



360° HANNOVER



360° Volkswagen App:
Mit Adventskalender!
24 Türchen mit Gewinnspielen,
Rezepten und Geschichten.
Jetzt App im App Store oder bei
Google Play downloaden.



Hightech in der Lackiererei in Hannover: Seit wenigen Wochen ist dort die neue Decklackanlage in Betrieb.

Neue Decklackanlage: VWN investiert in Standort

Innovative Techniken reduzieren Verbrauch von Material und sparen Energie

Sie ist eine der modernsten Lackierstraßen im ganzen Volkswagen Konzern: Volkswagen Nutzfahrzeuge hat die Decklackanlage im Werk Hannover

jetzt offiziell in Betrieb genommen. Neue Verfahrenstechniken reduzieren den Verbrauch von Material und sparen Energie. Die neue Anlage löst damit die mitunter mehr

als 30 Jahre alten Decklacklinien 1, 2 und 3 ab. VWN investierte rund 70 Millionen Euro in die Modernisierung der Lackiererei. Aktuell erhalten hier der T6.1 und Amarok

Basis- und Klarlack. Die Anlage ist aber auch für die Farbgebung von künftigen Fahrzeugen aus Hannover ausgelegt. **→ SEITE 20**

Mitarbeiter müssen Windows-Passwort nur noch einmal im Jahr ändern

Verlängerung auf mindestens zwölf Zeichen erhöht die Sicherheit – Zweiter Schritt: Prüfung auf unsichere Kombinationen

Mindestens zwölf Zeichen lang – dafür muss man es nur noch alle 365 Tage ändern: Diese neue Passwort-Richtlinie gilt seit Anfang Dezember für alle Beschäftigten von Volkswagen Pkw, Volkswagen Nutzfahrzeuge, Volkswagen Group Components und Audi, die ein Windows-Betriebssystem nutzen. Bisher wurden sie alle 90 Tage aufgefordert, ein neues Passwort zu vergeben.

Die neue Richtlinie tritt automatisch mit der nächsten Aufforderung zum Ändern des Passworts in Kraft. Das Kennwort, das der Nutzer dann auswählt, gilt ein Jahr. Dass trotz verlängerter Laufzeit die Anforderungen an die IT-Sicherheit erfüllt sind, dafür sorgt die Verlängerung des Passworts von mindestens zehn auf mindestens zwölf Zeichen. Ein zusätzlicher Schutz ist die Komplexität: Kennwörter müssen nun aus Sonderzeichen, Zahlen, Groß- und Kleinbuchstaben bestehen. Ab dem zweiten Quartal 2020

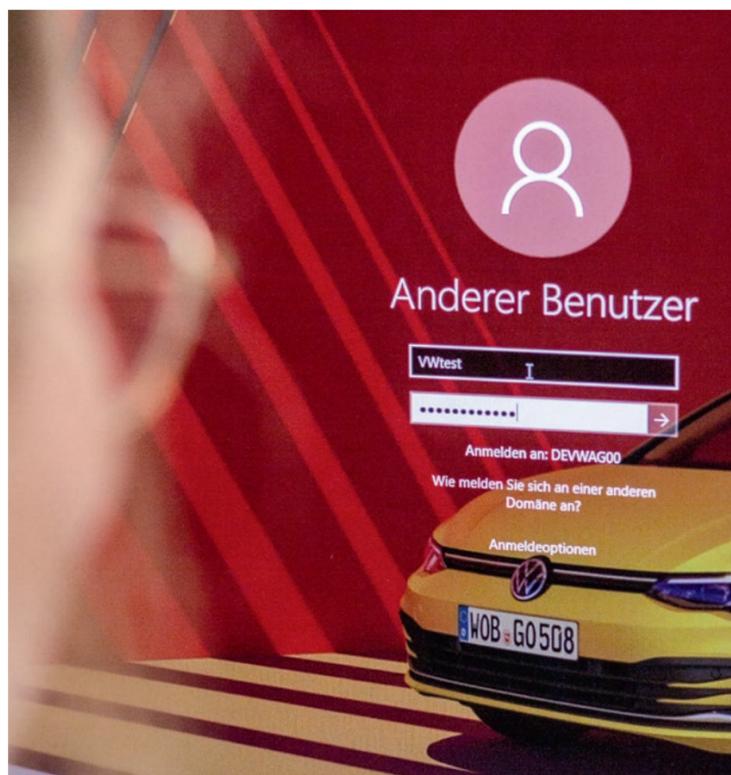
kommt ein Qualitätscheck hinzu. Dann prüft ein Algorithmus auf nicht zugelassene Kombinationen. So kann die Verwendung von „Passwort“, „1234“, „Volkswagen“ oder „Golf“ als Bestandteil des Passwortes dazu führen, dass das neue abgelehnt wird. Deshalb sollten Nutzer schon jetzt auf eine ausgefallene, aber dennoch einprägsame Kombination achten.



Lutz Gutheil, Konzern-IT

Lutz Gutheil, Leiter Information Security Governance: „Passwörter sind sowohl im dienstlichen als auch im privaten Umfeld nach wie vor notwendig und leider immer noch ein Einfallstor für Angreifer.“ Unter seiner Leitung hat ein Team aus 15 IT-Experten des Bereichs Group Information Security die neue Regelung entwickelt.

20 Mitarbeiter sorgen aktuell dafür, dass die Umstellung für die rund 100.000 Windows-Nutzer möglichst reibungslos abläuft. Nach der Anpassung für den Windows-Client folgen weitere IT-Systeme.



Ab sofort mindestens zwölf Zeichen lang: das neue Windows-Passwort zur Anmeldung.

GRIP 2025+

GRIP2025+: Der Plan für die VWN-Zukunft

Mit der Strategie GRIP2025+ reagiert Volkswagen Nutzfahrzeuge auf aktuelle und künftige Herausforderungen in der automobilen Welt. Die Marke ist seit einem Jahr mit der Strategie unterwegs – der richtige Zeitpunkt, auf das bisher Erreichte und in die Zukunft zu blicken. Wir haben mit Thomas Sedran über GRIP gesprochen, zeigen euch beispielhaft einige Projekte, die auf die Strategie einzahlen. **→ SEITE 17**



150 Mitarbeiter wagen Filmexperiment

Was wissen wir voneinander? Haben wir vielleicht mehr gemeinsam, als wir denken? Es ist leicht, Menschen in Schubladen zu stecken. Bei VWN gehören wir Bereichen an – oder Hierarchiestufen. Wir sind im „direkten“ oder im „indirekten“ Bereich, arbeiten im Schichtdienst oder im Büro, sind Sachbearbeiter oder Vorstand. Und nicht selten scheinen die Gräben zwischen uns riesig groß zu sein. 150 Kolleginnen und Kollegen aus unterschiedlichen Bereichen haben mit uns ein Experiment gewagt. Herausgekommen ist ein Film, der deutlich zeigt: Volkswagen Nutzfahrzeuge – das ist mehr als DU und ICH. Das sind WIR.



SCAN MICH

Aktion: Nutzis machen Werk bunt

Jetzt schnell anmelden: Vom 10. bis 12. Dezember läuft die Spray-Aktion zu unseren sieben Konzerngrundsätzen. Diese werden durch Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter kreativ an die Werkswände gesprüht. Auch ihr habt Lust, das Werk bunter zu gestalten? Dann meldet euch über GroupConnect an oder bei Ulrike Faber (NK), Telefonnummer +49 511 798 9078, E-Mail: ulrike.faber@volkswagen.de





Neue Funktionen: Microsoft Teams hilft den Beschäftigten beim Kommunizieren.

Office 365: Jetzt mit neuer Funktion Microsoft Teams

Einfach. Zusammen. Arbeiten: Das ist das Motto des konzernweiten Projektes Office 365. Es geht nicht nur darum, ein neues System einzuführen. „Die Digitalisierung verändert unsere Arbeitswelt. Sie wird flexibler und ungebundener. Das muss sich auch in unseren Arbeitsinstrumenten wiederfinden. Im Zuge der Office-365-Einführung geben wir den Beschäftigten Werkzeuge für moderne neue Formen der digitalen Zusammenarbeit an die Hand“, sagt Linda Dressler-Jahnel, im Office-365-Projekt für Kommunikation & Change verantwortlich.

Konzernweit Dateien teilen und an Dokumenten arbeiten

Office 365 vereint als Paket verschiedener cloudbasierter Dienste Anwendungen wie Outlook und PowerPoint mit neuen Funktionalitäten, zum Beispiel Teams. Mit der Umstellung wird der Speicher des Postfachs auf 100 GB und der des persönlichen Laufwerks OneDrive für Business auf 1 Terabyte erhöht. Wie die Zusammenarbeit einfacher wird, zeigt die Applikation Microsoft Teams. „Teams bietet die Möglichkeit, einfach und konzernweit zu kommunizieren, Dateien zu teilen und gemeinsam an Dokumenten zu arbeiten“, sagt Martin Mensing, Office-365-Projektleiter. Mit vier einfachen Klicks könne jeder Beschäftigte



Projektleiter Martin Mensing

ein abteilungs-, bereichs- oder markenübergreifendes Team erstellen – und der virtuelle Arbeitsbereich ist sofort vorhanden. „Dort kann ich mich dann mit meinen Kolleginnen und Kollegen austauschen und zeitgleich Dokumente bearbeiten. Ich bin nicht auf Austauschlaufwerke angewiesen und habe Überblick über den aktuellen Bearbeitungsstand von Dateien“, so Mensing.

Die stufenweise Umstellung auf Office 365 ist im vollen Gange. Jeder Volkswagen Beschäftigte wird auf das neue System migriert.



Qualifizierung

Den Beschäftigten stehen Qualifizierungsangebote zur Verfügung. Das Weiterbildungsangebot „IT & Digitalisierung“ der AutoUni etwa ist Partner des Office-365-Projektes. Weitere Informationen in Group Connect und im Volkswagen Wiki.

Volkswagen stärkt neue Software-Organisation

Ab Januar eigenständige Geschäftseinheit – Bis 2025 sollen in ihr mehr als 10.000 Digitalexperten zusammenarbeiten

Volkswagen stärkt die Car.Software-Organisation mit ihrer Konzernverantwortung für die Software im Fahrzeug: Ab Januar agiert diese als eigenständige Geschäftseinheit und bündelt als Konzerngesellschaft die Beteiligungen und Tochterunternehmen, die Software im Fahrzeug und für die digitalen Ökosysteme entwickeln. Erster Schritt: 3.000 Digitalexperten aus den Beteiligungen und Tochterunternehmen sollen zusammenarbeiten.

Die Car.Software-Organisation wird ihre Basis in der Audi Electronics Venture GmbH haben. Weitere deutsche Standorte befinden sich unter anderem in Berlin, Bochum, im Raum Ingolstadt, im Raum Stuttgart und in Wolfsburg. Internationale Standorte sind unter anderem in Seattle (USA) und Peking (China). In einem zweiten Schritt sollen unter dem Dach der Car.Software-Organisation auch Fachkräfte zusammenarbeiten, die in den Marken und Regionen tätig sind.

Zahl der Fachkräfte soll steigen

Hintergrund: Der Volkswagen Konzern strebt einen umfassenden Ausbau der Car.Software-Organisation an. Neben der Integration der Beteiligungen und Tochterunternehmen ist das Ziel, Fachkräfte der Marken Volkswagen, Audi und Porsche für einen Übergang in die neue Geschäftseinheit zu gewinnen. Die Zahl der Fachkräfte will Volkswagen zudem durch Neueinstellungen, strategische Zukäufe und weitere Partnerschaften nachhaltig verstärken. Bis 2025 sollen in der Car.Software-Organisation

mehr als 10.000 Digitalexperten die Software im Fahrzeug, die digitalen Ökosysteme sowie kundennahe Funktionen im Handel entwickeln. Langfristig wird die Weiterentwicklung der Car.Software-Organisation zu einer „Software-Marke“ im Konzern mit eigenem Markenauftritt angestrebt. „Wir werden mit der Car.Software-Organisation optimale Bedingungen für die besten Experten und eine zukunftsweisende Softwareentwicklung im Konzern schaffen“, sagt Christian Senger, Volkswagen Markenvorstand für



Softwarevorstand Christian Senger

Digital Car & Services und konzernweit verantwortlich für Software im Fahrzeug. „Wir werden unsere Wettbewerbsfähigkeit stärken, indem wir einen deutlich größeren Teil der Wertschöpfung in der Digitalisierung unserer Fahrzeuge beherrschen. Deshalb werden wir in der Car.Software-Organisation auch markenübergreifend Software-Umfänge entwickeln. Damit schaffen wir erhebliche Synergien und Skaleneffekte für alle Marken.“ Personalvorstand Gunnar Kilian: „Wir schaffen klare Strukturen und

bauen Kompetenzen in wichtigen Zukunftsbereichen auf. Gemeinsam mit der Arbeitnehmervertretung haben wir uns darauf verständigt, für die neue Car.Software-Organisation wettbewerbsfähige tarifliche Arbeitsbedingungen zu vereinbaren, die sowohl Zukunftsausrichtung und



Personalvorstand Gunnar Kilian

Herausforderungen der Softwarebranche als auch Arbeitgeberattraktivität abbilden.“ Agile und vernetzte Arbeitsformen in der Softwarebranche und die Interessen von künftigen Beschäftigten müssten dabei Berücksichtigung finden, so Kilian. Beim Aufbau der neuen Gesellschaft gibt es noch offene organisa-

torische Fragen, die in den nächsten Monaten in enger Abstimmung mit den Betriebsräten geklärt werden sollen. Dazu zählen die Ausgestaltung der betrieblichen Mitbestimmung, die Modalitäten für einen Wechsel in die neue Einheit und tarifpolitische Aspekte.



Software im Fahrzeug

Bis 2025 will der Volkswagen Konzern den Eigenanteil der Softwareentwicklung im Fahrzeug auf mehr als 60 Prozent steigern. Aktuell liegt er bei unter 10 Prozent. Die Car.Software-Organisation spielt dabei die zentrale Rolle. Die Organisation entwickelt markenübergreifend Software. Ziel ist, eine konzernweit einheitliche Software-Architektur zu etablieren.



Namen & Nachrichten



Markus Duesmann (50) wird im April Mitglied des Konzernvorstands. Zugleich übernimmt er als Nachfolger von Bram Schot den Vorstandsvorsitz von Audi. Duesmann ist Diplom-Ingenieur und war zuvor in leitenden Positionen bei BMW tätig. Dort verantwortete er bis Juli 2018 das Vorstandressort Einkauf und Lieferantennetzwerk. Zu seinen Aufgaben im Konzernvorstand wird auch die Verantwortung für die Konzernforschung und -entwicklung gehören, die aktuell beim Vorstandsvorsitzenden liegt. Im Gegenzug wechselt die Zuständigkeit für den Konzernvertrieb an Herbert Diess.



Alexander Seitz (57), Finanzvorstand von Audi, wird im März Finanzvorstand der Marke Volkswagen. Er ist Betriebswirt und arbeitet seit 2005 im Volkswagen Konzern. Seitz' Laufbahn begann 1987 bei Daimler-Benz. 1995 wechselte er zu Mercedes-Benz

do Brasil und übernahm fünf Jahre später leitende Funktionen in der Beschaffung bei Daimler-Chrysler und Chrysler in den USA. Bei Volkswagen leitete Seitz zunächst die konzernweite Beschaffung im Bereich Antriebe. Ab 2008 war er Mitglied der Geschäftsführung von Volkswagen do Brasil, ab 2013 Erster Vizepräsident des Gemeinschaftsunternehmens SAIC Volkswagen in Shanghai, bevor er 2017 Audi Finanzvorstand wurde.



Arno Antlitz (49), Finanzvorstand der Marke Volkswagen, wird im März Finanzvorstand von Audi. Er ist promovierter Wirtschaftsingenieur und im Vorstand der Marke Volkswagen seit 2010 verantwortlich für Finanzen, Controlling und Rechnungswesen. Seit 2018 ist Antlitz im Markenvorstand zusätzlich für die Region Nordamerika verantwortlich. Seine Laufbahn begann er 1999 bei der Unternehmensberatung McKinsey. Nach seinem Wechsel zu Volkswagen 2004 wurde ihm 2005 die Verantwortung für das weltweite Produktcontrolling der Marke Volkswagen übertragen.



Murat Aksel (47), Einkaufschef von BMW in Nordamerika, wird im Juli Beschaffungsvorstand der Marke Volkswagen. Die Berufslaufbahn des Diplom-Wirtschaftsingenieurs startete 1998 bei Opel. 2001 übernahm er verantwortliche Funktionen bei General Motors und Fiat in Turin, bevor er 2008 für General Motors nach Shanghai wechselte. 2009 berief BMW ihn zum Bereichsleiter Einkauf und Lieferantennetzwerk Karosserie und Ausstattung. In dieser Funktion verantwortete er von 2011 bis 2012 zusätzlich die Standortleitung für das Komponentenwerk in Landshut. Seit 2017 trägt Aksel bei BMW Verantwortung für den Einkauf und das Lieferantennetzwerk in Amerika.



Dirk Große-Loheide (55), Beschaffungsvorstand der Marke Volkswagen, wird im April bei Audi Vorstand für Beschaffung und IT als Nachfolger von Bernd Martens. Große-Loheide ist Diplom-Ökonom und Bankkaufmann. Nach seinem Einstieg bei Volkswagen 1990 folgten von

1995 an verantwortliche Funktionen im Einkauf bei Seat und ab 2000 bei Volkswagen Nutzfahrzeuge – dort ab 2007 als Vorstand für Beschaffung und Produktion. 2011 wurde Große-Loheide Vorstand für Beschaffung bei Volkswagen de México. Ab 2014 verantwortete er die Beschaffung von Dienstleistungen und Anlagen des Konzerns. Ab 2017 war er Vorstand für Beschaffung bei MAN und ab April 2019 Leiter Konzern Beschaffung Operations, bevor er Beschaffungsvorstand der Marke Volkswagen wurde.



Sabine Maaßen (53), Personalvorständin von Thyssenkrupp, übernimmt im April bei Audi das Personalressort und folgt damit auf Wendelin Göbel. Maaßen ist seit 2016 bei Thyssenkrupp, seit 2018 als Personalvorständin. Zuvor war die promovierte Juristin mehr als zehn Jahre im Vorstand der IG Metall, zuletzt als Leiterin Justizariat. Als Arbeitnehmervertreterin hatte sie bereits mehrere Aufsichtsratsmandate in der Auto-Industrie inne.

Impressum

360°

Herausgeber
Interne Kommunikation
Konzern und Marke Volkswagen

Anschrift
Brieffach 1977, K-SI
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 Rotermond, Tobias Schwerdtfeger, Alexander Ott, Oliver Keppler. Ständige Mitarbeit: Jesko Giessen, Dirk Schlinkert.

Redaktionsschluss dieser Ausgabe:
28. November 2019

Layout/Produktion
Dominic Stripling, Volkswagen;
TERRITORY Content to Results GmbH

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

Druck Dierichs Druck+Media, Kassel



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

Werk in der Türkei? Das sagt Herbert Diess

360° bringt den Beitrag des Vorstandsvorsitzenden im sozialen Netzwerk LinkedIn im Wortlaut



In diesen Tagen erreichen mich zahlreiche öffentliche Appelle und persönliche Briefe zum möglichen Neubau eines Volkswagen Werks in der Türkei. Auf der einen Seite die Forderung: Volkswagen soll sich politisch neutral verhalten und seine Entscheidungen aus rein wirtschaftlichen Erwägungen treffen. Auf der anderen Seite die Erwartung: Volkswagen soll die geplante Fertigung in der Türkei aus moralischen Gründen überprüfen.

Volkswagen hat seine Entscheidung bis zum Ende des Jahres zurückgestellt. Das haben wir getan, obwohl ein Werk in der Türkei in unserem wirtschaftlichen Interesse liegt. Mit ihrem großen Markt, ihrem Kostenniveau und ihrer guten industriellen Basis ist die Türkei ein besonders geeigneter Produktionsstandort für uns.

Dennoch sind wir überzeugt: Wenn Unternehmen meinen, dass der Schutz von Völkerrecht und Menschenrechten allein in der Verantwortung von Regierungen liege, verliert die Marktwirtschaft ihre ethische Grundlage. Volkswagen teilt die Bewertung der deutschen Bundesregierung und der Europäischen Union zum militärischen Konflikt in Nordsyrien. Solange Menschen getötet werden, legen wir keinen Grundstein neben ein Schlachtfeld.

Zum ethischen Handeln eines Unternehmens gehört allerdings auch, dass wir die langfristigen Konsequenzen unserer Entscheidungen ebenso in den Blick nehmen wie die kurzfristigen. Ich

bin davon überzeugt, dass ein freier Welthandel und enge wirtschaftliche Verflechtungen sowohl Frieden als auch Wohlstand und Freiheit

fördern. Sanktionen dürfen nicht zu Protektionismus führen.

Es ist Teil unserer unternehmerischen Verantwortung, die Auswirkungen unseres Handelns auf die konkreten Lebensbedingungen vieler Menschen zu bedenken. Der Bau eines Automobilwerks dient nicht dazu, die Existenz einer Regierung zu sichern. Aber er sichert die Existenz von Tausenden Menschen. Ein sicherer Arbeitsplatz zu fairen Bedingungen. Ein Einkommen, das den eigenen Kindern eine gute Bildung und bessere Zukunft ermöglicht. Diese Menschen erwarten zurecht, dass ihre Hoffnungen nicht zum Spielball der Politik werden.

Volkswagen hat Fertigungsstandorte

in der ganzen Welt. China, Russland, Südafrika, Brasilien, Indien, die Vereinigten Staaten und viele mehr. Das ist das Wesen eines globalen Konzerns. Überall halten wir uns an die lokalen Gesetze und unsere eigenen ethischen Standards. Wir unterstützen die jeweilige Gemeinschaft und sind Teil von ihr. Dabei wissen wir, dass nicht alle diese Länder unsere Vorstellung von einem freiheitlichen demokratischen Rechtsstaat teilen. Laut dem Demokratie-Index der Zeitschrift „The Economist“ leben nur 4,5 Prozent der Weltbevölkerung in einer „voll entwickelten Demokratie“. Die Entwicklungschancen der anderen 95,5 Prozent können uns aber nicht gleichgültig sein.

Entscheidung über neues Werk in der Türkei ist noch offen

Das ist die schwierige Abwägung hinter all unseren Entscheidungen. Unsere Entscheidung über ein neues Werk in der Türkei ist noch offen. Nur eines ist sicher: Ethisches Handeln ist nicht gleichbedeutend mit einfachen Antworten. Das gilt für Regierungen. Und das gilt auch für uns.



LinkedIn-Beitrag: Vorstandsvorsitzender Herbert Diess beschreibt den aktuellen Stand der Entscheidungsfindung über ein mögliches Werk in der Türkei.

Anzeige

NEUERÖFFNUNG Dezember 2019

60 exklusive Business Apartments
in zentraler Innenstadtlage von Wolfsburg

splace[®]
APARTMENTS

Das anspruchsvolle Zuhause auf Zeit
für Menschen, die im Job alles geben \\\

JETZT MIETEN:
SPLACE.de

Geschäftsbeziehungen – aber nur mit den richtigen Partnern!



Vertrieb, Beschaffung und Compliance bewerten Geschäftspartner in einem neuen konzernweiten Prüfprozess

Bei Geschäftsbeziehungen gilt wie im privaten Bereich: Prüfe, wer sich bindet. Wenn sich Geschäftspartner nicht an Recht und Gesetz halten, drohen schwere finanzielle Folgen und Reputationsschäden für Volkswagen. Deshalb hat der Konzern die Erwartungen an das Handeln seiner

Bestehende und künftige Geschäftspartner werden risikobasiert im Hinblick auf Compliance-Risiken mit der sogenannten Business Partner Due Diligence (BPDD) unter die Lupe genommen. Ziel ist es, Risiken frühzeitig zu erkennen, sie durch geeignete Maßnahmen zu beseitigen und so

den Konzern zu schützen. Dazu gehören zum Beispiel Korruptions- oder Geldwäscherisiken. Deshalb stehen etwa intransparente Eigentümerstrukturen, potenzielle Interessenkonflikte oder ungewöhnliche Zahlungsbedingungen im Fokus. Die Beschaffung prüft Lieferanten und Dienstleister zudem risikobasiert auf Umwelt- und Sozialrisiken. Das Ergebnis dient im Nachhaltigkeitsranking den Einkäufern als Entscheidungshilfe. Für alle Geschäftspartner gilt: Eine erfolgreiche Prüfung ist die Voraussetzung für eine Zusammenarbeit.

Übrigens auch für die Partner ist die Prüfung ein Gewinn: Der Prüfprozess hilft, eigene Risiken zu erkennen, Systeme zu optimieren und damit ihr Unternehmen sicherer aufzustellen. Den Compliance-Check bestanden zu haben, ist ein echtes Qualitätsmerkmal. Sollte es wirklich schwarze Schafe geben, handelt Volkswagen konsequent, zum Beispiel indem bestehende Verträge entweder nicht verlängert oder gekündigt werden oder mit neuen potenziellen Partnern keine Vertragsbeziehung zustande kommt. Bei positivem Ergebnis können dafür alle Konzerngesellschaften ohne erneute Prüfung mit dem Partner arbeiten – das spart Zeit und Ressourcen.

Was sich einfach liest, ist ein Projekt der Superlative: In nur 24 Monaten hat das Team aus Compliance, IT, Vertrieb und Beschaffung den Prozess vom Konzept bis zur Umsetzung in 45 Ländern und einer Vielzahl an Konzerngesellschaften verwirklicht. 18.000 Importeure und Händler stehen allein für den Vertrieb zur Prüfung an. Je nach Risikobewertung kommen jährlich weltweit rund 3.000 Lieferanten und Dienstleister der Beschaffung hinzu. Um die BPDD künftig überall

IT-gestützt durchzuführen, hat das Team mehr als 500 Kolleginnen und Kollegen aus Vertrieb, Beschaffung und Compliance in der ganzen Welt vor Ort trainiert. Mehr als 3.200 Partner sind es bereits und täglich kommen mehr dazu. Gut zu wissen: Mehr zum Thema BPDD (Konzernrichtlinie 29) gibt es unter <http://compliance> im Volkswagen Net.



„Die Konzernbeschaffung ist tagtäglich mit Zigtausenden Dienstleistern, Lieferanten und Agenturen im Austausch. Hier tragen wir große Verantwortung. Deshalb haben wir bereits hohe Standards zum Thema Nachhaltigkeit in Lieferantenbeziehungen gesetzt. Als ein wichtiger Teilbaustein des Nachhaltigkeitsratings hilft uns der BPDD-Prozess, Risiken im Bereich passive Korruption zu identifizieren und abzubauen.“ Ullrich Gereke, Beschaffung

Das sagen die Bereichsleiter:



„Alle am Projekt beteiligten Kollegen können auf das in kürzester Zeit Erarbeitete sehr stolz sein. Sie haben einen innovativen Auswahlprozess eingeführt, der nicht nur unser Unternehmen schützt, sondern auch unseren Geschäftspartnern hilft, ihre Risiken zu erkennen und aktiv anzugehen. Nur so funktioniert Compliance: nicht im stillen Kämmerlein, sondern gemeinsam und im direkten vertrauensvollen Kontakt mit unseren Geschäftspartnern.“ Kurt Michels, Group Chief Compliance Officer



„Für uns ist klar: Wir arbeiten nur mit Geschäftspartnern, die unsere Werte und Erwartungen an saubere Geschäfte teilen. Der Vertrieb, unsere Händler und Organisationen sind das Gesicht von Volkswagen für unsere Kunden. Die Prüfung trägt dazu bei, auch bei unseren Partnern vor Ort Risiken schnell zu erkennen und dann die Organisation und Prozesse sauber aufzustellen. Das ist ein Qualitätsmerkmal – und darauf achten wir bei unseren Fahrzeugen ja auch.“ Christian Dahlheim, Vertrieb



Neues IT-System: Ein Projektteam aus der Compliance schult Kollegen von Volkswagen do Brasil.

Partner in den Verhaltensgrundsätzen für Geschäftspartner festgehalten. Dass Volkswagen die Partner kennt und wirklich nur mit den richtigen zusammenarbeitet, stellen Vertrieb, Beschaffung und Compliance jetzt gemeinsam in einem neuen konzernweit standardisierten Prozess mit einer Compliance-Prüfung sicher.

Anzeige

Ein „Insider“ packt aus – Hier gibt's Geschenke, die begeistern

UPE ~~25,90 €~~
Für VW-Mitarbeiter
15,90 €
T1 Fußbodenmatte

UPE ~~49,90 €~~
Für VW-Mitarbeiter
39,90 €
Modellauto GTI TCR

UPE ~~29,90 €~~
Für VW-Mitarbeiter
19,90 €
T1 Lampe

UPE ~~69,90 €~~
Für VW-Mitarbeiter
55,90 €
T1 Toaster

UPE ~~29,90 €~~
Für VW-Mitarbeiter
19,90 €
Kinder Rucksack

Erhältlich sind die Lifestyle-Artikel im Volkswagen Zubehör Shop, Autostadt KundenCenter, shopwolfsburg@volkswagen-zubehoer.de, Mo. - Sa. 08:00 - 18:00 Uh, im Volkswagen Shop and More am Tor 17 oder im Volkswagen Shop Emden. Nur solange der Vorrat reicht. Verkauf an Werksangehörige mit registrierter Stammmummer. Der Rabatt für Werksangehörige beträgt im Volkswagen Zubehör Shop in der Autostadt ganzjährig 20% Nachlass auf alle Original Zubehörteile und Lifestyle Produkte. Aktionsware ist davon ausgeschlossen. Jegliche Nachlässe können der geldwerten Versteuerung unterliegen. Alle genannten Preise beinhalten die gesetzliche Mehrwertsteuer. Zahlungsmöglichkeiten: Bar, EC-Karte, alle gängigen Kreditkarten und der Kreditschein der VW AG. Bitte beachten Sie, dass der Zutritt zur Autostadt nur mit einer gültigen Jahreskarte oder Eintrittskarte möglich ist. Druckfehler vorbehalten.

„KulTour“: Finale in der Autostadt

200 Beschäftigte diskutierten über Kulturwandel, E-Mobilität und Chancengleichheit von Frauen im Volkswagen Konzern

Finale in der Autostadt: Im Rahmen der „KulTour“ haben Beschäftigte in der Autostadt in Wolfsburg an einem außergewöhnlichen Format teilgenommen: Sie beantworteten kontroverse Fragen über ihr Unternehmen – und wurden dann einem Gesprächspartner vorgestellt, der ganz anderer Meinung ist als sie.

Anhand von fünf kontroversen Ja/Nein-Fragen vermittelte ein Algorithmus den Beschäftigten vor Ort einen Gesprächspartner mit möglichst gegenteiligen Meinungen. Die Veranstaltung fand in Partnerschaft mit dem Zeit-Verlag statt.

Offen, ehrlich und streitlustig in der Diskussion

„Heute wollten wir anfangen, offen, ehrlich und streitlustig über Themen zu diskutieren, die das Unternehmen beschäftigen“, beschrieb Ralph Linde, Leiter Group Academy, das Gesprächsformat. Die Paare diskutierten darüber, ob der konsequente Umstieg auf E-Mobilität richtig ist, ob Frauen und Männer bei Volkswagen die gleichen Chancen haben, ob Englisch zur Konzernsprache werden sollte, ob der Kulturwandel Volkswagen zu einem



Diskussion zum Abschluss der „KulTour“ im ZeitHaus der Autostadt: Ralph Linde (von links), Gunnar Kilian, Hiltrud Werner und Bernd Osterloh.

leistungsfähigeren Unternehmen macht und ob der Klimaschutz im Widerspruch zum wirtschaftlichen Erfolg des Konzerns steht. Die Idee für das Gesprächsformat entstand 2017 im Vorfeld der Bundestagswahl in der Redaktion von Zeit Online. Im Rahmen der Volkswagen „KulTour“-Reihe setzte der Zeit-Verlag das Gesprächsformat erstmals in einem Unternehmenskontext ein.

Zu Gast auf der Bühne im ZeitHaus waren außerdem die beiden Volkswagen Vorstandsmitglieder Hiltrud Werner und Gunnar Kilian sowie der Betriebsratsvorsitzende Bernd Osterloh, die sich durchaus kritischen Fragen zum Kulturwandel stellten.

Als Abschluss der „KulTour“ bot die Veranstaltung eine gute Gelegenheit, um Feedback zu den vorangegangenen Treffen der Reihe und zum Wandelprozess einzuholen. „Mich hat sehr gefreut, dass der Kulturwandel inzwischen einen hohen Stellenwert hat“, sagte Personalvorstand Kilian. „Mit dem Format der Zeit, die Leute in ein Streitgespräch zu verwickeln, schaffen wir im Unternehmen noch einmal mehr Offenheit und mehr Verständnis.“

Für die Veranstaltung hatten sich im Vorfeld Beschäftigte von acht verschiedenen Volkswagen Standorten sehr gut und bald hatten sich auch beantworteten alle Gäste auf iPads die fünf Ja/Nein-Fragen. Anschließend errechnete der Algorithmus aus den

Antworten die Paare – und sorgte für reichlich Streitpotenzial: 75 der 109 Gesprächspaare waren in drei oder mehr Fragen unterschiedlicher Ansicht.

Ein Thema: Klimaschutz und wirtschaftlicher Erfolg

Uneins waren die Gäste vor allem darüber, ob der konsequente Umstieg auf Elektromobilität richtig ist und ob Frauen die gleichen Chancen haben. Eher einig waren sich die Teilnehmer hingegen darüber, dass der Klimaschutz nicht im Widerspruch zum wirtschaftlichen Erfolg steht – und dass der Kulturwandel Volkswagen zu einem leistungsfähigeren Unternehmen macht. Das Ziel sei nun, den organisierten Streit und den Dialog in den Alltag zu bringen, so Linde: „Der nächste Schritt ist, dass wir nicht nur über Kultur sprechen, sondern unsere Ansätze in den einzelnen Fachbereichen auch umsetzen müssen.“



Unterschiedlicher Meinung: die Beschäftigten Laurens Boeke (von links), Lisa Kahlert, Martin Skrzypczek und Melanie Horvat.



Die beiden Volkswagen Vorstandsmitglieder Hiltrud Werner und Gunnar Kilian sowie der Betriebsratsvorsitzende Bernd Osterloh.

Erstes Jobsharing-Tandem im Oberen Management-Kreis

Bei Volkswagen Consulting: Juliane Paul und Astrid Vettin-Wansart teilen sich Leitungsaufgabe

Astrid Vettin-Wansart und Juliane Paul sind Teil des Oberen Management-Kreises (OMK). Damit verbunden ist eine kleine Revolution: Zusammen sind die zwei Führungskräfte das erste Jobsharing-Tandem im oberen Management mit reduzierter Arbeitszeit. Konkret: Juliane Paul und Astrid Vettin-Wansart teilen sich die Leitung des Projekt-, Prozess- und Budget-Managements in der Volkswagen Consulting.

Die Ansprüche ihrer Mitarbeiter und des Unternehmens sind vielfältig. Astrid Vettin-Wansart: „Daher teilen wir uns so auf, dass auch Nachmittags- und Abendtermine trotz

reduzierter Arbeitszeit mit jeweils einer von uns möglich sind.“

Kennengelernt haben sich Astrid Vettin-Wansart und Juliane Paul in ihrem früheren Bereich

Konzern Produktstrategie. Als junge Mütter arbeiteten sie mit reduzierter Stundenzahl. Juliane Paul: „Als die Stelle einer UA-Leitung zu besetzen war, fassten wir auf Initiative unserer Chefin Edda Kristof-Goeman den Entschluss, es mit Jobsharing zu versuchen.“ Mehr als zwei Jahre klappte das sehr gut und bald hatten sich auch alle Kollegen, Mitarbeiter und Prozesspartner an das neue Arbeitsmodell gewöhnt. Als schließlich Juliane Paul die Anfrage aus der Consulting erreichte, war ihre Antwort: „Uns gibt es nur zu zweit.“ Die Gespräche mit Richard Petrovic (Leiter Volkswagen Consulting) verliefen erfolgreich – und im Dezember 2018 wechselten die Kolleginnen den Bereich. „Aus meiner Sicht bereichern

Juliane und Astrid unser Leitungsteam mit ihren Kompetenzen und der Kombination aus ihren individuellen Erfahrungen in der Management-Beratung und dem Volkswagen Konzern. So, wie die beiden Kolleginnen das Modell leben, sehe ich nur Vorteile für alle Seiten“, sagt Petrovic.

Auch für das Jobsharing-Tandem ist das Modell ein Gewinn: „Wir können unterschiedliche Erfahrungen, Kompetenzen und Netzwerke in unsere Arbeit einbringen“, sagt Vettin-Wansart. Ihr Erfolgsrezept? „Sehr gut miteinander auskommen, noch besser kommunizieren und die Kollegin im eigenen Zuständigkeitsbereich als Führungskraft zulassen.“

Dazu sagt Konzernpersonalvorstand Gunnar Kilian: „Vereinbarkeit von Familie und Beruf darf nicht nur ein Anspruch sein, wir müssen das bei Volkswagen auch zulassen – und zwar auf jeder Hierarchiestufe. Das Beispiel in der Consulting zeigt, wie das klappen kann.“



Das Jobsharing-Tandem: Juliane Paul (links) und Astrid Vettin-Wansart.

1.000 neue Arbeitsplätze in Chattanooga

Volkswagen of America investiert in den Standort Chattanooga: Die Arbeiten für den Bau einer Montagelinie für vollelektrische Fahrzeuge auf Basis des Modulare E-Antriebs-Baukastens (MEB) haben begonnen. Das Werk in Chattanooga soll ab 2022 mit der Produktion eines SUV aus der ID. Familie beginnen. Zusätzlich soll eine Montage für Batteriesysteme in Chattanooga errichtet werden. Durch die Investitionen von 800 Millionen US-Dollar werden rund 1.000 Arbeitsplätze entstehen.

„Dies ist ein großer Moment für das Unternehmen“, sagte Scott Keogh, President und CEO von Volkswagen Group of America. „Die Erweiterung der lokalen Produktion legt die Grundlagen für nachhaltiges Wachstum in den USA. Elektroautos sind die Zukunft der Mobilität und Volkswagen wird sie für Millionen Menschen bauen.“

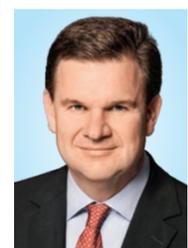
Die Fertigung wird um insgesamt 52.400 Quadratmeter erweitert. Volkswagen fertigt derzeit das SUV Atlas und die Nordamerikavariante der Passat Limousine in Chattanooga.



Ab 2022: Am Standort Chattanooga soll ein SUV aus der ID. Familie gebaut werden.

So hilft der Code of Conduct bei Entscheidungen

Wie verhalte ich mich am Arbeitsplatz? Dazu hat der Volkswagen Konzern seine Verhaltensgrundsätze (Code of Conduct) herausgegeben. In diesem Jahr feiert der Code of Conduct bereits den zweiten Jahrestag. „Der Code of Conduct ist das Herzstück und die Grundlage für regelkonformes und ethisches Handeln aller Beschäftigten im Volkswagen Konzern – weltweit und auf allen Ebenen. Der



Kurt Michels, Group Chief Compliance Officer

zweite Geburtstag ist ein guter Anlass, um sich mit den verschiedenen Themen der Verhaltensgrundsätze zu beschäftigen und einen Bezug zum eigenen Arbeitsumfeld herzustellen. Besonders empfehle ich den Compliance-Spiegel als praktische Entscheidungshilfe für den Arbeitsalltag“, sagt Kurt Michels, Group Chief Compliance Officer.

Um integres und regelkonformes Verhalten in einem konzernweit gültigen und vor allem einheitlichen Regelungsfundament festzuhalten, begann im Jahr 2017 die Arbeit an einer aktualisierten Version der Verhaltensgrundsätze. Compliance-Kollegen aus allen Marken arbeiteten gemeinsam an einem neuen Konzept für den ersten weltweit einheitlichen Code of Conduct, der die komplexen juristischen Themen leicht verständlich und anschaulich erklärt.

Unsicher bei einer zu treffenden Entscheidung? Die grundlegenden Regelungen gibt es zum Nachlesen in den Verhaltensgrundsätzen.

One HR: So stellt sich das Personalwesen neu auf

Mitarbeiter der Volkswagen AG wenden sich künftig an ein Beratungscenter - Business Partner unterstützen Führungskräfte

Mit Einführung des neuen Betriebsmodells One HR gibt das Personalwesen ab Januar die Antwort auf die Fragen der Transformation der Arbeitswelt. Die 360° beantwortet die wichtigsten Fragen.

Warum stellt sich das Personalwesen überhaupt neu auf?

Volkswagen treibt die Transformation des Konzerns konsequent voran. Mit Einführung einer neuen Arbeitsweise sowie Arbeitsteilung will das Personalwesen diesen Wandel im Sinne der Mitarbeiter gestalten, um die Anliegen der Beschäftigten in Zukunft noch besser mit den Chancen, die die Digitalisierung bietet, zu bearbeiten. Ziel des neuen Betriebsmodells One HR ist es dabei, die Personalarbeit der Volkswagen AG schneller, digitaler und vor allem unkomplizierter zu gestalten: für die Personaler selbst, vor allem aber für die Beschäftigten.

Was bedeutet das für die Mitarbeiter?

Die neue Personalarbeit One HR bietet den Beschäftigten künftig einen schnelleren Zugang sowie umfassendere und noch professionellere Infos seitens des Personalwesens. Möglich macht das unter anderem die Einführung eines Beratungscenters. Statt sich wie aktuell mit allen Fragen an einen einzelnen Personalbetreuer zu wenden, haben Beschäftigte die Möglichkeit, auf das gesamte spezialisierte Know-how des Personalwesens zuzugreifen.

Wie funktioniert das Beratungscenter und welche Vorteile bietet es?

Ab 7. Januar ist das Beratungscenter erste Anlaufstelle für persönliche Anliegen der Mitarbeiter (Tarif bis OMK). Vorteil: die Spezialisierung.

Bislang bearbeitete jeder Personaler Anfragen aller „seiner Kunden“ auf einmal. Das bedeutete für die Beschäftigten zum Teil Wartezeiten, für die Personaler zunehmende Arbeitsbelastung. Durch das Beratungscenter ändert sich das. Allgemeine Anfragen, etwa zur Elternzeit, werden durch Personalbetreuer sofort beantwortet. Neu: Spezielle Anliegen, etwa zur Altersteilzeit, werden gezielt an Spezialisten für Personalprodukte geleitet, die sich anschließend mit den Mitarbeitern schnell in Verbindung setzen.

Wie erreiche ich das Beratungscenter?

Das Beratungscenter bietet den Beschäftigten im indirekten Bereich einen schnellen und unkomplizierten Zugang über Telefon und E-Mail. Darüber hinaus gibt es die Service Points als Anlaufstelle für Mitarbeiter, um Anliegen auch im direkten Gespräch zu klären. Für den allgemeinen Überblick stehen zudem das Volkswagen WiKi sowie die Self-Services zur Verfügung.

Was ändert sich für Führungskräfte?

Um alle Geschäftsbereiche in der Transformation zu unterstützen und gezielt in Personal- und Organisationsfragen zu beraten, stehen den Führungskräften künftig so genannte

HR Business Partner zur Seite. Sie sind Spezialisten, die Lösungen bei Fragen zum Personal und zur Organisation der Geschäftsbereiche aufzeigen. Darüber hinaus bieten die HR Business Partner den Führungskräften strategische Beratung, Unterstützung bei kritischen Themen sowie Expertise bei Teamentwicklungsfragen, um die Herausforderungen der Transformation auch im Sinne der Mitarbeiter gestalten zu können.



Werbemotiv mit Kolleginnen und Kollegen des Personalwesens: (von links oben im Uhrzeigersinn) Madlin Acker (Kassel), Friedrich Stein und Natascha Bieg (beide Hannover) und Marie-Luise Garcia Perez (Wolfsburg).

„Die Kolleginnen und Kollegen bei VW liefern jeden Tag gute Arbeit und haben darum auch eine Top-Betreuung durch das Personalwesen verdient. Dieser Service soll mit dem neuen System besser werden. Die Umstellung wird die Beschäftigten im Personalwesen aber stark fordern, und möglicherweise läuft auch an einigen Stellen etwas schief. Darum sollten wir den Kolleginnen und Kollegen etwas Zeit für die Umstellung geben. Und nicht sofort beschwerten, falls etwas nicht sofort klappt. Ihr könnt sicher sein, dass alle Beschäftigten im Personalwesen mit voller Kraft daran arbeiten, dass die ganze Belegschaft zufrieden ist. Von den Führungskräften erwarten wir in diesem Prozess jede Art der Unterstützung für die Teams.“



Sebastiano Addamo, zuständiger Betriebsratskoordinator für das Personalwesen

„Mit One HR gestalten WIR unsere Prozesse schlanker und sind in der Lage, die Betreuungsqualität in der Beratung zu erhöhen. So können auch WIR unseren Beitrag zur Steigerung der Produktivität im Unternehmen leisten.“



Klaus Fröhling, Leiter Personal Emden

„Künftig agiere ich als Expertin, die auf ihr Themengebiet spezialisiert ist. Der Vorteil dabei: Ich muss mich nicht mehr spontan in neue Prozesse eindenken und kann meine Arbeit effizienter umsetzen.“



Natascha Bieg, Personalerin Volkswagen Nutzfahrzeuge

„Wir Personaler haben jetzt die Chance, uns stärker zu fokussieren. Ich freue mich darauf, mich als Expertin in meine spannenden Themen zu vertiefen.“



Sophia Sivasli, Personalerin im Werk Braunschweig

„Die Neuaufstellung bietet viele Chancen! Ich freue mich auf noch mehr Nähe zu den Fachbereichen, etwa bei den Transformationsthemen. Auf mehr Fokus bei der Gewinnung von externen Spezialisten, etwa für Software. Und einen noch einfacheren und schnelleren Zugang zu Personal für alle Beschäftigten.“



Wolfgang Fueter, Mitglied des Markenvorstands, Bereich Personal, Konzern Komponente

Neue Struktur: Was sich für die Meister ändert

Personalwesen will bei Führungsaufgaben künftig stärker unterstützen

Mit One HR will das Personalwesen auch die Meister in ihrer Arbeit unterstützen. „Unsere Meister wünschen sich, endlich wieder ihrer Führungsaufgabe nachkommen und sich ordentlich um ihre Mitarbeiter kümmern zu können, mit allem was dazugehört“, erklärt Nicole Kösling. Die Personalleiterin des

Werks Wolfsburg betont zudem, dass das neue Betriebsmodell One HR genau diese Interessen berücksichtigt und die Führungsaufgaben der Meister künftig stärker unterstützt. Konkret heißt das: Ab Januar 2020 können die Meister ihre persönlichen Anliegen an das HR Beratungscenter richten. Telefonisch, via Mail oder direkt an den Service

Points. Bei den Fragen zu Führung und Teamentwicklung können sich die Meister künftig an einen HR Business Partner wenden.

Dieser hilft Ihnen, Lösungen für Führungsfragen zu finden. „Am Anfang bedeuten neue Ansprechpartner, neue Schnittstellen, neue Aufgabenschnitte auch eine gewisse Umstellung,

das ist klar“, sagt Kösling. Doch nach einer Gewöhnungsphase am Anfang wird sich das neue Betriebsmodell, laut der Personalleiterin, für die Meister auszah-



len. „Dieser Wandel bietet eine enorme Chance, den Wünschen der Meister nachzukommen. Und diese ergreifen wir mit One HR.“

Nicole Kösling, Personalleiterin Werk Wolfsburg.

Ab 7. Januar: So erreichen die Beschäftigten das Personalwesen

Neues Beratungscenter ist per Telefon und E-Mail erreichbar - Produktionsnahe Service Points sind Anlaufstellen für direkten Kontakt

„Das HR Beratungscenter ist für mich das Herzstück des Personalwesens. Ich freue mich, mit einer tollen Mannschaft zum Erfolg unserer Personalarbeit beizutragen. Gemeinsam wollen wir künftig das Personalwesen moderner und einfacher gestalten.“

Johanna Frodl,
Leiterin HR Beratungscenter



Service Points in Wolfsburg

- 1 Eingang 13, EG
- 2 Halle 15b, 3,8m-Ebene
- 3 Halle 54, HG
- 4 E49, EG
- 5 DR7, EG
- 6 Halle 12*
- 7 Halle 55*

Kontakt zum Beratungscenter:
+49 5361 9 33150
hrbc.wolfsburg@volkswagen.de

*Halle 12 und 55: Konkreter Standort wird noch bekannt gegeben.

Service Points in Kassel

- 1 Eingang 4, 2. OG
- 2 OTC 1, 1. OG
- 3 Halle 6, 1. OG
- 4 Gießerei, Eingang 22, 2. OG

Kontakt zum Beratungscenter:
+49 561 490 3353
hrbc.kassel@volkswagen.de

Service Points in Braunschweig

- 1 Werk 1, Rühmerweg, Halle 10, Tor 2, EG
- 2 Werk 2, Straße 20, Halle 20, EG
- 3 Werk 3, Hansestraße, Halle 31, 1. OG

Kontakt zum Beratungscenter:
+49 531 298 3353
hrbc.braunschweig@volkswagen.de

Service Points in Emden

- 1 Halle 7, EG
- 2 Halle 18, 1. OG
- 3 Halle 2, EG

Kontakt zum Beratungscenter:
+49 4921 86 3353
hrbc.emden@volkswagen.de

- 5 Aggregateaufbereitung, Lilienthalstr. 140, 1. OG

Service Point in Salzgitter

- 1 Halle 2, Sek. 10, 2. OG

Kontakt zum Beratungscenter:
+49 5341 23 3353
hrbc.salzgitter@volkswagen.de



„Der Bereich HR Beratungscenter und HR Digitalisierung steht für exzellenten Service. Wir werden die Digitalisierung unserer Personalprozesse vorantreiben und mit moderner IT Unterstützung die Arbeit für unsere Mitarbeiter im Beratungscenter als auch für unsere Kunden einfacher und effizienter gestalten.“

Michael Ritter, Leiter HR Beratungscenter und HR Digitalisierung

Service Points in Hannover

- 1 Sektor 10, 1. OG, R102
- 2 Halle 27, Empore, Raum 27.2
- 3 Gießerei, Halle 3, Raum H3S-E03
- 4 Halle 52, 12m, Raum 07
- 5 CKD Verladung, H14, EG

Kontakt zum Beratungscenter:
+49 511 798 3353
hrbc.hannover@volkswagen.de

ID.3

„Ich baue den ID.3“



„Ich kommuniziere mit der Technischen Entwicklung in Wolfsburg, mit den Bauteilverantwortlichen und unterstütze hier in Zwickau beim reibungslosen Bau der ID. Familie.“

Lukas Sieb, Produktsprecher ID. Familie



„Ich begleite den Anlauf der Modelle, die auf dem MEB basieren, wie den ID.3. Dazu wurde ich aus dem Werk Bratislava nach Zwickau entsandt.“

Martin Matussek, Anlaufmanagement



„Wir bereiten den Einsatz des Fahrwerks vor. Dazu verlegen wir unter anderem die Hochvoltleitungen.“

Jürgen Steinberg, Teamsprecher, Montage



„Wir unterstützen die vielen Gewerke wie die Montage. Hier haben wir zum Beispiel die neuen Gehänge eingeführt.“

Daniela Martin, Planungssteuerung



„Ich bringe die Batterien in die richtige Reihenfolge, in der sie später am Band im ID.3 verbaut werden.“

Christian Paul, Logistik

Vom über zum

Bernd Perfözl ist einer der dienstältesten Mitarbeiter in Zwickau – Auf das jüngste Modell ist er richtig stolz

Bernd Perfözl kennt alle Modelle, die in Zwickau vom Band liefern oder noch laufen: den Trabant, den Polo, den Golf, den Golf Variant, den Passat und jetzt den ID.3. Der erfahrene Mitarbeiter steht in einer Fertigungshalle im Werk Zwickau, das ganz auf E-Produktion umstellt. Der 64-jährige macht halt am Bremsenbefüllstand, zeigt auf die Achsen: „Der ID.3 bekommt wieder eine Trommelbremse. Sie hatte der Trabant auch“, sagt der Anlagentechniker.

Technikverliebt ist Perfözl schon als Jugendlicher. Beim „Sachsring“ – so wurde umgangssprachlich der VEB Sachsenring Automobilwerke Zwickau genannt – nimmt er 1972 eine Lehre als Nachrichtentechniker auf und wird 1974 Facharbeiter. Damals gab es 10.000 Beschäftigte in drei Werken. In zwei Schichten laufen 700 Trabant am Tag vom Band.

Polo und Trabant auf einer Linie

1988 beginnt die Produktion des Trabant mit dem Viertaktmotor. „Den haben wir dann 1990 auf einer Mixproduktionslinie gemeinsam mit dem Polo gebaut“, erinnert sich Perfözl. „Als die Wende da war, gab es einen riesigen Motivationsschub im Werk bei ausnahmslos allen Kollegen. Endlich konnten



Bernd Perfözl an der Golf Linie: Er hat alle Zwickauer Modelle hautnah erlebt – vom Trabi bis zum ID.3.

Band. „Damit konnten wir atmen, je nachdem, welches Modell gerade mehr nachgefragt war“, erinnert sich der Mitarbeiter. „Ohnehin war unser Standort immer auch ein wenig Testlabor für den Konzern. Schließlich wurde unser Werk komplett neu und auf der grünen Wiese erbaut, mit schlanken Verwaltungsstrukturen. Das war und ist der Vorteil des Neubaus in Mosel.“

Den ID. wollte er unbedingt noch bauen

Seit einigen Wochen rollen nun die ID.3 in Zwickau vom Band. Perfözl erlebt wieder eine Premiere, jetzt als Technischer Sachbearbeiter

wir Autos bauen, die in der ganzen Welt gefragt waren. Jeder hat sich in die neuen Abläufe reingekniert, auf kurzem Wege wurden Lösungen gesucht und gefunden, viel improvisiert.“

1991 beginnt der Volkswagen Konzern mit dem Bau eines neuen Werks in Mosel, nördlich von Zwickau. Hier startet 1993 die Produktion des Golf III. „Das war schon eine andere Kategorie als der Polo“, weiß Perfözl. „Alles war größer und beim Golf waren mehr Teile zu verbauen.“

Als 2010 die Konjunktur schwächelt, laufen Golf und Passat parallel in Mosel vom

in der Förder- und Automatisierungstechnik. Er kümmert sich um die Befülltechnik mit 25 Anlagen, vereinbart Wartungsverträge, bestellt Ersatzteile und sorgt für die Störbereitschaft in drei Schichten.

1.500 Einheiten des ID.3 sollen einmal täglich vom Band laufen. „Der E-Antrieb ist begeisternd“, sagt Perfözl. Er ist stolz auf das neue Modell, sagt: „Ich hätte vor zwei Jahren in den Vorruhestand gehen können. Aber den ID. wollte ich unbedingt noch erleben.“ Für 2021 plant er nun seinen Renteneintritt. „Dann werde ich mir auch einen ID. kaufen.“

Fit für den ID.

Wie das Werk 8.000 Mitarbeiter qualifiziert

Qualifizierung wird großgeschrieben in Zwickau – fast alle Mitarbeiter des Standorts, insgesamt 8.000, werden auf die E-Mobilität vorbereitet. Sechs elektrische Modelle für die Marken Audi, Seat und Volkswagen werden sie künftig bauen. Dieses Ziel ist nah, denn ab 2021 sollen in Zwickau jährlich bis zu 330.000 E-Autos vom Band rollen.

Für die Elektro-Offensive macht Volkswagen die Mitarbeiter fit: Sie werden auf die neuen Produktionsmethoden und Jobs vorbereitet, die mit den E-Modellen auf Basis des Modulare E-Antriebs-Baukastens (MEB) kommen. Etwa 13.000 Trainingstage sind es dieses Jahr. Das macht Zwickau zum wahrscheinlich größten Trainingszentrum der Autoindustrie.

Die Weiterbildungen folgen einem festen Plan: Innerhalb von zwei Tagen lernen etwa 3.000 Mitarbeiter, die meist aus den Montagebereichen kommen, die Grundfertigkeiten der E-Mobilität – mit modernen Methoden: Virtual Reality und virtuelles Montagetraining kommen zum Einsatz. Bei

Produkt- und Prozessschulungen erfahren sie zudem mehr über neue Bedienkonzepte, Prüf-abläufe und Fahrerassistenzsysteme. In Hochvolt-schulungen erwerben die Mitarbeiter in bis zu 18 Wochen ein Zertifikat als verantwortliche Elektrofachkraft, Elektrofachkraft oder Elektrofachkraft für festgelegte Tätigkeiten. 1.400 Mitarbeiter erhalten darüber hinaus eine Hochvoltsensibilisierung und 60 Mitarbeiter werden zu Fachexperten für Elektronik/Elektrik ausgebildet. Dieses 24-monatige Ausbildungspaket umfasst Themen wie Produkt- und Prozessplanung, Datenmanagement, Produkt- und Prozessprogrammierung und Produkttechnik.



Schulungen: Mitarbeiter lernen neue Software-Anwendungen im Bereich Fachinformatik kennen.

Für die Schulungen wurde eigens ein 200-Quadratmeter-Hochvoltlabor mit elektrischen Schulungsfahrzeugen eingerichtet. Mithilfe digitaler Trainings- und VR-Brillen werden die Beschäftigten schon früh ganz nah am Produkt und den Prozessen in der Fertigung geschult. Holger Natuschewski, Geschäftsführer Volkswagen Bildungsinstitut in Zwickau: „Unser Ziel ist es, alle Mitarbeiter bestmöglich zu befähigen, E-Autos in großen Stückzahlen und höchster Qualität zu produzieren.“



Am ID.3: Kanzlerin Angela Merkel und Konzernchef Herbert Diess.

Die Serie läuft

Zwickau: Die Fertigung des ID.3 ist gestartet – Der Standort wird zum größten E-Auto-Werk Europas

Ein großer Schritt für Zwickau, ein großer Schritt für Volkswagen: Das erste ID.3 Serienmodell ist vom Band gelaufen. Am Festakt in dem Werk nahmen Bundeskanzlerin Angela Merkel, Sachsens Ministerpräsident Michael Kretschmer, Aufsichtsratschef Hans Dieter Pötsch und Konzernchef Herbert Diess teil.

Mit dem ID.3 kommt die Elektromobilität aus der Nische

„Die Zukunft gehört dem elektrischen Fahren. Und Volkswagen liefert das Auto für diese Zukunft. Mit dem ID.3 holen wir die Elektromobilität aus der Nische“, sagte Diess. Elektromobilitäts-Vorstand Thomas Ulbrich betonte, dass es für Volkswagen um weit mehr gehe als den Anlauf eines Autos: „Volkswagen wird diese Techno-

logie für Millionen Menschen erschwinglich machen. Dafür bauen wir unser Werk hier in Zwickau vollständig um – von 100 Prozent Verbrenner auf 100 Prozent Elektro.“

Die Kanzlerin zeigte sich besonders erfreut, dass Zwickau das Flaggschiff dieses Wandels und mithin nicht nur ein Eckpfeiler der deutschen Automobiltradition, sondern auch der Zukunft der deutschen Automobilindustrie sei. Im Namen der Bundesregierung sagte sie Unterstützung beim schnellen Ausbau der Ladeinfrastruktur für E-Autos sowie Kaufanreize für Elektroautos zu. „Wir wissen, dass wir uns beeilen müssen“, so Merkel. „Wir sind bereit, große Anstrengungen zu unternehmen.“ Für sie sei es wichtig, dass sich viele Menschen möglichst bald ein E-Auto leisten könnten – und das Elektroauto „im wahrsten Sinne zum Volkswagen wird, so wie früher der Käfer und der Golf.“

Bis 2028 will Volkswagen dem E-Auto zum Durchbruch verhelfen. Im Konzern sollen dann rund 22 Millionen E-Autos verkauft werden. Zwickau spielt dabei eine Schlüsselrolle als die Fabrik, die mit Investitio-

Inmitten der Mannschaft: Kanzlerin Angela Merkel und Konzernchef Herbert Diess.



Sprach zur Belegschaft und zu den Gästen: Konzernchef Diess.

nen von rund 1,2 Milliarden Euro erstmals auf die E-Mobilität umgerüstet wird. Der Standort wird damit zum größten und leistungsfähigsten E-Auto-Werk Europas und übernimmt eine Vorreiterrolle bei der Transformation des weltweiten Produktionsnetzwerks von Volkswagen.



Die MEB-Werke bis 2022

Mit dem Werk Zwickau hat die Transformation der Produktion hin zur E-Mobilität begonnen. Künftig werden die Mitarbeiter in acht MEB-Werken auf drei Kontinenten E-Autos bauen – in Europa, Asien und Nordamerika. In Deutschland stellen nach Zwickau auch die Standorte Emden und Hannover ihre Fertigung auf MEB-Autos um. Ab Herbst 2020 wird der ID.3 auch in Dresden montiert. In China entstehen in Anting (Shanghai) und Foshan zwei MEB-Werke, die im nächsten Jahr die Produktion aufnehmen. In Nordamerika investiert Volkswagen rund 800 Millionen US-Dollar, um künftig E-Autos in Chattanooga zu fertigen.

„Ich baue den ID.3“



„Ich stelle die Türen ein, komplettiere die Heckklappe und betreue auch den Zubau des Wasserkastens.“

Carsten Hruby, Montage



„Wir schauen unter anderem, dass die Modelle der ID. Familie alle Stationen von Karosseriebau über Lackiererei und Montage bis hin zum Versand korrekt durchlaufen.“

Jennifer Böhm, Vorseiensteuerung



„Wir montieren die Vordersitze und die Türen, verbauen das Airbag-Modul und setzen die Innenspiegel ein.“

Mike Windisch, Montage



„Ich baue mit meinem Team die Frontends ein, wir befüllen die Bremsanlage und setzen die Frontscheinwerfer ein.“

Heiko Gruner, Teamsprecher, Montage



„Ich baue die Türverkleidung, Lautsprecher und die Fugendichtung beim ID.3 ein.“

Sven Wedemann, Teamsprecher, Montage

PRESESTIMMEN

Zwickau erlebt eine neue Wende



VW läutet die Elektro-Ära ein



VW beginnt die Elektro-Ära in Zwickau



Volkswagen setzt mit einer beeindruckenden Wucht auf die Elektro-Karte

Analyst Frank Schwope von der NORD/LB gegenüber dem Redaktionsnetzwerk Deutschland



Von Zwickau aus greift VW die Konkurrenz im Geschäft mit der Elektromobilität an



Modernste E-Auto-Fabrik in Zwickau eröffnet



Produktion präsentiert Lösungen

Effizient und zukunftsfähig: Das waren die Schlagworte der Konzern-Produktion-Managementkonferenz in Berlin. Unter dem Motto „Now. Next. And Beyond.“ nahmen 150 Beschäftigte die Herausforderungen der konzernweiten Produktion und Logistik von heute und morgen in den Fokus.

Oliver Blume, Porsche Chef und im Konzern für die Produktion verantwortlich: „Unsere Welt befindet sich in einem technologischen und gesellschaftlichen Wandel. Die Automobilindustrie wird sich in den nächsten fünf Jahren mehr verändern als in den 50 Jahren zuvor. Dem stellen wir uns als konzernweite Produktion.“ Gerd Walker, Leiter Konzern-Produktion: „Es ist großartig, zu sehen, welche hervorragenden Best-Practice-Beispiele bereits entstanden sind und wie sich die weltweite Produktion schon heute auf eine sich schnell verändernde Welt der individuellen Mobilität vorbereitet und Lösungen entwickelt.“



Bei der Konferenz: Oliver Blume (links) und Gerd Walker.



Wie wir aus Fehlern anderer lernen können

Hiltrud D. Werner und Hagen Repke im Interview

Seit wenigen Wochen sind die Ursachenanalysen dem Risikomanagement zugeordnet. Was dies bedeutet und wie Ursachenanalysen dem Unternehmen helfen können, darüber sprechen Hiltrud D. Werner, Vorstandin für Integrität und Recht, und Hagen Repke, Leiter Konzern-Risikomanagement.

Frau Werner, was genau verstehen Sie unter einer Ursachenanalyse?

Mit einer Ursachenanalyse wird strukturiert hinterfragt, warum es zu einem bestimmten Problem gekommen ist und welche Umstände dies begünstigt haben. Dabei werden vor allem die Faktoren genauer betrachtet, die zur Problemstellung beigetragen haben.

Warum ist das so wichtig?

Regelmäßige Ursachenanalysen helfen uns, entstandene Probleme schneller zu bewerten, abzustellen und gegebenenfalls die Rahmenbedingungen zu verändern, die zum Problem geführt haben. Der entscheidende Vorteil ist aber, dass wir als Gesamtorganisation aus den gemachten Fehlern anderer lernen können. Das spart unserem Unternehmen am Ende viel Zeit und Geld.

Wie wird eine Ursachenanalyse vorgenommen?

Für die Analyse wird auf die „Fünf-Warum-Methode“ zurückgegriffen. Diese Methode ist keine neue Erfindung, sondern wird auch bei Volkswagen schon lange im Qualitätsmanagement für Fehlerabstellprozesse eingesetzt. Bei dieser Vorgehensweise wird fünf Mal „Warum?“ gefragt, um den Kern der Ursache herauszufinden.

Herr Repke, gibt es ein einfaches Beispiel für die „Fünf-Warum-Methode“?

Sachverhalt: Ein Mitarbeiter rutscht morgens im Winter aus.

- Warum? Der Gehweg war glatt.
- Warum? Es war eine Eisschicht auf dem Weg.
- Warum? Der Weg war nicht gestreut.
- Warum? Der Streudienst hatte zunächst die Hauptstraßen gestreut.
- Warum? Aufgrund eines Personalmangels wurden die Hauptstraßen priorisiert.

Wann muss eine Ursachenanalyse vorgenommen werden?

Dies regelt die Konzernrichtlinie 33 zum Risikomanagement und in der



Probleme schneller bewerten: Hiltrud D. Werner, Vorstandin für Integrität und Recht, und Hagen Repke, Leiter Konzern-Risikomanagement.

Volkswagen AG die Organisationsrichtlinie 53. Im Fall von hohen, gegebenenfalls vermeidbaren Verlusten und Reputationsschäden oder auch bei schweren Regelverstößen hilft es zu verstehen, ob ausschließlich menschliches Versagen oder einmalige Fehler vorlagen – oder ob weitere, veränderbare und vermeidbare Ursachen vorgelegen haben.

Welche Aufgabe hat dabei das Risikomanagement?

Das Risikomanagement koordiniert seit 1. Oktober 2019 den Prozess für konzernrelevante Ursachenanalysen und berät die Fachbereiche dabei. Zudem sorgt es für die Erarbeitung von Lessons learned und

deren Kommunikation innerhalb von Volkswagen.

Wer ist für die Durchführung der Ursachenanalyse zuständig?

Jeder Fachbereich kennt seine Prozesse am besten und sollte daher bei den Ursachenanalysen federführend sein. Um nicht voreingenommen oder betriebsblind zu sein, ist Unterstützung von außen, zum Beispiel von der internen Revision, oft sehr hilfreich. Sollten die zuständigen Personen nicht bekannt sein, helfen gerne die Kollegen des Risikomanagements weiter. Kontakt kann per Mail aufgenommen werden unter rms-ics@Volkswagen.de.

Anzeige

Audi BKK

„Öfter mal Haltung zeigen.“

Verstanden. Mit unseren Gesundheitskursen.



audibkk.de/gesundheitskurse

Zuhören ist unsere stärkste Leistung.





China: Musik trifft Technologie

Volkswagen Group China wirft für AEP-China 2019 mit „Music x Tech“ einen Blick in die Zukunft

Die Volkswagen Group China unterstützte im dritten Jahr in Folge gemeinsam mit ihrem Partner, dem Shanghai Symphony Orchestra, das Artistic Engagement Program China (AEP-China). Um ihre Unterstützung für die Entwicklung der chinesischen Bildungs- und Kulturlandschaft zu unterstreichen und ihre Erkenntnisse über die Zukunft der Mobilität zu präsentieren, regte die Volkswagen Group China durch die Kombination von Musik und Technologie mit grenzüberschreitenden, interaktiven Erlebnissen von „Music x Tech“ die Fantasie der Menschen für die künftige Mobilität an.

Die interaktiven Erlebnisse drehen sich um zwei Themen, „Music x Tech“ und „Future ∞“,



Spaß an der Musik: Die Aktivität rückte die „M.A.P. Class“, einen wichtigen Bestandteil des AEP-China, in den Vordergrund. Musiker fuhren den ID.3 dorthin und veranschaulichten den Teilnehmern „the Colour of Music“.

und deckten eine der wichtigsten Aktivitäten des AEP-China ab – „M.A.P. Class“ sowie fünf interaktive Stationen mit inspirierenden

Themen. Dazu gehörten Interaktion zwischen Mensch und Auto, Musik- und Gehirnwellenanalyse, AR-Interaktionen, inspirierende Visionen und inspirierende Zukunft. Die Aktivitäten boten den Teilnehmern umfangreiche innovative Erfahrungen in den Bereichen Musik, Technologie sowie Zukunft der Mobilität und überschritten dabei Grenzen.

Mit Musik und Technik ein besseres Leben ermöglichen

„Musik und Automobiltechnik können den Menschen auf vielfältige Weise ein besseres Leben ermöglichen“, erklärt Catherine Peng, Vice President und Head of PR & Communications, Volkswagen Group China. „Neben der Tatsache, dass Mobilität immer mit Fahrzeugen zusammen-

hängt, setzt sich die Volkswagen Group China dafür ein, die Mobilität der Zukunft mit dem täglichen Leben der Menschen zu verbinden.“

Die grenzüberschreitende Erfahrung von „Music x Tech“ richtet sich inzwischen an ein breiteres

Publikum und mehr Menschen haben dadurch die Möglichkeiten erhalten, ihren Horizont zu erweitern und die Begeisterung zu verspüren, die die Verbindung von Musik und Technologie mit sich bringt.



Interaktiv: Im Bereich „Inspiring Future“ gab es ein visuelles und interaktives Erlebnis, mit dem der Entwurf für Smart Cities im Jahr 2030 vorgestellt wurde.



Musik und Technologie: Der speziell entwickelte „Traumfänger“ analysierte die Gehirnwellen der Teilnehmer beim Musikhören.

Jane Goodall: Affenforscherin zu Besuch im neuen Stammsitz

Grundsatzrede im Rahmen des Umweltforums – So engagiert sich der Konzern



Besonderes Geschenk: Jane Goodall überreichte ein Gemälde mit dem Titel „The Earth I Love“ (Die Erde, die ich liebe) an Kinder von Mitarbeitern der VGC.

Die Volkswagen Group China (VGC) hatte UN-Friedensbotschafterin und Verhaltensforscherin Jane Goodall, Gründerin der NGO „Roots & Shoots“, in ihrem neuen Hauptsitz V-Space in Peking zu einem internen Umweltforum zu Gast. Neben CEO Stephan Wöllenstein nahmen daran auch 150 Beschäftigte teil.

Niemand weiß mehr über wilde Schimpansen als Jane Goodall. Sie verbrachte mit den Schimpansen gemeinsam viele Jahre im Wald. Nach jahrzehntelanger Forschung auf diesem Gebiet wandte sich Goodall dem Naturschutz zu. Sie bereiste die Welt und setzte sich für den Schutz von Tieren und ihren Lebensräumen

ein. Zusammen mit einer Gruppe engagierter junger Menschen rief sie das Programm „Roots & Shoots“ zur Förderung junger Naturschützer ins Leben.

Als NGO-Partner der VGC war Goodall eingeladen, im Rahmen des Umweltforums eine Grundsatzrede zu halten. Sie erzählte faszinierende Geschichten, teilte ihre Ansichten über den Naturschutz und sprach darüber, was jeder Einzelne bewirken kann.

Das Umweltforum ist Ausdruck der ökologischen Verantwortung, zu der sich die Volkswagen Group China verpflichtet hat. Es unterstreicht das Engagement des Konzerns bei der Stärkung der nachhaltigen gesellschaftlichen Entwicklung in China.

„Für mich ist Jane Goodall ein echtes Vorbild. Wir alle können von ihrer Neugier, Entschlossenheit und Herzengüte lernen. Ich persönlich freue mich sehr, sie in unserem Haus begrüßen zu dürfen. Wir teilen ein großes gemeinsames Ziel: die Förderung von Nachhaltigkeit.“

Stephan Wöllenstein,
CEO der Volkswagen Group China



„Es kommt auf jeden Einzelnen von uns an, und jeder noch so kleine Unterschied und Beitrag zählen. Die VGC wird ihr Versprechen halten. Im V-Space praktizieren wir aktiv Nachhaltigkeit – er ist damit das perfekte Beispiel für das Bestreben des Unternehmens, die Umwelt zu schützen und einen Beitrag zum Wohle der Gesellschaft zu leisten.“

Jens Pfitzinger, EVP der Volkswagen Group China



Anting: Neues E-Werk ist fertig

2020 Produktionsstart für ID. Familie in China



Zum Start der Vorproduktion: Konzernchef Herbert Diess (Mitte) besucht das Werk.

Das neue Werk des Joint Ventures SAIC Volkswagen in Anting ist fertiggestellt. Es wurde ausschließlich für die Produktion von vollelektrischen Fahrzeugen auf Basis des Modulare E-Antriebs-Baukastens (MEB) gebaut. Im Rahmen der Feierlichkeiten zum Start der Vorproduktion lief ein auf den chinesischen Markt ausgerichtetes Volkswagen ID. Modell als erstes Fahrzeug vom Band.

Das Werk setzt den nächsten Meilenstein in der globalen Elektrifizierungsstrategie von Volkswagen. Im Oktober 2020 ist der Start der Serienproduktion von vollelektrischen Fahrzeugen auf Basis der MEB-Plattform mit einer Jahreskapazität von 300.000 Fahrzeugen geplant.

„Der Volkswagen Konzern sieht bis 2028 ein Gesamtvolumen von 22 Millionen Elektrofahrzeugen weltweit vor, davon mehr als 50 Prozent

aus China. Das Land spielt eine entscheidende Rolle in unserer Elektrifizierungsstrategie, die den Weg für Volkswagens Ziel ebnet, bis 2050 bilanziell CO₂-neutral zu sein“, sagte Herbert Diess, Vorstandsvorsitzender der Volkswagen AG. „Mit dem Start der MEB-Produktion führen wir auch in China die Volkswagen ID. Familie ein, eine brandneue Generation vollelektrischer und voll vernetzter Fahrzeuge.“

Insgesamt ist geplant, die lokale Produktion in China auf 15 MEB-Modelle verschiedener Marken bis 2025 zu erhöhen. Auch im Volkswagen FAW Werk Foshan soll die Produktion von ID. Modellen aufgenommen werden, was damit zu einer Gesamtkapazität von 600.000 produzierten Fahrzeugen pro Jahr führt.



Mit Golf Sportsvan und Tiguan ins neue Jahr.



Erweitertes Angebot im Mitarbeiter-Leasing:

6 Monate mit 300,- € Tankguthaben

Neu:

12 Monate mit 600,- € Tankguthaben



Gültig für Bestellungen vom 25.11.2019 bis 31.03.2020.
Mehr Informationen erhalten Sie online auf KundenCenter *direkt*
oder persönlich in Ihrem KundenCenter oder Beratungsbüro.

kundencenter.volkswagen.de

Kernkomponente für eine neue Ära

In Braunschweig startete die Serienproduktion des Batteriesystems für die neuen Elektrofahrzeuge des Konzerns

Mit dem neuen ID.3¹ leitet Volkswagen den Wechsel vom Verbrenner hin zur E-Mobilität ein. Essenzielle Komponenten für das erste voll-elektrische Fahrzeug auf Basis des Modularen E-Antriebs-Baukastens (MEB) im Volkswagen Konzern werden von Volkswagen Group Components an verschiedenen Standorten gefertigt.

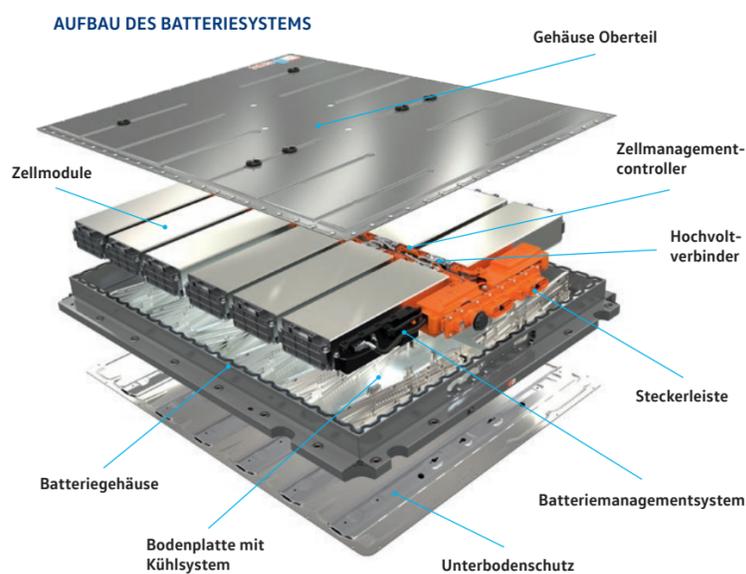
Der Produktionsstart des ID.3 hat Anfang November in Zwickau begonnen. Fast zeitgleich startete am Komponentenstandort Braunschweig mit der Eröffnung der neuen Halle 32a auch offiziell die Serienproduktion einer der Kernkomponenten für den MEB: das Batteriesystem. In diesem wird die Energie für ein E-Fahrzeug gespeichert.

Denn mit dem elektrischen Antrieb ändert sich gleichzeitig auch der „Treibstoff“, mit dem das Fahrzeug in Bewegung gesetzt wird, also die Art der zugeführten Energie. In einem E-Fahrzeug findet man entsprechend keinen Kraftstofftank vor, sondern eine

Batterie als Energiespeicher für den Strom. Genauer gesagt spricht man von einem ganzen Batteriesystem, denn eine Batterie ist nur ein Bestandteil.

Aufbau des MEB-Batteriesystems

Wie ist das MEB-Batteriesystem aber eigentlich aufgebaut? Nach aktuellem Stand der Technik besteht eine Batterie für ein E-Fahrzeug aus mehreren Lithium-Ionen-Zellen, wie wir sie von einem Handy oder Notebook her kennen. Die kleinste Einheit im MEB-Batteriesystem ist eine einzelne Batteriezelle. Sie kann Energie speichern und wieder abgeben. Aktuell sind bis zu 24 dieser Zellen in einem Batteriemodul zusammengefasst. Bis zu 12 Module werden schließlich über Hochvoltverbinder zu einem Batteriesystem mit bis zu 408 Volt Spannung verbunden. Die Zellmodule und weitere Bestandteile sind in einem crashtoleranten Gehäuse aus Aluminium untergebracht, in dessen Bodenplatte ein Kühlsystem integriert ist. Äußerlich gleicht diese Anordnung der oft zitierten Tafel



Schokolade. Die Größe dieser „Schokoladentafel“ variiert je nach Anzahl der verbauten Module und dem daraus resultierenden Energiegehalt, d. h., je nachdem, wie viel Strom sie speichern kann. Denn während bei einem Auto mit Verbrennungsmotor die Größe des Tanks die Reichweite bestimmt, ist es bei E-Fahrzeugen der Energiegehalt der Batterie. Für den ID.3 werden künftig drei Batteriegrößen angeboten, die Reichweiten von bis zu 550 Kilometern (WLTP) ermöglichen.

Braunschweig – Zentrum für Batteriekompetenz

Am Komponentenstandort Braunschweig, wo bereits seit 2013 Batteriekompetenz für E-Fahrzeuge aufgebaut wird, fand auch die Entwicklung des gesamten MEB-Batteriesystems inklusive der Hard- und Software statt.

Auf einer Fläche von ungefähr neun Fußballfeldern ist ein Neubau mit modernster Anlagen- und Produktionstechnik entstanden. Im Zuge der Serienproduktion des MEB-Batteriesystems entstehen bis zu 300 Arbeitsplätze. Die künftigen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter stammen zum großen Teil aus den eigenen Reihen. In maßgeschneiderten Schulungen und Qualifizierungen wurden und werden sie für den Einsatz im Hochvoltbereich vorbereitet. Nachdem die Produktion volle Fahrt aufgenommen hat, werden jährlich 500.000 Batteriesysteme das Werk verlassen.

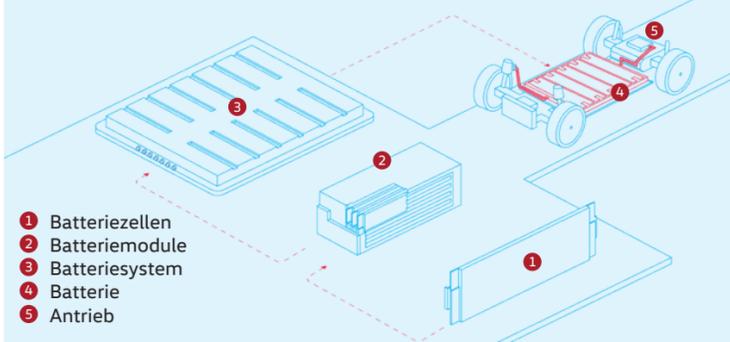
Eine Auswahl von Pressestimmen zur Eröffnung der Halle 32a finden Sie auf dem Group-Components-App-Kanal.

Weitere Informationen

Mehr zum Thema auf der Braunschweig-Seite.

Batteriesystem der Elektro-Plattform

MEB – Modularer E-Antriebs-Baukasten



Weitere Themen aus Group Components

Die Impuls-Reise der 34 neuen Transform Minds nimmt Fahrt auf: Die zweite Station der Learning Journey war Mitte November das Berliner Spielfeld des Digital Hubs.



Die richtigen Technologien mit Fokus angehen: Nach 16 Jahren in der Komponente geht Jörg Emmert, Leiter Produktionsplanung/-steuerung, in den Ruhestand.



Werden Sie zum Weihnachtswunscherfüller: Die Komponenten-Weihnachtsbaumaktion ist wieder gestartet. Seit Montag stehen in den Zentralbereichen und Geschäftsfeldern der Komponente in Wolfsburg und an vielen Komponentenstandorten Weihnachtsbäume mit Wunschkärtchen von kranken oder bedürftigen Menschen. In den letzten drei Jahren haben die Kollegen so fast 2.000 Wünsche erfüllt.

Weitere Informationen

Die ganze 360°-Ausgabe der Komponente finden Sie unter: <https://bit.ly/31We6XT>



„Die Denkweise ändert sich“

Drei Meisterinnen aus Komponentenwerken über Transformation und Vielfalt auf dem Shopfloor

Group Components befindet sich mitten in der Transformation, die Werke werden kontinuierlich auf E-Mobilität ausgerichtet. Wir haben mit drei Meisterinnen aus unseren Leitwerken gesprochen – über Veränderungen an ihrem Arbeitsplatz, Sorgen um die Zukunft und ihre Erfahrungen als weibliche Führungskräfte.

Wir stecken mitten im Umbau der Werke, richten uns auf E-Mobilität aus. Wie hat sich euer Job dadurch verändert?

Franziska Müller (Kassel): Ich war früher in der Lackiererei und arbeite seit 2016 in der Hybridmodulmontage für das Getriebe DL 382e, bin also mitten im Aufbau der E-Mobilität. Die Stimmung ist gut, es gibt regelmäßig Inforeveranstaltungen und die Mitarbeiter werden geschult.

Miriam Ey (Salzgitter): Ich arbeite in Salzgitter in der Ölwannefertigung an Komponenten für Verbrennungsmotoren. Der Standort ist im Umbruch, die Stimmung ist angespannt. Viele Kollegen

haben Angst vor der Zukunft. Stellen werden teils nicht neu besetzt, einige Kollegen gehen in Altersteilzeit. Wenn man in unserer Kostenstelle zu Besuch ist, sieht man nichts von E-Mobilität und von Aufbruch ist nicht viel zu spüren. In den Zukunftsbereichen wie z. B. dem Center of Excellence, Rotor/Stator finden die Mitarbeiter die Arbeit spannend.

Susanne Sander-Springer (Braunschweig): Ich arbeite in der Logistik in Braunschweig, deshalb hat sich mein Job nicht grundsätzlich verändert. Bei uns am Standort produzieren wir neue Fahrwerkachsen, gerade wurde eine neue Halle für das MEB-Batteriesystem eröffnet. Trotzdem fragen wir uns: Was ist, wenn die E-Mobilität nicht einschlägt?

Seit Januar 2019 sind wir als eigene Marke unterwegs. Ziele sind: Kosten senken, Investitionen optimal nutzen, den internationalen Werksverbund stärken – und so den Wandel zur E-Mobilität zu gestalten. Kommt das in den Teams an?

Miriam Ey: Was richtig gut ankommt, ist die offene Kommunikation zu standortübergreifenden Themen. So wird man auf Best Practices aufmerk-



Im Gespräch mit der Redaktion: Franziska Müller, Susanne Sander-Springer und Miriam Ey (hintere Reihe, von links).

sam. Den internationalen Werksverbund schätzen viele Kollegen, auch für die eigene Entwicklung. Die übergeordnete Strategie ist für viele jedoch weit weg. Im Fokus stehen die Werkzeuge, gerade im vierten Quartal.

Susanne Sander-Springer: Das wird unterschiedlich bewertet. Einige Kollegen sind besorgt, dass auch andere Zulieferer das können, was wir machen, vielleicht günstiger. Alle sind gespannt, was als Nächstes passiert, auch in der Politik. Selbst wenn wir die geplanten Mengen an E-Autos verkaufen – werden auch die exter-

nen Rahmenbedingungen geschaffen? Wir haben einen Mitarbeiter-Parkplatz mit vielen Ladesäulen, aber die werden kaum genutzt...

Franziska Müller: In Kassel haben wir aktuell zu wenig Ladesäulen, die sind morgens immer schon belegt! Weitere sind bereits geplant. Denn wir hatten einen großen Run auf den E-Golf wegen des super Leasingangebots.

Vielfalt ist ein wichtiges Thema für die Komponente: Mehr Frauen sollen führen, die Teams sollen bunter werden. Wie erlebt ihr das am Hallenboden?

Franziska Müller: Wir bilden weitere weibliche Meisternachwuchskräfte aus. Als Frau in Führung hatte ich nie Probleme. Meine Erfahrung: Man fährt gut damit, andere so zu behandeln, wie man selbst behandelt werden möchte.

Susanne Sander-Springer: Kollegen kommen z. B. aus Italien, Polen, Tunesien oder der Türkei – wir sind multikulti und haben einen hohen Frauenanteil. Aus der Praxis ist meine Erfahrung: Vielfältig aufgestellte Teams sind in Summe ausgewogener.

Miriam Ey: Früher dachte ich, wenn ich ein Kind bekomme, ist die Karriere vorbei. Ich habe einen kleinen Sohn und arbeite seit Juni in Teilzeit. Dank sauberer Strukturen und Abläufe, einer klaren Vertreterregelung und einem tollen Team und Vorgesetzten klappt das sehr gut. Die Denkweise ändert sich: Noch 2013 sagte ein Kollege zu mir: „Jetzt werden hier Frauen auch noch Meisterinnen – das kann ja was werden!“ Das hat mich getroffen. Vor Kurzem kam er zu mir und hat sich dafür entschuldigt, er hatte seine Meinung geändert!

¹ Das Fahrzeug wird noch nicht zum Verkauf angeboten.

BESTER DEAL DES JAHRES

Exklusiv für alle Volkswagen Mitarbeiter

HUAWEI P30 Pro & B&O Beoplay M3 Bundle
nur bei Ihrer SBSCOM einmalig für **55 Euro**



HUAWEI P30 Pro
CO-ENGINEERED WITH 

*Gilt bei Abschluss eines Neuvertrages oder Vertragsverlängerung
in den Tarifen Red XS- XL mit 24 Monaten Laufzeit.
Limitierte Stückzahl.

VW Service-Hotline
+49 (0) 8341 9345 - 239

Jetzt telefonisch oder direkt online buchen

www.mitarbeiterportal.com/vodafone-vw

NEU!

 **vodafone**

Unser Winter-Highlight!

Jeder **SimOnly-Tarif** die ersten 6 Monate nur **19,99 €****

**Gilt bei Abschluss eines Neuvertrages oder einer Vertragsverlängerung. Gültig bis 02. Februar 2020.

3 Fragen



Tobias Heine verantwortet das strategische Integritäts- und Compliance-Programm „Together4Integrity“

„Prozesse verankern, Menschen erreichen und inspirieren“

1 Welche Bedeutung hat „Together4Integrity“ (T4I) für den Volkswagen Konzern, seine Marken und Gesellschaften nach rund einem Jahr seit Programmstart?

Mit T4I verfolgen wir das Strategieziel von „TOGETHER 2025+“, als Unternehmen ein Vorbild für Integrität und Compliance zu werden. Gemeinsam wollen wir eine Unternehmenskultur, die es

jedem ermöglicht, jederzeit integer und regelkonform zu handeln. Zum Jahreswechsel 2019/2020 werden wir in bereits über 200 der größten Unternehmen im Konzern mit insgesamt rund 430.000 Beschäftigten mit T4I gestartet sein – und es geht bis 2025 weiter, sodass wir dann all unsere 660.000 Konzernbeschäftigten in etwa 700 Einzelgesellschaften erreichen werden.

2 Was sind die Grundelemente von T4I?

Zum einen etablieren wir Prozesse und Standards, um Exzellenz in Integrität, regelkonformem Verhalten und Kultur zu gewährleisten. Zum anderen möchten wir Verständnis und Motivation für Verhaltensänderungen erzeugen, zum Beispiel durch das Fördern einer konstruktiven Speak-up-Kultur, die eine Zusammenarbeit auf Augenhöhe sicherstellt. Unser Maßnahmenset, die „T4I-Toolbox“ mit elf Schlüsselinitiativen („Key Initiatives“), wird individuell an die Bedürfnisse angepasst und in Abstimmung mit den Marken und Gesellschaften schrittweise umgesetzt.

Integritäts-, Compliance-, Kultur- und Risikoinitiativen stehen gleichwertig neben den wichtigsten Prioritäten des Unternehmens: Sie haben dieselbe Bedeutung wie etwa die Qualität unserer Produkte, Elektromobilität, unsere Finanzkennzahlen und die Kundenzufriedenheit. Künftig sollte es für jeden Einzelnen in unserem Konzern gelebte Praxis sein, dass wir kritische Situationen und Fehler offen ansprechen und gemeinsam Lösungen suchen, Risiken in unserem Arbeitsumfeld ernst nehmen, uns an Gesetze und Regeln halten und bei Unsicherheiten Rat holen, mutig und hierarchieübergreifend kommunizieren. Das ist die Basis für unseren langfristigen Erfolg.

3 Wie könnte unser Unternehmen nach Umsetzung von „Together4Integrity“ aussehen?

Integritäts-, Compliance-, Kultur- und Risikoinitiativen stehen gleichwertig neben den wichtigsten Prioritäten des Unternehmens: Sie haben dieselbe Bedeutung wie etwa die Qualität unserer Produkte, Elektromobilität, unsere Finanzkennzahlen und die Kundenzufriedenheit. Künftig sollte es für jeden Einzelnen in unserem Konzern gelebte Praxis sein, dass wir kritische Situationen und Fehler offen ansprechen und gemeinsam Lösungen suchen, Risiken in unserem Arbeitsumfeld ernst nehmen, uns an Gesetze und Regeln halten und bei Unsicherheiten Rat holen, mutig und hierarchieübergreifend kommunizieren. Das ist die Basis für unseren langfristigen Erfolg.

Zahl des Monats

700

Integrität leben

Aktuell gibt es weltweit rund 700 Kolleginnen und Kollegen, die in ihren Fachbereichen und Teams – neben der eigentlichen Fachaufgabe – als freiwillige „Botschafter“, Ansprechpartner und Multiplikatoren für Integritätsthemen tätig sind. Interessiert? Gerne mitmachen! 360° Volkswagen Net: <http://integrity>



Integritätsbotschafter-Programm: einige der weltweit über 700 Kolleginnen und Kollegen, die sich in ihren Teams und Fachbereichen vor Ort rund um das Thema Integrität engagieren.

Anzeige

Kunstmuseum Wolfsburg

7.12.2019 — 29.3.2020

Ryoji Ikeda data-verse

Medienpartner
arte

Mit großzügiger Unterstützung von
Stiftung Niedersachsen

AUDEMARS PIGUET
Le Brassus

Jeder 4. Arbeitnehmer ist betroffen: **Berufsunfähigkeit¹.**

Jetzt absichern und sparen. Mit der
Volkswagen Konzern-Berufsunfähigkeitsversicherung².

Bis zum 31.12.2019
z. B. 2.386,80 € sparen³.
www.volkswagen-bu.de²



Wir beraten Sie gerne persönlich.

Terminvereinbarung in Ihrer Filiale vor Ort:

www.termine.vwbank.de
0531 212-859559

Telefonische Beratung:

0531 212-859521

Jetzt online informieren und absichern unter:

www.volkswagen-bu.de²



Die Volkswagen Bank GmbH vermittelt dieses Angebot für die Generali Lebensversicherung AG.

¹ Quelle: Deutsche Rentenversicherung (DRV Bund); 2015. Laut Statistik muss jeder vierte (!) Arbeitnehmer aus gesundheitlichen Gründen vorzeitig seinen Beruf aufgeben oder ganz aus dem Arbeitsleben ausscheiden. ² Versicherer ist die Generali Lebensversicherung AG, Adenauerring 7, 81737 München. ³ Die Höhe des Beitrags ist u. a. von Ihrem Eintrittsalter abhängig. Für obiges Beispiel wurde folgendes zugrunde gelegt: Berufsunfähigkeitsrente i. H. v. 1.000,- Euro. Berufsgruppe A (z. B. Betriebswirtschaftsachbearbeiter). Die 2.386,80 Euro Ersparnis über die gesamte Laufzeit ergibt sich aus folgender Berechnungsgrundlage bei Versicherungsbeginn zum 01.12.2019: Für eine 35-jährige Person bei einer Vertragslaufzeit von 30 Jahren (Endalter 65 Jahre) ergibt sich ein monatlicher Zahlbeitrag von 46,14 Euro statt Versicherungsbeginn zum 01.01.2020: Für eine 36-jährige Person bei einer Vertragslaufzeit von 30 Jahren (Endalter 66 Jahre) ergibt sich ein monatlicher Zahlbeitrag von 52,77 Euro. Daraus resultiert eine Ersparnis pro Jahr von ca. 79,56 Euro. Über die Laufzeit von 30 Jahren also ca. 2.386,80 Euro. Die Ersparnis bezieht sich auf den Zahlbeitrag durch sofortige Verrechnung der nicht garantierten Gewinnanteile. Diese sind für das laufende Geschäftsjahr garantiert und können sich in den Folgejahren ändern. Stand: November 2019



volkswagen-bu.de

2019 zeigt: Wir liegen mit unserem Plan richtig und sind gut gestartet

360° Interview mit dem VWN-Vorstandschef – Zukunftsstrategie „GRIP2025+“ gibt der Marke Schwung

Die automobilen Welt steht vor dem größten Wandel ihrer Geschichte. Neue Antriebe, neues Nutzungsverhalten, neue Mobilitätsangebote. Die Schlagwörter der vergangenen Monate sind E-Mobilität, Digitalisierung, Transformation und Autonomes Fahren. Wie reagiert Volkswagen Nutzfahrzeuge auf den Wandel? Und wie sieht der Plan aus, mit dem die Marke auf die aktuellen und zukünftigen Herausforderungen reagiert?

Die Antwort auf diese Herausforderungen ist GRIP2025+. Vor einem Jahr hat VWN die Strategie auf die Straße gebracht. Volkswagen Chef Herbert Diess spricht vom größten Transformationsprojekt im gesamten Konzern. Was ist seit dem Start von GRIP2025+ passiert und wo stehen wir aktuell? Welche Rolle spielt der Standort Hannover – heute und in Zukunft? Was haben wir 2019 geschafft und was liegt noch vor uns? Über diese Fragen haben wir mit Thomas Sedran gesprochen, CEO von Volkswagen Nutzfahrzeuge.

Herr Sedran, Volkswagen Nutzfahrzeuge hat vor gut einem Jahr GRIP2025+ gestartet. Hat die neue Strategie denn Fahrt aufgenommen?

Wir sind mit GRIP2025+ gut und mit hohem Tempo unterwegs – ohne dabei die Haftung zu verlieren. Wir haben mit GRIP einen klaren Plan für die Zukunft. Die vergangenen Monate haben gezeigt, dass wir mit diesem Plan richtig liegen. Wir haben unsere Position im Konzern deutlich geschärft. Man traut uns Nutzis diese große und ambitionierte Transformation zu. Das gibt uns Schwung.

Können Sie hier Beispiele nennen?

Nehmen Sie die wichtige Kooperation mit Ford. Da sind wir 2019 gut vorangekommen. Der Entwicklungsvertrag für den Amarok-Nachfolger



Thomas Sedran: „Wir haben mit GRIP2025+ einen Plan für die Zukunft der Marke.“

wurde schon Anfang des Jahres unterschrieben, Gespräche über weitere Fahrzeugprojekte laufen. Und wir erweitern unsere Zusammenarbeit auf andere Felder, etwa bei der Entwicklung von autonom fahrenden Fahrzeugen. Darum beteiligt sich Volkswagen an der Ford-Tochter Argo, die Systeme für autonomes Fahren entwickelt.

Selbst fahrende Autos. Ist das denn auch ein Thema bei GRIP2025+?

Wir haben den klar formulierten Auftrag, das Thema autonomes Fahren als Leitmarke im Konzern auf die Straße zu bringen. Das ergibt auch viel Sinn, denn

die Systeme kommen in unseren Fahrzeugen als erstes zum Einsatz. Dafür ist die strategische Beteiligung bei Argo ein wichtiger Schritt, genau wie die Gründung der Volkswagen Autonomy GmbH unter der Leitung unseres Entwicklungschefs Alexander Hitzinger.

Wie sieht es denn mit unserem klassischen Geschäft aus?

Unsere Fahrzeuge, die T-Modelle, der Crafter und im nächsten Jahr der neue Caddy, bleiben das Herz der Marke. Das steht bewusst im Zentrum unserer Strategie: VWN soll Marktführer in Europa für Gewerbekunden werden: mit Fahrzeugen, die beim Kunden ankommen – in hoher Qualität, sicher, wirtschaftlich. Ein Element ist unsere Gewerbekunden-Offensive. Wir müssen noch besser auf Anforderungen unserer Kunden reagieren und schneller Lösungen anbieten. Das ist übrigens nicht allein die Aufgabe des Vertriebs. Alle Unternehmensbereiche sind hier gefordert.

Dazu gehören auch Familien- und Freizeitfahrzeuge?

Absolut. Unser Anspruch ist klar: Wir wollen Premiumanbieter für diese Fahrzeuge sein! Mit dem Multivan oder California verdienen wir derzeit gutes Geld. Das ist wichtig, um die Entwicklung künftiger Fahrzeuge zu ermöglichen.

Wie den ID. Buzz?

Ganz genau. Der ID. Buzz und auch der T7 werden eine wichtige Rolle spielen. Für den ID. Buzz gab es 2019 wichtige Meilensteine. Klar ist jetzt, dass wir den Buzz zu 100 Prozent verantworten. Der Bulli der Zukunft ist vollelektrisch und er kommt aus Hannover. Er sichert damit die Zukunft des Standortes und steht stellvertretend für das, was unsere Marke in Zukunft ausmachen wird. Es ist toll zu sehen, wie gut der ID. Buzz schon heute bei den Menschen ankommt, wo immer wir ihn zeigen.

Vor einem Jahr haben Sie gesagt: 2019 ist für unsere Marke das entscheidende Jahr zur Umsetzung der Strategie ...

... und das sehe ich immer noch so! Wir haben in diesem Jahr viele wichtige Weichen gestellt und uns für die kommenden Jahre in Stellung gebracht. Da müssen wir jetzt am Ball bleiben. Ich habe aber damals auch gesagt, dass 2019 kein einfaches Jahr wird. Auch das hat sich bewahrt.

Was meinen Sie damit?

Wir kämpfen mit einer Reihe von Herausforderungen im Tagesgeschäft. Vieles haben wir vorausgesehen. Der Umbau im Werk ist für die Teams in der Produktion eine große Belastung. Dennoch ist es extrem wichtig, dass wir unsere Fahrzeuge in guter Qualität aus der Fabrik und zu den Kunden bringen. Gleichzeitig ist es zentral, dass unser Ergebnis-Absicherungs-Programm funktioniert, um die hohen Investitionen in die Zukunft abzusichern.

Was stimmt Sie so optimistisch, dass unsere Marke den Wandel gestärkt durchsteht?

Wir haben bei VWN eine starke Marke mit toller Geschichte. Wir haben Produkte, die die Menschen lieben. Wir haben ein klares Selbstverständnis: Wir bewegen Menschen – nicht nur physisch, auch emotional. Unsere Fahrzeuge befördern Notärzte und Bauarbeiter, Familien und Abenteurer, Pakete und Surfbretter. Darum geben wir Nutzis jeden Tag unser Bestes – und darum braucht es VWN!

GRIP2025+ bringt unsere Ziele auf die Straße

Seit Anfang 2019 wird bei VWN die Zukunftsstrategie GRIP2025+ umgesetzt, mit der das Unternehmen für die Herausforderungen der Zukunft fit gemacht werden soll.

Wofür steht GRIP im Einzelnen?

GROWTH (WACHSTUM)

Growth steht für Wachstumspotenziale. VWN wird seine Gewerbekundenorientierung weiter verstärken und so europäischer Marktführer für Gewerbekunden werden und gleichzeitig Premiumanbieter für Freizeit und Familie bleiben. Mithilfe von Kooperationen sollen weltweit neue Märkte erschlossen werden. Skaleneffekte und Kosteneinsparungen sichern die Wettbewerbsfähigkeit und finanzielles Wachstum.

RESPONSIBILITY (VERANTWORTUNG)

Responsibility umfasst vor allem

die Maßnahmen zur CO₂-Reduzierung. VWN übernimmt Verantwortung für die Gesellschaft und schützt die Umwelt. Bis 2050 soll Volkswagen ein komplett CO₂-neutrales Unternehmen sein, bereits 2025 sollen die Einsparungen 30 Prozent betragen. Die Nachhaltigkeitsstrategie erstreckt sich über die gesamte Wertschöpfungskette und bindet auch Lieferanten und Kunden ein.

INNOVATION (NEUERUNGEN)

Innovation zielt auf die Erweiterung des heutigen Geschäftsmodells um Fahrzeuge und Dienstleistungen für neue Mobilitäts- und Transportkonzepte (MaaS/TaaS*). VWN will einer der führenden Anbieter innovativer Mobilitätsdienste und nachhaltiger urbaner Mobilität werden. Das Herzstück dieses Zukunftsangebots ist der innovative ID. Buzz, der elektrisch und autonom Maßstäbe in diesem Segment setzen wird.

PEOPLE (MENSCHEN)

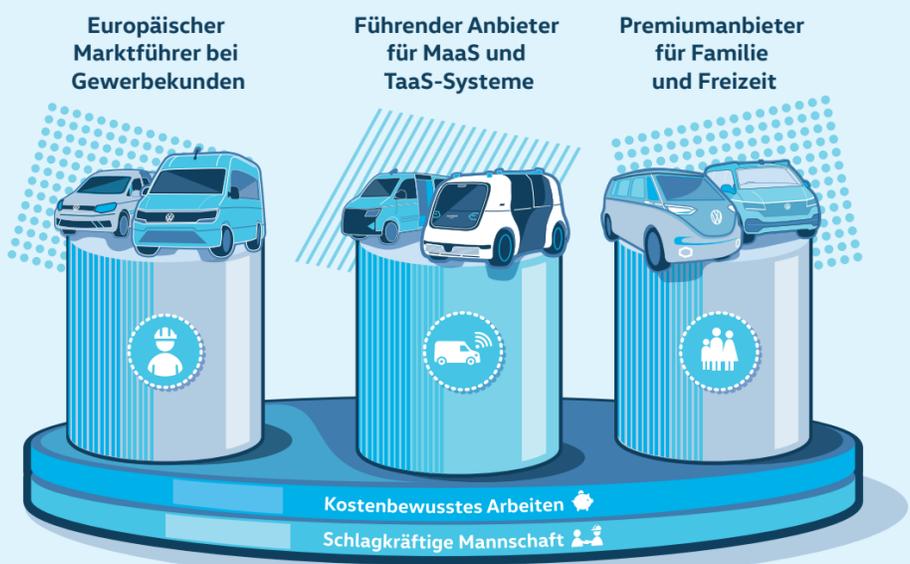
People sind der wichtigste Bestandteil der Strategie. Nur eine schlagkräftige und motivierte Mannschaft kann die Transformation von VWN erfolgreich umsetzen. Jeder ist gefragt, unternehmerisch zu denken. VWN muss effizienter werden, um auch in Zukunft wirtschaftlich

produzieren zu können. Wir unterstützen und fördern uns als Team, wir übernehmen Verantwortung. Wir packen gemeinsam an!

Mit GRIP2025+ wollen wir fortführen, was wir gut können, und neue Geschäftsfelder aufbauen: So werden wir europäischer Marktführer

für Gewerbekunden, führender Anbieter für MaaS-/TaaS*-Systeme und bauen unsere Stellung als Premiumanbieter für Familien- und Freizeitfahrzeuge aus.

* MaaS = Mobility as a Service; TaaS = Transport as a Service



Infoboard



„Kooperation ist herausfordernd!“

Hier findet Ihr zusätzliche Informationen und Projektbeispiele zu Kern-Themen von GRIP2025+. Weitere Infos zu unserer Strategie findet Ihr auch auf GroupConnect (Stichwort: GRIP 2025).

Helena Schnakenberg (Foto) ist für VWN derzeit in England im Einsatz. Mit sechs anderen Kollegen arbeitet sie daran, die Kooperation mit Ford voranzutreiben. Was ist ihr persönlicher Antrieb und wie ist die Arbeit mit einem direkten Wettbewerber? Wir haben Helena gefragt.

Helena, was ist für dich das Spannende an der Arbeit zur Ford-Kooperation?

Helena Schnakenberg: „Die Kooperation ist für VWN ein wichtiger Meilenstein. Und ich habe die Möglichkeit, mit meiner Arbeit einen Teil zur wirtschaftlich erfolgreichen Zukunft für VWN beizutragen. Das macht mich stolz. Außerdem ist es natürlich spannend, mit einem Partner zu arbeiten und zu verhandeln, der gleichzeitig unser Wettbewerber ist. Persönlich ist es für mich eine großartige Erfahrung, außerhalb von Deutschland ein internationales Projekt voranzutreiben.“

Wie kann man sich das vorstellen: Kooperation mit einem Wettbewerber?

HS: „Herausfordernd! Ford und VWN sind jeweils Unternehmen mit einer sehr langen Historie und erfolgreichen Produkten. Kein Wunder, dass wir uns im Rahmen der Allianz auf Augenhöhe begegnen. Für die Zusammenarbeit haben wir klare juristische Spielregeln, an die sich beide Partner halten. Es ist jeden Tag erneut eine große Aufgabe, alle diese Faktoren im Alltag unter einen Hut zu bringen.“

Wie meisterst du diese Herausforderung?

HS: „Mit viel Unterstützung: Einmal durch das tolle VWN-Team hier in England und durch die zahlreichen Fachabteilungen in Deutschland.“



Autonomes Fahren und Elektromobilität sind große Chance für die Mitarbeiter

Interview im Doppelpack: VWN-Entwicklungsvorstand Alexander Hitzinger und der CEO der AID GmbH, Karlheinz Wurm, waren vor Kurzem zu Gast bei unserem Podcast „We transport success“. Dabei haben sie über die Zukunft der Mobilität bei VWN diskutiert. Welche Rolle spielt unsere Marke bei der Elektromobilität und im Bereich autonomes Fahren? Wir haben reingehört und die wichtigsten Fragen und Antworten gesammelt.

Was bringt die Zukunft für Volkswagen Nutzfahrzeuge?

Alexander Hitzinger: „Als Hersteller von Nutzfahrzeugen sind wir im Konzern dafür zuständig, neue Mobilitätslösungen rund um das Elektroauto voranzutreiben. Wir entwickeln und bauen den ID. Buzz, und ich bin überzeugt, dass dieses Auto zu einer weiteren Ikone wird. Im Bereich autonomes Fahren wollen wir die Ersten sein, die ein Robo-Taxi entwickeln und ein zusätzliches Geschäft als ‚Mobility as a service‘-Provider aufbauen.“

Was bedeutet das für die Mitarbeiter?

Alexander Hitzinger: „Wir werden mehr Jobs im Bereich Elektroantrieb und Software haben. Für unsere

WE TRANSPORT SUCCESS.

#08

Autonomes Fahren: nur Science-Fiction?



Wann werden die autonomen Fahrzeuge und Robo-Taxis Realität?

Alexander Hitzinger: „Vom wirklichen autonomen Fahren sind alle noch relativ weit weg. Da gibt es vieles, was erst noch erfunden werden muss. Beispielsweise gibt es Alltags-Szenarien, die man algorithmisch noch gar nicht darstellen kann.“

Wir können noch nicht genau sagen, wann es soweit ist. Das ändert aber nichts an unserer Mission, die ganz klar lautet: Im Bereich autonomes Fahren wollen wir die Ersten sein, die ein Robo-Taxi entwickeln und einsetzen.“



Volkswagen will autonomes Fahren zur Marktreife bringen! Dazu wurde die Tochtergesellschaft Volkswagen Autonomy (VWAT) unter der Leitung von Alexander Hitzinger gegründet. Als Kompetenzzentrum für autonomes Fahren ab Level 4 soll die VWAT dem zentralen Know-how-Aufbau im Konzern dienen und ein selbstfahrendes System (SDS) zur Marktreife bringen. VWN in Hannover ist im Unternehmen Leitmarke für autonomes Fahren sowie für Mobility-as-a-Service (MaaS) und Transport-as-a-Service (TaaS).

Mitarbeiter ändern sich Strukturen und auch ein Stück weit die Aufgaben. Aber natürlich hat das Fahrzeug immer noch vier Räder, Blech, Türen, Fenster und Fahrwerk. Für Mitarbeiter, die sich weiterentwickeln und neue Sachen lernen wollen, ist das eine tolle Möglichkeit. Für uns als Unternehmen bedeutet das natürlich auch, dass wir unsere Mitarbeiter in den neuen Technologien rund um das Elektrofahrzeug schulen müssen. Ich sehe das insgesamt als große Chance.“

Karlheinz Wurm: „Dem kann ich nur zustimmen. Wir müssen zusätzliche Kapazitäten aufbauen, vor allem für die Entwicklung der Software. Neben dem Schulen von bestehenden Mitarbeitern müssen wir auch Mitarbeiter aus anderen Märkten abwerben. So bringen wir das Beste aus dem Know-how von neuen und erfahrenen Mitarbeitern zusammen.“

Transformation: Jobtausch ermöglichen

Raus aus den Silos, Vernetzung fördern, Zukunftskompetenzen erwerben: Das sind die großen Schlagworte, wenn es darum geht, VWN und seine Beschäftigten für den Wandel vorzubereiten und richtig für die Zukunft aufzustellen. Es sind aber auch relevante Themenstellungen, die entscheidend für das Gelingen oder eben auch Nichtgelingen der Transformation von Volkswagen Nutzfahrzeuge sind.

Ein wesentlicher Schwerpunkt: Mitarbeiter bei VWN werden begleitet und befähigt, um den notwendigen Veränderungsprozess mitzugestalten. Ideen gibt es viele, konkrete Initiativen werden umgesetzt oder stehen in den Startlöchern. Eine davon ist „moVe-WiNg“. Mithilfe einer Austauschplattform wird künftig der selbstverantwortliche Jobtausch über Geschäftsbereichsgrenzen hinweg gefördert. Das Projekt startet in den kommenden Wochen.

EAP: Ehrgeiziger und notwendiger Plan

Steigende Investitionen und Entwicklungskosten, neue Technologien oder Verbesserung der CO₂-Bilanz – das sind nur einige der Kostentreiber unserer Marke der kommenden Jahre.

Da soll das Ergebnisabsicherungsprogramm (EAP) gegenhalten – zusätzlich zu den bisherigen Vorgaben der Planungsrounds. Das ist ein ehrgeiziger und notwendiger Plan, um VWN zukunftsfähig und stabil aufzustellen. Mit den aktuellen Maßnahmen können die benötigten Einspareffekte nicht erreicht werden.

Beschaffungsvorstand Jörn Hasenfuß ist mit seinem Team seit Anfang 2019 in die „Offensive Materialkosten 2025“ gegangen. „Jeder Vorschlag, wie Teile kostengünstiger konstruiert werden können, ohne dass die Qualität darunter leidet, wird geprüft“, betont Hasenfuß.

Das Ziel ist es, Kostenreduzierungen in hoher dreistelliger Millionenhöhe über alle Fahrzeugreihen in den nächsten fünf Jahren zu erreichen. Seit Jahresbeginn hat das Projektmanagement-Office (PMO) über 5.000 Ideen aufgenommen.

Dahinter steht die Arbeit aus zahlreichen bereichsübergreifenden Teams aus Beschaffung, Entwicklung und Qualitätssicherung.

Ein Beispiel für die Spitzenleistung: Dirk Hansel (Beschaffung) und Dr. Oliver Fleischer (Entwicklung) haben zwölf Ideen identifiziert und ein Potenzial von 32 Millionen Euro ermittelt.



Jörn Hasenfuß: „Bringen Sie Ihre Vorschläge zur Kostenreduzierung ein.“

Change4Factory: Die Fabrik von morgen

Wie sehen die Fabriken der Zukunft bei VWN aus? Das haben sich die Verantwortlichen in der Produktions- und Logistikstrategie gefragt. Die anspruchsvolle Vision: „Weltweit effizientester Produktionsverbund für leichte Nutzfahrzeuge“ zu werden. Den Weg gibt die Strategie „Change4Factory“ vor.

„Change4Factory“ zählt sowohl auf die VWN-Markenstrategie „GRIP2025+“ als auch auf die Konzern-Produktionsstrategie „Intelligent Vernetzt“ ein. Vier zentrale



Zukunftsthemen werden in unserem Ziel-Bild der Fabrik der Zukunft dargestellt: die künftige Produktions- und Produktgestaltung, die digitale Vernetzung in der Produktion, die Steuerung von Produktion und Lieferanten sowie der nachhaltige Umgang mit Mitarbeitern und Umwelt.

Daran arbeiten die Spezialisten der Produktionsstrategie mit 12 verschiedenen Handlungsfeldern, in denen Maßnahmen entwickelt und umgesetzt werden. Produktionsvorstand Josef Baumert betont: „Wir als Mannschaft entwickeln gemeinsam die ‚Fabrik der Zukunft‘.“

Ihr habt Anregungen, Ideen oder Fragen zu „Change4Factory“? Auf der GroupConnect-Seite findet Ihr Videos, Infomaterialien oder einen tollen Podcast zum Thema.

Together4Integrity – gelebte Integrität als Unternehmenskultur

Together4Integrity, das ist ein ganzheitliches Programm, in dem Initiativen zu Integrität, Compliance, Risikomanagement, Nachhaltigkeit und einer offenen Unternehmenskultur bei Volkswagen gebündelt werden. Hintergrund: Eine wertorientierte

Unternehmenskultur ist für die Zukunft von Volkswagen genauso wichtig wie die Qualität unserer Fahrzeuge, unsere wirtschaftliche Ertragskraft, nachhaltiges Handeln und unsere Attraktivität als Arbeitgeber. Integrität ist der Schlüssel, mit dem wir das Vertrauen unse-

rer Kunden in unsere Produkte und Dienstleistungen stärken wollen. Und nicht zuletzt ist Integrität die Basis dafür, dass wir alle auf unser Unternehmen stolz sein können.

Integres Verhalten kann man nicht verordnen, aber man kann ein Bewusstsein dafür schaffen. Die T4I-Wo-

che Ende Oktober hat gezeigt, was wir in unterschiedlichen Bereichen bereits erreicht haben. Mit einer Reihe von Veranstaltungen wurde für die Themen sensibilisiert, sodass im Anschluss in den Teams die Themen Kultur und Integrität weiter diskutiert werden konnten. Es war eine Woche der Reflexion:

Übernehme ich Verantwortung? Wie stabil ist mein Wertegerüst? Handle ich transparent? Folge ich meinen Verhaltensgrundsätzen und lebe sie auch persönlich vor? Es war eine Woche mit vielen Fragen – und eine Woche mit vielen aufrichtigen Antworten.



„Tacheles reden“: Mitarbeiter diskutieren mit Hiltrud D. Werner zum Thema Integrität.

Tacheles-Talk im Fishbowl

Die erste halbe Stunde verlief ein wenig zögerlich, aber es ist auch ein besonderes Diskussionsformat: Fishbowl. Zuhörer sitzen gleichberechtigt im Kreis der Redner, in diesem Fall an der Seite von Hiltrud D. Werner, Konzernvorständin für Integrität und Recht. Nach einer Einleitung kamen die ersten Fragen. Warum kommunizieren wir unsere Erfolge bei der Implementierung des Integritätsgedanken nicht nach außen? „Tu Gutes, sprich nicht drüber, aber mach es!“, das sei das Prinzip von T4I, so Werner. Hinterfragt wurde auch das Umweltverhalten des Unternehmens, es gebe in den Automaten immer noch PET-Flaschen, hier gehe Wirtschaftlichkeit vor Umweltschutz, mutmaßten Teilnehmer.

Um das Thema Integrität wie selbstverständlich in die Arbeit zu integrieren, empfahl Werner, auch die Themen des Flurfunks mit den Chefs zu diskutieren und Fakten einzufordern. So könne man Gerüchte von der Wahrheit trennen. Dies sei für sie Teil einer guten Unternehmenskultur. Viele Fishbowl-Teilnehmer betonten, dass die Konzerngrundsätze ihnen persönliche Sicherheit und Rückhalt geben würden. Auch Hiltrud Werner ist mit den Arbeitsergebnissen der zurückliegenden Monate zufrieden: „Hier wird mittlerweile Tacheles geredet und positive Energie freigesetzt.“

Together4Integrity

Menschen erreichen und begeistern.



Das nutzt.



Teorgespräche mit T4I

Wenn Together4Integrity gelebte Unternehmenskultur werden soll, dann muss das Maßnahmenbündel in die Mannschaft. So sieht es auch Werkleiter Thomas Hahlbohm, der regelmäßig in den Teamgesprächen über Kennzahlen, Auftragslage des T6.1 und Auslastung der Schichten spricht – und über das Thema Integrität. Bei einem Besuch der Teammitglieder aus der Montage, Bandabschnitt 6a, Komfortlinie, betonte Hahlbohm, dass er selbst

Nutzi in der zweiten Generation sei und die Jobs von heute und morgen sichern wolle. Dazu gehöre auch, so Hahlbohm, Probleme offen anzusprechen und gemeinsam nach Lösungen zu suchen. Ralf Meyer, T4I-Koordinator am Standort, nannte T4I in den Teamgesprächen einen guten Weg, um die Beschäftigten unmittelbar zu informieren.



Im Teamgespräch: Probleme wurden offen angesprochen.

Wie vielfältig ist Vielfalt bei VWN?

Überraschung: Vielfalt kann vielfältig sein! Naturgemäß definiert jeder Diversity für sich individuell. Für Thomas Sedran ist Diversity, „gegen den Strom zu schwimmen“. Und wichtig für VWN. „Weil sie uns hilft, in einer dynamischen, sich schnell ändernden Welt unsere anspruchsvolle Strategie umzusetzen.“ VWN müsse lernen, Menschen mit anderen Ideen zuzuhören, um komplexe Lösungen zu finden und in dieser sich neu definierenden Welt erfolgreich zu sein.

Frauke Sanders, Diversity-Beauftragte VWN, wollte Vielfalt im Diversity-Talk der T4I-Woche nicht als „Unternehmens-Chichi“ verstanden wissen, sondern als überlebensnotwendige Fähigkeit der Marke. In einer dynamischen Wettbewerbsumgebung gelte es schnell und wandlungsfähig zu sein und dabei voneinander, von der Unterschiedlichkeit, zu lernen.

Andere Kulturen, unterschiedliche Arbeitsweisen: Daniel Brüggem, Leiter Aftersales Operations Europa, hat damit beste Erfahrungen gemacht: „Wenn wir alle denselben Hintergrund haben, schaffen wir nur eindimensionale Lösungen.“

Erstaunliches förderte der Praxisteil der Veranstaltung zutage: Aus der Gruppenarbeit kam die Anregung, die Treppenhäuser im Werk umzugestalten, um die Vielfalt zu fördern. Ein Arbeitsansatz, den man ohne die T4I-Woche sicherlich nicht formuliert hätte. Überraschung!



Pro Diversity: Daniel Brüggem (links), Frauke Sanders und Thomas Sedran.

Prima Klima auf dem Teller

Die VW-Currywurst? Schmeckt super – aber nicht jeden Tag! Mit einer bewussten Ernährung kann jeder seine Gesundheit fördern und einen kleinen eigenen Beitrag zum Klimaschutz leisten. Wie das geht, und warum das so wichtig ist, zeigt die Infobroschüre „Klimabewusste Kantine“. Darin enthalten sind Denkanstöße, die zu einem bewussteren Umgang mit den Mahlzeiten anregen sollen. „Wir wollen informieren und motivieren, nicht moralisieren“, sagt Susanne Leifheit, Leiterin Außenbeziehungen und Nachhaltigkeit. Heute

Salat, morgen Schnitzel – eine ausgewogene Ernährung könne dazu beitragen, die CO₂-Bilanz des Werkes zu reduzieren und damit einen individuellen Beitrag zum Klimaschutz und zu mehr Nachhaltigkeit zu leisten.



Auftakt „Klimabewusste Kantine“: Im nächsten Jahr folgen weitere Aktionen.

Drei unten, drei oben!

Was verbinden Integrität und Fußball? Hannover-96-Profi Ron-Robert Zieler erklärt: „Im Fußball nennen wir das Fairplay. Das ist nicht immer einfach im Spiel, aber auf und außerhalb des Platzes muss man immer Vorbild sein und das auch vorleben.“ Der 96-Keeper brachte zur T4I-Woche zwei Tickets für ein Heimspiel der 96er mit. Beim Torwandschießen der Compliance-Abteilung war Thomas Milano aus der Beschaffung mit insgesamt vier Treffern Gewinner und nahm Tickets und Autogrammkarten mit nach Hause.



Welche Bereiche werden unter T4I gebündelt?

- COMPLIANCE** bedeutet das Einhalten von Gesetzen, internen und externen Regelungen sowie Selbstverpflichtungen. Die Verhaltensgrundsätze bilden die Grundlage unserer Entscheidungen.
- PERSONAL** unterstützt, fördert und bestärkt Führungskräfte und Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter darin, sich integer und compliant zu verhalten.
- RISIKOMANAGEMENT** heißt, Risiken frühzeitig zu identifizieren und transparent zu machen, realistisch zu bewerten, rechtzeitig zu adressieren und gegebenenfalls zu eskalieren.
- INTEGRITÄT** ist die eigene innere Haltung und bedeutet unter anderem, kritische Situationen und Fehler offen anzusprechen und konstruktiv nach Lösungen zu suchen.
- KULTUR** bedeutet, wie wir uns täglich im Unternehmen verhalten und welchen Werten und Regeln – ausgesprochen und unausgesprochen – wir dabei folgen. Grundlage für unsere Unternehmenskultur sind die Volkswagen Konzerngrundsätze.
- NACHHALTIGKEIT** Nachhaltiges Handeln basiert auf einer Entwicklung von Umwelt, Gesellschaft und Wirtschaft, die gewährleistet, dass künftige Generationen nicht schlechter gestellt sind, ihre Bedürfnisse zu befriedigen, als gegenwärtig lebende.



Lackierglocken verteilen den Lack im elektrostatischen Hochrotationsverfahren: So werden bis zu 60 Tonnen Lack pro Jahr weniger verbraucht.

Gigantisch: Die neue Anlage hat eine Länge von drei Fußballfeldern.

Neue Decklackanlage: Hightech schont Ressourcen

Eine der modernsten Lackstraßen im Konzern hat den Betrieb aufgenommen

Nach anderthalb Jahren Bauzeit übergab Werkleiter Thomas Hahlbohm stellvertretend für das Werkmanagement die neue Decklackanlage an das Team. 70 Millionen Euro hat das Unternehmen in die Hightech Lackierstraße investiert. „Wir setzen unser Modernisierungskonzept für das Werk Hannover konsequent um“, betont Werkleiter Hahlbohm. Die neue Decklackanlage sei auch für künftige Fahrzeugmodelle aus Hannover konzipiert „und sichert so die Auslastung des Standorts und unsere Arbeitsplätze“.

Auf zwei parallelen Arbeitssträngen fahren in Hochzeiten bis zu 490 Fahrzeuge täglich durch die 280 Meter lange Anlage. Mit einer Breite von 27 Metern und einer Höhe von

28 Metern wirkt die gigantische Anlage wie ein ganzer Häuserblock. Auf drei Ebenen ist die neue Technik untergebracht. Lackiererei-Leiter Torsten Cordes: „Moderne Fertigungstechniken erhöhen nochmals die Qualität unserer Fahrzeuge und schonen zeitgleich Ressourcen. Wir haben damit in Hannover eine der modernsten Lackierereien im Volkswagen Konzern.“

Bei der Planung war neben der Effizienzsteigerung und der Ressourcenreduzierung auch die Ergonomie der bis zu 46 Mitarbeiter pro Schicht wichtig. Die neue Decklackanlage ist sogar barrierefrei gebaut. Damit könnten auch Mitarbeiter im Rollstuhl in der Lackiererei arbeiten.



Echte Teamarbeit: Planung, Bau und Inbetriebnahme liefen im Zeit- und Kostenplan.

So werden Material und Energie gespart

Innovative Fertigungstechniken kommen in der neuen Decklackanlage zum Einsatz. Dadurch werden die Qualität erhöht und Ressourcen geschont:

- **Neues Lackierverfahren spart Material:** Lackierglocken auf den Robotern verteilen den Lack jetzt in allen Lackierprozessen im elektrostatischen Hochrotationsverfahren mit bis zu 65.000 Umdrehungen in der Minute. **Einsparung:** 60 Tonnen Fahrzeuglack pro Jahr.
- **Umlufttechnik:** In der Vergangenheit wurden 100 Prozent Frischluft der Anlage zugeführt und nach Reinigung wieder nach außen abgegeben. Ab sofort werden rund 80 Prozent Umluft eingesetzt. **Einsparung:** bis zu 25.000 Megawatt Energie pro Jahr.
- **Trockenabscheidung:** Konventionell werden Lackpartikel aus der Luft mit Wasser und Chemikalien herausgespült. In der neuen Decklackanlage werden nicht aufgetragene Lackpartikel über eine Kartonfilterabscheidung aufgefangen. **Einsparung:** 3.400 Kubikmeter Frischwasser pro Jahr, es kommen keine Chemikalien mehr zum Einsatz.
- **„Füllerlose Lackierung“:** Innovative Techniken ermöglichen einen neuen Aufbau der Lackschichten auf der Karosserie. Dabei entfällt künftig der sogenannte „Füller“ (eine Grundierung der Lackierflächen unter der farbgebenden Schicht). **Einsparung:** bis zu 600 Kilogramm Füller pro Arbeitstag.
- **Effiziente automatisierte Messung:** Sensible Sensoren messen Schichtdicke, Farbton und Lackstruktur. Bisher wurde die Überprüfung der Werte noch manuell erfasst.



Holz und Pappe: die neuen Verpackungen für Mitnahmespeisen.

SB-Shops: Pappe statt Plastik

Die ServiceFactory investiert in den Umweltschutz: Ab sofort stellt die Gastronomie am Standort Hannover in den Bistros und SB-Shops von Plastik auf Pappe, Papier und Holz um. Plastikbesteck und Menüschilder aus Kunststoff gehören der Vergangenheit an, sie werden nach und nach gegen umweltfreundlichere Materialien ausgetauscht.

Für alle sichtbares Zeichen der Umstellung sind die Recyclingservietten, die bereits an allen Take-away-Ständen ausliegen. Teurer werde das Angebot in den Bistros trotz der Umstellung für die Kunden nicht, versichert Thomas Mukrasch von der Service Factory: „Die Preise bleiben unverändert, obwohl wir im Einkauf für das Geschirr nun etwas mehr zahlen müssen.“ Bis zum Frühjahr soll die Umstellung komplett abgeschlossen sein.

Euer Jahr, Eure Wünsche

Beschäftigte blicken auf 2019 zurück und gleichzeitig voraus auf 2020

Ein bewegendes Jahr 2019 liegt hinter uns. Wir wollten von Euch wissen: Was waren Eure persönlichen Themen in den vergangenen Monaten und welche Wünsche habt ihr für 2020?



Ajoub Abou Zaki (28):
KaroBau und
VWN-Mitarbeiterbotschafter

Wie war das Jahr 2019 für dich?
Auf das Jahr 2019 blicke ich positiv zurück. Als VWN-Mitarbeiterbotschafter habe ich über den Tellerrand geschaut, viele neue Leute kennengelernt und Einblick in die Prozesse hinter meiner Arbeit gewonnen. Die offene Fehlerkultur gibt mir Sicherheit und stärkt mich als Person.

Was wünschst du dir für das kommende Jahr 2020?
Ich möchte alle Nutzis mitnehmen auf unsere Transformationsreise, damit wir langfristig motivierter arbeiten. Wenn wir den Kulturwandel gemeinsam anpacken, stehen uns alle Möglichkeiten offen.



Gonca Deveci (20):
Auszubildende
Fachkraft für Lagerlogistik

Wie war das Jahr 2019 für dich?
Seit Jahresbeginn bin ich Jugendvertreterin und kann daher im Namen aller Azubis sagen: Es war ein erfolgreiches Jahr! Durch das Ehrenamt stehe ich mit vielen unterschiedlichen Leuten in Kontakt, kann die Interessen meiner Kolleginnen und Kollegen vertreten und mich sozial einbringen.

Was wünschst du dir für das kommende Jahr 2020?
Mit dem Abschluss meiner Ausbildung beginnt für mich ein neuer, aufregender Lebensabschnitt. Ich hoffe auf eine gute Stelle und habe mir vorgenommen, mich noch intensiver auf meine Arbeit als JAVlerin zu konzentrieren.



Jolyn Gamroth (25):
Gießerei

Wie war das Jahr 2019 für dich?
Ich habe meine Abteilung gewechselt, vom Wärmetauscher in die Gießerei. Dort wurde ich sehr gut aufgenommen und fühle mich sehr wohl. Die Prozesse hier sind super interessant, durch einige kleine Projekte konnte ich viele Eindrücke sammeln und meine Kenntnisse erweitern.

Was wünschst du dir für das kommende Jahr 2020?
Ich hoffe, in den Meistervertreter-Pool aufgenommen zu werden, und freue mich auf neue Aufgaben. Des Weiteren hoffe ich, dass die Zusammenarbeit und der Informationsfluss unter den Bereichen noch besser wird.



Włoszczyński, Dariusz:
Qualitätssicherung VWP,
MontageWerk Poznań

Wie war das Jahr 2019 für dich?
Das Jahr 2019 war für uns VWP-Mitarbeiter sehr arbeitsreich und voller Herausforderungen. Aber: Die Mannschaft hat Flexibilität bewiesen, damit das Unternehmen funktionierte.

Was wünschst du dir für das kommende Jahr 2020?
Wir blicken mit Hoffnung und Zweifel in die Zukunft. Einerseits steht der Anlauf des neuen Caddy bevor, darauf freuen wir uns. Andererseits ist für 2020 ein Abbau von Arbeitsplätzen geplant. Ich hoffe, auch in Zukunft weitere Volkswagen Nutzfahrzeuge hier in Poznań bauen zu können.