen jetzt vor allem zügige Entscheidungen, etwa eine Ausweitung der Fördermaßnahmen für Betreiber von Parkplätzen und Parkhäusern. Auch ein „Recht auf Wallbox“ für Mieter und Eigentümer ist wichtig, hier müssen die notwendigen Anpassungen im Miet- und Baurecht erfolgen. Deutschland braucht einen Masterplan E-Mobilität mit dem Schwerpunkt Ladeinfrastruktur. Wenn Industrie und Politik ihre Kräfte bündeln, dann können wir die Herausforderungen bei der Ladeinfrastruktur sehr schnell lösen.

Hatten Sie persönlich eigentlich auch schon mal Ladeangst?

Ich bin mit meinem e-Golf² tatsächlich mal mit sehr wenigen Restkilometern auf der Uhr zu Hause angekommen. Ein bisschen Nervenkitzel war das schon. Es hat mich ein wenig an die Zeit vor 25 Jahren erinnert, als auch Verbrenner-Fahrzeuge nur eine Reichweite von 350 bis 400 Kilo-

metern hatten und das Tankstellennetz bei Weitem nicht den Stand von heute hatte. Aber ich glaube, die meisten Menschen überschätzen, wie oft man laden muss. Beim ID.3¹ mit 420 Kilometern Reichweite reicht künftig in den meisten Fällen einmal pro Woche.

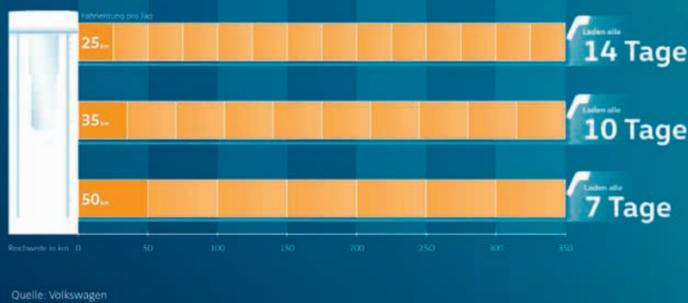


36.000 Ladepunkte für E-Autos

Volkswagen strebt einen schnellen Durchbruch der E-Mobilität an und verstärkt dazu auch seine Anstrengungen bei der Ladeinfrastruktur. Europaweit baut der Konzern bis 2025 insgesamt 36.000 Ladepunkte auf, davon 11.000 durch die Marke Volkswagen. Sie werden an den Volkswagen Standorten installiert – und bei den rund 3.000 Volkswagen Händlern in allen größeren Städten. In Summe investiert der Konzern rund 250 Millionen Euro in den Ausbau der Ladeinfrastruktur an den europäischen Standorten.

Laden ist keine tägliche Aufgabe

Aufladen der Batterie im Durchschnitt nur alle 10 Tage nötig



Aufladen der Batterie: In vielen Fällen reicht einmal in der Woche.

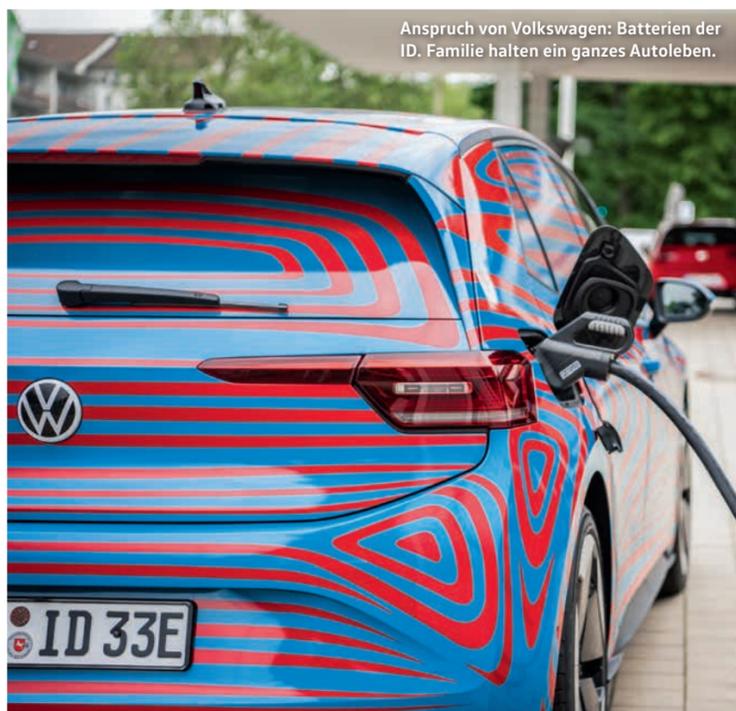
Neuer ID.3: Acht Jahre Garantie auf Batterien

Akku soll dann noch über mindestens 70 Prozent der nutzbaren Kapazität verfügen



Künftige Besitzer der ID. Modelle müssen sich keine Gedanken über die Haltbarkeit der Lithium-Ionen-Batterien machen. Denn Volkswagen wird eine Garantie darauf geben, dass die Akkus selbst nach acht Jahren respektive 160.000 Kilometern noch über mindestens 70 Prozent ihrer nutzbaren Kapazität verfügen.

Seit 2017 hat Volkswagen die Entwicklung der Batterien in einem Center of Excellence gebündelt. Es sorgt unter anderem dafür, dass alle Batterien der ID. Familie über eine sehr lange Zeit ihre maximale Kapazität behalten und damit große Reichweiten garantieren. Frank Blome, Leiter des Centers of Excellence in Salzgitter: „Unser



Anspruch von Volkswagen: Batterien der ID. Familie halten ein ganzes Autoleben.

Anspruch ist, dass die ID. Batterien ein ganzes Autoleben lang halten.“

Volkswagen wird die Batterien in verschiedenen Größen anbieten. Legt der Besitzer eines ID. weniger Wert auf eine große Reichweite, reicht ihm eine Batterie mit kleinerem Energiegehalt. Das macht den Wagen günstiger. Wer hingegen häufig lange Strecken fährt, wird sich für eine größere Batterie entscheiden. Je nach Batterie und Fahrzeugtyp sind so maximale Reichweiten von etwa 330 bis 550 Kilometern (jeweils nach WLTP) realisierbar. Volkswagen konnte die Batterien zudem auf eine Ladeleistung von bis zu 125 Kilowatt auslegen. Das beschleunigt das Laden und verkürzt die Ladestopps. Volkswagen geht davon aus, dass rund 50 Prozent aller Ladevorgänge zu Hause und 20 Prozent bei der Arbeit stattfinden werden. Gezielt darauf abgestimmt wurde ein neues Programm an Wallboxen. Sie können daheim oder bei Unterneh-

men montiert werden und arbeiten mit Ladeleistungen von bis zu elf Kilowatt (AC, Wechselstrom).

Leistung reicht aus, um Batterie über Nacht komplett zu laden

Der Vorteil: Gegenüber dem üblichen 230-Volt-Stromnetz reduziert sich die Ladezeit deutlich – die Leistung via Wallbox reicht aus, um die Batterie über Nacht oder während der Arbeit wieder zu 100 Prozent aufzuladen. 25 Prozent der Ladevorgänge dürften indes unterwegs im öffentlichen Raum und fünf Prozent entlang der Schnellstraßen erfolgen.

Je nach Fahrweise wird es auf einer Reise von Hamburg nach München oder Turin nach Paris (jeweils rund 800 Kilometer) reichen, einen ID.3¹ mit der größten Batterieversion lediglich zweimal zu laden. Passiert das an einer der Schnellladestationen mit hoher Kapazität, können in 30 Minuten rund 260 Kilometer (WLTP) nachgeladen werden.

¹ Das Fahrzeug wird in Europa noch nicht zum Verkauf angeboten.

² e-Golf: Stromverbrauch, kWh/100 km: kombiniert 14,1 mit 17-Zoll-Rädern – 13,2 16 Zoll; CO₂-Emission kombiniert, g/km: 0; Effizienzklasse: A+.

3 Fragen



Justin Pausch (19), Azubi, über das Fahrzeugprojekt eGon.

„Wir haben alles selbst gebaut!“

1 Bei der IdeenExpo, einer Jugend-Messe für Technik in Hannover, haben Sie und sieben weitere Volkswagen Azubis den selbst konstruierten eGon präsentiert. Wie lief's denn?

Es war supercool. Wir mussten unfassbar viele Fragen beantworten. Die Besucher bekamen ja einen direkten Einblick in die Fahrzeugtechnik. Zu sehen war alles – vom Fensterheber bis zur Verkabelung, von der wir übrigens unglaubliche 1,6 Kilometer im Auto verlegt haben.

2 Wie schwierig war es, das Fahrzeug zu bauen?

Von der ersten Skizze auf Papier bis zur letzten Schraube sind sechs Monate vergangen. Der Druck am Ende war schon hoch. Geplant war der eGon als reines Standmodell, aber wir Azubis wollten ihn unbedingt fahrbar machen. Also haben wir einen eigenen Antrieb auf 48-Volt-Basis entwickelt. Die Höchstgeschwindigkeit beträgt sieben km/h. Dass sich am Ende so viele Besucher für unser Projekt interessiert haben, ist natürlich eine schöne Bestätigung der eigenen Arbeit. Wir haben ja alles selber gemacht.

3 Basiert das Modell nicht auf dem e-Golf?

Man könnte denken, dass es sich um ein Golf Modell handelt. Die Maße stimmen auch, aber wir haben keine Originalteile benutzt, sondern alles selbst gebaut – die Karosserie von Hand gebogen, geschweißt und verstrebt. Das Hauptteam bestand aus acht Auszubildenden, aber wir haben eng mit Lackierern, Fahrzeuginnenanbauern und Elektrikern für Automatisierungstechnik kooperiert. Es ging also nicht nur um die fachliche Kompetenz, sondern auch darum, abteilungsübergreifend und im Team zusammenzuarbeiten. Eine super Erfahrung!



Projekt eGon: Die Azubis entwickelten sogar einen Antrieb für das Auto.

Die ersten Volkswagen Feuerwehrleute beenden ihre Ausbildung

Nach erfolgreicher Prüfung geht es jetzt zum Einsatz an die Heimatstandorte

Sie gehen in die Geschichtsbücher von Volkswagen ein!“ Mit diesen Worten beglückwünschte Wolfgang Pick, Geschäftsführer der Service Factory, die ersten Feuerwehrleute, die Volkswagen ausgebildet hat. Nach der Lehre in Wolfsburg geht es für sieben Nachwuchskräfte nun zurück an ihre Stammwerke.

Eine Frau und sechs Männer haben sich in den vergangenen drei Jahren nicht nur mit dem Brandschutz beschäftigt, alles gelernt, was ein Rettungssanitäter wissen muss, und für den Lkw-Führerschein gepakt. Auch Holz-, Metall- und Elektrotechnik sowie Gas- und Sanitärtechnik standen auf dem Lehrplan. „Zu diesem Ausbildungsberuf gehört die umfangreichste Prüfung überhaupt“, betonte Betriebsrat Frank Paetzold. Vertreter des Betriebsrats hatten den neuen Lehrberuf, den Volkswagen 2016 als erstes Unternehmen in Niedersachsen anbot, maßgeblich mit auf den Weg gebracht. Zwei weitere niedersächsische Unternehmen konnten von der Initiative profitieren: Neben den Azubis von Volkswagen haben auch fünf externe Nachwuchsbrandschützer die neue Ausbildung absolviert.



Das sind die ersten von Volkswagen ausgebildeten Feuerwehrleute. Erste Reihe, von links: Tobias Hänel, Jakob Gebert, Fabian Tschersich, Steve-Alan Marx. Hintere Reihe, von links: Mareike Pieper, Bastian Baarsch, Niklas Gehle.

Mit dem erfolgreichen Abschluss gehen nun alle ehemaligen Azubis zurück an ihre Heimatstandorte. „Das wird bestimmt komisch ohne die anderen. Am Anfang waren wir ein bunter Haufen, jetzt sind wir zu einer echten Einheit zusammengewachsen“, sagt

Fabian Tschersich, der künftig zur Mannschaft in Wolfsburg gehört. Für ihn hat sich ein großer Traum erfüllt: Denn Feuerwehrmann wollte er schon werden, als er noch ein kleiner Junge war. Seine Kollegin Mareike Pieper aus Emden ist eher zufällig Feuerwehrfrau geworden. Aktiv ist die junge Frau bei den Brandschützern zwar auch schon seit dem zehnten Lebensjahr, doch als Beruf hatte sie die Feuerwehr nicht auf dem Zettel. „Jetzt zu den ersten von Volkswagen ausgebildeten Feuerwehrleuten zu gehören, ist ein richtig schönes Gefühl“, sagt Mareike Pieper.

Das gute Vertrauensverhältnis während der Ausbildung beschränkte sich nicht nur auf die Lehrlinge und ihren Ausbilder Frank Pfeufer. „Sehr gut war auch die Zusammenarbeit mit den anderen Standorten“, sagt Niko Meinke-Marquardt, Leiter

Brandschutz am Standort Wolfsburg. Die ersten Volkswagen Feuerwehrleute sind für ihn etwas ganz Besonderes: „Was ihr geschafft habt, müssen eure Nachfolger erst mal toppen!“



Geht zurück nach Emden: Mareike Pieper.



Bleibt in Wolfsburg: Fabian Tschersich.



Ausbildungsstätte Feuerwehr

Die Werkfeuerwehr in Wolfsburg mit ihren rund 100 Feuerwehrleuten (Sitz an der Straße 37, dort war früher auch das CKD) ist anerkannte Ausbildungsstätte nach der Feuerwehr-Dienstvorschrift. Das bedeutet: Viele Lehrgänge für die freiwilligen Feuerwehren im Umland können im Werk stattfinden. Außerdem werden in Wolfsburg Werkfeuerwehrleute anderer Unternehmen ausgebildet.



Podiumsdiskussion im Museum: Klaus Bischoff (2. von links) sprach über das Design von Volkswagen.

Abschied von einer Ikone

New York: Veranstaltung im Museum of Modern Art würdigt den Beetle

Im Juli endet die Produktion des Beetle. Bei einer großen „Bye Bye, Beetle“-Veranstaltung in New York nahm Volkswagen nun Abschied von der Design-Ikone. Der Ort des Geschehens: das Museum of Modern Art, das weltweit eines

der ersten Ausstellungshäuser war, die Autos als Designobjekt in die Sammlung aufnahmen.

Seit 2002 ist dort zum Beispiel ein Käfer (Baujahr 1959) zu sehen, der zu den meistfotografierten Objekten im Haus gehört.

Volkswagen Chefdesigner Klaus Bischoff war nach New York gereist. Bei einer Podiumsdiskussion sprach er darüber, wie Volkswagen Meilensteine im Design geschaffen hat, welchen Einfluss das Design bis heute hat und wie Volkswagen diese Erfolgsgeschichte

im Zeitalter der Elektromobilität fortsetzen wird. Der Käfer/Beetle hat eine lange Tradition in Nordamerika. Zum Ausklang dieser Ära entwickelte Volkswagen daher in diesem Jahr für den US-Markt eine letzte, limitierte Sonderedition als Coupé und Cabriolet.



Der Käfer ist Kunst: Seit 2002 steht ein Exemplar im Museum. Klaus Bischoff (2. von rechts) mit Teilnehmern der Podiumsdiskussion.

Pink Paddler: Drachenboot-Team für Frauen mit Brustkrebs

Pink Dragon Wolves aus Wolfsburg suchen weitere Mitstreiterinnen

Ein Drachenboot-Team für Frauen mit Brustkrebskrankung – das gibt es seit Jahresbeginn in Wolfsburg. Der Name des Teams: Pink Dragon Wolves. Die Frauen trainieren einmal wöchentlich auf dem Allersee. Auch Wettkämpfe und Fahrten mit Paddlerinnen aus anderen Städten und Ländern sind geplant. Im Mittelpunkt stehen der Spaß am Sport und der gesundheitliche Aspekt. Wer mitmachen will: Das Team sucht noch Mitstreiterinnen.

Sandra Janzen arbeitet für die Volkswagen R GmbH und ist Teamcaptain der Pink Paddler Wolfsburg: „Ich paddle schon seit sechs Jahren im Wolfsburger Kanu-Club. Bei Wettkämpfen fielen mir reine Frauenteam in pinken Trikots auf.



Teamcaptain der Pink Paddler Wolfsburg: Sandra Janzen arbeitet für die Volkswagen R GmbH.



Pink Dragon Wolves: Training auf dem Allersee.

Ich habe sie angesprochen und mir das Projekt ‚Paddeln gegen Brustkrebs‘ erklären lassen.“ Schnell war der Wolfsburger Ableger geboren.

Training jeden Donnerstag – Kinder sind willkommen

Jeden Donnerstag um 17 Uhr trainieren die Frauen auf dem Allersee. Kinder der Teilnehmerinnen

sind ab einem Alter von fünf Jahren ebenfalls willkommen, um sich zeitgleich beim Schnupperpaddeln auszuprobieren. Janzen: „Viele der Betroffenen haben andere Sportarten wie Joggen betrieben, bevor sie den Paddelsport kennenlernten. Dabei hatten sie mehr Schmerzen als beim Paddeln. Ein weiterer Nachteil: Beim Laufen ist man mit seinen Gedanken und Ängsten allein. Bei einem Mann-

schaftssport wie dem Drachenbootfahren ist das nicht der Fall.“ Ein gesunder sportlicher Ehrgeiz ist beim Paddeln dabei. Das Motto lautet aber: Alles kann, nichts muss. Janzen: „In erster Linie geht es darum, trotz Handicaps gemeinsam etwas zu schaffen und aktiv am Leben teilzunehmen. Außerdem ist Sport gesund und das Paddeln ist besonders für Brustkrebspatientinnen hilfreich.“

Aktuell bestehen die Pink Paddler aus sieben Frauen im Alter von Mitte 20 bis Anfang 70. In ein Drachenboot-Team passen aber mindestens zehn Paddlerinnen. Wer mitmachen will:

Kontakt über Sandra Janzen:
Mobil: 0170 8366123
E-Mail: pinkpaddler@wkc52.de

Arbeitssicherheitspokal: Werk Bratislava gewinnt zum sechsten Mal

Volkswagen zeichnet europäische Werke für Arbeitssicherheit aus

Arbeitssicherheit hat bei Volkswagen oberste Priorität. Seit über 30 Jahren zeichnet Volkswagen jedes Jahr die europäischen Werke mit der geringsten Zahl an Arbeitsunfällen aus. „Der Arbeitsschutz wird bei Volkswagen ernst genommen“, sagte Andreas Tostmann, Vorstand für Produktion und Logistik der Marke Volkswagen, bei der Verleihung des Arbeitssicherheitspokals im Markenhochhaus in Wolfsburg. „Die zahlreichen Beispiele aus unseren Standorten belegen eindrucksvoll, wie engagiert in allen Werken an dem Thema Arbeitssicherheit gearbeitet wird. Ich danke



„Arbeitsschutz wird ernst genommen“: Produktionsvorstand Andreas Tostmann

allen Beteiligten für ihren Einsatz. Bitte bleiben Sie weiter dran.“

Den ersten Platz sicherte sich zum inzwischen sechsten Mal das Werk Bratislava. Auf dem zweiten und dritten Platz landeten das spanische Werk Pamplona und der russische Standort Kaluga. „Eine sehr tolle Mannschaftsleistung. Es wäre schön, wenn wir im nächsten Jahr wieder den ersten Platz machen würden. Wichtiger aber ist, dass die Mitarbeiter gesund zur Arbeit kommen und auch wieder gesund nach Hause gehen. Das

ist das, was uns motiviert“, sagte Dagmar Wittgruberova, Leiterin Gesundheitswesen und Arbeits-



Ausgezeichnet: Am Wettbewerb konnten alle produzierenden Standorte der Marken Volkswagen Pkw, Komponente und Volkswagen Nutzfahrzeuge in Europa teilnehmen.

sicherheit Volkswagen Slovakia, nach der Preisverleihung.

Die Nachhaltigkeit, mit der sich die Werke um die Arbeitssicherheit kümmern, prämiiert der Preis „Beste Unfallentwicklung“. Dafür vergleicht die Jury die Unfallstatistik aller teilnehmenden europäischen

Werke über den Zeitraum von vier Jahren. Dieser Preis ging an das Werk Kaluga.

Am Wettbewerb teilnehmen konnten alle produzierenden Standorte der Marken Volkswagen Pkw, der Komponente und von Volkswagen Nutzfahrzeuge in Europa.



Übergabe: WFA-Geschäftsführer Andrew Muir (2. v. l.) mit Projektteilnehmern.

Volkswagen T6 für guten Zweck übergeben

Die Volkswagen Group South Africa (VWSA) hat einen T6 an die Wilderness Foundation Africa (WFA) übergeben und unterstützt damit die Arbeit der Wohltätigkeitsorganisation. Die WFA setzt sich für die Förderung und Ausbildung von Jugendlichen ein. Allein zwischen Oktober 2018 und April dieses Jahres konnte die Organisation mit ihren Wilderness Trails 121 Jugendliche erreichen. Ziel ist es, die Teilnehmer persönlich voranzubringen und Umweltbewusstsein zu vermitteln. 20 Schüler absolvierten zudem ein Umweltschutzprogramm, weitere 18 Jugendliche schlossen eine Ausbildung zum Kochgehilfen ab. Zehn der Absolventen erhalten eine weiterführende Ausbildung. VWSA unterstützt die WFA seit 2015.

Familientag in Chattanooga

Mehr als 5.000 Mitarbeiter und deren Angehörige kamen zum „Family Day“ der Volkswagen Group of America am Standort Chattanooga. Die familienfreundliche Veranstaltung bot viel Unterhaltung und Aktionen zum Mitmachen.

Für die Besucher waren zahlreiche Volkswagen Modelle ausgestellt. Das Highlight war das Werk: Begeistert zeigten die Mitarbeiter ihren Familien ihre Arbeitsplätze. Videos veranschaulichten auf Displays an den Fertigungslinien das tägliche Produktionsgeschehen. Den ganzen Tag über beeindruckten zwei Stuntmen mit spektakulären Tricks.



Dresden: die Gläserne Manufaktur.

Industrial Cloud: 80 neue IT-Jobs in Dresden

Volkswagen hat in der Gläsernen Manufaktur Dresden ein neues IT-Entwicklungszentrum eröffnet. Im „Software Development Center Production“ (SDC) werden perspektivisch bis zu 80 neu eingestellte IT-Spezialisten an der Volkswagen Industrial Cloud arbeiten. Mit der Cloud sollen künftig alle Daten der 122 konzernweiten Fertigungsstätten zusammengeführt und so die Produktion und Logistik durchgängig digitalisiert werden.

Für die Gläserne Manufaktur bedeutet die Eröffnung des SDC die konsequente Weiterentwicklung zum Hightechstandort und „Center of Future Mobility“. Bereits zum Tag der Eröffnung existiert eine erste sichtbare Anwendung zur optischen Qualitätskontrolle in der Montage. Ein Schwerpunkt liegt dabei auf dem Einsatz von künstlicher Intelligenz, die das menschliche Sehen adäquat nachbildet. Das SDC hat die Software für die optische Qualitätskontrolle des automatisierten Primer-Auftrags der Tür-Dreieckscheibe entwickelt – die Roboter-Anwendung kommt vom Dresdner Start-up Wandelbots.

Fußball-Highlights: 700 Mitarbeiter waren dabei

Volkswagen verlost Karten für Länderspiele und Pokal-Finals: 18.000 Beschäftigte nahmen an Gewinnspielen teil

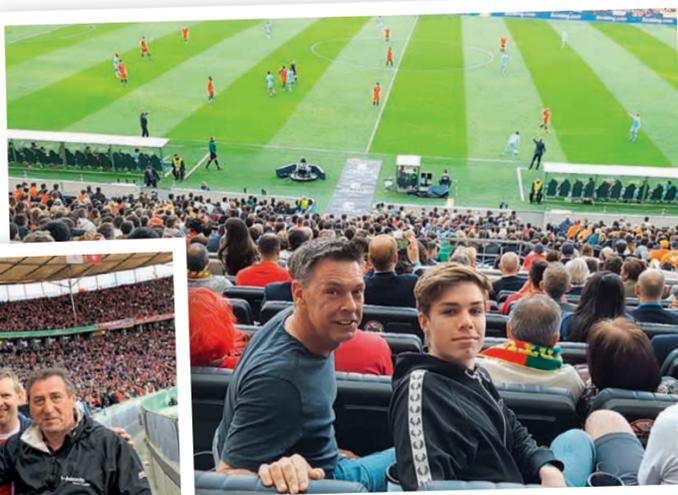
Ob bei Fußball-Länderspielen in Wolfsburg und Mainz, beim DFB-Pokalfinale in Berlin oder beim Nations-League-Endspiel in Porto – bei bedeutenden Fußball-Spielen in diesem Jahr haben auf der Tribüne regelmäßig Volkswagen Mitarbeiter mitgefiebert. Die Eintrittskarten hatten sie bei Gewinnspielen von Sportkommunikation und Interner Kommunikation gewonnen. Mehr als 18.000 Mitarbeiter haben sich an den bisher 15 Gewinnspielen beteiligt, fast 700 Beschäftigte durften sich über Tickets freuen. „Wir haben immer betont, dass die Mitarbeiter von unserem umfassenden Fußball-

Engagement profitieren sollen“, sagt Gerd Voss, Leiter Sportkommunikation. Volkswagen ist Partner des Deutschen Fußball-Bundes (DFB) und des europäischen Fußball-Verbands UEFA.



Porto: Michael Müller aus der TE reiste mit Sohn Morten zum Finale der Nations League.

Berlin: Mitarbeiter von Volkswagen Sachsen waren beim Pokalsieg des FC Bayern München live dabei.



Berlin: Michael Hass (links) und Michael Leischner aus dem Werk Salzgitter gewannen Tickets für das DFB-Pokalfinale.

Fliegtauf: So stark sind die neuen Grizzlys

Eishockey: 360°-Interview mit dem Manager des Wolfsburger DEL-Klubs – Zuversicht vor dem Saisonstart im September

Für die Grizzlys Wolfsburg beginnt am 13. September die neue Saison in der Deutschen Eishockey Liga (DEL). Über den Stand der Vorbereitung unter dem neuen Trainer Pat Cortina, die Ziele des Vereins und die Zusammenarbeit mit Hauptsponsor Volkswagen sprach 360° mit Manager Charly Fliegtauf (59).

Herr Fliegtauf, wie weit sind die Planungen für die nächste Saison?

Unsere Planungen laufen seit Monaten und sind in einem fortgeschrittenen Stadium. Der Kader ist bis auf zwei Spieler komplett. Wir haben bereits im Mai mit dem Sommertraining begonnen und starten alle gemeinsam am 1. August mit dem Eistraining. Wir haben sieben Vorbereitungsspiele geplant, darunter eines hier in der Region – am Freitag, 30. August, in Braunlage gegen die Kölner Haie.

Auf welchen Neuzugang können sich die Fans am meisten freuen?

Ich denke, dass sich unsere Fans auf jeden Neuzugang freuen können, da sie alle eine wichtige Rolle im Mannschaftsgefüge einnehmen werden. Mathis Olimb ist sicher icherlich ein Spieler, der durch seine Technik für die Fans ein besonderer Hingucker sein kann.

Was macht Ihnen Hoffnung, dass die nächste Saison erfolgreicher wird als die vergangene? Da hat Ihr Klub zum ersten Mal seit zehn Jahren die Play-offs verpasst.

Wir haben die vergangene Saison intensiv analysiert und uns fest vorgenommen, in der neuen Spielzeit wieder besser abzuschneiden. Wir wünschen uns, dass wir zum Start der DEL-Saison



Mit viel Herz dabei: Charly Fliegtauf ist schon seit 13 Jahren Manager der Grizzlys.



Torjubiläum: Kapitän Sebastian Furchner (rechts) will mit den Grizzlys eine bessere Saison spielen als zuletzt.

unseren ganzen Kader zur Verfügung haben und im Vergleich zur abgelaufenen Spielzeit von langwierigen Verletzungen verschont bleiben. Ich denke, dass wir eine sehr gute Mischung gefunden haben, und setze auf den Teamgeist, der uns viele Jahre getragen hat. Unser Kader ist ausgewogen und die Charaktere stimmen. Ein guter Start ist wichtig, dementsprechend wird die Vorbereitung sehr intensiv sein. Die Saison ist jedoch kein Sprint, sondern ein Marathon. Wir müssen über 52 Spiele konstant gute Leistungen abliefern, um am Ende erfolgreich zu sein.

Volkswagen ist Hauptsponsor der Grizzlys. Wie läuft die Zusammenarbeit?

Die Zusammenarbeit mit Volkswagen verläuft auf allen Ebenen sehr professionell und konstruktiv. Unser Aufsichtsrat mit Oberbürgermeister Klaus Mohrs sowie

Hiltrud Werner, Bernd Rumpel, Bernd Holst, Gunnar Kilian und Thomas Steg verfügt über sehr hohe Kompetenzen und ein hervorragendes Netzwerk. Wir sind sehr stolz, mit Volkswagen einen Hauptsponsor fest an unserer Seite zu wissen, der uns in nahezu allen Bereichen unterstützt. Auch unsere Spieler wissen um dieses Privileg und identifizieren sich in hohem Maße mit der Stadt Wolfsburg und dem Volkswagen Konzern.

Sie sind seit 13 Jahren Geschäftsführer der Grizzlys. Warum sind Sie schon so lange in Wolfsburg?

Zum einen ist es ein sehr großes Privileg, diese Position bei einem Klub einnehmen zu dürfen. Zum anderen gefällt mir die Arbeit mit jedem Einzelnen in unserer Organisation. Ich bin ein bodenständiger Mensch und mag es einfach, hier in Wolfsburg zu arbeiten und zu leben.

Was möchten Sie mit dem Verein noch erreichen?

Wir müssen uns jedes Jahr aufs Neue bestätigen. Das ist eine riesige Herausforderung, der ich mich immer wieder gerne stelle und die auch großen Spaß

macht. Wir arbeiten seit vielen Jahren hart, um uns gegen die Konkurrenz und die großen DEL-Klubs zu behaupten. Wir wollen weiter nachhaltiges, attraktives, erfolgreiches und schnelles Eishockey bieten und die Werte und die Mentalität der Stadt und der Menschen, die hier leben, verkörpern. Unsere Fans sollen möglichst nach jedem Spiel mit einem guten Gefühl nach Hause gehen und sehen, dass die Mannschaft alles gegeben hat. Natürlich ist es unser größtes Ziel, das allerletzte Spiel der gesamten Saison einmal zu gewinnen.



Spielplan

Die Grizzlys starten am Freitag, 13. September, bei den Eisbären Berlin in die neue Saison. Das erste Heimspiel steigt am Sonntag, 15. September, um 14 Uhr gegen die Schwenninger Wild Wings, das Ex-Team von Grizzlys-Trainer Pat Cortina. Der Dauerkartenverkauf läuft unter: www.grizzlys.de



Rasant: Ein kleiner ID.3 brachte den Spielball aufs Feld.

Mini-ID.3 brachte den Spielball

Ein Hingucker: Beim Final-Turnier der Nations League in Portugal brachte ein kleiner ID.3 in Camouflage-Optik den Spielball kurz vor Anpfiff zum Schiedsrichter. Das elektrisch angetriebene Modell-Auto war Teil der Aktionen, mit denen Volkswagen als Partner des europäischen Fußball-Verbands für das Thema Elektromobilität begeistern wollte. Übrigens: Die erstmals ausgetragene Nations League gewann Portugal um Superstar Cristiano Ronaldo durch einen 1:0-Erfolg über die Niederlande.

VfL Wolfsburg: Test in Eindhoven

Ein Testspiel beim niederländischen Spitzenklub PSV Eindhoven am Mittwoch, 17. Juli, ab 19 Uhr ist der erste Höhepunkt in der Saisonvorbereitung des VfL Wolfsburg. Der Fußball-Bundesligist um seinen neuen Coach Oliver Glasner (zuvor Linzer ASK) hatte Ende Juni nach rund fünfwöchiger Sommerpause das Training wieder aufgenommen.

Ins achttägige Trainingslager im österreichischen Schladming bricht das Team um Kapitän Josuha Guilavogui am 19. Juli auf und ist dann rechtzeitig zurück zum zweiten Vorbereitungs-Höhepunkt – dem großen VfL-Familienfest am Samstag, 3. August, an der Volkswagen Arena in Wolfsburg. Das erste Bundesliga-Spiel steigt am 17. oder 18. August gegen den 1.FC Köln.

Auf Hochtouren läuft der Dauerkartenverkauf. Fans können Tickets für die gesamte Spielzeit unter anderem unter www.vfl-wolfsburg.de erwerben.

Wolfsburg wird Hotspot der E-Mobilität

Geschenk zum 80. Geburtstag: Stadt und Volkswagen eröffneten Schnellladepark an der Braunschweiger Straße

Gemeinsam werden die Stadt Wolfsburg und Volkswagen die Ladeinfrastruktur für Elektroautos in der Stadt und auf dem Werkgelände um zwölf flexible und bis zu 28 fest installierte Schnellladesäulen erweitern. Ein erster Schritt: Der bundesweit erste innerstädtische Schnellladepark mit vier Hochleistungs-ladesäulen wurde an der e-Mobility-Station (früher Esso-Tankstelle) an der Braunschweiger Straße eröffnet.

Das zum 80. Stadtgeburtstag von Volkswagen und der Stadt erarbeitete Vorhaben umfasst zwei Schnellladekonzepte: flexible Schnellladesäulen, die das Laden unabhängig vom Stromnetz an jedem beliebigen Ort mit bis zu 100 kW ermöglichen, und stationäre High-Power-Charging-Säulen. Sie erlauben das Laden mit bis zu 350 kW.

Bei der Ladedichte unter den Top 5 in Deutschland

„Mit innovativen Ladekonzepten wie dem ersten Schnellladepark im Innenstadtbereich und den flexiblen Ladesäulen wird die Stadt Wolfsburg zu einem Vorreiter in der E-Mobilität“, sagt Oberbürgermeister Klaus Mohrs. Mit dann 325 öffentlich zugänglichen Ladepunkten reiht sich Wolfsburg bei der Ladedichte unter die Top-5-Städte in Deutschland ein.

Thomas Schmall, Vorstandsvorsitzender Konzern Komponente, erklärt: „Mit dem Modellprojekt zeigen die Stadt Wolfsburg und Volkswagen, wie eine tragfähige e-mobile Ladeinfrastruktur im urbanen Raum der Zukunft aussehen kann. Als Konzern übernehmen wir Verantwortung für



Eröffneten den Schnellladepark (von rechts): Klaus Mohrs, Thomas Schmall, Bernd Osterloh und der Regionsbeauftragte Matthias Wunderling-Weilbier am getarnten Prototyp des ID.3¹.

alle wichtigen Schritte der elektromobilen Wertschöpfungskette – vom Kompetenzaufbau bei der Batteriezelle über E-Fahrzeuge und das 2nd Life der Batterien zum Beispiel in Ladesäulen bis zum Batterie-Recycling.“ Die in der Komponente entwickelte flexible Ladesäule sei dabei ein wichtiger Baustein.

Betriebsratsvorsitzender Bernd Osterloh: „Mit den mobilen Schnellladesäulen zeigt Volkswagen, wie technischer Fortschritt und die Sicherung von Arbeitsplätzen zusammengehen.

Die flexiblen Ladesäulen wurden von unseren Kolleginnen und Kollegen aus der Komponente entwickelt und werden in Zukunft in Hannover produziert. Sie beweisen, dass die Transformation auch neue Beschäftigungsfelder und Geschäftschancen hervorbringt.“

Zufrieden ist auch Martin Roemheld, Leiter e-Mobility Services. Er meint: „Die Stadt Wolfsburg wird zu einem Hotspot der E-Mobilität.“ Die Installation eines Schnellladeparks im Stadtgebiet bedeute massive Platzersparnis und echte Effizienz. Viele Fahr-

zeuge könnten in kürzester Zeit laden. Gleichzeitig werde dabei das Stromnetz geschont.



#WolfsburgDigital

Unter dem Dach von #WolfsburgDigital erfolgt der Auf- und Ausbau der Schnellladeinfrastruktur in Wolfsburg. Mit dieser Initiative bauen die Stadt und Volkswagen digitale Angebote, Elektromobilität und Modelllösungen aus.

KENNEN WIR UNS NICHT?

Wir begegnen uns auf dem Parkplatz, auf dem Weg ins Werk oder in der Kantine – und wissen oft wenig voneinander. Das soll sich ändern: 360° stellt in dieser Rubrik Wolfsburger Mitarbeiter vor.



Monika Kowalski (33), geboren in Danzig, seit fast zehn Jahren bei Volkswagen.



MEIN FRÜHERER JOB

Nach meinem dreijährigen Einsatz in China im Produktmarketing habe ich – zurück in Wolfsburg – in der Vertriebssteuerung für den Konzern gearbeitet.



MEIN AKTUELLER JOB

Ich bin bei Investor Relations tätig. Unser Job ist es, die Beziehung zwischen Volkswagen und Investoren zu pflegen. So wollen wir unsere Investoren von unserer Strategie überzeugen, damit sie in Aktien unseres Unternehmens investieren.



MEIN AUTO

Momentan noch keins. Künftig möchte ich ein Elektroauto fahren. Daher warte ich gespannt auf die neuen Modelle der ID. Familie.



MEINE HOBBYS

Mit großer Freude setze ich mich aktiv für den Umwelt- und Tierschutz ein und unterstütze Organisationen wie die UN Women. Ganz nach dem Motto: „Jeder kann etwas bewirken!“



MEIN TRAUM

Jede Ecke der Welt auf allen erdenklichen Wegen zu bereisen und dabei stets Neues zu entdecken. Zuletzt war ich als Backpackerin in Mittelamerika unterwegs.

Azubis setzen sich für die Umwelt ein

Das Projektteam „Zukunft säen – Generation FAIRänderung“ will einen Beitrag für mehr Nachhaltigkeit leisten

Zukunft säen – Generation FAIRänderung – so heißt ein neues Projektteam bei Volkswagen in Wolfsburg. Es ist in Sachen Umwelt aktiv, denn: Volkswagen Auszubildende wollen einen Beitrag zu mehr Klimaschutz leisten.

Melina Klamt macht eine Ausbildung bei Volkswagen, zurzeit ist sie im Sekretariat der Werkleitung Wolfsburg eingesetzt. Der Weg zu einem guten Abschluss ist ihr wichtig, genauso aber der Blick über den beruflichen Tellerrand. Sie ist überzeugt: „Unsere Generation kann so viel verändern. Wir sollten nicht weiter nur darüber nachdenken, was man alles ändern könnte, sondern einfach mal anfangen!“

Projektteam besteht seit sechs Monaten

Die junge Frau ist Teil des Projektteams „Zukunft säen – Generation FAIRänderung“. Gegründet hat es sich vor etwa sechs Monaten mit Stamm- ausbilderin Annett Zintl und vier weiteren Azubis – Shyla Blei-Kuska, Nele Bühring, Luca Dempewolf und Luisa Slotwinsky. Das Motto „Zukunft säen – Generation FAIRänderung“ war schnell klar – und ebenso schnell



Baumpflanzaktion hinter dem Betriebsrestaurant „Eat & Meet“: Die Azubis setzten ein Zeichen für Nachhaltigkeit.

begannen die Planungen für einen Workshop, zu dem erstmals Teilnehmer aus allen Volkswagen Ausbildungsberufen eingeladen wurden.

Dieser übergreifende Gedanke ist dem Projektteam wichtig: So entstehe Vernetzung und ein effektives Weitertragen der Inhalte. Im Workshop

erwarteten die Auszubildenden jede Menge Fakten, aber auch erlebbare Wissensvermittlung. Die Teilnehmer erfuhren etwas zur Berechnung ihres ökologischen Fußabdrucks, besichtigten das Entsorgungszentrum und hörten Vorträge vom Team Umweltschutz des Standorts Wolfsburg und des Leiters des Wasserwerks.

Volkswagen Gärtnerei spendete Vogelbeerbaum

Besonderer Programmpunkt: das Pflanzen eines Vogelbeerbaums, den die Volkswagen Gärtnerei gespendet hatte. Die Idee dahinter: ein Zeichen für Nachhaltigkeit setzen – ein Zeichen, das sichtbar wächst und gedeiht.

Weiter wachsen soll auch die Integration des Umweltthemas in die Ausbildung bei Volkswagen. Ausbilderin Annett Zintl: „Unsere Umwelt ist ein mehr denn je präsent Thema unserer Jugendlichen. Unsere Volkswagen Azubis können hier berufsübergreifend zeigen, wie sie künftig für ihre Umwelt insbesondere bei Volkswagen Verantwortung übernehmen wollen.“

Mehr zum Thema „Umwelt“ lesen Sie auf den Seiten 8–9.

¹ Das Fahrzeug wird in Europa noch nicht zum Verkauf angeboten.

Neue Techniken für Tanks

Berufe im Werk: Claudia Mientkewitz bringt als Kunststoffentwicklerin die Kraftstoffanlage in die Fahrzeuge

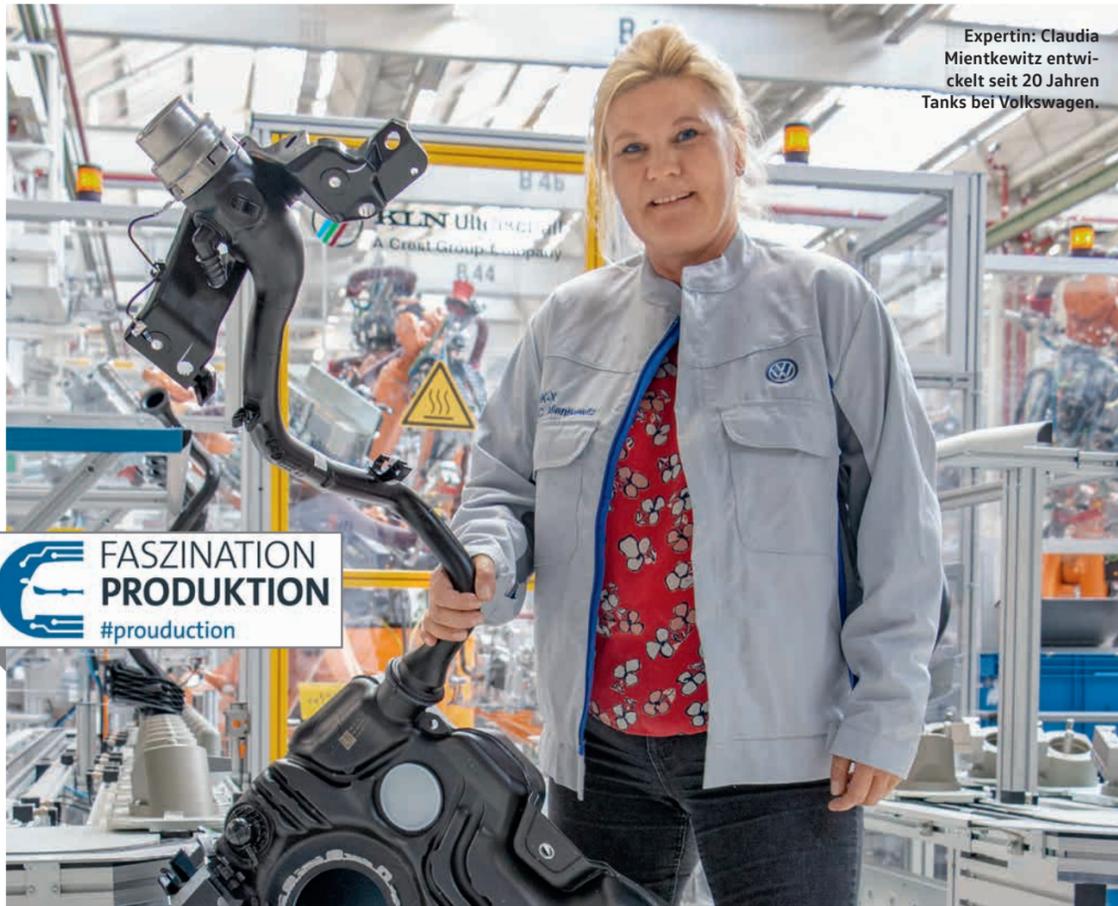
Claudia Mientkewitz kann man guten Gewissens als Urgestein in der Kunststoffentwicklung bezeichnen. Seit 1999 entschieden wurde, eine eigene Entwicklung für die in Wolfsburg gefertigten Kunststoffteile aufzubauen, ist die 49-Jährige dabei.

Sie hat an der Bergakademie in Freiberg in Sachsen Verfahrenstechnik studiert und dort auch promoviert. Seitdem entwickelt sie Tanks oder, wie es korrekt heißt, „Kraftstoffanlagen“. Etwa drei Jahre läuft ein solches Projekt, egal, ob beim Touran, Tiguan, Golf oder Seat Tarraco, die alle in Wolfsburg gebaut werden.

Gegen externe Lieferanten behaupten

Ein typisches Vorgehen sieht für die Entwicklerin so aus: Die Technische Entwicklung erstellt ein Lastenheft. Claudia Mientkewitz muss dann schauen, ob alle Vorgaben zu Sicherheit, Materialien, Funktionen und Gesetzen erfüllt sind und ob der Tank herstellbar ist. Die Kunststoffteilfertigung erstellt erste Konzepte und gibt ein Angebot ab. Sie muss sich dabei gegen externe Lieferanten durchsetzen, denn die Vergabe innerhalb von Volkswagen ist nicht garantiert.

Steht das Konzept, muss der Tank realisiert und erprobt werden. Und weil im Tank Kohlenwasserstoffe verdunsten, gehen die Werte auch im Gesamtfahrzeug bei den Verdunstungsemissionen mit ein – neben



Expertin: Claudia Mientkewitz entwickelt seit 20 Jahren Tanks bei Volkswagen.



dem Abgas und dem Kraftstoffverbrauch. Außerdem muss ein Tank immer formstabil bleiben.

Aktuell beschäftigt sich Claudia Mientkewitz mit der Euro-7-Abgas-

norm. Der Job der Expertin ist es, neue Techniken für künftige Tanks zu entwickeln. Spürt sie eine Veränderung in ihrem Berufsbild? „Die Fokussierung auf die E-Mobilität

erschwert zurzeit Investitionen bei uns in der Tankentwicklung. Dabei werden wir noch lange Kraftstoffanlagen für Verbrenner benötigen.“

3 Fragen



Claudia Mientkewitz (49), Kunststoffentwicklerin in Wolfsburg, über das Faszinierende an ihrem Job

1 Warum ist Kunststoffentwicklerin der tollste Job der Welt?

Weil ich technikbegeistert bin, Details und komplexe Zusammenhänge liebe. Ich lerne immer wieder neue Sachen, aus denen sogar schon mehrere Patente entstanden sind. Es ist toll, wenn ich am Ende ein Bauteil in den Händen halte, das ich vorher nur im CAD, also am Computer, gesehen habe. Außerdem habe ich tolle Teamkollegen, von denen viele auch schon lange dabei sind.

2 Und was nervt daran?

Zähe Entscheidungsprozesse. Späte Nominierungen von Lieferanten und Werkzeugen machen mir das Leben schwer. Und die hohe Variantenvielfalt, immer noch.

3 Färbt die Arbeit auf das Private ab?

Ich habe zwei jugendliche Mädchen zu Hause. Als Mutter hilft da das lösungsorientierte und pragmatische Vorgehen von der Arbeit enorm. Und im Bekanntenkreis kann ich etwas Licht in die Themen Abgase, NO_x, Feinstaub und CO₂ bringen. Da kann ich aufklären, dass der Diesel zum Beispiel beim CO₂ viel besser dasteht als ein Benziner. Das ist vielen nicht bewusst.



Erfolgreich: Christopher Wieting (von links) gratuliert Torsten Krinke, Andreas Leitloff, Markus Greff und Sergej Scheiermann zum Sieg. Olaf Skrzypczyk fehlt auf dem Foto.

Bowling-Liga: Team aus der Montage gewinnt

Der Sieger der Bowling-Liga der Fertigung in Wolfsburg steht fest: „The Tricky Pinner's“ aus der Montage, Halle 12, setzten sich am Finaltag der Saison 2018/19 durch und dürfen sich über VIP-Karten für den Eishockey-Bundesligisten Grizzlys Wolfsburg freuen.

Viele Fans feuerten die 30 Teams aus dem Werk Wolfsburg an. Besonders gefeiert wurden die Sieger. „The Tricky Pinner's“ sind seit Bestehen der Bowling-Liga dabei. Beim dritten Einzug ins Finale hat es nun mit dem Sieg geklappt. „Das ist ein großer Ansporn für meine Kollegen und mich, auch in der kommenden Saison wieder dabei zu sein“, sagte Teamsprecher Torsten Krinke.



Wolfsburger Werklaf: 20.000 Euro für den guten Zweck

Erlös des „Charity Family and Friends Run“ geht an den Verein KindeRecht

In Laufschuhen durch das Werk und die Produktionshallen: Der „Charity Family and Friends Run“ machte es am Muttertag möglich. Den Erlös in Höhe von 20.000 Euro erhielt nun ein Wolfsburger Hilfsverein.

Der Lauf war eine gelungene Premiere für die Wolfsburger Fertigung – mit dankbarem Publikum bei strahlendem Sonnenschein. Für die vielen Volkswagen Mitarbeiter, ihre Familien und Freunde hatte die Veranstaltung aber nicht nur einen sportlichen Charakter. Es ging auch um den guten Zweck. Der Erlös der Veranstaltung geht zu 100 Prozent an den Wolfsburger Verein KindeRecht, der in erster Linie alleinerziehende Mütter und ihre Kinder finanziell und bei der Betreuung und Erziehung unterstützt.

Werkleiter Stefan Loth überreichte gemeinsam mit Katy Scheffler, Leiterin Steuerung Standortaufgaben und



Große Freude: Werkleiter Stefan Loth (rechts) und Katy Scheffler (links), Leiterin Steuerung Standortaufgaben und Umwelt, übergaben einen symbolischen Scheck an Raik Löbnitz, Vorsitzender des Hilfsvereins KindeRecht.

Umwelt, einen symbolischen Scheck über 20.000 Euro an Raik Löbnitz, Vorsitzender von KindeRecht. „20.000 Euro sind für einen kleinen Verein eine enorme Summe“, sagte Löbnitz. „Das bringt uns in eine Situation, in der wir entsprechend unseres Vereinszwecks

richtig viel machen können. Konkrete Projekte, die wir mit dem Spendengeld realisieren, sind zum Beispiel der Kurs ‚Erste Hilfe am Kleinkind‘ oder die Unterstützung der Freizeitgestaltung von alleinerziehenden Müttern mit ihren Kindern. Positiv erlebte gemein-

same Zeit ist so wichtig. Ein Besuch im Tierpark Essehof wird da zum Highlight der Sommerferien.“

„Was die Produktion Wolfsburg seit jeher auszeichnet, gilt genauso für unseren ‚Charity Family and Friends Run‘: der Teamgeist und ein gemeinsames Ziel“, betonte Stefan Loth. „Eine gemeinsame Aktion für ein soziales Projekt in der Region ist auf jeden Fall wiederholenswert.“



Der Verein

KindeRecht sieht sich als Teil der Hilfelandschaft Wolfsburgs. Es geht um ein Miteinander für den Schutz der Kinder und die Kinderrechte in der Region. Der Verein sucht noch Mitglieder. Weitere Informationen unter:

www.impulse-helfen.de

Meisterstammtisch mit Kilian und Tostmann

Demografie, Golf-Anlauf und WLTP – Etliche Themen kamen auf den Tisch

Im Dialog: 22 Meisterinnen, Meister und Meisternachwuchskräfte aus der Produktion in Wolfsburg haben sich mit Produktionsvorstand Andreas Tostmann, Personalvorstand Gunnar Kilian, dem Werkmanagement und dem Betriebsrat ausgetauscht.

Das Stimmungsbarometer und Maßnahmen für eine möglichst kontinuierliche Anwesenheit der Mitarbeiter kamen auch zur Sprache. Aber auch die Auswirkungen des Abgasprüfverfahrens WLTP,

der Anlauf des neuen Golf und das Fahrzeugprogramm des Werks bestimmten die Beiträge des Abends. Deutlich zeigte die Diskussion, dass die Themen nur gemeinsam mit den Meistern, dem Werkmanagement, Personalwesen, Vorstand und Betriebsrat gelöst werden können. So betonten Tostmann und Kilian, auch an künftigen Meisterstammtischen teilnehmen zu wollen. Ein deutliches „Weiter so!“ für die Veranstaltung, die im November ihr zehnjähriges Bestehen feiert.



Im Dialog mit Meistern und Meisternachwuchskräften: Produktionsvorstand Andreas Tostmann (3. von rechts) und Personalvorstand Gunnar Kilian (4. von rechts).

Mobil im Werk: So geht's!

Vom Abteilungsfahrrad über das E-Bike bis Carsharing und Shuttle – Der große 360° Überblick

Auf neuen Wegen durch den Arbeitstag: Mit dem Abteilungsfahrzeug zur Besprechung am anderen Ende des Werks zu fahren, ist seit Anfang Juni keine Option mehr; solche Fahrzeuge

gibt es nicht mehr. Allerdings gibt es für die Mitarbeiter am Standort Wolfsburg vom Fahrrad bis zum Shuttleservice Mobilitätsangebote, um bequem von A nach B zu gelangen. **360°** hat den Überblick.



Mobilitätsklassiker: Mit dem Fahrrad geht es zu Terminen auf dem Werkgelände.

Abteilungsfahrrad

Was: Abteilungsfahrräder

Gebrauchte Räder:

Über die Fahrradwerkstatt in Halle 19A zu bekommen, abgerechnet wird über die Kostenstelle. Achtung: Derzeit gibt es eine Warteliste.

Neue Räder: Beantragung über CATTOO

Infos: Im Group Wiki unter „Fahrrad-reparatur“



Volkswagen Move
by Service Factory

Volkswagen Move by Service Factory – Move Shuttle

Was: App-basierter Dienst für 15 Euro pro Monat und Nutzer mit 78 virtuellen Haltestellen

Wie: Buchbar über myserve, abgerechnet über die Kostenstelle

Wann: Täglich zwischen 8 und 17 Uhr

Erhältlich:

Apple Store und Google Play Store, in Kürze auch im Volkswagen App Store

So funktioniert's:

Einfach Abholort in die Move-App eingeben und das Ziel auswählen. Warten, bis der Shuttle an der Haltestelle ankommt und einsteigen. Das Prinzip dahinter: Ride-Pooling, bis zu sechs angefragte Fahrten werden zu einer Route verbunden. Deshalb: Zeitpuffer einplanen!

Tipp: Sollte die Wartezeit zu lang sein oder der Interne Shuttle kommt vorbei, können die Fahrten storniert werden.

We Move by Service Factory – Carsharing

Was: Carsharing mit einem Pool von 350 Autos

Wo: 44 Stationen auf dem Werkgelände und im Wolfsburger Stadtgebiet

Wofür: Geschäftstermine außerhalb Wolfsburgs

Wie: Gebucht wird über myserve, abgerechnet über Kostenstelle. Der Service kostet neun Euro pro Stunde.

Erhältlich: Volkswagen App Store und Google Play Store

So funktioniert's:

Über eine eigene App oder online können Fahrzeuge für bis zu zwölf Stunden gebucht werden, sogar Vorreservierungen sind möglich. Die App zeigt an, wo das Auto steht und ersetzt den Schlüssel. Nach dem Termin wird das Fahrzeug wieder an der Abholstation abgestellt.

Aufgepasst:

Ohne Netz – zum Beispiel in Tiefgaragen – lassen sich die Autotüren nicht öffnen. Im Notfall hilft der Kundenservice unter: 0800 6648105.



Mobil per App: Mit dem Diensthandy können Mitarbeiter Fahrzeuge aus dem Carsharing-Pool buchen, sie auf dem Parkplatz finden und sogar die Türen öffnen.

Interner Shuttle

Was: Drei kostenfreie Buslinien

Golf: Parkplatz Nordwest ins Ausbildungszentrum

Tiguan: IT-City über Halle 42, Tor 17, BT-10 bis zur FE

Touran: Allerpark bis TE

Wann: 6.40 bis 18 Uhr
Golf-Linie bis KW 35 ab 6 Uhr

Spätschicht:

GTI-Linie – von 13.30 bis 14 Uhr und von 22.15 bis 23 Uhr
Strecke: Allerpark bis zum Parkplatz Nordwest über die Mittel- und Nordstraße/Halle 54

So funktioniert's:

Einfach einsteigen und mitfahren. An externen Haltestellen den Werksausweis scannen, damit es an den Toren nicht zu Wartezeiten kommt. Infos: www.taskforce-verkehr.com

X Bike

Was: 20 E-Fahrräder für Mitarbeiter der IT-City

Wofür: Dienstfahrten

So funktioniert's:

Die Räder können per App kostenfrei gebucht werden. Interessierte Mitarbeiter melden sich für die laufende Pilotphase unter <http://xbike/> an. Anschließend steht die Software im Volkswagen App Store zum Download bereit.



Übrigens:

Viele Dienstwege sind am schnellsten zu Fuß erledigt. Und auch die Dienstfahrzeuge der Führungskräfte machen die Mitarbeiter mobil. Wenn's also mal schnell gehen muss: Einfach den Chef fragen!

Wäscheservice eröffnet erste Filiale

Neue Annahmestelle neben dem Markenhochhaus – In Sektor 1 können Beschäftigte ab sofort Kleidung abgeben

Der Raum liegt unmittelbar neben dem Markenhochhaus, also direkt in bester Kundennähe“, sagt Thomas Volk, Service-Point-Mitarbeiter. Seit es den Service an Tor 17 gibt, werden bereits 300 Oberhemden im Monat zur Reinigung abgegeben. „Hemden machen den größten Anteil an der Wäsche aus“, sagt Volk. Aber: Vom Pullover bis zum Mantel ist alles möglich.

„Wir freuen uns, dass unser Angebot bei den Beschäftigten so gut ankommt. Mit der neuen Annahmestelle verbessern wir unseren Service jetzt noch einmal. Wir wollen so den Kundenkreis noch etwas erweitern“, sagt Wolfgang Pick, Geschäftsführer der Service Factory. Betriebsrat Sebastiano Addamo: „Dass der Wäscheservice am Tor 17 nach nur einem Jahr seine erste Filiale bekommt, zeigt die große Nachfrage durch die Kolleginnen und Kollegen. Der Betriebsrat setzt sich

für die Vereinbarkeit von Familie und Beruf ein – dieser Service ist ein weiterer Schritt auf dem Weg.“

Geöffnet ist die Annahmestelle werktäglich von 8.15 Uhr bis 9.45 Uhr. Abholtag für gereinigte Wäsche sind Dienstag und Freitag. Wichtig: Die Bezahlung ist im neuen Service Point nur mit Werkausweis möglich.



Wäscheservice

Was: Wäscheservice

Wo: Sektor 1, Raum 042

Wann: Täglich von 8.15 bis 9.45 Uhr geöffnet / Abholung immer dienstags und freitags

Preise: Oberhemd 2,15 Euro / Bluse 3,66 Euro



Hemden nimmt er am häufigsten an: Thomas Volk, Mitarbeiter im Wäscheservice der Service Factory.



Berufsinformationstag: Azubis informierten über die Ausbildung.

Berufsinfotag: 2.000 Besucher

2.000 Besucher sind zum Berufsinformationstag im Werk Wolfsburg gekommen. Sie nutzten die Möglichkeit, sich über alle von Volkswagen am Standort angebotenen gewerblich-technischen und kaufmännischen Ausbildungsberufe und über duale Studiengänge zu informieren. Die Ausbildungsleiter informierten über Anforderungen und Inhalte. 100 Azubis und 60 Ausbilder standen den Gästen als Ansprechpartner zur Verfügung.



Vor einem der neuen Gebäude: Volkswagen Immobilien Geschäftsführer Michael Leipelt (2. von rechts mit dem Leiter Wohnimmobilien Ulrich Sörgel (links) und Mitgliedern des Ortsrats.

Wellekamp: VWI vermietet 56 Wohnungen

56 neue Mietwohnungen für Wolfsburg: Volkswagen Immobilien (VWI) hat den Vertrieb gestartet für das Neubauprojekt „Stadtgarten Wellekamp“ unweit des Tors Sandkamp des Volkswagen Werks. Die Besucher nutzten die Möglichkeit, sich bei der Besichtigung von Musterwohnungen einen Eindruck zu verschaffen und Fragen an die VWI Mitarbeiter zu stellen.

Geschäftsführer Michael Leipelt betonte, wie wichtig passgenaue Wohnungsangebote für den Standort Wolfsburg seien: „Mit unseren Neubauten im Wellekamp bieten wir für eine breite Zielgruppe komfortablen Wohnraum in innenstadtnaher Lage an.“ Der Fokus in den Mehrfamilienhäusern liege auf Wohnungsgrößen zwischen zwei und drei Zimmern, die mehr und mehr gefragt seien.

Alle Wohnungen zeichnen sich durch barrierearme Grundrisse aus, werden per Aufzug erreichbar sein und haben Balkone. Ausreichend Stellplätze für die künftigen Mieter und ihre Besucher sind nach Angaben von Volkswagen Immobilien auf dem Grundstück geplant.

Weitere Informationen zu den Wohnungen im Stadtgarten Wellekamp unter: www.vwimmobilien.de/wellekamp und unter: www.zuhause-in-wolfsburg.de



Empfang: Pernilla Kramer mit den Geschäftsführern Michael Leipelt (links) und Meno Requardt.

VWI ehrt Sprinterin Kramer

Großer Erfolg für Volkswagen Immobilien Mitarbeiterin Pernilla Kramer und das Leichtathletik-Team Deutschland bei den Europaspiele in Minsk: An ihrem 23. Geburtstag gewann die Sportlerin des VfL mit der Staffel die 200 Meter und bescheerte Deutschland damit die Bronzemedaille. „Ich kann das alles erst langsam begreifen“, sagt Kramer.

„Wir freuen uns riesig über den sportlichen Erfolg unserer Mitarbeiterin. Neben ihrer Tätigkeit als Projektmanagerin und ihrem berufsbegleitenden Studium hat sie hart und intensiv für diese Medaille gearbeitet“, betont VWI Geschäftsführer Meno Requardt.

Zwillingsbrüder Zickert: Die Herren der Routenzüge

Albert und Alexander entwickeln die Technik immer weiter – Nächster Schritt: die Automatisierung

Wer im Werk Wolfsburg mit Routenzugtechnik zu tun hat, kommt um einen Namen nicht herum: Zickert. Die Zwillingsbrüder Albert und Alexander Zickert arbeiten seit mehr als sieben Jahren auf dem Gebiet der Routenzüge und haben den Logistikverkehr in den Fertigungshallen maßgeblich mit verändert.

Die Lebensläufe der beiden Brüder ähneln sich. Beide absolvierten ihre Ausbildung an der Technischen Universität Braunschweig im Haus der Elektrotechnik. Und beide stiegen Ende der 1990er Jahre etwas zeitversetzt im Karosseriebau bei Volkswagen ein. Dort arbeiteten sie zunächst als Teileeinleger und Anlagenführer und wechselten später in die Instandhaltung. Seitdem arbeiten beide in einem Team eng zusammen. „Die erste Idee zu den Routenzügen entstand auf dem Reißbrett. Als das Projekt weiter an Fahrt aufnahm und die Finanzierung stand, stieg mein Bruder Albert als Unterstützung mit ein“, erzählt Alexander. Der Ursprung



Auch beruflich eng miteinander verbunden: Die Zwillingsbrüder Albert (links) und Alexander Zickert vor einem automatisierten Routenzug.

einer Erfolgsgeschichte: Die Routenzüge sind heute konzernweit nicht mehr wegzudenken. „Gerade weil wir Brüder sind, verstehen wir uns

meist blind. Es macht mich stolz, dass wir die Routenzüge zusammen entwickelt haben“, blickt Albert zurück. Die Routenzugtechnik ist eine



deutliche Verbesserung gegenüber der Anlagenbelieferung per Gabelstapler. Der Prozess ist deutlich schneller und die Routenzüge können mehrere Behälter gleichzeitig transportieren. Das führt zu weniger Fahrverkehr in den Hallen.

Zurzeit sind rund 700 Routenzüge im Werk im Einsatz. „Wir verbessern die Technik stetig weiter. Der automatisierte Routenzug ist der nächste Entwicklungsschritt. Mithilfe einer Fernbedienung kann der Fahrer mit automatisch angetriebenen Rollen die zum Teil schweren Behälter vom Routenzug an die Materialanstellung befördern. Vorher war dafür noch Muskelkraft notwendig. Das Ganze wird also deutlich ergonomischer“, sagt Albert Zickert. „Die Umrüstung der ersten Routenzüge hat bereits begonnen.“

Presswerkzeugbau stellt auf LED-Beleuchtung um

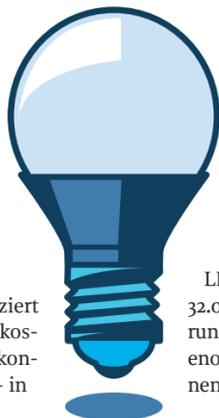
Altbestand an Lampen wird ausgetauscht: Das spart Energie und Geld

Der Presswerkzeugbau stattet seine komplette Halle 17 mit LED-Beleuchtung aus. Die Halle hat eine Fläche von rund 22.700 Quadratmetern, das entspricht der Größe von drei Fußballfeldern. Hier wird der komplette Altbestand gegen neue LED-Lampen getauscht.

Ökologisch und ökonomisch profitiert der Presswerkzeugbau vom Entschluss, auf LED-Beleuchtung zu setzen: Sie erhöht die Lebensdauer, reduziert die Wartungs- und Betriebskosten und gewährleistet eine konstante Beleuchtungsstärke – in

diesem Fall 500 Lux durchgängig über die gesamte Lebensdauer der Lampen.

Die Investitionskosten für die Installation der LED-Beleuchtung inklusive Schaltschränke und Zuleitung von 540.000 Euro rechnen sich bereits nach etwas mehr als zwei Jahren. Die Betriebskosten pro Jahr betragen bei der Bestandsanlage etwa 223.000 Euro und reduzieren sich nach dem kompletten Wechsel auf LED-Beleuchtung auf rund 32.000 Euro. Auch die Einsparung beim Energieverbrauch ist enorm – jährlich ca. 1,93 Millionen Kilowattstunden.



Halle 17: Im Presswerkzeugbau sorgen künftig LEDs für die Beleuchtung.

18 neue Führungskräfte im Werk Wolfsburg

Sie kommen aus dem Fahrzeugbau, der Komponente Fahrwerk und der Group Academy

Während einer Feierstunde haben zwölf Meisterinnen und Meister und sechs Unterabteilungsleiter aus dem Fahrzeugbau, der Komponente Fahrwerk und der Group Academy ihre Ernennungsurkunde erhalten und damit ihre Entwicklung zur Führungskraft abgeschlossen. Schahram Khosravi-Rad, Leiter Personal Komponente, Personalentwicklung, und Claus Lamek, Mitglied des Betriebsrats, überreichen die Urkunden.

360° stellt beispielhaft einen Meister vor: Seit Juni ist Domenik Traue Meister in der Lackiererei im Bereich Unterbodenschutz und Feinabdichtung in der Halle 15b. Nach seiner Ausbildung zum Werkzeugmechaniker im Jahr 2005 wechselte er vier Jahre später als Lackierwerker in die Halle 15b. Der Lackiererei ist er seitdem treu geblieben. „Ich bin ein Kind der Lackiererei. Der Weg zur Meisterentwicklungsklausur war nicht immer ganz einfach. Aber auf die Unterstützung meiner Kollegen und Vorgesetzten konnte ich stets zählen.“ Die nächsten Aufgaben



Feierstunde im Unternehmensarchiv: Meister und Unterabteilungsleiter erhielten ihre Ernennungsurkunden.

warten schon auf ihn: „Momentan beschäftigen wir uns mit den Vorbereitungen auf die neue Golf Generation. In der Lackiererei sind wir auf einem sehr guten Weg. Dabei ist

mir wichtig, meiner Mannschaft und meinen Teamsprechern auf Augenhöhe zu begegnen. Nur wenn wir aktiv gemeinsam an Problemen arbeiten, finden wir die bestmögliche Lösung.“



Meister in der Lackiererei: Domenik Traue

Ausgezeichnete Forschung

Metabolisches Syndrom: Pilotprojekt von Volkswagen Gesundheitswesen, Audi BKK und Medizinischer Hochschule in renommierter Fachzeitschrift

Volkswagen Gesundheitswesen, Audi BKK und die Medizinische Hochschule Hannover (MHH) freuen sich über die Veröffentlichung der Ergebnisse aus dem gemeinsamen Pilotprojekt zum metabolischen Syndrom in einem renommierten Fachmagazin. An dem Projekt hatten mehr als 300 Beschäftigte aus dem Werk Wolfsburg teilgenommen. „Die Veröffentlichung unserer Ergebnisse in ‚The Lancet Public Health‘ manifestiert, dass unsere Arbeit allerhöchsten wissenschaftlichen Ansprüchen genügt“, sagt Professor Dr. Uwe Tegtbur, Leiter des Instituts für Sportmedizin der MHH.

Dr. Lars Nachbar (Leiter Volkswagen Konzern Gesundheitswesen): „Das Projekt war ein großer Schritt in Richtung Digitalisierung. Uns wird nun auch von der Fachwelt bescheinigt, dass insbesondere der Vernetzungsaspekt, die Nutzung unterschiedlicher Kommunikationskanäle, die gezielte Ansprache Betroffener und der Service für ein spezifisches Problem große Innovationen sind.“ Schon in der Pilotphase war das Projekt mit dem dfg Award (Branchenpreis des Dienstes für Gesellschaftspolitik) ausgezeichnet worden.



Preisverleihung (von links): Andreas Heim, Lars Nachbar, Gunnar Kilian, Dirk Lauenstein und Norbert Heiden, Fachreferent beim Betriebsrat.

Das metabolische Syndrom ist eine Krankheit, die sich durch fünf Faktoren auszeichnet: bauchbetontes Übergewicht, Bluthochdruck, erhöhter Blutzuckerspiegel sowie gestörter Fett- und Cholesterinhaushalt. Mehr als 300 Beschäftigte hatten anderthalb Jahre an dem Programm teilgenommen, um dem metabolischen Syndrom entgegenzuwirken. Neben einem individuellen Bewegungsprogramm, wie es sonst im Leistungssport angewendet wird, bekamen die Teilnehmer Schulungen zum Gesundheitsverhalten und Informationen zu gesunder Ernährung. Dadurch haben sich bei ihnen alle Parameter des metabolischen Syndroms wesentlich verbessert.



Projektteilnehmer: Uwe Wilczewski treibt jeden Tag Sport.

Ihre Lebensqualität sowie die körperliche Leistungs- und Arbeitsfähigkeit sind deutlich gestiegen.

Die Bilanz des Pilotprojekts ist durchweg positiv. Das bescheinigt den Beteiligten auch das Fachmagazin, das jetzt über die Studie und damit erstmals überhaupt über ein betriebliches sportmedizinisches Projekt berichtete. Dirk Lauenstein (Vorstand Audi BKK): „Unser Konzept setzt direkt bei den Menschen an. Es ist durch den Einsatz der App und eines Wearables problemlos in das Arbeits- und Privatleben integrierbar. Das macht es so erfolgreich.“ Uwe Tegtbur: „Sport ist wichtig. Entscheidend ist aber auch, wie viel wir uns im Alltag bewegen. Mich freut besonders, dass ‚Lancet‘ vorschlägt zu untersuchen, ob

dies nicht der Standard der Gesundheitsförderung werden könnte.“

Das Feedback der Teilnehmer ist positiv. Einige benötigen im Gegensatz zu früher keine Medikamente mehr.



Prof. Dr. Uwe Tegtbur

Wilfried Siekmann (Service Factory): „Früher habe ich mir nie Gedanken über meine Gesundheit gemacht. Bei regelmäßigen Arztbesuchen habe ich festgestellt, dass meine Werte immer schlechter wurden. Deshalb habe ich mich für die Teilnahme an der Studie entschieden. Es hat gewirkt.“ Und Uwe Wilczewski (Industrial Engineering) sagt: „Mein Hausarzt überschlägt sich vor Freude über die Entwicklung meiner Werte. Meine Familie ist total begeistert. Einziger Nachteil: Ich musste mir neue Hosen kaufen. Die alten wurden zu weit.“



„The Lancet“

„The Lancet“ gilt als eine der meistzitierten medizinischen Fachpublikationen weltweit. Bereits 1823 erschien die Erstausgabe. Das bis heute geltende selbst formulierte Ziel: Wissenschaft für eine breite Öffentlichkeit zugänglich machen. Aktuell erscheinen weitere 17 international renommierte Fachjournale unter dem Dach von „The Lancet“. Eines davon ist das Online-Magazin „The Lancet Public Health“, in dem die Ergebnisse der gemeinsamen Studie von MHH, Audi BKK und Volkswagen veröffentlicht wurden.

Ich freue mich auf den Werkurlaub, weil...

»... ich aus der Alltagsroutine ausbreche und definitiv das Ausland erkunden werde. Wohin es geht, steht noch nicht fest. Da lasse ich mich gerade inspirieren und entscheide das spontan.«



Anke Bolinius
Fachexpertin im
Team Group
Collaboration der IT

»... es die einzige Zeit im Jahr ist, in der ich mit meiner großen Familie eine entspannte Rundreise durch Italien unternehmen kann. Neben den Sehenswürdigkeiten und Stränden, die auf dem Programm stehen, nutzen wir die Möglichkeit, der Verwandtschaft in Italien einen Besuch abzustatten.«



Miriam Di Palma
Unterabteilungsleiterin
Offerte und Kalkulation

»... meine Frau, meine beiden kleinen Töchter und ich mit unserem Amaro für zwei Wochen nach Kroatien fahren werden. Seit zehn Jahren verbringen wir den Sommerurlaub dort. Bei Sonne, Strand und Meer genießen wir die Zeit zu viert. Dabei erkunden wir auch gerne das Land. Es gibt noch immer ein paar Ecken, die wir nicht gesehen haben.«



Torsten Krinke
Teamsprecher
Montagelinie 1

»... ich vor Kurzem aus der Elternzeit zurückgekommen bin und viel Zeit mit meiner Familie verbringen kann. Zunächst besucht uns meine 15-jährige Nichte: Shoppen in Braunschweig steht zum Beispiel auf dem Programm. In den restlichen zwei Wochen geht's zusammen mit einer befreundeten Familie, meinem Mann und meinen Kindern Lotte und Kalle nach ‚Malle‘.«



Ines Braesel
Personalwesen

»... ich ausgiebig Zeit mit meiner Familie verbringen darf.«



Mario Strechel
Speisenzubereiter in
der Produktion der
Zentralküche

Endlich Sommer, endlich Ferien: Die meisten Beschäftigten des Werks Wolfsburg gehen vom 15. Juli bis 2. August in den

dreiwöchigen Werkurlaub. Etwa 2.500 Mitarbeiter aber halten in den Hallen und Büros die Stellung – dafür vielen Dank! Und ihre Kollegen? Haben sich

Urlaub verdient und machen es sich schön! Wie? Dazu hat sich 360° umgehört und die Frage gestellt: Warum freuen Sie sich auf den Werkurlaub?





Zu Besuch: Der Zonta Club Leer mit Personalleiter Klaus Fröhling.

Zonta Club aus Leer zu Besuch im Werk Emden

Die Rechte von Frauen, Engagement für die Gleichstellung sowie Unterstützung für Frauen, die in Altersarmut geraten sind – das sind nur einige Beispiele für das umfangreiche Betätigungsfeld der Mitglieder vom Zonta Club Leer-Ostfriesland. Anfang Juni stattete dieser dem Werk Emden einen Besuch ab. Die Mitglieder des gemeinnützigen Clubs wurden vom stellvertretenden Personalleiter Gerold Cramer in Empfang genommen und erhielten von ihm einen Ausblick auf die Zukunft des Standorts Emden. Im Anschluss berichtete Betriebsrätin Melanie Specken über die Frauenförderung und über Ausbildungs- und Karrieremöglichkeiten jenseits der klassischen Frauenberufe. Personalleiter Klaus Fröhling nahm sich ebenfalls Zeit, um sich mit der Gruppe auszutauschen. Zur letzten Etappe ging es in die Halle 2, wo eine kurze Besichtigung der Produktion auf dem Programm stand.



Andrang: Die Auszubildenden zeigten sich interessiert am Thema Hautschutz.

Auszubildende informierten sich über Hautpflege

Bei **Hauterkrankungen** rangieren Metall bearbeitende Betriebe unter den Top Ten. Sie gelten als die am häufigsten angezeigte Berufskrankheit. Um hier präventiv vorzugehen und bereits Auszubildende über die Gefahren aufzuklären, fand Mitte Juni wie in den Vorjahren der Hautschutztag in der Akademie statt.

Bei verschiedenen Präsentationen externer Anbieter konnten Auszubildende und weitere Interessierte sich rund um das Thema Haut beraten lassen. Anhand praktischer Tests und Demonstrationen wurden Sinn und Zweck sowie Anwendbarkeit von Hautpräparaten und verschiedenen Handschuhen erläutert. Die ganztägige Veranstaltung ermöglichte den Auszubildenden, sich intensiv mit dem Thema Hautschutz sowie Hautpflege und Reinigung auseinanderzusetzen. Ihnen wurde außerdem geraten, sich bei Auffälligkeiten der Haut frühzeitig in der Hautsprechstunde des Gesundheitswesens vorzustellen.



Geschafft: Stolz präsentiert das Emden Team den fertigen eBeetle.

ID Breeze gewinnt bei IdeenExpo

Forschungsmesse für Jugend in Hannover – eBeetle aus Emden belegt beim Parcours ersten Platz

Die Idee ist so naheliegend wie genial: Aus einem Kleinkinderspielzeug mit vier Rädern, das mangels anderer Antriebsarten durch das Abstoßen mit den Füßen in Bewegung gesetzt werden muss, wird ein ferngesteuerter Hightech-Flitzer mit elektrischem Antrieb.

Das war der Auftrag, dem sich Jaqueline Rogall, Marco Caprino, Nina Jakobs, Nico de Haan, André Siebelts, Saskia Seeberg, Kai Euhausen und Erik Morar während der zehnwöchigen eBeetle Projektphase widmeten. Die Teammitglieder, die aus verschiedenen gewerblich-technischen und kaufmännischen Ausbildungszweigen stammen, erhielten zu Projektbeginn Anfang April ein fabrikneues Rutschauto im Beetle Design. Daraus

sollte ein individuell gestaltetes, ferngesteuertes, elektrisch angetriebenes, geländegängiges, lastentaugliches und zugkräftiges Fahrzeug, das außerdem ein gewisses Tempo erreicht und autonom fahren kann, entstehen. Die Auszubildenden sollten dabei weitestgehend selbstständig den realen Prozessen, die tagtäglich im Werk Emden stattfinden, folgen. Dies

bedeutet, dass sie sämtliche Schritte von Planung, Design und Materialbeschaffung bis hin zu Elektronik und Programmierung mit möglichst wenig Unterstützung selbst ausführen mussten.

Mit dem fertigen eBeetle, dem sie den Namen ID Breeze gaben, brachen sie Mitte Juni mit Projektbegleiter Arno Rosenboom von der Akade-

mie in Richtung Hannover auf, um ihr Werk auf der IdeenExpo vorzustellen. Im Laufe der Woche musste sich der ID Breeze in mehreren Challenges der Konkurrenz stellen. Neben Emden waren die Werke Hannover, Osnabrück, Wolfsburg, Kassel, Salzgitter und Braunschweig vertreten.

Beim Parcours, der mit Kurven, Fahrbahnverengungen, Wippe, Rampe, Rückwärtseinkippen, Schlangenlinien und Reifenwechsel besondere Herausforderungen bot, belegte das Emden Team den ersten Platz. In weiteren Wettbewerben musste es sein Können beim autonomen Fahren, Speedway, Pulling und in der Blind Challenge unter Beweis stellen. Die Blind Challenge sieht vor, dass ein Mitglied des Teams den eBeetle steuert, ohne sehen zu können, und währenddessen von einem anderen Mitglied Anweisungen erhält.

Zum Abschluss stand der Parcours an. Dort wurde geprüft, ob der ID Breeze die Vorgaben und technischen Anforderungen erfüllt. Es war



Besondere Details: Lederausstattung und Start-Stopp-Knopf.

beispielsweise vorgeschrieben, dass als Motor ein handelsüblicher Akkuschauber zu verwenden ist, eine Gangschaltung mit zwei Vorwärts- und mindestens einem Rückwärtsgang einzubauen ist und das Gesamtgewicht von 12,5 Kilogramm nicht überschritten werden darf. Das Programm beinhaltete außerdem eine Präsentation mit Vortrag, für die das Emden Team im Vorfeld einen Film drehte. Mit der Präsentation wurde der zweite Platz erzielt. In der Gesamtwertung erreichte das ID Breeze Team gemeinsam mit den Teams der Werke Hannover und Braunschweig den dritten Platz.



Sportliches Design: Rallye-Elemente im Beetle Design. Daraus und 3D-Druck-Felgen.

Aktion: Mitarbeiter können zwei kultige Gefährte(n) mieten

Käfer und Kübelwagen stehen im Werk Emden bereit – Einnahmen werden für wohltätige Zwecke gespendet

Pünktlich zum Sommeranfang wurde der VW Typ 181 zugelassen und ab sofort können Mitarbeiter des Werks Emden diesen für einen Tag oder ein Wochenende mieten. Damit stehen jetzt mit dem Kübelwagen und dem Käfer zwei Kultfahrzeuge für diejenigen bereit, die besonderen Anlässen oder Erlebnissen ein automobiles Highlight hinzufügen möchten.

Die Konditionen, die bisher für das Mieten des Käfers galten, wurden unverändert für den VW Typ 181 übernommen: Die Miete beträgt pro Modell für einen Tag inklusive 100 Freikilometern 30 Euro, für ein Wochenende inklusive 200 Freikilometern 75 Euro. Die Bezahlung erfolgt bargeldlos über die Entgeltabrechnung. Das Mieten ist bis Ende September möglich. Die Ansprechpartner für eine Terminvereinbarung sind Ralf Marek, Alfred Reuss und Gerrit Boomgaarden vom



Fahrbereit: Gerrit Boomgaarden (links) und Ralf Marek kümmern sich um die beiden Oldtimer.

Prüf- und Finishbereich Halle 12. Terminanfragen können an sie unter kaefer.emden@Volkswagen.de

gerichtet werden. Übrigens profitieren nicht nur diejenigen, die eines der Fahrzeuge mieten, von diesem

Angebot. Die Einnahmen werden einmal pro Jahr für wohltätige Zwecke gespendet.



Bienen auf dem Werkgelände

Artenschutz bei Volkswagen: Matthias Wiggers kümmert sich um zwei Völker

Dass es möglich ist, auch auf dem Gelände eines Industrieunternehmens Artenschutzprojekte umzusetzen, zeigt das Engagement von Matthias Wiggers. Der Mitarbeiter des Werkschutzes und Imker hat im vergangenen Jahr in Abstimmung mit der Abteilung Umwelt- und Energiemanagement zwei Bienenvölker auf dem Werkgelände angesiedelt – und zwar beim Stellwerkhaus an der Halle 10.

Der Standort für die Bienenbehausungen, unter Fachleuten Bienenbeuten genannt, wurde nicht zufällig gewählt. Am Rande des Werkgeländes, zwischen den Gleisen, befindet sich eine Streuobstwiese mit zahlreichen jungen Obstbäumen. Direkt daneben wird seit mehreren Jahren auf einer Fläche von etwa fünf Hektar eine Blühwiese mit vielen verschiedenen Pflanzensorten gesät, die besonders bei hiesigen Insekten beliebt sind. Weiden als Frühblüher sorgen in der Nähe für eine Versorgung mit Futter nach dem Winter. So wird ein durchgängiges Nahrungsangebot sichergestellt.

Die Bienen auf dem Gelände sind sehr friedlich

Matthias Wiggers, der seit 2015 als Imker aktiv ist und die Imkerei Emdor Stadthönig betreibt, kümmert sich ehrenamtlich und außerhalb seiner Arbeitszeit um die Tiere. Regelmäßig sucht er die Völker zur Durchschau auf und kontrolliert, ob es Auffällig-



Gelassen: Matthias Wiggers ist seit 2015 Imker, hier zu sehen bei der Durchschau der friedfertigen Bienenvölker auf dem Werkgelände.

keiten gibt, die unterschiedlichen Stadien der Bienenbrut erkennbar sind und genug Futter vorhanden ist.

Bevor die Bienen ihren neuen Standort bezogen, klärte er die Mitarbeiter, die im Stellwerk arbeiten, über die Bewohner der Holzbeuten auf. „Ich imkere mit der Bienensorte Buckfast, weil diese sehr friedlich ist. Meine Bienenvölker stehen auf meiner Dachterrasse in der Emdor Innenstadt. Und wenn wir ein Stück

Kuchen auf der Terrasse essen, fliegen die Bienen los zu den nächsten Blüten. Unsere Nahrungsmittel interessieren sie nicht“, erläutert Matthias Wiggers die Wesenszüge der ausgewählten Bienenvölker.

Er weist darauf hin, dass nicht nur die domestizierte Honigbiene geschützt werden muss, sondern die Insektenwelt insgesamt, und macht deutlich, dass ihr Lebensraum durch intensive Landwirtschaft und über-

triebene Gartenpflege immer mehr eingeschränkt wird. Wichtig ist ihm, dass auch seine Tätigkeit als Imker ökologisch ausgerichtet ist und wenig Umweltschäden verursacht.

Daher verwendet er zum Beispiel Beuten aus Holz, führt Transporte zwischen den Standorten seiner Bienenvölker mit seinem „Bakfiets“ (holländisches Lastenrad) durch und verzichtet auf das Flügelstutzen bei den Bienenköniginnen.



Im Mittelpunkt: Torben Stadtaus berichtet über die Arbeit im Hafen.

NDR filmte für Reportage im Emdor Hafen

Am 17. Juni begleitete ein Kamerteam des NDR einen Arbeitstag lang den Emdor Volkswagen Hafenkaptän Torben Stadtaus. Der Diplom-Ingenieur Nautik koordiniert täglich die Be- und Entladung Tausender Fahrzeuge des gesamten Volkswagen Konzerns und ist Ansprechpartner vor Ort für Frachter aus aller Welt.

Die Szenen mit Torben Stadtaus im wichtigsten Automobil-Umschlaghafen von Volkswagen werden Teil einer großen „NDR Nordstory“ über den Emdor Hafen und die Menschen, die dort arbeiten.

Ausgestrahlt wird die Sendung frühestens im Dezember dieses Jahres. Informationen zum genauen Sendetermin folgen, sobald dieser bekannt ist.

Mitarbeiter informieren sich über Innovationen

MEB Innovation Day in der Akademie: Neueste Technologien standen im Mittelpunkt



Unterstützten den Innovation Day: die Mitarbeiter der Volkswagen Group Services.

In der Akademie fand kürzlich der MEB Innovation Day statt, an dem sich unter anderem die Firma Stanley/Tucker in Zusammenarbeit mit der Volkswagen Group Services beteiligte. An mehreren Ständen konnten sich die Mitarbeiter über die Anwendung neuester Technologien informieren. Im Hinblick auf die Transformation zur MEB-Architektur wurde ein neues Verfahren zum Stanzen gezeigt. Außerdem wurden Standard-Bolzen für die Anwendung auf allen Stahlblechen,

das CleanJet-Reinigungsverfahren, Bolzenschweißen sowie die neueste intelligente Schraubtechnik vorgestellt.

Abgerundet wurde die Veranstaltung durch verschiedene Präsentationen der Volkswagen Group Services und der Akademie, zum Beispiel mit Werkzeugen aus dem 3D-Drucker. Der Innovation Day stieß auf großes Interesse, sodass auch mehrere Mitarbeiter aus den Standorten Osnabrück, Hannover und Sachsen unter den Teilnehmern waren.

Ein Roboter für den Zauberwürfel

Zwei erfolgreiche Teilnehmer des Wettbewerbs „Jugend forscht“ besuchten das Werk Emdor

Der Zauberwürfel hat es Pascal Krauß und Anton Murer aus Oldenburg angetan. Beide waren von dem Drehpuzzle derart begeistert, dass Pascal auf die Idee kam, den Zauberwürfel nicht nur blitzschnell manuell zu lösen, sondern dafür ein Programm zu entwickeln. Zwei Jahre lang tüftelten die beiden 15-jährigen Schüler an ihrem „Cube Solver“. Anton kümmerte sich um die Konstruktion und Pascal programmierte überwiegend. So entstand der „Cube Solver“ basierend auf Lego-Steinen. Dieser Roboter scannt den Zauberwürfel, bis er am Ende alle 54 bunten Quadrate erfasst hat. Der „Cube Solver“ dreht und wendet den Zauberwürfel und löst nach rund vier Minuten das Spiel.

Die beiden haben das Projekt im Rahmen des Schülerwettbewerbs „Jugend forscht“ vorgestellt und beim Landesfinale in Clausthal-Zellerfeld wurde der „Cube Solver“ als eines von zwei Landessiegerprojekten in der



IT-begeistert: Pascal Krauß (links) und Anton Murer vor dem 3D-Drucker in der Akademie.

Kategorie Mathematik/Informatik ins Bundesfinale geschickt.

Bei einem Besuch im Emdor Werk haben die jungen Forscher die Gelegenheit genutzt und sich eingehend in der Akademie umgesehen. Beide zeigten großes Interesse und planen,

sich weiter über die Ausbildungsberufe bei Volkswagen zu informieren. So möchten sie demnächst die Chance nutzen, am Berufsinformationstag der Akademie, der am 21. September 2019 stattfinden soll, teilzunehmen. Beide zeigten sich von

dem Ausbildungsangebot und den beruflichen Möglichkeiten beeindruckt. „Mit Lego ist man eingeschränkt und mit einem kleinen Roboter, natürlich in einem kleineren Format, gibt es unbegrenzte Möglichkeiten, die wir einsetzen könnten“, schwärmt Anton. Pascal möchte so viel wie möglich ausprobieren, besonders in Richtung „Programmieren“.

Auch hier sind sich beide einig: „Das nächste Schulpraktikum machen wir eventuell sogar im Emdor Werk und vorstellbar sind Ausbildungsberufe in der IT oder als Mechatroniker.“ Sie haben bei ihrem Besuch viele neue Eindrücke gewonnen, nicht nur in der Akademie, sondern auch in der Produktion.



Sommer, Sonne, Sand und Meer: Strandkorb in den Dünen.

Schönen Urlaub!

Der Werkurlaub steht vor der Tür. Die Kommunikation Werk Emdor bedankt sich bei allen Kolleginnen und Kollegen für die gute Zusammenarbeit und wünscht allen schöne und erholsame Urlaubstage. Falls euch doch einmal die Langeweile überkommen sollte: Die Gezeitenkonzerte finden in den Werkferien fast täglich statt und machen am 20. Juli im Emdor Werk Halt. Das „Summertime Festival“ auf der ostfriesischen Insel Norderney findet auch wieder statt und verspricht mit Acts wie Max Giesinger und Fritz Kalkbrenner zu einem der Highlights im Sommer zu werden. Und wer es etwas sportlich im Urlaub mag, kann sich in Aurich beim Wasserski- und Wakeboardfahren austoben. Wir freuen uns auf ein spannendes zweites Halbjahr mit Euch!





Auf der IdeenExpo: das Team eBeetle.

eBeetle Cup Gewinner

Das Osnabrücker eBeetle Team hat sich auf der IdeenExpo mit seinem elektrifizierten Rutschauto in Beetle Optik gegen sechs Volkswagen Standorte durchgesetzt. Neben den Siegen in der Design Challenge und dem Speed Race holte es auch den Gesamtsieg. Herzlichen Glückwunsch!

Starkes Team baut Bentley Teile

Aluminiumkompetenz in Kleinserie – 2013 fing alles an

Seit sechs Jahren werden in Osnabrück Premium Parts für Bentley gefertigt. Angefangen hat alles im Jahr 2013 mit einer Front- und einer Heckklappe für den ersten Bentley Bentayga. In der Zwischenzeit wurde das Lieferspektrum auf 18 Baugruppen und zwölf Pressteile für vier Fahrzeuge erweitert.

Hierfür wurde in Halle 81 eine hochmoderne Karosserieaufbaufertigung auf rund 9.600 Quadratmetern aufgebaut, in der 60 Mitarbeiter in zwei Schichten über einen Zeitraum von acht Jahren beschäftigt werden können. Bereits zu Beginn des Projekts wurde darauf geachtet, dass eine möglichst große Wertschöpfungskette am Standort umgesetzt wird. In enger Zusammenarbeit mit dem Osnabrücker Werkzeugaufbau und den Kollegen aus Wolfsburg wurden die Umformwerkzeuge hergestellt, mit denen anschließend die Teile im Presswerk gefertigt werden.

Die Roboterzellen, Öfen und Finishkabinen in Halle 81 wurden von der Projektplanung in Zusammenarbeit mit dem Anlagenbau umgesetzt und mit tatkräftiger Unterstützung der



Präsentation: Das Team zeigt das neue Bentley Continental GT Cabrio¹ in Halle 81.

Produktion und der Qualitätssicherung eingefahren. Auf der einen Seite wurde auf ein großes Know-How im Bereich der Türen- und Klappenfertigung zurückgegriffen, auf der anderen Seite mussten neue Herausforderungen, wie der Umgang mit dem Werkstoff Aluminium, gemeistert werden.

Bereits in der Entwicklungsphase wird, durch die Festlegung der Legierung und der Halbzeuge, die

spätere Fügeverfahren bestimmt. Neben bereits bekannten Fügeverfahren wie Kleben, Stanznieten, Clinchen und FDS-Schrauben kamen neue Technologien zur Fertigung der Aluminium-Rahmentüren zum Einsatz.

Durch die Kombination eines thermischen Reinigungsverfahrens (LaserClean) mit einem hochenergetischen, berührungslosen Schweißverfahren (LaserScanTracker) ist es

gelungen, sowohl den Waschprozess als auch das Schutzgas und den Zusatzdraht einzusparen.

Diese Herausforderungen hat das engagierte Team mit Vertretern aus allen Fachbereichen mit Bravour gemeistert, sodass Premium Parts aus Aluminium, wie Türen, Klappen, Dächer und Strukturteile, für die Bentley Modelle ausgeliefert werden können.

T-Roc: Das neue Cabrio aus Osnabrück

So liefen die Planungen im Werk

Die ersten Schritte für das T-Roc Cabrio wurden bereits 2016 gemacht. Zu dem Zeitpunkt wurden Konzepte für ein neues Cabrio im SUV-Segment durch die Technische Entwicklung entworfen. Der Osnabrücker Standort hat sich in der Vergangenheit durch seine Cabrio-Kompetenz bei Projekten wie dem Golf Cabrio ausgezeichnet und wollte diese erneut unter Beweis stellen.

Nachdem die ersten Ideen Ende 2016 als unrentabel beiseite gelegt wurden, gelang es auf dem Symposium 2017, die richtigen Impulse zu setzen.

Damit das Projekt in nur 27 Monaten von der Skizze zur Marktreife gebracht werden konnte, entschied man sich, es mit einem Osnabrücker Projektleiter und einem Projektleiter aus der Modellreihe G2 auszustatten.

„Die Teilprojektleitungen liegen für die Entwicklung, Qualitätssicherung und Produktion in Osnabrück und für die Bereiche Beschaffung und Vertrieb bei der Marke Volkswagen“,

erläutert der Osnabrücker Projektleiter Frank Lins.

In der Konzeptauslegung fokussierte man sich auf einen investitionsarmen Ansatz und griff auf viele Carry Over Parts zurück. „Das waren nicht nur der T-Roc, sondern auch das Golf und das Audi A3 Cabrio oder die Golf Limousine. Von der wurde unter anderem der Radstand übernommen, um Platz für Verdeck und ausreichend Kofferraumvolumen zu haben. Durch die bereits bestehenden Vorüberlegungen konnten die Konzeptflächen des Designs schon mit Neustart der Aktivitäten im September 2017 bestätigt werden“, berichtet der technische Projektleiter Frank Lehnig.

Seitdem wurde in allen Geschäftsbereichen intensiv gearbeitet. Mit vereinten Kräften aus Osnabrück, aus den Geschäftsbereichen in Wolfsburg und auch durch einige Kollegen aus Setúbal konnte in den vergangenen zwei Jahren ein Meilenstein nach dem anderen bestätigt werden.

Eine Reise auf den Spuren des Scirocco

Interview: Zwei Fans sprechen über ihre Liebe zum Kultauto

Es ist Samstag, die Parkplätze der Volkswagen Osnabrück GmbH sind leer. Ganz leer? Nein! Eine Gruppe von Scirocco Fahrern hat sich zusammengefunden, um die Automobilsammlung zu besichtigen. Zwei von ihnen haben eine besonders lange Anreise hinter sich: Frederic Locas und Marc Leclerc haben sich aus Montreal (Kanada) auf den Weg gemacht.



Scirocco Fans aus Kanada: Frederic Locas (links) und Marc Leclerc mit ihren Fahrzeugen vor dem Tor 1 in Osnabrück.

Wann und wie seid ihr auf die Idee zu dieser Reise gekommen?
Fred und Marc: Die Idee dazu kam uns 2014 auf einer 18.000 Kilometer langen Scirocco Reise. Wir hatten den Plan, unsere Sciroccos nach Deutschland zu verschiffen und zurück zum Werk nach Osnabrück, in dem sie gebaut wurden, zu bringen. Einen Monat lang würden wir uns Zeit nehmen, um alles anzuschauen, was mit unseren Sciroccos zu tun hat. Außerdem planten wir, viele Leute kennenzulernen, die genauso auf dieses Fahrzeug schwören wie wir.

Was hat euch bis jetzt besonders beeindruckt auf eurer Fahrt?
Marc: Einen Polizisten mit 160 km/h auf der Autobahn zu überholen. In Kanada gibt es ein Tempolimit von 100 km/h.

Wie seid ihr dazu gekommen, euch ausgerechnet einen Scirocco zu kaufen und was für ein Modell fahrt ihr?
Fred: Ich mag das umwerfende Design, außerdem ist er sehr leicht zu reparieren und zu modifizieren. Ich fahre einen Scirocco 1, Baujahr 1981,

mit einer Laufleistung von über 500.000 Kilometern.

Was ist der beliebteste Volkswagen in Kanada?
Fred und Marc: Da brauchen wir nicht lange zu überlegen, das ist ohne jeden Zweifel der Golf.

Gibt es eine besondere Erfahrung mit dem Scirocco?
Fred: Unsere besten Freunde haben wir durch den Scirocco kennengelernt. Dieses Auto verbindet einfach.

Wasser gespart: Tolle Idee schont die Umwelt

Online-Analysator misst Grenzwertüberschreitung von Prozesswasser

Um Fahrzeugen einen bestmöglichen Korrosionsschutz zu bieten, werden die Rohkarossen vor dem Lackieren in speziellen Bädern gereinigt und mit einer Schutzschicht versehen. Dies geschieht in der Karosserie-Vorbehandlung und der KTL-Grundierung.

Die Karossen werden dabei in bis zu 250 Kubikmeter große Behandlungsbecken getaucht, gereinigt, entfettet, mit einer Zink-Phosphat-Schicht überzogen und anschließend im Elektrotauchlackbecken mit einer Grundierung versehen. Dabei fallen große Mengen Prozesswasser an.

Dieses Wasser ist mit Nickel und Zink verunreinigt und wurde bislang in einem dreistufigen Prozess in einer Abwasserbehandlungsanlage chemisch-physikalisch gereinigt, bevor es in das städtische Abwassernetz eingeleitet wurde. Die dritte Stufe des Prozesses ist kostenintensiv und erfordert den Einsatz von Chemikalien im Prozess und zur Reinigung der Filter.

Den Spezialisten der Prozess- und Verfahrenstechnik ist es gelungen, die dritte Stufe mithilfe eines Online-Analysators entfallen zu lassen. Dieser Analysator bestimmt täglich

die Metallgehalte des Prozesswassers. Bei einer Grenzwertüberschreitung wird das Abwasser einer erneuten Behandlung zugeführt und somit über den zweistufigen Prozess gereinigt. Der Lösungsansatz ist finanziell attraktiv und kommt der Umwelt zugute. So werden etwa 800 Kubikmeter Trinkwasser und 8.000 Kilogramm Salzsäure pro Jahr eingespart.

Diese Osnabrücker Maßnahme ist Vorbild für andere Produktionsstandorte und wurde im Rahmen der Produktionsstrategie TRANSFORM.TOGETHER an 14 Standorten weltweit zur Umsetzung verteilt.



Vorbild für andere Standorte: Holger Flege (l.) und Uwe Montico sind stolz auf ihre Maßnahme.

¹ Bentley Continental GT Cabrio: Kraftstoffverbrauch in l/100km: innerorts 22,9 / außerorts 11,8 / kombiniert 14; CO₂-Emission kombiniert in g/km: 317; Effizienzklasse: G.