360° WOLFSBURG

Der neue Golf feiert Weltpremiere

Präsentation in Wolfsburg: Achte Generation ist noch digitaler und vernetzter

Wenn man ein Auto als Bestseller bezeichnen kann, dann ist es der Golf. Von Generation zu Generation weiterentwickelt, wurde er weltweit zu einer festen Größe. Am Abend des 24. Oktober feiert die Marke Volkswagen nun die Weltpremiere der achten Generation. Präsentiert wird der neue Golf in der Veranstaltungshalle Hafen 1 in der Autostadt in Wolfsburg.

Ralf Brandstätter, Chief Operating Officer (COO) und Mitglied des Vorstands der Marke Volkswagen Pkw

Eine ganze Generation trägt seinen Namen

Ralf Brandstätter, der als COO das operative Geschäft der Marke Volkswagen leitet: „Seit 45 Jahren begeistert der Golf unsere Kunden. Eine ganze Generation trägt seinen Namen – die Generation Golf. Kein anderes Modell hat unsere Marke in den letzten Jahrzehnten so stark und nachhaltig geprägt. Er ist ein Synonym für Volkswagen und für alles, wofür Volkswagen weltweit steht."

In den vergangenen 45 Jahren sind mehr als 35 Millionen Exemplare gefertigt worden. Die Stärken des Golf, die ihn zu einem weltweiten Beststeller machen, wurden im neuen Modell weiter perfektioniert.

Neben einem neuen, effizienten Motorenprogramm sorgt eine weiterentwickelte Fahrwerk-Technik für mehr Agilität. Zahlreiche zentrale Bauteile für die Produktion werden von Volkswagen Group Components zugeliefert – von der Antriebsgelenkwelle bis zu den Getriebe- und Motorvarianten. Auf den Markt kommt der neue Volkswagen im Dezember.

Erste Skizzen: das Cockpit im neuen Golf.

Von außen wirkt der Golf 8 dynamischer als zuvor, und dennoch erkennt man ihn aus jeder Perspektive eindeutig als Golf. Innen setzt er Impulse im Bereich der digitalisierten und vernetzten Interieurwelt, des assistierten Fahrens und der onlinebasierten Funktionen. „Wir digitalisieren die Golf Klasse", sagt Ralf Brandstätter in einem Editorial, das in dieser Ausgabe als Auftakt zu einem siebenseitigen Golf Spezial dient. Darin zu lesen sind viele weitere Artikel zum neuen Golf sowie zahlreiche Stimmen von Mitarbeitern. → SEITE 13

BESTSELLER: In 45 Jahren sind mehr als 35 Millionen Golf verkauft worden. Jetzt feiert die achte Generation Weltpremiere.

kp-wo

[1] seriennahe Studie

ID.3[1] - die Serie startet

Der Countdown läuft: Im Werk Zwickau beginnt Anfang November die Serienfertigung des ID.3, des ersten vollelektrischen Volkswagen der neuen ID.-Familie. Die Umbauten liegen voll im Zeitplan: In diesen Tagen bauen die Mitarbeiter die letzten Roboter auf. Auf das Elektro-Zeitalter bereiten sich rund 8.000 Beschäftigte an dem Standort in Sachsen seit Monaten vor. In Hochvolt-Schulungen zum Beispiel lernen sie den sicheren Umgang mit Batteriesystemen. → SEITE 21

Comic-Serie zu Integrität

13 kurze Geschichten verdeutlichen allgemein verständlich die Verhaltensanker. → SEITE 11

China: V-Space eröffnet

In Peking gibt es nun das V-Space, das ist der neue Stammsitz der Volkswagen Group China. Dazu ein Interview mit Konzernchef Herbert Diess. → SEITE 12

Familientag in Wolfsburg

Das Werk lädt die Mitarbeiter und ihre Angehörigen ein – für Samstag, 20. Juni 2020. → SEITE 29

Wolfsburg – das grüne Werk

Nachhaltig und effizient zugleich: Das Werk Wolfsburg hat den „Lean & Green"-Preis gewonnen. → SEITE 31

Gold für 360° Volkswagen

Für ihr herausragendes Design hat unsere Mitarbeiterzeitung 360° Volkswagen in der Kategorie „Mitarbeiterkommunikation – Zeitung" einen *Galaxy Award in Gold* erhalten. Die Galaxy Awards werden jährlich vom New Yorker Kommunikationsverband MerComm an herausragende Projekte im Bereich Kommunikation und Marketing vergeben. Wir – das Team der Internen Kommunikation der Marken Volkswagen Pkw, Volkswagen Nutzfahrzeuge und Volkswagen Group Components – freuen uns mit unserer Agentur Territory über diese Auszeichnung. Sie ist eine Bestätigung für die gemeinsame Arbeit und das neue Konzept.
mercommawards.com/galaxy.htm

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 Rotermund, Tobias Schwerdtfeger, Alexander Ott, Oliver Keppler.
Ständige Mitarbeit: Jesko Giessen, Dirk Schlinkert

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, Dana Zeber-Purcz

Druck Dierichs Druck + Media, Kassel

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

Volkswagen Konzern: Monitor soll 90 Tage länger bleiben

US-Justizministerium und Larry D. Thompson haben Antrag zugestimmt – Angestossene Prozesse gründlich prüfen

Dem Antrag des Volkswagen Konzerns auf Verlängerung der Testphase im Monitorship wurde vom US-Justizministerium (Department of Justice, DOJ) und dem unabhängigen Compliance-Monitor Larry D. Thompson zugestimmt. Damit hat das Unternehmen mehr Zeit um nachzuweisen, dass es seinen Verpflichtungen aus dem von Volkswagen und der US-Regierung im Jahr 2017 ausgearbeiteten Vergleich nachgekommen ist.

Dank dieser Vereinbarung hat Volkswagen 90 Tage länger Zeit, um die vom Konzern und seinen Marken umgesetzten Maßnahmen, einschließlich der Empfehlungen des Monitors, umfassend zu prüfen und gegebenenfalls zu korrigieren, damit Thompson seinen Zertifizierungsbericht über die Ethik- und Compliance-Programme des Unternehmens abgeben kann.

Larry D. Thompson

„Volkswagen durchläuft aktuell den größten Wandel seit der Gründung des Unternehmens. Wir arbeiten intensiv daran, eine Kultur der Integrität auf allen Ebenen einzuführen – und kommen gut voran", so Herbert Diess, Vorstandsvorsitzender der Volkswagen AG. „Larry Thompson hat als wichtiger Impulsgeber für Veränderungen fungiert und wir wissen zu schätzen, dass er dem von uns vorgeschlagenen Zeitplan für diese wichtige Testphase aufgeschlossen gegenübersteht. Unser Ziel besteht darin sicherzustellen, dass es sich um eine langfristige Veränderung handelt, deren Auswirkungen noch wirken, wenn das Monitorship bereits lange beendet sein wird."

Der Antrag auf eine kurze Verlängerung wurde vom Konzernvorstand beschlossen und im Rahmen einer Sitzung mit dem Monitor, seinem Führungsteam und Vertretern des US-Justizministeriums genehmigt.

Herbert Diess

„In einem so großen und komplexen global tätigen Unternehmen wie Volkswagen brauchen wir genügend Zeit, um alle Tests sorgfältig und gewissenhaft durchzuführen", so Hiltrud D. Werner, Konzernvorständin für Integrität und Recht. „Wir möchten ein optimales Ergebnis erzielen, es geht nicht einfach nur darum, die Prüfungen hinter uns zu bringen. Es gilt, mehr als 100 Prozesse zu prüfen und unsere Geschäftsbereiche sind angehalten, sehr gründlich vorzugehen."

Unter Berücksichtigung der zusätzlichen Testphase muss Thompson seinen Zertifizierungsbericht nun im Juli 2020 beim US-Justizministerium einreichen. Sein Monitorship, das bei seiner Ernennung im Juni 2017 auf drei Jahre ausgelegt war, wird nun bis September 2020 dauern.

Thompson: „Durch die Verlängerung des Monitorship steht mehr Zeit zur Verfügung, so dass eine qualitativ hochwertige, zuverlässige Testserie umgesetzt werden kann und eine Zertifizierung möglich ist, so wie es 2017 als Verantwortlichkeit des Monitors im Rahmen des Strafverfahrens zwischen dem US-Justizministerium und der Volkswagen AG vereinbart worden war. Ich freue mich darauf, weiterhin produktiv mit dem Unternehmen zusammenzuarbeiten, um unser gemeinsames Ziel – die Volkswagen AG zu einem besseren Unternehmen zu machen – zu erreichen."

Als unabhängiger Compliance-Monitor ist es Thompsons Aufgabe sicherzustellen, dass die Compliance- und Integritätsprogramme von Volkswagen angemessen konzipiert und umgesetzt werden, um ähnliche Verstöße gegen US-Recht wie diejenigen die zum Abgasskandal geführt haben zu verhindern. Außerdem beaufsichtigt er die Einhaltung der Verpflichtungen von Volkswagen im Rahmen des Vergleichs zu den Umwelt- und Zivilklagen der US-Bundesstaaten im Jahr 2017 in seiner Eigenschaft als unabhängiger Compliance-Auditor.

Liebe Kolleginnen und Kollegen,

wir haben heute veröffentlicht, dass das US-Justizministerium (Department of Justice, DOJ) und der unabhängige Compliance-Monitor Larry D. Thompson unserem Antrag auf eine Verlängerung der Testphase zugestimmt haben, damit unser Unternehmen mehr Zeit hat um nachzuweisen, dass wir unseren Verpflichtungen im Rahmen des Monitorship nachgekommen sind.
Der Konzernvorstand der Volkswagen AG hatte beschlossen, eine Verlängerung um 90 Tage zu beantragen. Dies wurde bei einem Treffen mit dem Monitor, seinem Führungsteam und Vertretern des US-Justizministeriums genehmigt.
Dank dieser Vereinbarung haben wir mehr Zeit, um die vom Konzern und seinen Marken umgesetzten Maßnahmen umfassend zu prüfen und gegebenenfalls zu korrigieren, damit Thompson seinen Zertifizierungsbericht über die Integritäts- und Compliance-Programme unseres Unternehmens abgeben kann.
Wir möchten sicherstellen, dass diese entscheidende Testphase so sorgfältig wie möglich durchgeführt wird. Wir möchten ein optimales Ergebnis erzielen, es geht nicht einfach nur darum, die Tests hinter uns zu bringen. Der Antrag auf Verlängerung war eine unmittelbare Reaktion auf die in einigen Bereichen geäußerten Bedenken hinsichtlich der Einhaltung der bestehenden Fristen gemäß den Bestimmungen des Monitorship. In einem so großen und komplexen Unternehmen wie unserem, in dem mehr als 100 Prozesse zu prüfen sind, müssen wir alle Tests sorgfältig und gewissenhaft durchführen. Wir wissen, wie wichtig es ist, keine unrealistischen Ziele zu setzen, und wir möchten das Verfahren nicht überstürzt abwickeln.
Larry Thompson hat in unserem Unternehmen als wichtiger Impulsgeber für Veränderungen fungiert und wir wissen zu schätzen, dass er dem von uns vorgeschlagenen neuen Zeitplan aufgeschlossen gegenübersteht. Unter Berücksichtigung der zusätzlichen Testphase muss Thompson seinen Zertifizierungsbericht nun bis Juli 2020 beim US-Justizministerium einreichen. Sein Monitorship, das bei seiner Ernennung im Juni 2017 auf drei Jahre ausgelegt war, wird nun bis September 2020 dauern.
Das Team ‚Zentralkoordination Monitorship' (K-IZ) arbeitet an einer konkreten Planung im Zusammenhang mit dieser Verlängerung und wird allen beteiligten Bereichen weitere Informationen zur Verfügung stellen.
Volkswagen durchläuft aktuell die größte Transformation seiner Unternehmensgeschichte. Wir arbeiten intensiv daran, eine Kultur der Integrität und Transparenz auf allen Ebenen einzuführen – und kommen gut voran. Unser Ziel ist es sicherzustellen, dass es sich um eine langfristige Veränderung handelt, deren Auswirkungen noch zu spüren sind, wenn das Monitorshop bereits lange beendet sein wird.
Wir danken Ihnen für Ihre bisher geleistete Arbeit und kontinuierliche Unterstützung. Bei Fragen steht Ihnen dasTeam von K-IZ gerne zur Verfügung.

Hiltrud D. Werner
Vorständin für Integrität und Recht

Thomas Meiers
Leiter Zentralkoordination Monitorship

Die IT-City wird papierlos

1.500 Beschäftigte verzichten auf Ausdrucke

Rund 20.000 Seiten konnte die IT-City im September einsparen. Auf das ganze Jahr hochgerechnet wäre der Stapel sogar 50 Meter hoch.

Büroalltag, ganz ohne Dokumente auszudrucken? Das versuchen derzeit 1.500 Beschäftigte in der IT-City in einem dreimonatigen Selbstversuch.

Bei den Druckern wurde die Druck- und Kopierfunktion deaktiviert, lediglich die Scanfunktion steht aktuell zur Verfügung.

Adrian Niefind (Volkswagen Group Information Systems): „Ziel ist es nicht, in erster Linie Papier zu sparen, sondern digital zu werden. Unser Anspruch ist es, dass keine IT-Mitarbeiterinnen und IT-Mitarbeiter für ihre tägliche Arbeit drucken müssen."

In der IT-City läuft der Arbeitsalltag bereits fast papierfrei. Noch vier bis fünf Formulare gilt es zu digitalisieren, um alle relevanten Prozesse vollständig digital zu haben. Der Bewirtungsschein ist zum Beispiel ein Prozess, an dem noch gearbeitet wird.

Praktisch: Der Großteil der Formulare lässt sich inzwischen elektronisch unterschreiben. Das geht mithilfe einer digitalen Signatur. „Diese praktischen Tools müssen wir in den Fokus rücken und den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern an die Hand geben, damit sie Ressourcen sparen können", sagt Niefind.

Negatives Feedback zu der Aktion gibt es bisher nur wenig. „Das Motto der IT ist ‚Mitmachen statt Ablehnung'." Viele Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter haben bereits Digitalisierungsvorschläge geliefert. „Die Group IT möchte ihrer Vorreiterrolle gerecht werden", so Niefind.

Schöner Nebeneffekt: Von 28.440 gedruckten Seiten im August sank die Zahl auf 9.165 Seiten im September. Wenn man die Druckzahlen aus 2018 mit den Hochrechnungen aus dem Pilotprojekt vergleicht, so werden im Jahr über 550.000 Seiten eingespart. Gigantisch: Das entspricht einem Papierstapel von über 50 Meter Höhe.

Pro Jahr über 550.000 Seiten eingespart

Ist die Digitalisierung bei Volkswagen also schon in vollem Gange? „Klares Ja und klares Nein", so Niefind. In der IT funktioniert generell wenig auf dem Papierweg. In anderen Arbeitsbereichen gebe es noch Möglichkeiten, Dinge zu digitalisieren. Arbeiten ohne Drucker sei aber auch hier möglich.

Dabei bietet die Group IT den Fachbereichen ihre Unterstützung an. „Wir teilen gerne unsere Erfahrungen."

k

Batteriezelle in Salzgitter: Konzern setzt neue Maßstäbe

Experten entwickeln, erproben und pilotieren innovative Fertigungsverfahren zur Produktion von Lithium-Ionen-Akkus

Der Volkswagen Konzern setzt neue Maßstäbe bei der Entwicklung, Erprobung und Fertigung der zukunftsweisenden Batteriezelltechnologie am Standort Deutschland. Allein im niedersächsischen Salzgitter sollen bis 2023/24 mehr als 1.000 Arbeitsplätze entstehen – 300 im Volkswagen Entwicklungszentrum mit Pilotanlage, 700 in einem Joint Venture zwischen Northvolt und Volkswagen zum Aufbau und Betrieb einer Batteriezellfabrik. Mehr als eine Milliarde Euro soll im gleichen Zeitraum in die Batteriezellaktivitäten des Volkswagen Konzerns investiert werden. Am Komponentenstandort Salzgitter wurde im September im Center of Excellence (CoE) eine Pilotanlage zur Batteriezellen-Produktion für Kleinserien eröffnet.

Rund 300 Experten entwickeln, erproben und pilotieren am Standort innovative Fertigungsverfahren zur Produktion von Lithium-Ionen-Akkus. Mehr als 100 Millionen Euro investiert Volkswagen im ersten Schritt in die eigenen Entwicklungs- und Fertigungskompetenzen. Hinzu kommen rund 900 Millionen Euro an Investitionsvolumen, die Volkswagen für gemeinsame Batterieaktivitäten mit dem schwedischen Batteriehersteller Northvolt bereitstellt. Ab 2020 soll in Salzgitter eine 16-Gigawattstunden-Batteriezellfabrik entstehen. Der Start der Produktion ist für den Jahreswechsel 2023/2024 geplant. Dazu hat Volkswagen jüngst ein 50/50-Joint-Venture mit dem schwedischen Batteriehersteller Northvolt gegründet. In diesem eigenständigen Unternehmen sollen mittelfristig 700 Arbeitsplätze entstehen.

Der Start: Thomas Schmall (von links), Bernd Althusmann, Bernd Osterloh, Herbert Diess und Frank Blome eröffneten die Pilotlinie.

„Die Zusammenführung von Entwicklung, Erprobung und Pilotfertigung der Batteriezelle in Salzgitter ist ein Meilenstein in der Elektro-Offensive des Konzerns. Durch die Bündelung der Kompetenzen treiben wir die Weiterentwicklung der Batteriezellen selbst voran, entwickeln neue Standards und können sie schnell in die Serienfertigung überführen."

Stefan Sommer, Vorstand für Komponente und Beschaffung Volkswagen AG

Thomas Schmall und Dr. Stefan Sommer zur Batteriestrategie und Elektro-Offensive.

Neues Geschäftsfeld CoE/Batteriezelle

Strukturelle Veränderung im Zuschnitt der Konzern Komponente:

Der Volkswagen Konzern hat das Geschäftsfeld CoE/Batteriezelle geschaffen. Hier soll im Zusammenspiel mit Zulieferern die Batteriezelle für den künftigen Einsatz in den E-Modellen des Konzerns weiter verbessert werden. Das Spektrum reicht von der Erhöhung der Kapazität für mehr Reichweite über die Reduzierung seltener Rohstoffe und die Optimierung nachhaltiger Fertigungsprozesse bis zum Recycling der Batteriesysteme.

Eine Pilotanlage für das Recycling von Batterien befindet sich ebenfalls am Standort Salzgitter im Aufbau und soll 2020 in den Betrieb überführt werden.

„Wir entwickeln und fertigen schon heute Leistungselektronik, Batteriesysteme, E-Motoren und Ladesysteme und bauen Recycling-Kompetenz für Batterien auf. Mit der Integration des Entwicklungs- und Produktionszentrums Batteriezelle in die Komponente werden wir ein weltweit führender Hersteller von E-Komponenten."

Thomas Schmall, Vorstandsvorsitzender Volkswagen Group Components

Einen kurzen Erklärfilm zum Center of Excellence gibt es – auf Deutsch und Englisch – unter folgenden Links:

DE: https://youtu.be/kWlcNRo2YoQ
EN: https://youtu.be/AE2Yogxgwb8

„Beschäftigungssicherung und Wirtschaftlichkeit sind auch in der Transformation kein Widerspruch. Das zeigen unser Center of Excellence, die Pilotanlage und die künftige Zellfabrik. Wir als Arbeitnehmervertreter haben diese Themen immer getrieben. Inzwischen ist das Know-how unserer Kolleginnen und Kollegen rund um den Kreislauf der Zellproduktion Gold wert für Volkswagen. Auch die Preise für die Zellen aus Salzgitter sind wettbewerbsfähig. Jetzt muss das Unternehmen die Transformation der Beschäftigten am Standort mit Qualifizierung und Weiterbildung intensiv begleiten."

Bernd Osterloh, Vorsitzender Gesamt- und Konzernbetriebsrat Volkswagen AG

„Die Entscheidung ist gut für Niedersachsen und Deutschland, da wichtige Wertschöpfungsprozesse des künftigen Autobaus bei Volkswagen und seinen Zulieferern bleiben. Nur so behalten wir bei dieser Technologie Anschluss an die Weltspitze. Um den Transformationsprozess in die E-Mobilität zu gestalten, waren mutige Entscheidungen notwendig. Dafür gebührt dem Volkswagen Konzern, insbesondere Herrn Dr. Diess, große Anerkennung."

Bernd Althusmann, Wirtschaftsminister Niedersachsen

„Das Auto der Zukunft fährt elektrisch. Volkswagen muss deshalb die Kompetenzen in der Batterie-Technologie deutlich ausweiten. Die Batterie bildet den Kern nachhaltiger Mobilität und ist ein wesentlicher Teil künftiger Wertschöpfung. Daher investieren wir in den nächsten fünf Jahren massiv in den Kompetenzaufbau auch bei Batteriezellenentwicklung- und produktion und gehen Partnerschaften ein. Damit leisten wir unseren Beitrag für einen erfolgreichen Wandel der Automobilindustrie in Deutschland."

Herbert Diess – Vorstandsvorsitzender Volkswagen AG

Was ist eine Anode, was ist der Memory-Effekt? Eine Erklärung der wichtigsten Begriffe zur Batteriezelle gibt es unter:

3 Fragen

Frank Blome verantwortet das Geschäftsfeld CoE/ Batteriezelle bei der Group Components

„Batteriezelle ist wichtiges Thema für Europa"

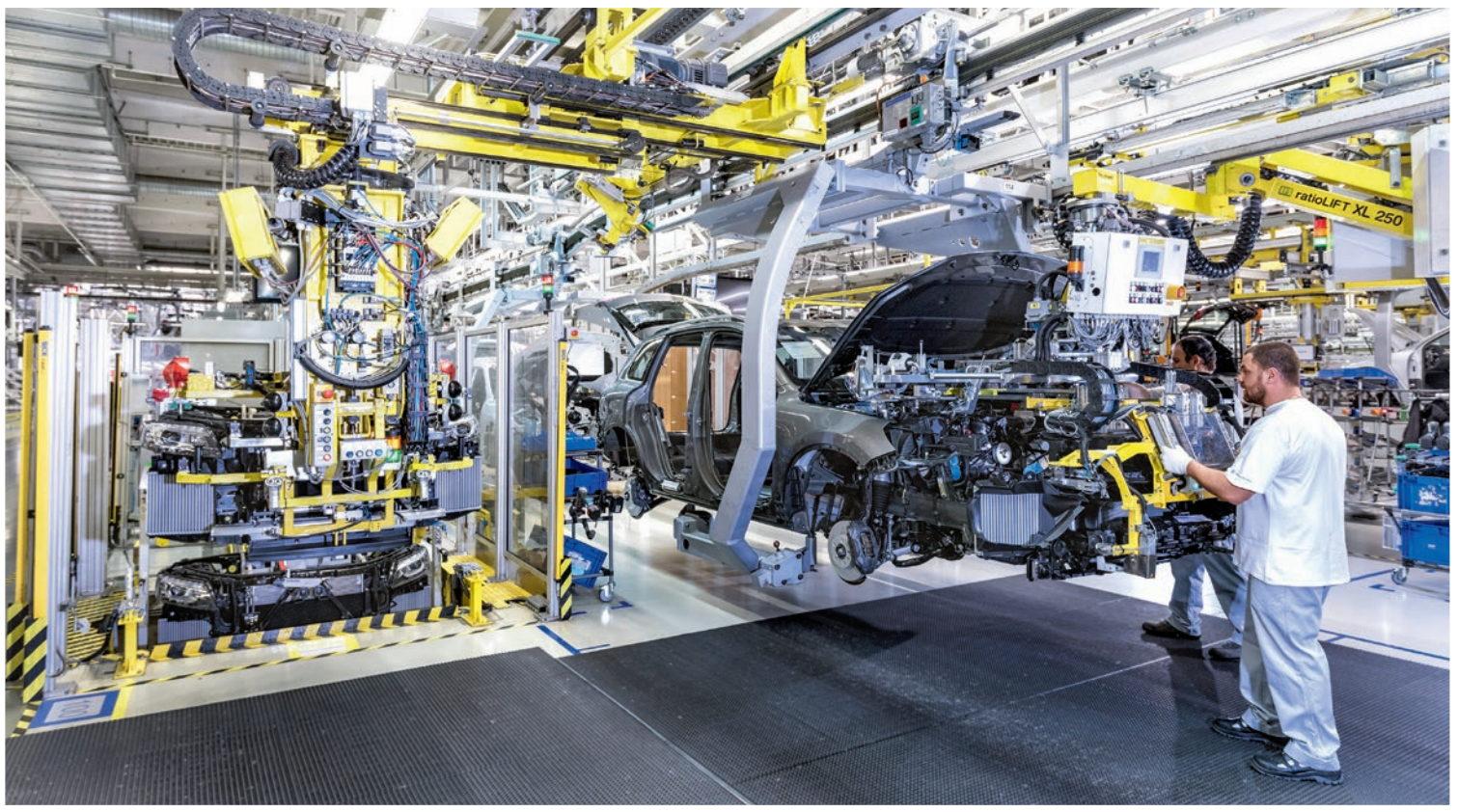
1 Welche Bedeutung hatte die Eröffnung des CoE/Batteriezelle, die auch medial großes Interesse geweckt hat?
Das breite öffentliche Interesse zeigt eindrucksvoll, wie wichtig das Thema Batteriezelle in Europa ist und welche Bedeutung es für die Automobilbranche als Zukunftsthema hat. Uns war wichtig, dass alle Mitarbeiter an der Eröffnung teilhaben können. Das hat geklappt und war eine schöne Wertschätzung für die harte Arbeit in der Aufbauphase.

2 Sie haben das CoE aufgebaut und leiten nun das Geschäftsfeld CoE/Batteriezelle bei Group Components. Warum braucht es dieses Geschäftsfeld in der Komponente?
Die Batteriezelle gewinnt durch die starke Elektrifizierungsstrategie im Volkswagen Konzern weiter an strategischer Bedeutung. Wir werden nun neben dem Management der Lieferanten und dem Kompetenzaufbau auch aktiv in die Produktion von Batteriezellen einsteigen. Unsere Beteiligung an der Northvolt AB und unser 50/50-Joint-Venture mit Northvolt bedingen den weiteren Ausbau der Aktivitäten im Konzern. Da hier der Fokus deutlich stärker auf Produktionsinhalten liegt, ist das Geschäftsfeld CoE/Batteriezelle in der Konzern Komponente der nächste wichtige Meilenstein.

3 Was sind die nächsten Schritte im Geschäftsfeld und welche Themen gehen Sie priorisiert an?
Die Geschäftsfeldstruktur haben wir bereits ausgeplant. Aktuell sind wir dabei, die entsprechenden Beschlüsse im Vorstand einzuholen, um dann die Besetzung der Stellen anzugehen. Aber auch die Gründung des Joint Ventures treiben wir voran: Hier befinden wir uns in der Start-up-Phase und gehen nun die Details zur Umsetzung des Businessplans an. Wir planen also die Organisation im Detail aus, arbeiten an der Besetzung der relevanten Stellen, definieren die grundsätzlichen Regeln und Prozesse der Firma und vieles mehr, was den Geschäftserfolg des Joint Ventures ausmacht. Es liegen also viele spannende Themen vor uns!

Neuer Weg: Einer entwickelt für alle

Nächste Stufe in Konzernstrategie „Together 2025+“ eingeleitet: Synergien durch Lead-Verantwortung in Forschung und Entwicklung



Das „Einer-für-alle-Prinzip“ schafft im Konzern-Entwicklungsverbund starke Synergien und verringert die Kosten deutlich, da mehr gleiche Bauteile in der Fertigung montiert werden.

Die Potenziale und Synergien des Konzernverbunds stärker zu nutzen, ist eine Leitlinie der Strategie „Together 2025+“, die der Vorstand im Juni 2019 auf den Weg gebracht hat. Bei einer Vorstandsklausur in Wolfsburg haben Frank Welsch, Entwicklungsvorstand der Marke Volkswagen, Audi Technikvorstand Hans-Joachim Rothenpieler und Michael Steiner, Entwicklungsvorstand bei Porsche, über die nächsten Schritte im Programm „Best Performance Engineering“ (BPE) berichtet und grünes Licht für die Umsetzung erhalten.

Für die Forschung und Entwicklung legt die Konzernstrategie „Together 2025+“ fest: Der Entwicklungsverbund soll stärker markenübergreifend und effizienter arbeiten als bisher. Experten sollen sich enger vernetzen, ihr Knowhow teilen und partnerschaftlich zusammenarbeiten. Audi Entwicklungsvorstand Rothenpieler ergänzt: „Je eingespielter unsere Marken im Team sind, desto erfolgreicher werden wir zusammen als Konzern sein. Deswegen setzen wir jetzt mehr auf Augenhöhe und Kooperation unter den Marken als auf Wettbewerb.“

Hans-Joachim Rothenpieler, Vorstand für Technische Entwicklung bei Audi

Im BPE-Programm gibt es zwei Handlungsfelder. Das erste: Synergiefamilien in der Entwicklung finden. Wie aktuell beim Volkswagen Passat und dem Škoda Superb: Zwei Marken wollen eigene Modelle auf der gleichen Plattform entwickeln und bauen, eine (!) Marke übernimmt die Entwicklungsverantwortung. Ein Projektteam arbeitet dann als „Generalentwickler“ für beide Marken.

Für alle Marken spart das Kosten bei Prototypen und Erprobungsträgern. Zudem werden deutlich mehr gleiche Bauteile verwendet; teure Doppelarbeit wird vermieden. Michael Steiner, der bei Porsche die Forschung und Entwicklung leitet, merkt an: „Aber wir achten darauf, die Identität der Marken zu wahren – ein Porsche bleibt ein Porsche, ein Audi ein Audi, ein Volkswagen ganz klar ein Volkswagen. Und genau das muss für alle Marken im Konzern gelten.“

Michael Steiner, seit 2016 Entwicklungsvorstand bei Porsche

Handlungsfeld zwei ist die zentrale Entwicklungsverantwortung durch Lead-Verantwortliche im Konzern-Entwicklungsverbund: Die Lead-Entwickler tragen dauerhaft die Verantwortung für Inhalte, Prozesse, Konzepte und für die Budgets der Teilbaukästen (TBK). Die anderen Marken sind als Nutzer der Komponenten dieser TBK für Applikation und Integration in ihre Fahrzeuge verantwortlich. Diese zentrale Steuerung von Entwicklungsprojekten hilft, das Knowhow und die Ressourcen der Technischen Entwicklungen im Konzern effizienter und nachhaltiger einzusetzen. Denn auch hier gilt das „Einer-für-alle-Prinzip“. Volkswagen Entwicklungschef Welsch sagt: „Das Ausrollen der Lead-Verantwortungen vermeidet Doppelarbeiten im Konzern und schafft Freiräume für neue Projekte und Zukunftsthemen. Die wichtigste Voraussetzung für die Einführung der Lead-Entwickler sind klar definierte Rollen und Verantwortungen.

Frank Welsch, Entwicklungsvorstand Volkswagen Pkw

Volkswagen gedenkt der Opfer von Halle

Schweigeminute am Gedenkstein bei Volkswagen in Wolfsburg

Am Gedenkstein vor dem Eingang des Unternehmensarchivs im Volkswagen Werk Wolfsburg gedachten Personalvorstand Gunnar Kilian, der Gesamt- und Konzernbetriebsratsvorsitzende Bernd Osterloh, Mitglieder des Markenvorstands, Vertreter des Gesamt- und Konzernbetriebsrats, der Jugend- und Auszubildendenvertretung sowie weitere Mitarbeiter der Opfer des Terrorakts von Halle. Der Markenvorstand und der Betriebsausschuss hatten dafür ihre Sitzungen unterbrochen. Nach einer Schweigeminute legten die Teilnehmerinnen und Teilnehmer weiße Rosen auf den Gedenkstein.

Gunnar Kilian erklärte: „Es macht mich fassungslos und stimmt mich zutiefst traurig, dass in meinem Heimatland Deutschland solch hemmungslose Gewalt ausgeübt und unschuldige Menschen auf der Straße ermordet werden. Das darf nicht sein.“ Er betonte, dass Volkswagen auch mit dieser Schweigeminute ein klares Zeichen setzt, dass Antisemitismus, Rechtsextremismus und Gewalt im Unternehmen keinen Platz haben. „Wir müssen heute, Jahrzehnte nach dem Ende des Naziregimes, mit aller Entschlossenheit gemeinsam aufstehen und uns dem entgegenstellen.“

Bernd Osterloh sagte: „Der Anschlag in Halle hat uns erschüttert. Er macht uns fassungslos und wütend. Für die Belegschaft bei Volkswagen sind die historische Erinnerung und unsere aktuelle Verantwortung seit Langem untrennbar mit unserer Unternehmenskultur verbunden. Wir signalisieren daher ganz klar: Volkswagen steht mit aller Geschlossenheit gegen jede Form von Antisemitismus.“

Schweigeminute am Gedenkstein: Unternehmen und Betriebsrat gedachten der Opfer von Halle.

Stimmungsbarometer: Jetzt mitmachen!

Wie läuft es im Team? Mehr als 600.000 Beschäftigte werden um ihre Meinung gebeten

Der Volkswagen Konzern geht mit seiner konzernweiten Mitarbeiterbefragung in eine neue Runde. Weltweit erhalten in den nächsten Wochen mehr als 600.000 Beschäftigte aus rund 180 Gesellschaften die Gelegenheit, ihre Meinung zu Themen wie Zusammenarbeit und Führung, Information, Arbeitsplatz und Arbeitsabläufen einzubringen. Vor allem aber können sie durch ihr Feedback Verbesserungen vorantreiben. In jeder Gesellschaft stehen für die Teilnahme bis zu vier Wochen zur Verfügung, bei der Volkswagen AG läuft der Zeitraum vom 21. Oktober bis zum 17. November 2019.

Personalvorstand Gunnar Kilian sagt: „Wir meistern die Transformation unserer Industrie nur, wenn wir im Unternehmen bestmöglich zusammenarbeiten. Das Stimmungsbarometer ist deshalb nicht nur ein Instrument, die Stimmung zu messen. Es gibt jeder Mitarbeiterin, jedem Mitarbeiter eine Stimme, sich einzubringen. Sie wird gehört. Denn nach der Befragung sind alle Führungskräfte angehalten, die Ergebnisse in ihren Teams zu besprechen, Verbesserungen zu vereinbaren, sie umzusetzen und auch zu dokumentieren. Damit gewährleisten wir Verbindlich-keit, Transparenz, Nachhaltigkeit. Wir geben damit ein klares Signal: Jeder kann etwas bewegen!“ Die Teilnahme ist freiwillig und anonym.

Mitmachen im Volkswagen Net unter stibam.de

Aus Konzernforschung wird Group Innovation

Interview: Leiter Axel Heinrich über veränderte Strukturen und die Leuchtturmprojekte der nächsten Jahre

Fototermin am autonom fahrenden Konzeptfahrzeug Sedric: Axel Heinrich, Leiter der Konzernforschung, die jetzt in Group Innovation umbenannt worden ist.

Herr Heinrich, die Konzernforschung heißt jetzt Group Innovation. Warum dieser Name?
Forschung ist kein Selbstzweck – der Anspruch des Forschens sollte immer Innovation sein. Seit einem Jahr sind wir dabei, uns neu aufzustellen. Früher war die Konzernforschung eher lokal orientiert, wir hatten einen starken Fokus auf das Automobil, und das von Wolfsburg aus. Jetzt haben wir viele internationale Innovationsstandorte integriert und den Fokus auf regionale Mobilitätsbedarfe erweitert. Hinzu kommt das Venturing, also das Ziel, sich an Start-ups zu beteiligen. Außerdem haben wir unser Innovationsportfolio gebündelt. Statt wie früher viele einzelne Themen zu bearbeiten, konzentrieren wir uns nun auf strategische und zentrale Handlungsfelder. Der neue Name bringt das zum Ausdruck.

Wie sieht diese Neuausrichtung aus?
Die Volkswagen Group Innovation besteht aktuell aus den drei Zentren Europa, Asien und Kalifornien sowie kleineren Hubs mit lokalem Fokus. In den Zentren werden wir jeweils bestimmte Mobilitätslösungen als Leuchttürme vorantreiben. In Europa zum Beispiel werden wir schwerpunktmäßig das autonome Fahren auf Langstrecke erforschen. Es geht unter anderem um Antriebe wie die Batterie und die Brennstoffzelle. Wir nennen das Leuchtturmprojekt „Gen.Travel“.

Was passiert in Asien und den USA?
Die Kollegen in Asien fokussieren sich auf urbane Systemmobilität. Das Projekt nennen wir „Gen. Urban“. Es geht um 5G-Kommunikation und intelligente Verkehrsführung, aber auch um neue Innenraumkonzepte beim autonomen Fahren. Und in Kalifornien forschen wir zu allem, was mit Dekarbonisierung zu tun hat. Das Projekt heißt „Go.Green“. Also: Was kann Volkswagen tun, um seinen CO_2-Footprint zu verkleinern und nachhaltige Individualmobilität zu demokratisieren.

Was ist der Vorteil dieser Struktur?
Der Mehrwert spiegelt sich in vielen Ebenen, die Standorte sind im engen Austausch, es fließen viele Innovationskulturen und Perspektiven zusammen. Kollegen aus Peking oder Tokio zum Beispiel leben in Megacitys, in denen das Fahren in urbanen Räumen eine ganz andere Bedeutung hat als bei uns in Deutschland – es ist ein gewinnbringender und gemeinsamer Weg in die Zukunft der Mobilität.

In Wolfsburg haben Sie die sogenannten Center of Innovation gegründet. Was verbirgt sich dahinter?
Das sind Organisationseinheiten, also Teams, die sich intensiv mit sogenannten Deep-Tech-Themen beschäftigen: mit der Batterie, der Brennstoffzelle und dem autonomen Fahren. Das Besondere: Sobald die Innovationsziele erreicht sind, implementieren wir die Schlüsselkompetenzen als Multiplikatoren in den für dieses Thema definierten Bereich.

Die Beschäftigten verlassen die Group Innovation?
„Verlassen“ ist hier nicht das richtige Wort. Bestimmte Führungskräfte und Mitarbeiter wechseln als Wissensträger in die richtigen Positionen, um die Entwicklung der Themen nachhaltig vorantreiben zu können. Nehmen wir das Beispiel Batterie. Die Einheit wird in den nächsten zwei bis drei Jahren ins Center of Excellence wandern, das gerade in Salzgitter eröffnet worden ist. Wir setzen unseren Fokus dann auf die Initialisierung neuer Center of Innovation.

Was sagen die Mitarbeiter?
Wir haben die Neuausrichtung in neun Monaten umgesetzt. Dass das so schnell und gut gelungen ist, hat mit unseren Mitarbeitern zu tun, die diesen Weg hoch motiviert mitgegangen sind. Natürlich gab es Ängste und auch offene Kritik. Ein wichtiger Faktor in einer Neuausrichtung ist Transparenz: Wir haben alle früh in die Planung einbezogen, über die anstehende Transformation informiert und Plattformen zur Partizipation initiiert – alles in enger Absprache mit Betriebsrat und Personalwesen.

Die Welt von morgen gestalten

Der Forschungsbereich wurde 1969 gegründet. Aktuell arbeiten etwa 750 Mitarbeiter an mehreren Standorten – etwa in Wolfsburg, Potsdam, Tel Aviv, Kalifornien, Peking und Tokio. Vieles aus der Forschung fließt später in die Entwicklung und Produktion des Golf, des ID.3 und anderer Konzernmodelle. Bis Juli wurde der Bereich unter dem Namen Group Innovation strategisch neu ausgerichtet.

Monitorumfrage in der Belegschaft: Antworten sind ausgewertet

Antworten von 24.000 Mitarbeitern bei Volkswagen, Audi und Volkswagen Group of America – Positive Veränderungen

Mitarbeiter bei Volkswagen und Audi sind eng vertraut mit den Instrumenten des Unternehmens, die den Kulturwandel vorantreiben und Integrität fördern. Dies hat die Studie bestätigt, die der US-Monitor Larry D. Thompson Ende vergangenen Jahres beauftragt hatte. Insgesamt über 63.000 Beschäftigte von Volkswagen AG, Audi AG und Volkswagen Group of America waren eingeladen, teilzunehmen. Gefragt war ihre Meinung bezüglich Compliance, Kulturwandel, Führung und Integrität im Unternehmen.

Die Umfrageergebnisse zeigen sowohl Stärken als auch Verbesserungspotenzial im Volkswagen Konzern:

Rund 95 Prozent der Befragten kennen alle oder zumindest mehrere der Instrumente. Dazu zählen unter anderem die Verhaltensgrundsätze, das Integritätsprogramm T4I, die Konzerngrundsätze sowie die Whistleblower-Hotline des Hinweisgebersystems. Knapp 75 Prozent der Befragten sind die Verhaltensgrundsätze bekannt und bewerten sie als hilfreich bei Entscheidungen in der täglichen Arbeit.

Mehr als drei Viertel aller Befragten gaben auch an, dass sowohl ihr direkter Vorgesetzter als auch die Top-Manager mit ihnen über Fragen von Compliance und Integrität reden. 73 Prozent sagen, dass sie ihre direkten Vorgesetzten auch in der täglichen Arbeit als integer erleben. Die Studie thematisiert aber auch kritische Punkte, an denen das Unternehmen weiter arbeiten muss:

Die überwiegende Mehrheit der Befragten ist davon überzeugt, dass Tarifmitarbeiter und Manager für Fehlverhalten verantwortlich gemacht werden. Dabei gehen mehr

Befragte davon aus, dass Tarifmitarbeiter mit Sanktionen rechnen müssen. Deutlich weniger glauben, dass auch Top-Manager bei Fehlverhalten zur Verantwortung gezogen werden. Dazu sagt Hiltrud Werner, Konzernvorständin für Integrität und Recht: „Dies zeigt deutlich, dass wir unsere Anstrengungen auf allen Ebenen fortsetzen und eher noch erhöhen müssen, um den Kulturwandel in unserem Unternehmen voranzubringen. Wir werden die jetzt vorliegenden Ergebnisse der ECI-Studie intensiv auswerten, um daraus Lehren für den weiteren Rollout unseres T4I-Programms zu gewinnen.“

Die Umfrageergebnisse basieren auf den Aussagen Ende vergangenen Jahres. Seitdem hat das Unternehmen bereits viel getan, um Compliance, Kulturwandel und Integrität weiter voranzubringen. Dazu zählen unter anderem Initiativen wie das „Role Model Program“, bei dem Management und Mitarbeiter über rein fachliche Themen hinaus ins Gespräch kommen.

Alle Mitarbeiter werden in regelmäßigen Abständen verpflichtend zum konzernweit gültigen Code of Conduct geschult. Mitarbeiter können rund um die Uhr über die einheitliche Rufnummer 00800 444 46300 Hinweise auf schwere Regelverstöße abgeben. Für Manager besteht eine Meldepflicht. Rund 3.000 Hinweise sind im vergangenen Jahr eingegangen. Das in diesem Jahr initiierte Programm „Excellent Leadership“ stellt darüber hinaus die Managemententwicklung und -qualifizierung grundlegend neu auf und setzt auf mehr Vielfalt im Management.

k

360°: Hier steht das Geburtshaus der App

Software Development Center mitten in Wolfsburg: Team von zehn Mitarbeitern entwickelt Programm innerhalb eines Jahres

Die 360° App versorgt die Mitarbeiter der Volkswagen AG verlässlich mit allen Neuigkeiten aus dem Konzern. Was kaum jemand weiß: Die App ist ein echter Wolfsburger, programmiert im Software Development Center (SDC).

In einem unscheinbaren Gebäude in der Alessandro-Volta-Straße mitten in Wolfsburg liegt das Software Development Center. Gerade kehrt auch dort wieder etwas Ruhe ein, denn bis vor Kurzem war das SDC noch in zwei Büros über die Stadt verteilt.

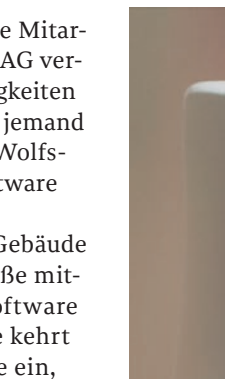
Hier wird tagtäglich agil und mit Kundenfokus die digitale Zukunft von Volkswagen, nämlich Software, entwickelt. Der Arbeitsalltag beginnt mit einem Office-Stand-up, in dem alle Kolleginnen und Kollegen sich kurz zu den aktuellen Dingen des Tages absprechen.

Danach geht es für die meisten Teams gleich weiter in den Team-Stand-up, wo sich die einzelnen Entwicklungsteams zu den aktuellen Produktthemen kurz austauschen.

Dann geht's auch schon los: Die Entwickler nehmen sich ihre Userstorys und beginnen im Pair-Programming-Modus an dem jeweiligen Kundenbedürfnis zu arbeiten.

Das Besondere beim Pair-Programming ist, dass sich zwei Entwickler einen Arbeitsplatz und auch einen Rechner teilen – einer schreibt den Code, der andere gibt dazu Feedback.

Hier wird also auch noch nebenbei schnell Wissen vermittelt und es hilft, Fehlern im Software-Code vorzubeugen. Auch über die Mittagspause hinweg bis hin zum Feierabend wird alles im Team erledigt.



Holger Urban

„Wir haben bereits 120 Kolleginnen und Kollegen aus den unterschiedlichsten Berufen in unserem Team, beispielsweise als Softwareentwickler, UX-Designer oder Product-Manager, die täglich einen tollen Job im Dienste des Kunden verrichten", sagt Holger Urban, einer der Leiter des SDC in Wolfsburg.

Das Entwicklungsportfolio reicht von Produkten wie „Elsa2Go" für den After-Sales-Bereich bis hin zu „My Volkswagen", dem neuen Kundenportal, wo alle relevanten Informationen rund um das Fahrzeug, digitale Dienste und Services zur Verfügung stehen.

Arbeit an der 360° App: Im Software Development Center (SDC) haben Volkswagen Mitarbeiter das Programm entwickelt.

Alle Arbeiten agil: Entwickler und Führungskräfte

Das SDC in Wolfsburg sowie das in Berlin zählen zum Typ 3, wo auf die Zusammenarbeit mit internen Mitarbeitern gesetzt wird. SDCs vom Typ 1 arbeiten vorrangig mit externen Partnern. Eine Mischform daraus ist der Typ 2, in dem überwiegend mit internen Mitarbeitern zusammengearbeitet wird, wo aber auch eine Kooperation mit externen Partnern möglich ist. Inzwischen ist das SDC nicht nur national in Wolfsburg, Berlin, Dresden, sondern auch international in Pune und Lissabon vertreten.

Heinz-Joachim Thust

Der Betriebsrat ist seit Jahren eine treibende Kraft hinter den Investitionen in die SDCs. „In der laufenden Transformation unserer Branche ist mehr eigene Kompetenz für Softwareentwicklung ein zentraler Erfolgsfaktor", sagt der zuständige Betriebsratskoordinator Heinz-Joachim Thust. „Wir fördern die SDCs daher von der ersten Stunde an. Neben ihrer innovativen Arbeit selber ist es für uns entscheidend, diese Hubs als Zentren einer starken Gemeinschaft in unsere weltweit wachsende IT-Familie einzubinden. Dabei geht es nicht zuletzt um nachhaltige neue Arbeitsplätze und um zukunftsweisende Wege der Zusammenarbeit im Büro."

Im SDC Wolfsburg ist auch das wohl derzeit bekannteste Produkt, die 360° Volkswagen App, entstanden. Sie ist die erste von Volkswagen selbst entwickelte Mitarbeiter-App für die Volkswagen AG. Ein Team von zehn Kolleginnen und Kollegen, bestehend aus Softwareentwicklern, UX-Designern, Product-Managern sowie Product-Ownern, erarbeitete in nur einem Jahr die erste App-Version.

„Ich bin stolz darauf, an einem intern entwickelten Produkt von Mitarbeitern für Mitarbeiter zu arbeiten. Mithilfe des Feedbacks der Kollegen versuchen wir die App stetig weiter zu verbessern, um besser im Berufsalltag unterstützen zu können.

Es freut mich sehr, als Teil des SDC den digitalen Wandel bei Volkswagen mitgestalten zu können", sagt Dennis Franke, Softwareentwickler.

In der sechsmonatigen Pilotierungsphase wurde in vielen Nutzer-Workshops, durch Befragungen und Usability-Tests herausgefunden, was die Kolleginnen und Kollegen sich von einer modernen Mitarbeiter-App wünschen. Seit Mai ist sie kostenlos verfügbar für dienstliche iPhones sowie für private Android- oder Apple-Smartphones. Inzwischen hat die App mehr als 22.000 interne Nutzer, die sich zu aktuellen News und über interessante Services wie die Speisepläne der Betriebsrestaurants informieren. Eine neue App-Version steht ebenfalls schon in den Startlöchern und folgt in Kürze – beispielsweise mit dem vereinfachten Zugriff auf die HR Self Services (An- und Abwesenheit, Gehaltsnachweis etc.), den internen Kleinanzeigen (Suche & Biete) und weiteren Funktionen. Auch können die Kolleginnen und Kollegen zukünftig einen Ersatz-Werksausweis über die App beantragen – und das bequem von der Couch aus.

Dennis Belling

„Ich bin sehr stolz auf unser App-Team, denn inzwischen sind wir eine echte Talentschmiede für App-Experten geworden. Das zeigt sich gerade bei Herausforderungen, denn dort finden wir schnell den richtigen Lösungsweg", sagt Dennis Belling, Product-Owner der App.

360° Volkswagen App

Hier kann man die App runterladen

Die 360°-Mitarbeiterapp versorgt die Beschäftigten mit allen wichtigen Nachrichten aus der Konzernwelt. Sie ist sowohl auf dienstlichen als auch auf privaten Smartphones nutzbar. Zum runterladen QR-Code scannen.

JETZT BEI Google Play

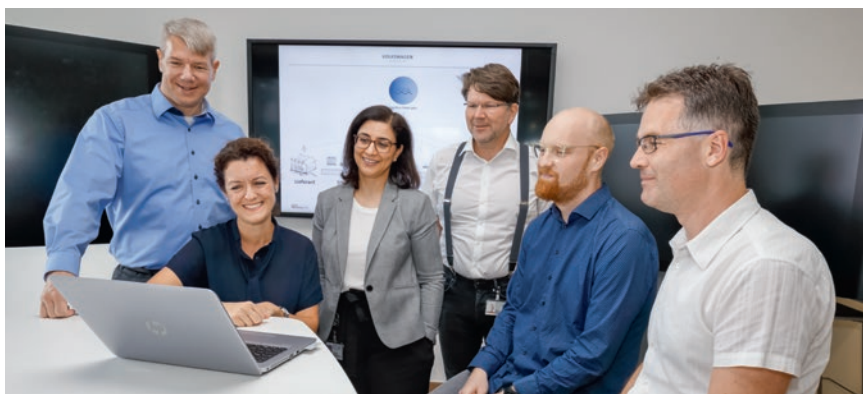
Laden im App Store

VOLKSWAGEN AppStore

See statt Silo: Die Datenverarbeitung der Zukunft

Im Logistics-Data-Lake sammelt die Konzernlogistik ihr Wissen für den gesamten Konzern

Nein, selbsterklärend ist das nicht. Deswegen beschreibt Carolina Moreno González, Leiterin Logistics, Analytics, Reporting & Controlling der Konzernlogistik, die Zukunft der Datenverarbeitung mit einem Bild: „Früher haben wir Informationen in Silos ohne Verbindung zueinander aufbewahrt. Heute fließen Kennzahlen und Fachwissen in einem großen See zusammen, auf den jeder zugreifen kann." In diesem sogenannten Logistics-Data-Lake stellen IT-Systeme aus der Logistik automatisiert Daten aus Texten oder Kalkulationstabellen bereit. Zusammen mit den IT-Kollegen des Application-Managements konnte die Konzern Logistik innerhalb weniger Monate eine neue Datenplattform in der Cloud aufbauen. Moreno González betont: „Als Teil der Volkswagen Industrial Cloud (Digital Production Platform – DPP) bei Amazon steht unsere Plattform allen Fachbereichen offen."



Roland Harms, Carolina Moreno González, Hadhami Dhraief, Thorsten Sommer, Daniel Markow und Tobias Faust (von links).

Denn je höher der Datenbestand im See, desto stärker der Mehrwert fürs Unternehmen. Zumindest theoretisch: Im Date-Lake liegen erst einmal bloß Rohdaten. Stand heute: ca. zehn Terabyte an komprimierten Daten, umgerechnet mehr als 10 Milliarden DIN-A4-Seiten. Moreno González erläutert: „Damit wir solche Datenmengen gewinnbringend nutzen können, benötigen wir Data-Scientists, also Experten für die Vernetzung und Auswertung großer, vielschichtiger Informationen. In der Konzernlogistik haben wir ein entsprechendes Rollenprofil entwickelt und bauen passende Jobs auf."

Die Data-Scientists machen schließlich gemeinsam mit Softwareentwicklern die Daten aus dem See praktisch nutzbar: Die Informationen fließen als Wissensbasis beispielsweise in Frühwarnsysteme, Maschinensensoren und Smartphone-Apps. Unterstützt von künstlicher Intelligenz helfen sie dabei, Verkehrsflüsse zu optimieren, automatisch Termine mit Speditionen zu vereinbaren und Teilebestände zu überwachen. Damit ersetzen sie Excel-Tabellen und manuellen Aufwand. Die Leiterin Logistics Analysis, Reporting & Controlling erklärt: „Der Date-Lake ist die Grundlage für mehr Effizienz, Qualität und Kundenzufriedenheit. Erfolg ist nämlich eine Frage des Wissensvorsprungs."

Der Blick in die Marken

DHL setzt auf E-Transporter von MAN

Modell eTGE in Paris im Einsatz

Er ist Vorbote der neuen City-Mobilität in Paris: der MAN eTGE. In diesem Jahr ist er bei drei großen französischen Unternehmen in den täglichen Betrieb gegangen. Für den internationalen Expressdienstleister DHL Express befördert er auf der ersten und letzten Meile Pakete im neunten Bezirk der französischen Hauptstadt. An den Bahnhöfen Gare de Lyon sowie Gare de l'Est wird er bei SNCF Réseau Gleis-Wartungstechniker und Material auf kurzen Distanzen zwischen Werkstatt und Baustellen transportieren. SNCF Réseau ist der Betreiber des Eisenbahnnetzes in Frankreich. Der weltweit tätige Logistikdienstleister GEODIS nutzt den lokal emissionsfreien 3,5-Tonner-Kastenwagen von MAN ebenfalls für seinen Lieferverkehr in Paris.

Neu: Lkw ohne Fahrerhaus

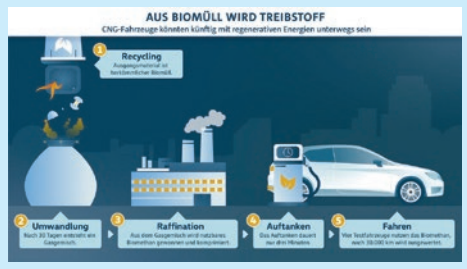
Scania präsentiert Konzept-Lkw

Mit einem Konzept-Lkw ohne Fahrerhaus hat eine Gruppe von Scania Experten aus verschiedenen Bereichen einen weiteren Meilenstein in der Entwicklung schwerer selbstfahrender Nutzfahrzeuge erreicht. Da verschiedene Branchen bestrebt sind, Transportaufgaben zu rationalisieren und nachhaltiger zu gestalten, kommt es immer häufiger zu Überlegungen, selbstfahrende Nutzfahrzeuge einzusetzen. Gut kontrollierte Standorte, wie beispielsweise Bergwerke und Großbaustellen in geschlossener Bauweise, bieten gute Voraussetzungen für den Einsatz in einem Pilotprojekt. „Mit dem Konzept-Lkw Scania AXL unternehmen wir einen wichtigen Schritt in Richtung intelligenter Transportsysteme der Zukunft. Selbstfahrende Fahrzeuge werden dabei immer selbstverständlicher", so Henrik Henriksson, Vorsitzender und CEO von Scania. „Wir entwickeln und testen weiterhin neue Konzepte, um zu zeigen, was wir mit der heute verfügbaren Technologie erreichen können." Die Software ist für autonome Fahrzeuge in vielerlei Hinsicht wichtiger als die Hardware. Lenkung und Überwachung des Scania AXL erfolgen über eine intelligente Steuerungsumgebung. In Bergwerken beispielsweise wird der autonome Betrieb durch ein Logistiksystem unterstützt, das dem Fahrzeug vorgibt, wie es sich verhalten soll. Der Verbrennungsmotor, der das Konzeptfahrzeug antreibt, ist ein Beispiel für das Zusammenspiel von traditioneller und neuer Technologie. Er wird zweckmäßigerweise mit Biokraftstoff aus erneuerbaren Quellen betrieben.

Henrik Henriksson

Seat: Treibstoff aus Biomüll in Fahrzeugen

Marke beteiligt sich an EU-Projekt



Seat wird sich bis 2023 an dem kürzlich von der Europäischen Kommission genehmigten Projekt „Life Landfill Biofuel" beteiligen. Ziel des Projekts ist, erneuerbares Gas aus kommunalen Deponien zu gewinnen. Das Projekt wird in den kommenden vier Jahren gemeinsam mit anderen Partnern entwickelt und verfügt über ein Gesamtbudget von 4,3 Millionen Euro. Davon wird die Europäische Kommission 55 Prozent übernehmen. Die Europäische Union wird die Menge der Siedlungsabfälle, die bis 2035 deponiert werden können, auf 10 Prozent begrenzen. Die Umwandlung von Abfällen in Fahrzeug-Biokraftstoff ist daher eine Lösung für diese ökologische Herausforderung.In Europa gibt es fast eine halbe Million Deponien, sodass die Erforschung zur Umwandlung in eine Energiequelle eine große unternehmerische Chance darstellt.

110 Jahre Bugatti

Jubiläum: Sternfahrt und Fest „Grand Fête"

Bugatti feiert in diesem Jahr sein 110-jähriges Bestehen. Kunden, Journalisten, Mitarbeiter und interessierte Besucher waren deshalb zum Jubiläumsfest „Grand Fête" nach Molsheim eingeladen. Am elsässischen Unternehmenssitz standen die Fahrzeuge der Marke im Mittelpunkt. Präsentiert wurden Klassiker und aktuelle Modelle. Das Fest war Abschluss einer Sternfahrt entlang von Lebensstationen des Gründers Ettore Bugatti wie Mailand, Monaco und Paris nach Molsheim.

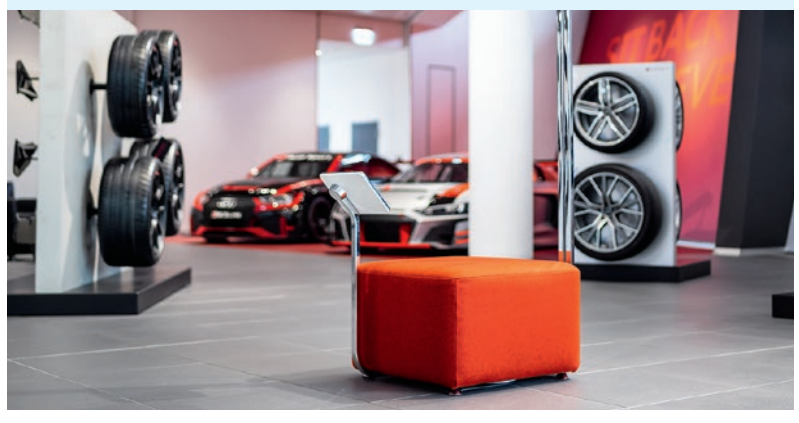
Neue Erlebniswelt im Audi Forum Neckarsulm

Interaktive Stationen warten auf Besucher

Faszination „rote Raute" hautnah erleben: Im Audi Forum Neckarsulm ist anlässlich des 25-jährigen Jubiläums der RS-Modelle eine neue Erlebniswelt entstanden.

Die Ausstellungsfläche vor dem Audi exclusive Studio im ersten Obergeschoss wurde komplett umgestaltet. Neben Highlight-Fahrzeugen mit individueller Ausstattung und Lackierung sorgen nun auch zwei Rennwagen von Audi Sport customer racing und zwei interaktive Stationen für ein besonderes Erlebnis. Der neue Bereich kann ab sofort besucht werden. Die Umgestaltung der Fläche im ersten Obergeschoss zur Erlebniswelt von Audi exclusive ist umfangreich: Die Wände sind mit deckenhohen Bildern und markeneigenen Slogans versehen. An der Glasfront zur Piazza prangt eine rot-schimmernde Beklebung.

Die neue Erlebniswelt lässt Besucher an zwei interaktiven Stationen selbst aktiv werden: Sogenannte „Soundduschen" machen Motorgeräusche von aktuellen Modellen und Rennwagen akustisch und physisch erlebbar, indem die Sitze zum Sound vibrieren.



Karoq[1]: Viertelmillion in zwei Jahren

Kompakt-SUV überzeugt bei Kunden

Im Škoda Werk Mladá Boleslav ist jetzt der 250.000. Škoda Karoq vom Band gerollt. Das Jubiläumsmodell ist ein Karoq 1,0 TSI 85 kW (115 PS) in der Farbe Schwarz Magic Metallic. Das Kompakt-SUV feierte seine Weltpremiere Mitte Mai 2017 in Stockholm, die Serienfertigung begann im Juli 2017. Damit hat der Karoq die Marke von einer Viertelmillion Exemplaren kaum mehr als zwei Jahre nach Produktionsbeginn erreicht. Ins Modelljahr 2020 geht der Karoq mit einem noch einmal verbesserten Sicherheits- und Komfortangebot. Ein weiterer Ausbau des Angebots im SUV-Segment ist ein Eckpfeiler der Škoda Strategie 2025.

Das neue Modell ist mit zwei Batteriegrößen erhältlich.

E-Sportler: Porsche bringt den Taycan[2] 4S

Bis zu 571 PS

Porsche stellt mit dem Taycan 4S bereits die dritte Version der Sportlimousine vor. Das neue Modell ist mit zwei Batteriegrößen erhältlich und leistet bis zu 420 kW (571 PS). Porsche bietet im Taycan erstmals eine komplett lederfreie Ausstattungsvariante an. Innenraum-Umfänge aus innovativem Recyclingmaterial unterstreichen die Nachhaltigkeit des Elektro-Sportwagens.

k

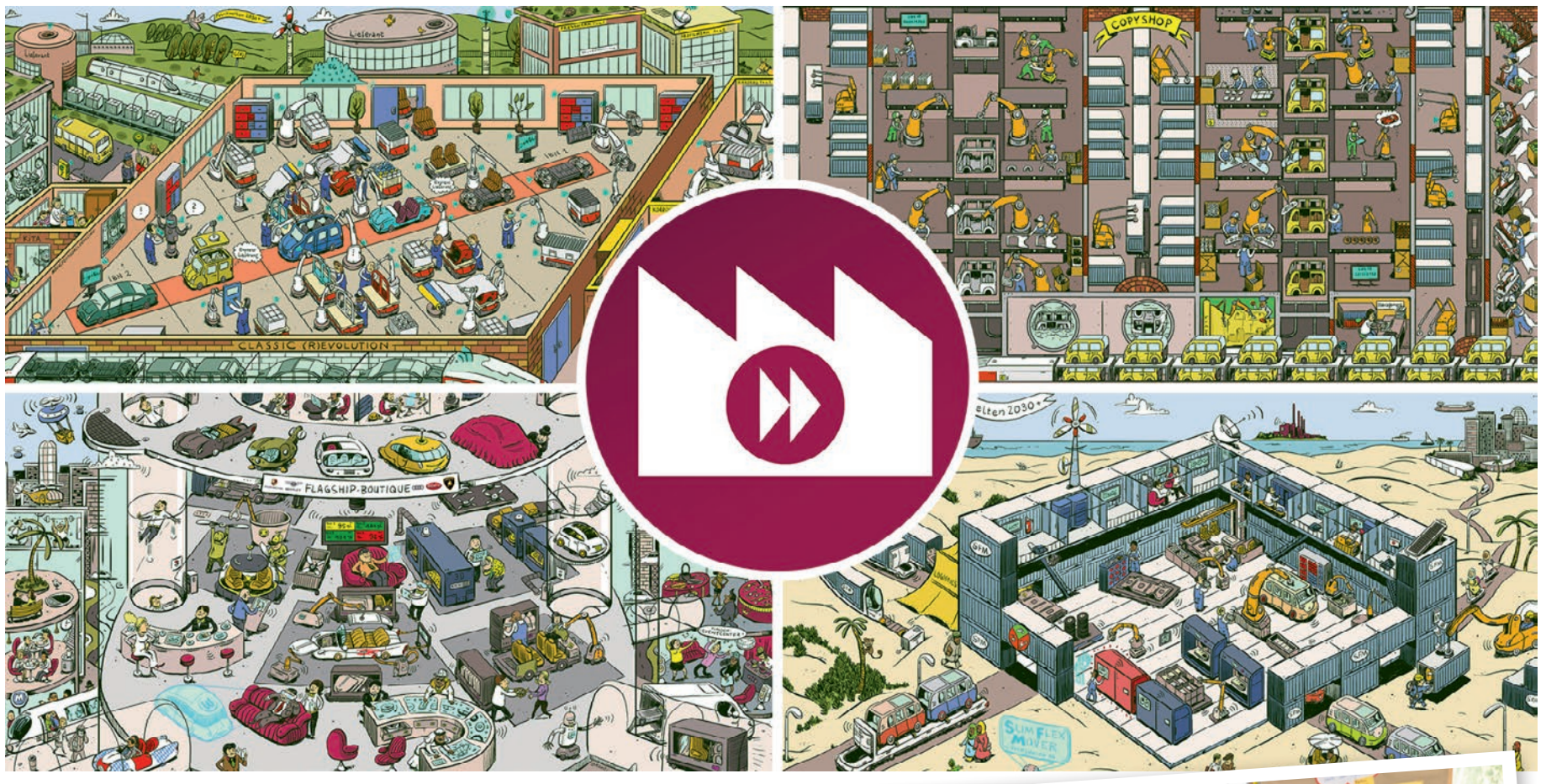
[1] KAROQ 1,0 TSI 85 kW (115 PS) innerorts 6,7 l/100km, außerorts 4,7 l/100km, kombiniert 5,4 l/100km, CO2-Emissionen kombiniert 124 g/km, CO2-Effizienzklasse B.

[2] Taycan 4S (420 kW/571 PS) Stromverbrauch in kWh/100 km (NEFZ): 24,6 - 25,6 (kombiniert), CO2-Emission in g/km: 0 (kombiniert), Effizienzklasse: A+.

Produktion: So sieht die Fabrik der Zukunft aus

Internationales Projektteam arbeitet 13 Szenarien für Kleinserien- und Großserienfertigung aus

Die Mobilität der Zukunft verändert sich: Neue Lebenswelten, Kundenanforderungen und Produkte erfordern auch neue Produktionskonzepte. Mit der Initiative „Fabrikwelten 2030+“ der Produktionsstrategie hat der Volkswagen Konzern die Fertigung und Logistik der Zukunft ganzheitlich betrachtet. Ein markenübergreifendes Projektteam entwickelte eine Zukunftslandkarte mit 13 Fabrikszenarien, von denen vier detailliert wurden: „Classic (R)evolution“ ist eine Weiterentwicklung der heutigen Großserienfabrik mit Production-as-a-Service-Ansätzen, „Copy Shop“ fokussiert das Marktsegment „shared mobility“ und „Slim Flex Mover“ ist ein ortsflexibles Konzept, das in neuen Märkten oder zur Erweiterung der Fabrikkapazität eingesetzt werden kann. Dazu kommt die „Flag-Ship Boutique“ als Szenario für individuelle Mobilitätsprodukte der Markengruppen Premium und Sport & Luxury.



Fabrikwelten 2030+: Auch die strategische Werkebelegung spielt in den ausgearbeiteten Szenarien eine wichtige Rolle.

Markenübergreifendes Team gebildet

„Um die zukünftigen Fabrikszenarien zu entwerfen, haben wir ein markenübergreifendes und agiles Projekthaus in Wolfsburg eingerichtet. So konnten wir das Expertenwissen aus allen Marken bündeln“, sagt Markus Haupt, Leiter Produktionsplanung im Volkswagen Konzern. „Das Projektteam hat eine Systematik entwickelt, um zu beschreiben, wie die Fabriken in Zukunft aussehen können. Dazu wurden Schlüsselfaktoren zur Gestaltung einer Fabrik identifiziert, Zukunftsvisionen je Faktor entwickelt und Konsistenzen beschrieben. Insgesamt wurden so systematisch 13 Zukunftsszenarien entwickelt und vier detailliert. Die Ergebnisse sind hervorragend.“

„Die vier ausgearbeiteten Konzepte bilden ein breites Spektrum ab“, ergänzt Uwe Schwartz, Leiter Planung und Produktionstechnik der Marke Volkswagen. „Es werden sowohl Kleinserien- als auch Großserienfabriken beschrieben. Darüber hinaus unterscheiden sich die Konzepte in Aspekten wie Fertigungstiefe, Grad der Automatisierung, Produktart und Variantenspektrum. Mittelfristiges Ziel ist es, die erstellte Methode zur Weiterentwicklung unserer Fabriken fest in unserer weltweiten Produktion zu verankern. Dazu laufen bereits Transferprojekte mit den Marken Volkswagen, Audi und Seat.“

„Gemeinsam mit unseren Marken und unseren weltweiten Experten entwickeln wir die Zukunft für unsere Produktion und Logistik“, sagt Gerd Walker, Leiter der Konzern Produktion. „Mit dem Projekt ‚Futures of Production‘ haben wir das Umfeld unserer Produktion in der Zukunft beschrieben. Die ‚Fabrikwelten 2030+‘ zeigen mögliche Fabrikkonzepte und die strategische Werkebelegung stellt unser Produktionsnetzwerk in den Fokus. Die Verknüpfung dieser strategischen Projekte ermöglicht es uns, gemeinsam mit den Marken die strategische Ausrichtung der Produktion weiter voranzutreiben und somit die Standorte auf dem Weg in die Zukunft zielgerichtet zu unterstützen.“

Arbeiten an der Fabrik der Zukunft: Das Projektteam hat verschiedene Herausforderungen definiert.

Sie verantworten das Thema Musterfeststellungsklage in der Rechtsabteilung: Katharina Meier (von links) und Janett Fahrenholz.

Musterfeststellungsklage: So lief der erste Verhandlungstag

Volkswagen Rechtsanwältin Katharina Meier: Darum will das Unternehmen ein zügiges Verfahren

Am 30. September begann die mündliche Verhandlung der Musterfeststellungsklage gegen Volkswagen vor dem Landgericht Braunschweig. Rund 470.000 Menschen hatten sich durch Eintragung ins Klageregister dem Verfahren angeschlossen. In die Stadthalle Braunschweig, die eigens für die Verhandlung angemietet worden war, kamen dann aber weit weniger Zuschauer als erwartet. Im Gerichtsverfahren soll grundsätzlich geklärt werden, ob Fahrzeughaltern ein Schaden entstanden ist und ob Volkswagen den betroffenen Kunden daher Schadensersatz zahlen muss.

Katharina Meier, Unternehmensrechtsanwältin bei Volkswagen, zum aktuellen Stand der Musterfeststellungsklage.

Fr. Meier, der erste Verhandlungstag ist vorüber. War es ein guter oder ein schlechter Tag für Volkswagen?

Der Vorsitzende Richter Michael Neef hat bei der Verhandlung deutlich gemacht, dass ein Schaden für die Kunden „nicht offensichtlich“ sei. Tatsächlich gibt es mehrere Gutachten, in denen die Preisentwicklung von verschiedenen Dieselfahrzeugen untersucht wurde und die bestätigen, dass es keinen auf die Software zurückzuführenden Wertverlust gibt.. Das Gericht jedenfalls hat angekündigt, bei der Frage eines möglichen Schadens genau hinzuschauen. Worin der Schaden zu sehen ist, müssen die Kläger darlegen.

Der Richter hat auch deutlich gemacht, dass er keinen Grund sieht, warum auf die Anrechnung einer Nutzungsentschädigung für den Gebrauch der Fahrzeuge verzichtet werden müsse, sollte es für Kunden einen Anspruch auf einen möglichen Schadensersatz geben.

Volkswagen sieht sich dem Vorwurf ausgesetzt, das Verfahren in die Länge ziehen zu wollen – ist das so?

Es ist im Interesse von Volkswagen, das Verfahren möglichst zügig zu führen. Wir möchten Klarheit für die Kunden und für uns. Denn ein langes Verfahren bedeutet immer wieder negative Schlagzeilen und weitere hohe Kosten für die Prozessführung – insbesondere im Falle von etwaigen Folgeverfahren.

Wie geht es nun weiter in Sachen Musterfeststellungsklage?

Am 18. November wird die 2. mündliche Verhandlung stattfinden. Es wird dann deutlich konkreter werden. Es ist sogar schon ein erstes Teilurteil möglich. Dies betrifft jedoch lediglich die Zulässigkeit einzelner Anträge.

Bevor ein abschließendes Urteil Klarheit für Unternehmen und Kunden schafft, wird es aus unserer Sicht allerdings noch drei bis vier Jahre dauern.

Janett Fahrenholz und Katharina Meier aus der Volkswagen Rechtsabteilung beantworten am 19.11. in einem Live-Talk bei Group Connect Mitarbeiter-Fragen zur Musterfeststellungsklage. Weitere Informationen dazu gibt es im Vorfeld rechtzeitig im Volkswagen Net.

VOLKSWAGEN
FINANCIAL SERVICES
THE KEY TO MOBILITY

DIREKTBANK

Der Ratenkredit.

5.000,– €
für 68,16 € mtl.[1]

Online-Sofortzusage unter vwfs.de/ratenkredit-konzern

Auf einen Blick:

- Effektiver Jahreszins von 2,99 % bis 6,99 %[2]
- Sollzinssatz (gebunden) von 2,95 % bis 6,78 % p. a.
- Nettodarlehensbetrag (Kreditbetrag) zwischen 1.000,– Euro und 50.000,– Euro
- Laufzeit frei wählbar zwischen 12 und 120 Monaten

[1] **Repräsentatives Berechnungsbeispiel:** Nettodarlehensbetrag 5.000,– Euro, Sollzinssatz (gebunden) 3,92 % p. a., effektiver Jahreszins 3,99 %, Vertragslaufzeit 84 Monate, Gesamtbetrag 5.725,44 Euro, 84 monatliche Raten à 68,16 Euro, Bonität vorausgesetzt. Stand: Oktober 2019

Filialen

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

Telefon

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

Online

www.vwfs.de/ratenkredit-konzern

Dies ist ein Angebot der Volkswagen Bank GmbH.

[2] Zinssatz ist bonitäts- und laufzeitabhängig.

k

Ziel: CO_2-neutral produzieren

In der Komponentenstrategie ONE MISSION 2025 ist Umweltmanagement mit konkreten Projekten und Maßnahmen verankert

Der Volkswagen Konzern arbeitet konsequent an Produktion und Prozessen. Das neue Konzernumweltleitbild goTOzero legt den Fokus auf die Handlungsfelder **Klimawandel, Ressourcen, Luftqualität und Umwelt-Compliance.** Das Ziel: Die Volkswagen AG soll bis 2050 bilanziell CO_2-neutral sein. Mit der Strategie „Zero Impact Factory" soll dieses Ziel in der Produktion bereits bis 2030 erreicht werden.

Viele Stellschrauben – ein Ziel

Von der Zuliefererkette über die Produktion an den Standorten bis zum Batterierecycling: Um negative Umwelteinflüsse über den gesamten Produktzyklus zu minimieren, braucht es nachhaltige Maßnahmen und innovative Ideen. In der Komponente gibt es dafür die Konzern-Komponenten-Initiative (KKI) „Vision Zero Impact Factory", die in der Komponentenstrategie ONE MISSION 2025 im Handlungsfeld „Nachhaltige Prozesskette" verankert ist. Das große Ziel: die über 60 Werke von Volkswagen Group Components CO_2-neutral aufzustellen. Das Ressourcen- & Kompetenzmanagement Team in Wolfsburg unterstützt die Standort-Kollegen bei vielen Projekten und Maßnahmen.

Die Komponente leistet mit konkreten Maßnahmen, unterteilt in die vier Themenschwerpunkte **Dekarbonisierung, Environment Compliance Monitor System (ECMS), Stoffkreisläufe und Planung,** einen positiven Beitrag zu den vier Handlungsfeldern aus goTOzero und setzt Zielvorgaben um.

Was heißt das in der Praxis? Ein paar Beispiele:

- Ein Ziel der Komponente ist es, bis 2025 50 Prozent CO_2 in der Produktion zu reduzieren. Dafür gibt es Schwerpunktprojekte: Dazu gehören Maßnahmen in der Produktion, um den Verbrauch von Energie und Wasser sowie CO_2-Emissionen zu reduzieren, wie Beleuchtungsumstellung auf LED, Waschtechnik oder Wärmerückgewinnung. Die Umsetzung der Projekte ist in einer Roadmap bis 2025 für die Standorte festgelegt und über die Planungsrunde finanziert.
- Nutzung des Carbon Fund für Schwerpunktprojekte: Durch den Carbon Fund werden den Volkswagen AG Standorten im Fahrzeugbau und der Komponente jährlich in Summe 50 Mio. Euro zur Umsetzung von Energieeffizienz-Maßnahmen zur Verfügung gestellt. Davon profitiert auch die Komponente.
- Dekarbonisierungspfade für alle deutschen, polnischen und internationalen Komponentenwerke inkl. SITECH (ohne China und Komponentenstandorte anderer Marken) bis 2030 erstellt und bewertet. Die Dekarbonisierungspfade bilden ein mögliches Szenario ab, wie diese Werke ihre CO_2-Emissionen bis 2030 auf ein höchstmögliches Minimum reduzieren können.

Weitere Informationen

Eine innovative Maßnahme zum Alu-Recycling stellen wir Ihnen auf unserem Group-Components-App-Kanal vor.

Weitere Umweltmaßnahmen unserer Komponentenstandorte lesen Sie auf den Standortseiten 27, 30 und 32.

72 %

Die Umweltkennzahl der Komponente: C-UEP

Wie viel Prozent vom Umweltjahresziel (Reduzierung von Energie, CO_2-Emissionen, Wasser, Abfall und VOC) konnte durch die vielen Projekte und Maßnahmen in der Komponente bereits erreicht werden? Die C-UEP (Components – Umwelt Entlastung Produktion) gibt quartalsweise die Verbesserung prozentual an. Nach dem zweiten Quartal 2019 liegt diese Kennzahl schon bei 72 Prozent.

Spielregeln, E-Antrieb und Kompetenzwandel: Weitere News der Group Components im Überblick

Von Verantwortung bis Vielfalt: Sieben Komponenten-Spielregeln als Basis unserer Zusammenarbeit. Mitarbeiter-Impulse werden aktuell eingearbeitet.

E-Antrieb im Sporttaschenformat: Der elektrische Antrieb für den neuen ID.3[1] aus der Komponente ist so kompakt, dass er in eine Sporttasche passt.

Gemeinsam die Transformation meistern: Die Komponente treibt mit verschiedenen Projekten und Ansätzen das Kompetenzmanagement in der Transformation voran.

Weitere Informationen

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

Das sind die neuen Transform Minds der Komponente!

34 Kollegen werden zu Multiplikatoren der Transformation bei Group Components

Wandel gestalten, kommunizieren und Zukunftsprojekte entwickeln: Dafür steht das Transform-Minds-Programm der Komponente, für das sich Mitarbeiter bis Ende August bewerben konnten. Ob kreatives Video oder ein Steckbrief im Magazin-Format: Für die zweite Runde des Transform-Minds-Programms der Komponente hatten die Kollegen viele Bewerbungsideen. Alle Bewerbungen wurden gesichtet – jetzt stehen die 34 neuen Transform Minds fest! Neben vielen Kollegen aus den deutschen Komponentenstandorten kommen in diesem Jahr einige Transform Minds auch aus Komponentenstandorten von Porsche (Zuffenhausen), Škoda (Mladá Boleslav) oder Audi (Győr) sowie aus Polkowice.

Das erste große Kennenlernen der neuen Transform Minds fand vergangene Woche am 17. und 18. Oktober in Wiesbaden statt: Nach einer gemeinsamen Vorstellungsrunde gab es bereits einen ersten Blick auf die Strategiethemen, die die Transform Minds künftig begleiten sollen. Außerdem standen auf der Agenda spannende externe Impulse zu den Themen Transformation und Effizienz sowie Einblicke in die innovations- und technologierelevanten Themen der Komponente durch Ariane Kilian. Ab jetzt werden die neuen Transform Minds aktiv an strategischen Initiativen der Komponente teilnehmen und dadurch auch als Multiplikatoren der Transformation für ihre Kollegen in den Standorten auftreten. Neben einer Learning-Journey mit vielen spannenden Stationen werden die neuen Transform Minds auch Strategieveranstaltungen und Dialogformate mit Thomas Schmall und den zwölf Transform Minds aus Runde eins begleiten.

Weitere Informationen

Wer die neuen Transform Minds sind und in welchen KKIs sie mitarbeiten, lesen Sie im Group-Components-Kanal der 360° App.

Erfolgreicher Auftakt in Wiesbaden: Ab sofort sind die Transform Minds Challenger und Multiplikatoren der Komponentenstrategie ONE MISSION 2025.

[1] Seriennahe Studie

Neue Comic-Serie: Integrität und Compliance im Arbeitsalltag

Im Rahmen von „T4I“: Fachbereiche Integrität, Compliance, Risikomanagement, Personal und Unternehmenskultur entwickeln neues Format

Im Rahmen des Integritäts- und Compliance-Programms Together4Integrity (kurz „T4I“) haben die Kommunikatoren aller am Programm beteiligten Fachbereiche – Integrität, Compliance, Risikomanagement, Personal und Unternehmenskultur – ein neues Format entwickelt. „Unsere ‚Weitergedacht‘-Fälle zeigen in Comic-Art typische Situationen aus dem beruflichen Umfeld in Büros und Produktion, in Teams sowie in der Zusammenarbeit mit Partnern“, erläutert Christian Cauers von der T4I-Kommunikation die Grundidee. Die kurzen Geschichten sollen bewusst machen, welche Berührungspunkte Beschäftigte tagtäglich mit Integrität, Compliance, Risikomanagement und der Unternehmenskultur haben. Sie haben die Titel „Lange Kundenbeziehung – privates Geschenk?!“ (Nr. 1) und „Sprich an, was nicht in Ordnung ist“ (Nr. 2).

„Geplant sind insgesamt 13 Fälle, die in den nächsten Wochen veröffentlicht werden sollen“, sagt Anna-Kathrin Süßner von der T4I-Kommunikation, die die Entstehung der Comics koordiniert. Die T4I-Geschichten zeigen allgemein verständlich die „Integritäts-Verhaltensanker“ auf und dienen als beispielhafte Leitlinie für Situationen, die ein integres Verhalten und persönliches Entscheidungsbewusstsein erfordern.

Die Comics stehen als PDF-Datei auf Deutsch und Englisch bei Group Connect zur Verfügung – sie können somit auch international von allen Gesellschaften des Volkswagen Konzerns und zu unterschiedlichen Anlässen, Teambesprechungen oder Workshops eingesetzt werden.

Kommunikation über Comics: Christian Cauers erläutert die Maßnahme.

Together4Integrity

Ziel des strategischen, konzernweiten Programms „Together4Integrity“ ist es, Integrität und Compliance im Arbeitsalltag der Beschäftigten sowie auch auf höchster Ebene, in Strategie und Entscheidungen des Unternehmens zu verankern. Die Comics finden sich auf der Group-Connect-Seite von Together4Integrity zum Download.

Lernen per Flatrate: So können sich Beschäftigte online weiterbilden

Neues Angebot der Volkswagen Group Academy: Videotrainings zum Thema IT und E-Books zu Business-Themen

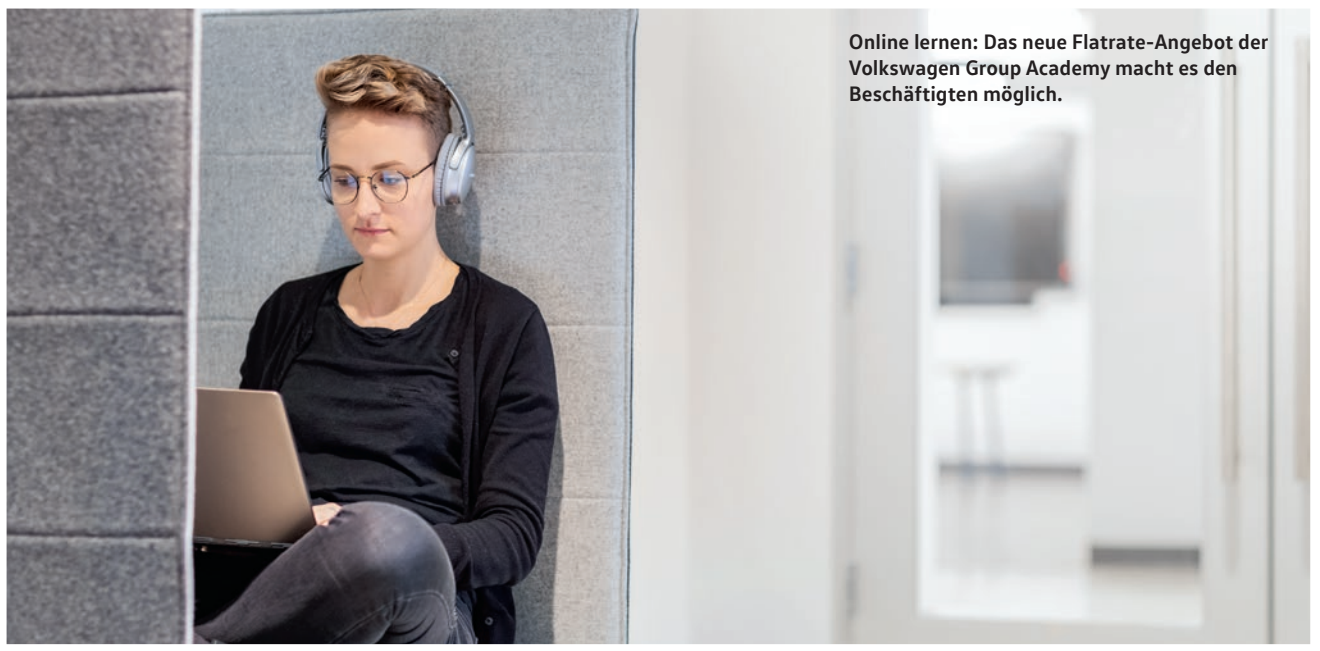
Videotrainings zum Thema IT absolvieren oder E-Books zu Business-Themen lesen: Das ist jetzt nach dem Flatrate-Prinzip möglich. Die Volkswagen Group Academy arbeitet dazu mit internationalen Online-Trainingsportalen zusammen.

„Mit den Videokursen von Pluralsight oder den Büchern von Bookboon können Mitarbeiter zeit- und ortsunabhängig sowie im eigenen Tempo lernen“, erklärt Ralph Linde, der die Volkswagen Group Academy leitet. „Echte Kompetenzentwicklung geschieht im Austausch mit Kolleginnen und Kollegen. Onlinekurse bieten dabei einen Einstieg und ein Werkzeug zum Wissenserwerb. Deshalb begrüßen wir diese Angebote der externen Bildungsplattformen als Erweiterung der guten Arbeit der Group Academy“ , sagt Gerardo Scarpino, Mitglied des Betriebsrates und Vorsitzender des Bildungsausschusses.

Pluralsight bietet über 6.000 Videokurse zum Thema IT für Einsteiger und Experten. Die Inhalte reichen von Powerpoint über Programmiersprachen bis zu Cyber Security. Die englischen Kurse haben Untertitel in der Sprache des Lerners. Gut zu wissen: Kurs-Abschlüsse können über das Personalwesen in die Bildungshistorie eingetragen werden.

Der weltgrößte Online-Buchverlag Bookboon hat rund 1.500 E-Books und Hörbücher in mehreren Sprachen im Programm. Zu den Themen zählen unter anderem Marketing und Verkauf, Kommunikation und Präsentieren sowie Buchhaltung und Finanzen.

Mitarbeiter der Volkswagen AG können nach Abstimmung mit ihrem Vorgesetzten kostenpflichtige Lizenzen für Pluralsight oder Bookboon in Group Learn erwerben. Damit stehen ihnen alle Kurse bzw. Bücher bis zum Ablauf des Lizenzzeitraums im August bzw. September 2020 zur Verfügung. Der Weg zu den Lizenzen: „Pluralsight“ oder „Bookboon“ in die Suche bei Group Learn eingeben. Weitere Kooperationen sind geplant.



Online lernen: Das neue Flatrate-Angebot der Volkswagen Group Academy macht es den Beschäftigten möglich.

k

Offizielle Eröffnung: Gemeinsam durchschnitten alle das Band bei der V-Space Opening Ceremony in Peking.

Neue Ära bei der Volkswagen Group China: Stammsitz V-Space in Peking eröffnet

Herbert Diess: China hat besondere Bedeutung für den gesamten Konzern

Eine neue Ära: Volkswagen Group China hat in der vergangenen Woche in Peking den neuen Stammsitz V-Space eröffnet. Mehr als 2300 Beschäftigte arbeiten in dem Gebäude. Volkswagen Vorstandschef Herbert Diess nahm an der Eröffnungszeremonie teil.

„V-Space setzt ein überzeugendes Zeichen, unsere Strategie in China zu fördern. Dieser inspirierende Standort zeigt nochmals unser Bekenntnis zu China und die Bedeutung dieses Marktes für den gesamten Konzern", so Diess. „Der ganzen Volkswagen Group in China wünsche ich das Allerbeste und großen Erfolg, besonders hier in den neuen Räumlichkeiten des Standorts Peking."

China-Chef Stephan Wöllenstein: „Ich bin überzeugt, dass diese neue Einrichtung uns zu mehr Agilität, Kreativität und Inspiration verhilft. Dynamische Bereiche haben geschlossene Konferenzräume ersetzt – mit dem Ziel, Hierarchien abzubauen und den Austausch von Ideen zu fördern.Unser neuer Standort ist Ausdruck einer nachhaltigen und dynamischen Arbeitskultur und drückt zugleich auch unsere Zugehörigkeit zum Konzern aus."

Während es in der Vergangenheit zahlreiche in ganz Peking verteilte Bürogebäude gab, erforderte das enorme Wachstum der Volkswagen Group China eine Lösung, mit der alle Kräfte gebündelt werden. Mitarbeiter gaben dem Gebäude seinen Namen: V-Space.

Eröffnungszeremonie mit Herbert Diess: Traditionelle Elemente durften nicht fehlen.

Bei der Entwicklung des V-Space wurden Umweltaspekte in besonderer Weise berücksichtigt. Modernste nachhaltige Technologien kommen zum Einsatz: separate Heiz- und Kühlanlagen mit vermindertem Energieverbrauch und einer geringeren CO_2-Emission, Heizluft-Trockeneinrichtungen sowie 150 Elektroladestationen.

Im V-Space sind nun vier Tochtergesellschaften der Volkswagen Group China und zahlreiche Marken unter einem Dach vereint. Von 2016 bis 2018 waren rund 750 Mitarbeiter daran beteiligt, alle Bedürfnisse und Ideen zusammenzutragen, die dann im Design und der Einrichtung des Gebäudes berücksichtigt wurden. Alle Bereiche werden bis Ende 2019 umgesetzt.

China-Chef Stephan Wöllenstein

Blick in das neue Gebäude: Offene Flächen und viel Glas.

Herbert Diess: „Die Entwicklung Chinas ist beeindruckend"

Der Volkswagen Konzernchef im Interview: Diese Rolle spielt der chinesische Markt für den Konzern

Welche Rolle spielt Volkswagen auf dem chinesischen Mobilitätsmarkt? Das verrät Konzern-Vorstandsvorsitzender Herbert Diess im Interview. Außerdem spricht er über die Entwicklung des Landes, seine Zukunftsaussichten und eine wachsende Kundengruppe.

In diesem Jahr jährt sich zum 70. Mal die Gründung der Volksrepublik China. Wo steht China heute wirtschaftlich aus Ihrer Sicht?
Die Entwicklung Chinas in den letzten 70 Jahren ist beeindruckend. Im vergangenen Jahr erreichte das chinesische BIP 13,6 Billionen Dollar und China etablierte sich als zweitgrößte Volkswirtschaft der Welt. Die Bevölkerungsgruppe mit mittlerem Einkommen ist auf mehr als 400 Millionen Menschen angewachsen, und es gibt heute fast zehnmal mehr Universitätsstudenten als noch vor 20 Jahren.

Wir beobachten eine schnell wachsende chinesische Kundengruppe – sie wird immer jünger, gebildeter und unabhängiger. Eine Perspektive für ein besseres Leben für so viele Millionen Menschen in so kurzer Zeit geschaffen zu haben, ist eine absolut einzigartige Leistung in der Geschichte der Menschheit.

Herbert Diess im Volkswagen ID. ROOMZZ Showcar während der Auto Shanghai 2019.

Herbert Diess, Vorstandsvorsitzender der Volkswagen AG, bei der Volkswagen Group Night, Auto Shanghai 2019.

Welche wirtschaftlichen Chancen sind in den vergangenen Jahrzehnten für Volkswagen in China entstanden?
Mit dem Beginn der Reform- und Öffnungspolitik vor 40 Jahren wurden erste Verbindungen zwischen dem Volkswagen Konzern und China hergestellt. Als wegweisendes ausländisches Automobilunternehmen hat Volkswagen dazu beigetragen, China auf die Straße zu bringen. Wir haben mit unseren bewährten chinesischen Partnern SAIC und FAW die lokale Produktion aufgebaut. Heute haben wir nicht nur ein drittes Joint Venture mit JAC, sondern sind aufgrund der guten Zusammenarbeit mit unseren chinesischen Partnern immer noch mit Abstand der führende Automobilhersteller in China. Mehr als 35 Millionen chinesische Kunden fahren derzeit ein Auto aus dem Volkswagen Konzern. Allein im vergangenen Jahr haben wir 4,21 Millionen Autos an chinesische Kunden ausgeliefert.

Unilateralismus und Handelsprotektionismus nehmen zu und die Weltwirtschaft steht vor großen Herausforderungen. Welche Rolle kann China bei der Weiterentwicklung der globalen Ökonomie spielen?
Da sich Automobiltechnologien und -dienstleistungen von China aus auf den Rest der Welt ausbreiten, schätzen und unterstützen wir den globalisierten fairen Handel und den multilateralen Handel. Die Erfahrung hat gezeigt, dass einseitiger Protektionismus langfristig niemandem hilft. Historisch gesehen war es die Globalisierung, die dem Volkswagen Konzern die Chance gab, auf dem chinesischen Automobilmarkt eine führende Position einzunehmen. Unser Unternehmen steht mit über 660.000 Mitarbeitern, davon über 100.000 in China, für eine globalisierte Welt. Mehr als ein Viertel der Werke des Volkswagen Konzerns befindet sich in China.

Wie beurteilen Sie die Zukunftsaussichten der chinesischen Wirtschaft?
Wir sind sehr zuversichtlich in Bezug auf die positiven Zukunftsaussichten und insbesondere in Bezug auf die Entwicklung des Automobilmarktes. Für die Welt der Mobilität wird der chinesische Automobilmarkt das „Powerhouse" sein. Zukunftstechnologien und Trends wie E-Mobilität oder autonomes Fahren werden von China aus die globale Mobilität beeinflussen.

Daher werden wir unsere lokalen Forschungs- und Entwicklungskompetenzen für zukünftige Produkte oder Dienstleistungen weiter stärken. Mit unserer umfassenden „ONE R&D"-Strategie wollen wir alle unsere F&E-Kapazitäten bündeln, um für die gesamte Gruppe, China und den Rest der Welt zu forschen und zu entwickeln. Über 4.200 unserer F&E-Experten arbeiten an der Mobilität von morgen. Um diese Forschungsanstrengungen zu verstärken, arbeiten wir auch mit starken chinesischen Partnern zusammen.

Halle 12: Mehr als 100 Mitarbeiter aus der Fertigung im Werk Wolfsburg mit dem noch verhüllten Modell des Golf 8.

Vorfreude auf den neuen Golf

Zur Weltpremiere: Sieben Sonderseiten zur nächsten Generation der Volkswagen Ikone

Am 24. Oktober feiert der neue Golf Weltpremiere in Wolfsburg. Präsentiert wird die achte Generation in der Veranstaltungshalle Hafen 1 in der Autostadt.

Die Vorfreude auf das nach wie vor wichtigste Modell der Marke Volkswagen ist groß: „Wir digitalisieren die Golf Klasse und machen damit neue digitale Technologien für viele Menschen zugänglich – eben typisch Volkswagen“, sagt Ralf Brandstätter, der als COO die operativen Geschäfte der Marke leitet (siehe Editorial auf dieser Seite).

Der Golf ist einmalig, das soll auch auf den folgenden sechs Sonderseiten dieser 360°-Ausgabe deutlich werden. Baureihenleiter Karlheinz Hell bezeichnet den neuen Golf im Interview als Ikone und dankt der Belegschaft: „Die Mannschaft hat mal wieder gezeigt, was in ihr steckt. Dafür möchte ich mich herzlich bedanken.“ Und Stefan Loth, Leiter des Werk Wolfsburg, sagt: „Mein Herz schlägt für den Golf, seit ich den Führerschein habe. Schließlich war mein erstes Auto ein weißer gebrauchter Golf 1.“

Mitarbeiter erzählen, was ihnen am neuen Golf gefällt

Auch Mitarbeiterin Janine Thiel, Teamsprecherin, Montagen Technik, will das Auto endlich auf der Straße sehen: „Ich bin Fan vom Golf 8, weil er viel vereint: Dynamik, Eleganz, und er bleibt trotzdem ein Golf.“

Weitere Mitarbeiterstimmen lesen Sie auf den folgenden Seiten. Zu finden sind dort außerdem Artikel zur Historie des Golf, zur Qualifizierung der Beschäftigten und zur Zusammenarbeit von Produktion, Entwicklung und Baureihe sowie über zentrale Bauteile in der achten Generation, die von Volkswagen Group Components stammen.

„Wer den Namen Golf hört, der denkt automatisch an Wolfsburg, an das Werk und seine Produktionsmannschaft. Seit mehr als vier Jahrzehnten sind diese Begriffe untrennbar miteinander verbunden.“

Andreas Tostmann, Produktionsvorstand der Marke Volkswagen Pkw

„Die Stadt Wolfsburg fiebert der Premiere des neuen Golf wieder mit Spannung entgegen. Den Golf und Wolfsburg verbindet eine junge Tradition und der Drang, sich ständig weiterzuentwickeln. Ich bin fest davon überzeugt, dass der Golf 8 erneut ein Bestseller und ein würdiger Botschafter Wolfsburgs wird.“

Klaus Mohrs, Oberbürgermeister der Stadt Wolfsburg

Noch getarnt: Am 24. Oktober feiert der neue Golf 8 Weltpremiere in Wolfsburg.

„Der Golf ist das beste Auto der Welt. Und es wird hier in Wolfsburg gebaut von der besten Mannschaft der Welt. Darum bin ich zuversichtlich, dass alle beteiligten Kolleginnen und Kollegen mit dem neuen Golf 8 diese Erfolgsgeschichte weiterschreiben werden. Und die Kunden können sich darauf verlassen, dass sie mit dem Golf 8 wieder ein Fahrzeug bekommen, das in seiner Klasse neue Maßstäbe setzt.“

Jürgen Hildebrandt, Betriebskoordinator Golf-Montagen

Liebe Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter,

seit 45 Jahren begeistert der Golf unsere Kunden. Eine ganze Generation trägt seinen Namen – die „Generation Golf“. Kein anderes Modell hat unsere Marke in den letzten Jahrzehnten so stark und nachhaltig geprägt. Er ist ein Synonym für Volkswagen und für alles, wofür Volkswagen weltweit steht.

Er ist und bleibt absehbar das wichtigste Modell am Standort Wolfsburg, der Marke Volkswagen und des gesamten Konzerns. Mit dem neuen Golf 8 legen wir noch eine Schippe drauf und führen diese einmalige Erfolgsgeschichte fort.

Der Volkswagen Golf steht nach wie vor für die Demokratisierung wegweisender Technologien aus der Oberklasse. Auch die achte Generation unseres Dauerbrenners setzt – wie schon seine Vorgänger – Maßstäbe. Wir digitalisieren die Golf Klasse und machen damit neue digitale Technologien für viele Menschen zugänglich – eben typisch Volkswagen.

Das Antriebsportfolio des Golf ist besser als je zuvor: Der elektrifizierte Mildhybrid setzt ein Benchmark beim Thema CO_2 und überzeugt gleichzeitig mit einem tollen Fahrerlebnis. Der Plug-in-Hybrid ermöglicht mit 60 Kilometer elektrischer Reichweite Alltagsfahrten voll elektrisch und damit emissionsfrei. Umweltfreundlichkeit und Fahrspaß gehen beim Golf Hand in Hand. Eben so, wie das Leben spielt – Life happens with a Golf!

Ich bin stolz auf diese starke Teamleistung und freue mich auf den neuen Golf 8. Denn er ist das Ergebnis Ihrer hervorragenden Arbeit. Ich bin mir sicher: Auch die achte Generation wird unsere Kunden begeistern.

Ihr

Ralf Brandstätter
Chief Operating Officer (COO) und Mitglied des Vorstands der Marke Volkswagen Pkw

„Die Mannschaft hat gezeigt, was in ihr steckt"

Interview: Karlheinz Hell, Leiter Baureihe Compact, über den neuen Golf 8

Herr Hell, der neue Golf feiert Weltpremiere. Was macht ihn so besonders?
Der Golf ist eine Ikone: Er verkörpert wie kein zweites Auto qualitativ hochwertige Mobilität für jeden. Ich kann Ihnen versprechen, dass die achte Generation erneut Maßstäbe setzen wird. Er ist modern und elegant. Er steht für Technologie, Vielfalt und Individualität. Auch mit den sportlichen GT- und R-Modellen spricht er eine breite Kundengruppe an.

Was wird ihn vom Vorgängermodell unterscheiden?
Klaus Bischoff und sein Design-Team haben ihn aus meiner Sicht meisterhaft weiterentwickelt. Er trägt die typischen Golf Gene in sich. Er ist außen evolutionär, sodass er sofort erkennbar ist, und innen revolutionär. Der Golf 8 wird uns ins digitale Zeitalter tragen, zum Beispiel mit seinem neuen Innovision-Cockpit. Mit seinem innovativen Bedienkonzept setzt er wieder neue Maßstäbe und demokratisiert mit serienmäßigem Lane Assist, Front Assist und Car2X viele FAS-Technologien. Komfort und Sicherheit kennt man in dieser Form eigentlich nur aus höheren Fahrzeugklassen.

Kürzlich ist der ID.3 vorgestellt worden. Braucht es den Golf überhaupt noch?
Ich bin sicher, dass wir seine Erfolgsgeschichte weiterschreiben. Mit seinen sparsamen und sauberen Aggregaten wird er für viele Kunden die erste Wahl bleiben. Auch bei der Elektrifizierung wird sich der Golf 8 weiterentwickeln. Wir werden zum Beispiel alle Automatik-Fahrzeuge mit TSI-Aggregaten als eTSI anbieten und das E-Hybrid-Angebot auf zwei Alternativen ausweiten. Damit leisten wir einen wichtigen Beitrag auf dem Weg zur CO_2-neutralen Mobilität.

Freut sich auf den neuen, hier noch verhüllten Golf: Karlheinz Hell, Leiter Baureihe Compact.

Wie bewerten Sie das Projekt insgesamt?
Ich bin sehr zufrieden. Innerhalb der Baureihe haben wir die Kundenbedürfnisse analysiert und wenig gefragte Varianten, wie etwa den 3-Türer, gestrichen. Damit konnten wir im Vergleich zum Golf 7 die Varianten um 35 Prozent senken. Gleichzeitig haben wir neue Funktionen ins Fahrzeug gebracht. Außerdem erhöhen wir die Produktivität. Die Fertigungen aus Zwickau und Puebla werden mit Einführung des Golf 8 im Wolfsburger Stammwerk zusammengeführt, das sorgt für eine bessere Auslastung und wird eine Senkung der Kosten zur Folge haben.

Kurz vor der Weltpremiere der achten Generation: das Golf Team.

Wie lief die Zusammenarbeit?
Sie lief über alle Bereiche hinweg sehr gut. Die Mannschaft hat mal wieder gezeigt, was in ihr steckt. Dafür möchte ich mich herzlich bedanken. Natürlich ist die Arbeit teilweise sehr fordernd. Das Auto steckt voller neuer Ideen. Daher haben wir erstmalig auf das sogenannte Golf Camp gesetzt.

Was steckt dahinter?
Kollegen verschiedener Bereiche und Lieferanten arbeiten agil zusammen. Wir treffen uns mehrfach täglich, um offene Punkte ohne Hierarchie und Bereichsdenke anzusprechen. Wir treffen sehr schnell Entscheidungen, damit weitergearbeitet werden kann. Dadurch haben wir kürzeste Reaktionszeiten und eine konsequente Abarbeitung von Problemen.

Wie laufen die Vorbereitungen zur Markteinführung?
Wir liegen im Plan. Ende des Jahres feiert der Golf seine Markteinführung in Deutschland. Der Kunde kann dann sein individuelles Fahrzeug konfigurieren. Die sportlichen GTx- und R-Modelle folgen erst in 2020, diese stufenweise Anlaufstaffelung ist aber normal.

Rund um die Golf 8 Premiere

Vorfreude: Service Factory feiert neues Modell – Golf 8 geht auf Tour – Löw in Wolfsburg

DER GOLF 8 feiert Premiere und die Service Factory ist dabei: Vom 22. bis 24. Oktober erwartet die Gäste der Betriebsrestaurants am Standort Wolfsburg jeweils ein besonderes Golf Menü.

- Mittwoch, **23. Oktober:** Golf Burger, bestehend aus Vollkorn-Burger-Bun, Angus-Patty, Guacamole, gegrillten Zucchinischeiben und Lollo rosso, dazu Süßkartoffelpommes
- Donnerstag, **24. Oktober:** Energy Bowl, bestehend aus Vollkornreis, Süßkartoffeln, Edamame, warmen marinierten Tofuwürfeln oder Hähnchenbruststreifen, Hummus, gerösteten Walnüssen, Sonnenblumen- und Kürbiskernen

Das Team der Betriebsgastronomie freut sich auf alle, die mit einem Golf Menü die Weltpremiere feiern möchten.

***

DIE SERVICE FACTORY bringt zur Premiere des neuen Golf eine Sonderedition von 35.000 Packungen der Currybockwurst in den Handel: Auf den Verpackungen und dem Schäldarm der Würste prangt der Schriftzug „Golf 8". Verkauft wird die Sonderedition in den Shops der Volkswagen Standorte Wolfsburg, Emden, Hannover, Braunschweig, Salzgitter und Kassel – außerdem in Edeka-Märkten, die die Volkswagen Currywurst ständig im Sortiment haben.

Fleischerei-Team mit Golf Currywurst

***

AB KW 45 geht es los: Nach der Premiere in Wolfsburg geht der Golf 8 auf Tour durch die europäischen Produktionswerke von Volkswagen. Innerhalb von fünf Wochen ist das Fahrzeug in Osnabrück, Emden, Zwickau, Bratislava, Palmela und Pamplona. Die Roadshow ist eine Initiative von Produktion und Logistik im Rahmen der Kampagne „Faszination Produktion". Dabei wird das jeweils jüngste Modell der Marke den Produktionsmannschaften vor Ort vorgestellt.

***

PROMINENTER PREMIERENGAST: Bundestrainer Joachim Löw kommt zur Weltpremiere des Golf 8 in die Autostadt nach Wolfsburg. Ein Highlight: Neben der Veranstaltung besucht er auch das Werk. Dort lernt er die Fertigung kennen. Löw wird sich außerdem Zeit nehmen, um mit der Belegschaft ins Gespräch zu kommen.

Gast in Wolfsburg: Joachim Löw

„Ich baue den Golf"

„Der Golf 8 ist deutlich sportlicher und hat eine dynamische Optik. Er ist technisch sehr aufwändig, hat viele Features."

Ronald Wießner – Meister, Montagelinie 3

„Das Innendesign ist mein Highlight, vor allem das Cockpit."

Anne-Kathrin Rau – Montagelinie 3

„Mich begeistert besonders die Technik des Golf 8."

Elisabeth Sommer – Fahrzeugendabnahme, Qualitätssicherung

„Mein Highlight sind die vielen technischen Features im Innenraum."

Heinrich Gordzielik – Fahrzeugendabnahme, Qualitätssicherung

„Der Golf steht für Zuverlässigkeit und hat Wiedererkennungswert. Ich freue mich über jeden Golf, den ich sehe, denn ich finde ihn toll und er sichert meinen Arbeitsplatz."

Alfred Gergel – Meister in der Sonderlackiererei

„Ich baue den Golf"

„Die Elektronik ist beeindruckend und der Innenraum ist klasse."

Giuseppe Lapi – Teamsprecher, Montagelinie 3

„Das Design des Cockpits sieht aus wie im Flugzeug. Das ist super."

Hans-Peter Ritter – Fertigungskoordinator, Montagelinie 3

„Das Exterieur gefällt mir sehr gut und ich hoffe, dass er draußen bei den Kunden auch gut ankommt."

Martina Korte – Montagelinie 3

„Wir haben mal wieder ein tolles Auto entwickelt. Ich hoffe, dass es häufig gekauft wird."

Iris Skibitzki – Fahrzeugendabnahme, Qualitätssicherung

„Der Golf 8 hat ein super Design. Das Cockpit ist sehr digital. Das gefällt mir gut."

Dieter Gampe – Montagen Technik

„Ich baue den Golf"

„Ich hoffe, dass das Auto ein Verkaufsschlager wird. Von außen sieht er klasse aus, mit richtig bösem Blick."

Steven West – Teamsprecher, Montagelinie 3

„Ich freue mich darauf, ganz viele neue Golf auf der Straße zu sehen. Mir gefallen besonders die Scheinwerfer."

Talin Alo – Montagelinie 3

„Der neue Golf lebt die DNA der Vorgängermodelle. Der Golf bleibt ein Golf – und das ist auch gut so. Bei der Konnektivität schließen wir zum Touareg auf. Wenn man im Golf 8 sitzt, fühlt man sich sofort wohl."

Stefan Gieseler – Qualitätssicherung Kaufteile Exterieur

„Ich bin Fan vom Golf 8, weil er alles vereint: Dynamik, Eleganz und er ist trotzdem noch ein Golf."

Janine Thiel – Teamsprecherin, Montagen Technik

„Die Elektronik mit den vielen neuen Komponenten gefällt mir sehr gut."

Marc Paulmann – Betriebsmanagement, Wagenfertigstellung

Gute Zusammenarbeit: (von links) Arved Maecker (Entwicklung), Christian Meier (Produktion) und Jürgen Wimmer (Baureihe).

So wird der Golf gemeinsam auf die Straße gebracht

Zusammenarbeit: Fahrzeug erstmals unter Federführung der Baureihe entwickelt

In den vergangenen Wochen und Monaten haben hunderte Kollegen im Werk Wolfsburg mit Hochdruck daran gearbeitet, den neuen Golf auf die Straße zu bringen. Wie lief dabei eigentlich die Zusammenarbeit zwischen den verschiedenen Bereichen – etwa der Baureihe, der Produktion und der Entwicklung?

Der Golf 8 wurde als erstes Neufahrzeug im Rahmen der Baureihenstruktur entwickelt. Die Bereichsprojektvertreter sitzen zusammen in einem Projekthaus in der FE, haben kurze Abstimmungswege und sind die direkten Ansprechpartner der Geschäftsbereiche. „Das hat die Arbeit deutlich effizienter gemacht", sagt Jürgen Wimmer, Leiter Modellreihe Golf Familie.

„Die gemeinsame Arbeit begann bereits Ende 2015", sagt Arved Maecker, Leiter Technische Projektsteuerung Golf Familie. Bereits in der frühen Phase saßen Vertreter der Entwicklung, der Produktion und des Designs zusammen. Die Frage, die intensiv diskutiert wurde: Wie schaffen wir es, ein tolles Design zu entwerfen, das gleichzeitig robust in der Produktion ist? Ziel war es, ein Auto zu entwickeln, das in der Fabrik möglichst nacharbeitsarm ist. Außerdem sollte der Golf so entwickelt werden, dass viele der bestehenden Produktionsanlagen weiter genutzt werden können. „Das ist uns gelungen", sagt Christian Meier, Leiter Bereichsprojektleitung Produktion. „Die frühe Abstimmung hat zu Einsparungen in dreistelliger Millionenhöhe geführt."

Die Software beim Golf 8 ist so komplex wie nie zuvor

Darüber hinaus gab es große Herausforderungen: Mit dem Einzug der Digitalisierung ins Fahrzeug hat sich der Schwerpunkt in Richtung Softwareentwicklung und Funktionsintegration verlagert. „Die klassischen Themen wie die Umsetzung eines präzisen Designs in die Großserie beherrschen wir seit Jahren", sagt Wimmer. Doch darüber hinaus sei der Softwareumfang im Fahrzeug beim Golf 8 exponentiell gewachsen. „Während die Software eines Fahrzeugs im Jahr 2010 etwa 15 Millionen Codezeilen umfasst hat, sind es beim Golf 8 etwa 80 bis 100 Millionen."

Um die Komplexität in den Griff zu bekommen, ist Anfang des Jahres das sogenannte Golf Camp entstanden. „Kollegen verschiedener Bereiche trafen sich täglich um 8 Uhr, um zu besprechen, wie bestimmte Funktionen so schnell wie möglich fehlerfrei werden", sagt Maecker. Dabei waren auch Lieferanten kritischer Bauteile vor Ort. Am Abend dann der Bericht: Wie ist der Tag gelaufen, welche Fehler sind behoben worden? „Das haben wir konsequent 30 Wochen lang durchgezogen", sagt Meier und fügt hinzu: „Das Golf Camp hat sich bewährt."

„Während des Anlaufs ist die Mannschaft noch weiter zusammengerückt", sagt Jürgen Wimmer. Und alle sind sich einig: Der Golf ist etwas Besonderes und wird als Herzstück der Marke Volkswagen von allen Kollegen am Standort Wolfsburg getragen.

Qualifizierung: Belegschaft der Montage bereitet sich auf Golf 8 vor

Acht Werker zum Multiplikator weitergebildet

Neue Bauteile, neue Stücklisten, geänderte Verbaureihenfolge: Jeder Modellanlauf macht es erforderlich, dass sich die Kolleginnen und Kollegen für die neuen Arbeitsumfänge qualifizieren. Die Montage geht dabei mit einem „Multiplikator-Programm" einen besonderen Weg.

Alexandr Arkhipov aus dem Montage-Service erklärt das Konzept dahinter: „Wir haben frühzeitig im Fahrzeuganlauf acht Werker, die bisher in unterschiedlichen Teams in der Montage eingesetzt waren, für mehrere Monate herausgelöst und intensiv in der Lernwerkstatt und in der Pilothalle auf den neuen Golf 8 trainiert. Mit den Erfahrungen, die wir dabei gesammelt haben, erarbeiten wir gemeinsam einen Qualifizierungsplan für alle anderen Werker. Der klare Vorteil dabei ist, dass sie genau wissen, wo es zu Knackpunkten an der Linie kommen könnte. Diese Punkte können wir vorab im Qualifizierungsplan mit aufgreifen." Zu den Multiplikatoren gehören Oliver Dernedde, Denis Wiesner und Serge Schudilowski. Jeder von ihnen betreut nun einen Montagebereich als sogenannter Multiplikator. Mithilfe von Bereichsmusterwagen und mobilen Trainingsstationen schulen sie ihre Kolleginnen und Kollegen direkt an der Linie oder in der Lernwerkstatt. Aus Sicht von Serge Schudilowski bewährt sich diese Vorgehensweise: „Als Montagewerker kennen wir die genauen Gegebenheiten an der Montagelinie. Mit den Erfahrungen, die wir bei anderen Anläufen gesammelt haben, nehmen wir direkten Einfluss auf das Schulungsprogramm. Wir sprechen die Sprache der Kolleginnen und Kollegen am Band. Das hilft, die Qualifizierung erfolgreich ins Ziel zu bringen."

Qualifizieren ihre Kollegen: (von links) Oliver Dernedde, Alexandr Arkhipov, Denis Wiesner und Serge Schudilowski.

„Ich baue den Golf"

„Ich finde, dass das Design besonders schön ist. Der Golf 8 sieht einfach gut aus."

Alexandra Vetter – Montagelinie 3

„Allein das Innendesign ist ein ganz großer Schritt in Richtung Zukunft, weil wir hier neueste Technik miteinander verknüpfen."

Tim Walter – Meister, Qualitätssicherung

„Die Ausstattung und das Cockpit sind gut, die Form ist schön – ein spritziges, wendiges Auto."

Simone Neum – Montagelinie 3

„Ich finde das Design sehr gelungen. Es ist schnittig und sportlich. Ich bin begeistert."

Natalia Glijun – Montagelinie 3

„Der Golf 8 ist der beste Golf aller Zeiten: sportlich und funktionell zugleich. Für mich Begeisterung pur. Ein wunderschönes Auto mit modernem Design und tollen Funktionen."

Andreas Dorne – Qualitätssteuerung Gesamtfahrzeug

360° Oktober 2019

Der Golf

In mehr als 45 Jahren ist der Golf geworden, was er heute ist – ein Volkswagen wie kein anderer. Mit mehr als 35,36 Millionen gefertigten Modellen ist er eins der meistverkauften Autos der Welt, in seiner Klasse, der „Golf- Klasse“, über sieben Generationen der Beste, weil er innovativ ist wie keiner. „Der Golf ist der Urvater. Er ist über sieben Generationen hinweg das Maß der Dinge“, sagt Vertriebsvorstand Jürgen Stackmann.

Der Golf läuft und läuft und läuft, seit er im Frühjahr 1974 in Wolfsburg gebaut wird. In Deutschland, Europa und der Welt. Er ist schnell ein Weltauto geworden. In wenigen Monaten klettert der erste Golf auf den Gipfel der Verkaufsstatistik in Deutschland. 1985 wird die Marke Volkswagen die Nummer eins in Europa – dank des Golf mit 790.342 verkauften Modellen.

Längst ist da mit dem Golf ein legitimer Käfer-Nachfolger gefunden. Ein Meilenstein: Der Golf überholt 2002 den Käfer und wird mit 21.517.415 gefertigten Fahrzeugen zum meistgebauten Volkswagen aller Zeiten – was er bis heute ist. Eine einzigartige Leistung und starke Tradition, die verpflichtet.

Jetzt steht am Standort Wolfsburg die achte Generation des Top-Sellers in den Startblöcken – einige Schlaglichter aus der großen Geschichte der sieben Golf Generationen.

„Ich baue den Golf“

„Die Form ist sehr schön. Das Modell ist kantiger.“

Laura Jane Sälzer – Montagelinie 3

„Der Golf ist eine Ikone aus Wolfsburg. Er gehört zu unserem Standort dazu und wir als Produktion sind stolz, zukünftig die komplette Golf Familie hier fertigen zu dürfen.“

Henning Habicht – Leiter Golf Fertigung

„Ich dachte, dass man den Golf 7 eigentlich nicht mehr toppen kann, aber der Golf 8 ist optisch und technisch noch mal deutlich besser geworden.“

Stephan Damm – Teamsprecher, Montagen Technik

„Scheinwerfer, Front und Cockpit: Das sieht alles gut aus.“

Joachim Bülte – Montagen Technik

„Am Golf 8 begeistern mich die neuen Fahrerassistenzsysteme und das aufgepeppte Design. Ich bin Golf Fahrer und schon gespannt, wie sich der Golf 8 auf der Straße anfühlt.“

Maximilian Timm – Fahrwerk-Konzepte, Forschung und Entwicklung

Golf 1 1974–1983

Im März 1974 läuft der erste Golf in Wolfsburg vom Band. Die Werbung startet mit dem Slogan: „Der neue Volkssport: Golf“ – eine Vision, die in Erfüllung gehen sollte.

Technisch ist alles anders: Der Motor arbeitet nicht mehr wie beim Käfer hinten, sondern vorn. Gekühlt wird nicht mehr mit Luft, sondern mit Wasser. Die Zylinderanordnung heißt nicht mehr Boxer, sondern Reihe. Die neue Technologie kommt an: Schon im ersten Jahr ist der Golf das meistverkaufte Auto in Europa. Im Oktober 1976 – nach nur 31 Monaten – feiern die Mitarbeiter den einmillionsten Golf.

Vielfalt zählt von Anfang an: Im September 1976 kommt der GTI mit 37 kW / 50 PS, wenig später der Golf D mit Saugdiesel. Mit dem Golf Cabrio bringt Volkswagen 1979 frischen Wind in die Klasse. Von der ersten Generation und seinen Derivaten werden 6,99 Millionen Exemplare verkauft.

Golf 2 1983–1991

Die Serienfertigung des zweiten Golf beginnt im Juni 1983 in der Halle 54 im Werk Wolfsburg. Technisch ist er bei der Sicherheit und bei den Verbrauchsdaten ganz vorn. Es ist der Golf, der im September 1984 beim 1,8-Liter-Einspritzmotor einen geregelten Katalysator bringt. Fünf Jahre bevor in Deutschland die Katalysatorpflicht gesetzlich eingeführt wird. 1989 folgt im November der erste Dieselmotor mit Katalysator – eine Weltneuheit. Weitere technische Innovationen: das Antiblockiersystem (ABS), die Servolenkung und der erste Golf mit Allradantrieb, der Golf Syncro. Und schon 1989 – vor 30 Jahren! – stellte Volkswagen von diesem Golf mit dem Citystromer einen E-Prototyp und eine Hybrid-Studie vor.

1985 wird die Marke Volkswagen die Nummer eins in Europa – dank des Golf mit 790.342 verkauften Modellen. Im Juni 1988 hat der Golf die magische Schallmauer von 10 Millionen Einheiten durchbrochen. Nach 6,3 Millionen Exemplaren lief die zweite Generation 1991 aus.

Golf 3 1991–1997

Mit dem Golf III setzt eine neue Ära der Sicherheit ein: Er ist der erste Golf mit Frontairbags. Durch seine Karosserie-Konstruktion sind auch die Crasheigenschaften klar verbessert. Technische Neuheiten: der Sechszylindermotor (VR6), die Geschwindigkeitsregelanlage, der Oxydationskatalysator für Dieselmotoren sowie der Dieseldirekteinspritzer (TDI). 1996 hat der Golf auch erste Seitenairbags. Wenig später wird ABS für alle Golf serienmäßig.

Familienzuwachs: 1993 stellt Volkswagen ein neues Cabriolet vor. Der Vorgänger war mit 388.600 Exemplaren das meistverkaufte Cabrio der Welt. Zudem folgt ein neuer Allradler mit dem Golf Syncro II. Kurz darauf feiert der Golf Variant sein Debüt. Im Mai 1994 überspringt der Golf die 15-Millionen-Grenze. Der Golf III macht nach 4,83 Millionen gefertigten Einheiten seinem Nachfolger Platz.

Golf 4 1997–2003

Am 18. August 1997 wird der Golf IV in Bonn der Presse vorgestellt – die „Generation Golf“. Design-Chef Hartmut Warkuß schlägt Brücken zum Ur-Golf: langes Dach, steiles Heck und die kräftige C-Säule sind in die Design-DNA der Marke eingegangen.

Auch dieser Golf bringt Innovationen in die Breite. Er hat ESC und Bremsassistenten an Bord. 1998 wird der erste allradgetriebene Golf vorgestellt – der Golf 4MOTION. Kurz darauf kommen im Golf das Sechs-Gang-Getriebe und der 241 PS-starke R32, der in der Spitze 247 km/h fährt. Zum 25. Geburtstag erscheint ein GTI-Sondermodell mit 132 kW. Nach 4,99 Millionen Modellen läuft die Generation aus.

Golf 5 2003–2008

Der Golf V läuft in Wolfsburg, in Zwickau und in Brüssel an. Wolfsburg, die Stadt, in der die Golf Geschichte 1974 begann, wird „Golfsburg“. Die fünfte Generation überzeugt durch viele technische Innovationen: die lasergeschweißte Karosserie, Seitenairbags im Fond, Vierlenkerhinterachse, das 7-Gang-DSG, Bi-Xenonscheinwerfer, Regensensor und Panoramaschiebedach. Zudem punktet der Golf V mit dem Turbo-Benzindirekteinspritzer im GTI sowie dem damals weltweit ersten Twincharger (TSI) mit Turbo- und Kompressoraufladung. Auch bei den Karosserievarianten tut sich viel: 2006 debütiert der Golf Plus, dann 2007 der CrossGolf, ein neuer Variant und der sparsame Golf BlueMotion.

Im März 2007 feiert der Golf ein großes Jubiläum: 25 Millionen Golf sind gefertigt. Über die Laufzeit gehen von dieser Generation 3,4 Millionen Exemplare an Kunden.

Golf 6 2008–2012

In vier Jahren laufen von der sechsten Generation 2,85 Millionen Golf von den Bändern. Auf Island wird sie im September 2008 der Weltpresse vorgestellt. Die Markteinführung läuft unter dem Slogan „Wertigkeit neu erleben“. Der Golf VI macht bei der Sicherheit große Fortschritte. Die mit Laser geschweißte Karosserie ist so stabil, dass sie die maximalen fünf Sterne im Euro-NCAP-Crashtest erzielt. Serienmäßig ist nun auch der Kniairbag an Bord. Eine Vielfalt an Assistenzsystemen bringt er mit, die wir bis heute im Golf schätzen: die automatische Fernlichtregelung Light Assist, den Park Assist, den Berganfahrassistenten, die elektronische Dämpferregelung DCC, das Start-Stopp-System, den Rekuperationsmodus, das dynamische Kurvenlicht sowie LED-Rücklleuchten. 2009 wird der Golf zum „World Car of the Year[1]“ gewählt – wieder einmal.

Golf 7 2012–2019

Am 4. September 2012 feiert Volkswagen in Berlin die Weltpremiere des siebten Golf. Sein Gewicht ist um 100 Kilogramm gesunken. Auch der Verbrauch ist je nach Motor um bis zu 23 Prozent geringer. Der Golf TDI BlueMotion verbraucht nur noch 3,2 Liter auf 100 Kilometer. Im Jahr 2014 elektrisiert Volkswagen die Kompaktklasse. Der vollelektrisch angetriebene e-Golf[2] kommt auf eine Reichweite von rund 190 Kilometern. Kurz danach startet der Golf GTE mit Plug-in-Hybridantrieb.

Die siebte Generation wird an den Standorten Wolfsburg, Zwickau, Foshan (China) und Puebla (Mexiko) gebaut. Im Juni 2013 feiern die 130.000 Mitarbeiter und ihre Familien in Wolfsburg am Tag der offenen Tür den 30-millionsten Golf. Der Golf ist und bleibt das meistgebaute Volkswagen Modell aller Zeiten. Vom Golf VII laufen bis September 2019 5,94 Millionen Einheiten vom Band.

Das Auto, das sich immer neu erfindet

Historiker Dieter Landenberger über die Qualitäten des Golf

Das Erfolgsgeheimnis des Golf war und ist die Summe seiner Eigenschaften: Er ist ein perfekter Begleiter für den Alltag, er verkörpert Vielseitigkeit, Funktionalität, Zuverlässigkeit und Qualität wie kein anderes Auto. Seit seiner Einführung im Jahr 1974 gilt er als der sprichwörtliche Urmeter der Kompaktklasse, die bald „Golf Klasse“ hieß. Alle anderen müssen sich seitdem an ihm messen. Und dies rund um den Globus, denn der Golf ist ein Weltauto. Dass er als GTI auch emotional begeistert und sogar Kultstatus hat, rundet das Bild ab. Ein weiterer wichtiger Faktor ist sein Design, das stets modern, aber nie modisch war. Ein Golf ist immer ein Original – alle Generationen sind sofort als Golf zu erkennen.

Mit dem ersten Golf präsentierte Volkswagen nicht nur einen technisch zeitgemäßen Nachfolger für den Käfer, sondern auch eine Antwort auf gesellschaftliche Trends. Anfang der 1970er Jahre erschütterte die Ölkrise die Welt, die Menschen beschäftigten sich mit den „Grenzen des Wachstums“. In dieser Situation der Unsicherheit baute Volkswagen mit dem Golf ein höchst vernünftiges und ökonomisches Auto, was sich auch in seinem zeitlosen und sachlichen Design ausdrückte. Hinzu kam der hohe Nutzwert mit vier Türen und großer Heckklappe. Das Konzept überzeugte auf ganzer Linie: Bis zum ersten Generationswechsel 1983 entschieden sich sechs Millionen Käufer für den Golf.

Dieter Landenberger (45), Technikhistoriker und Leiter Heritage

Volkswagen hat sich mit dem Golf immer wieder selber neu erfunden. Mit dem wassergekühlten Reihenmotor und Frontantrieb begann 1974 in Wolfsburg eine neue Ära. Mit jeder folgenden Generation gelang es Volkswagen, neue Maßstäbe zu setzen. Im Golf wurden technische Innovationen für einen breiten Kundenkreis demokratisiert. Denn von Anfang an setzte der Golf auf wegweisende Technik: mit hochmodernen Motoren, später mit Aufladung und Direkteinspritzung, mit Allradtechnik, mit Elektro- und Hybridantrieb, mit modernsten Sicherheits- und Assistenzsystemen, Leichtbau-Technologien und vielem mehr. Der Golf war immer besser als die anderen und brachte Technologie der Oberklasse in das Kompakt-Segment. Das wird dem Golf 8 sicher auch gelingen.

3 Fragen

Stefan Loth, Leiter Werk Wolfsburg

„Der Golf ist entscheidend für Wolfsburg“

1 Die neue Generation des Golf 8 ist angelaufen, die Weltpremiere folgt. Wie haben Sie als Werkleiter die vergangenen Wochen erlebt?

Den neuen Golf in die Linie zu bringen, hat die Mannschaft vor eine große Aufgabe gestellt. Sie haben diese Herausforderung hervorragend gelöst. Derzeit fahren wir die Stückzahlen Tag für Tag hoch und liegen mit unserer Hochlaufkurve im Plan. Darüber bin ich sehr froh und danke der gesamten Mannschaft für ihren außerordentlichen Einsatz und dass sie sich für den Anlauf der achten Golf Generation so ins Zeug gelegt haben.

2 Welche Bedeutung hat der Golf für den Standort Wolfsburg?

Seit mehr als 45 Jahren wird der Golf im Werk Wolfsburg gebaut. Über Generationen hinweg haben ganze Familien aus der Region die verschiedenen Golf Modelle gefertigt: Seien es die Großeltern, die Eltern, Tanten oder Onkels. Der Golf spiegelt unsere Tradition wider, die den Standort Wolfsburg und die Menschen in der Region miteinander verbindet. Das macht auch mich sehr stolz.

Darüber hinaus ist der Golf nach wie vor entscheidend für die Zukunft unseres Standorts und natürlich für die Stadt Wolfsburg. Diese Bedeutung wird sogar noch wachsen, wenn wir im kommenden Jahr den Golf Variant bauen werden und damit die Produktion der Golf Familie im Werk Wolfsburg bündeln. Künftig kommen dann alle Derivate der Golf Familie aus Wolfsburg. Das sichert in unserem Stammwerk zum einen die Auslastung und zum anderen natürlich die Arbeitsplätze.

3 Wie ist ihre persönliche Verbindung zum Golf?

Mein Herz schlägt für den Golf, seit ich den Führerschein habe. Schließlich war mein erstes Auto ein weißer gebrauchter Golf 1. Obwohl das Auto zum Zeitpunkt des Kaufs bereits älter war, war es in seiner Raumausnutzung und Fahrdynamik einfach klasse. Meine Verbindung zum Golf ist also seit der ersten Generation stark ausgeprägt. Daher war es für mich ein bewegender Moment, die ersten Autos der neuen Generation in der Linie und am Zählpunkt 8 zu sehen.

Mittlerweile bin ich schon mehrfach den neuen Golf gefahren – ein tolles Auto, das mich mit seinen Innovationen und dem schicken Cockpit überrascht hat. Ob damals oder heute: Für mich ist der Golf nach wie vor der Inbegriff zeitgemäßer Mobilität. Ich bin sicher, dass die Kunden von der achten Generation genauso begeistert sein werden.

[1] Quelle: https://www.autoblog.com/2009/04/09/new-york-2009-and-the-world-car-of-the-year-is/

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

„Ich baue den Golf"

„Die Technik im Fahrzeuginneren ist besonders gut, vor allem das Infotainment."

Anas Saidi – Montagen Technik

„Die neue Beleuchtung ist echt klasse. Das gab es vorher noch nicht."

Anika Kaczmarek – Schicht 2, Wagenfertigstellung

Fertigung bereit für den Golf 8

Für eine effiziente Produktion: Umbau bestehender Anlagen statt Neubau

Seit anderthalb Jahren wird die Golf-Fertigung im Werk Wolfsburg umgebaut, um sie fit für den Golf 8 zu machen. Im Gegensatz zu früheren Modellwechseln gibt es nur wenige neue Anlagen. Bestehende Stationen werden umgebaut, um Golf 7 und Golf 8 parallel zu fertigen.

Fertigungsleiter Henning Habicht erklärt: „Es ist das erste Mal im Unternehmen, dass wir eine reine Integration eines neuen Fahrzeugs in die bestehende Produktion vornehmen. Ein Neubau wäre einfacher, aber auch teurer gewesen."

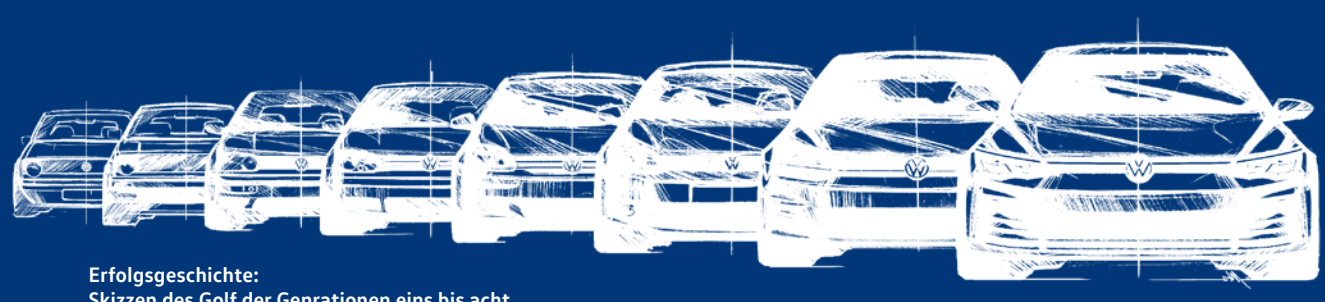
Möglich wird das durch die identische MQB-Plattform und eine frühzeitige Absprache zwischen Produktion und Entwicklung. Schon bei der Konzeption des Autos spielte die parallele Fertigung der beiden Golf Generationen eine entscheidende Rolle.

Praktisch jedes Wochenende werden Anlagen umgebaut und für den Golf 8 ertüchtigt. Herausfordernd ist das zum Beispiel im Karosseriebau: Passen am Sonntagabend wieder alle Schweißpunkte? Wenn nicht, kommt die Abweichung schon im Golf 7 an, mitten in der Großserienfertigung.

Habicht: „Das schaffen wir nur, wenn wir das als Mannschaftsleistung begreifen. Anlagenbetreiber und Planer müssen Hand in Hand gehen."

„Ein Neubau wäre einfacher, aber auch teurer gewesen."

Henning Habicht, Fertigungsleiter



Erfolgsgeschichte: Skizzen des Golf der Genrationen eins bis acht.

„Ich baue den Golf"

„Mich überzeugt das neue Design. Neben den Scheinwerfern und den Rückleuchten sticht vor allem das neue Cockpit des Golf 8 hervor. Ich bin auf das Kundenecho gespannt."

Tabata Timm – Auszubildende zur Kfz-Mechatronikerin

„Alles touch, alles modern. Sieht schick aus, der Golf."

Melina Böhm – Montagelinie 3

Anzeige

Freie Fahrt in den Herbst –
Lifestyle Artikel für jedes Wetter

Kalte Temperaturen, Regen oder sogar bald schon der erste Schnee? Alles kein Problem mit den Volkswagen Lifestyle Angeboten. Damit sind Sie für jedes Wetter bestens gerüstet. Und sollte es Sie doch einmal in sonnigere Gefilde ziehen: auch für Ihre nächste Reise haben wir die passende Ausrüstung zu bieten.

UPE ~~39,90 €~~
Für VW-Mitarbeiter
25,90 €
VW Design Stockschirm

UPE ~~129,00 €~~
Für VW-Mitarbeiter
103,00 €
GTI Koffer

UPE ~~12,90 €~~
Für VW-Mitarbeiter
10,30 €
T1 Kissen

UPE ~~69,90 €~~
Für VW-Mitarbeiter
55,90 €
GTI Schlitten

Erhältlich sind die Lifestyle-Artikel im **Volkswagen Zubehör Shop, Autostadt KundenCenter, Mo. - Sa. 08:00 - 18:00 Uhr**.
Nur solange der Vorrat reicht! Verkauf an Werksangehörige mit registrierter Stammnummer. Der Rabatt für Werksangehörige beträgt im Volkswagen Zubehör Shop in der Autostadt ganzjährig 20 % 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. Druckfehler vorbehalten!

Komponente im Golf 8

Group Components liefert zentrale Bauteile für den Golf 8 – ein Überblick

Die Vorbereitungen für die Weltpremiere des Golf 8 war für zahlreiche Kolleginnen und Kollegen aus der Komponente eine herausfordernde Aufgabe. Viele zentrale Bauteile werden von Group Components zugeliefert – von der Antriebsgelenkwelle über Getriebe- und Motorenvarianten bis zu Zylinderköpfen. Mitgearbeitet haben die Teams aus den Geschäftsfeldern Motor und Gießerei, Getriebe und E-Antrieb, Fahrwerk und Sitze. Hier sehen Sie eine Auswahl der Bauteile, die in der neuesten Ausführung des Golf verbaut sind. Außerdem haben wir Mitarbeiter aus den Teams in Braunschweig, Salzgitter, Kassel und Wolfsburg gefragt, warum sie sich auf den neuen Golf freuen.

Geschäftsfeld Fahrwerk

Vorderachse
- Hilfsrahmen
- Querlenker
- Schwenklager
- Federbein
- Bremsscheibe
- Antriebsgelenkwelle

Hinterachse
- Hinterachse (ZSB)
- Hilfsrahmen
- Federlenker
- Radantrieb
- Bremsscheibe
- Antriebsgelenkwelle

Geschäftsfeld Sitze

- Sitzstruktur
- Komplettsitz

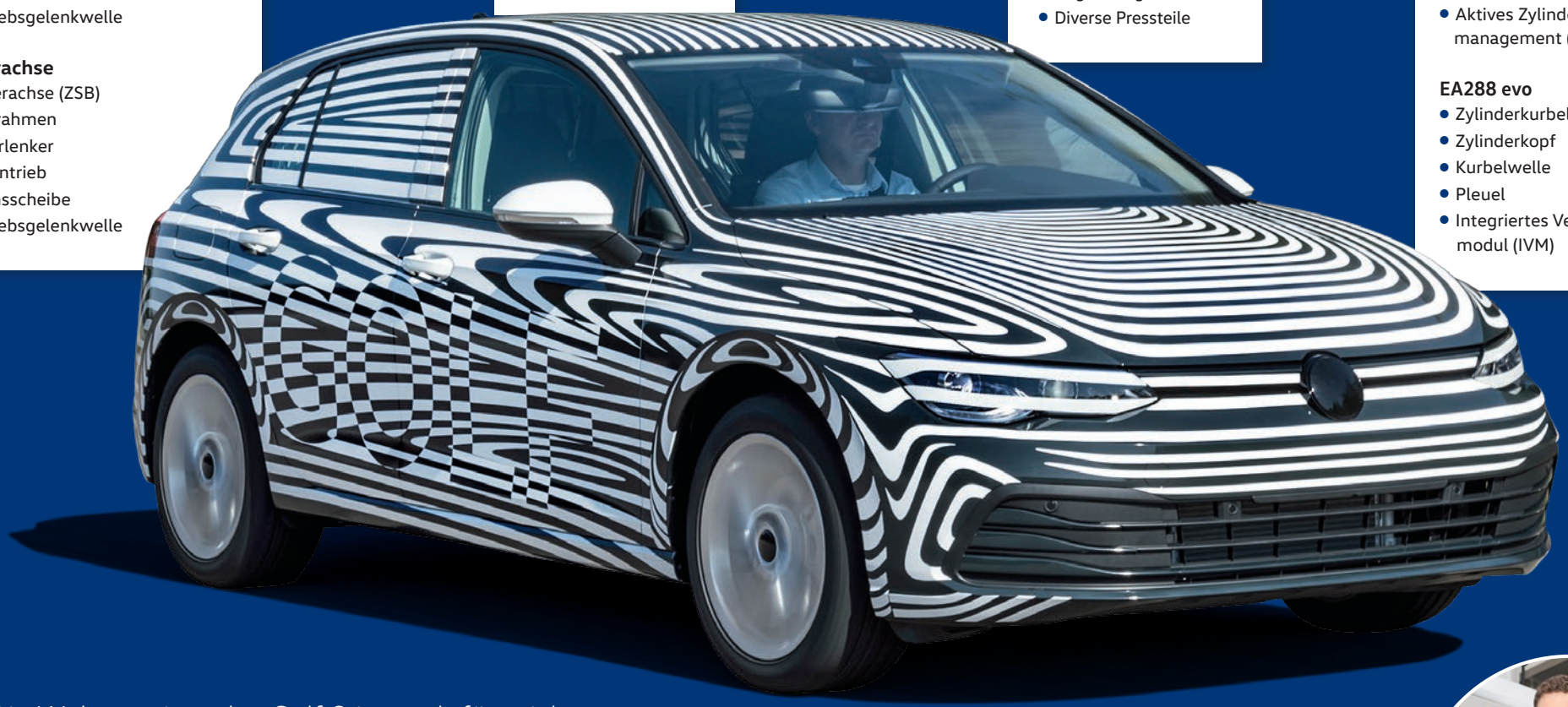
Geschäftsfeld Getriebe und E-Antrieb

- MQ200/281/350
- DQ200/381
- Abgasanlage EA211 evo
- Abgasanlage EA288 evo
- Diverse Pressteile

Geschäftsfeld Motor und Gießerei

EA211 evo
- Zylinderkurbelgehäuse
- Zylinderkopf
- Kurbelwelle
- Pleuel
- Aktives Zylindermanagement (ACT)

EA288 evo
- Zylinderkurbelgehäuse
- Zylinderkopf
- Kurbelwelle
- Pleuel
- Integriertes Ventiltriebsmodul (IVM)



„Die Weltpremiere des Golf 8 ist auch für mich ein besonderer Tag, denn ich bin zuständig dafür, unsere Komponentenumfänge wie Aggregate und Fahrwerksteile in die Pilothallen der Fahrzeugprojekte einzubringen. Als ‚Schnittstelle' zum Fahrzeug konnte ich somit einen Teil zum Gelingen des Gesamtprojektes beitragen."

Nicola Brandhorst, Änderungsmanagement, Zentrale Group Components in Wolfsburg

„Wir bauen für den neuen Golf das Direktschaltgetriebe DQ381 zusammen. Ich bin stolz auf den Golf 8, weil unser Getriebe den Wagen besonders CO_2-effizient macht."

Timo Schneider, Getriebe Montage, Werk Kassel

„Wir fertigen die Vorder- und Hintersitze des neuen Golf zur Just-in-sequence-Lieferung und haben den Anlauf der Komplettsitzfertigung super im Team gemeistert. Daher bin ich stolz auf unsere SITECH-Sitze im Golf 8 und schon auf das gesamte Fahrzeug gespannt."

Pascal Mahlke, Vordersitze der Produktionslinie 3 am SITECH-Standort Wolfsburg

„Wir bauen den Motor für den Golf 8. Ich bin sehr gespannt auf den neuen Golf – insbesondere in Sachen Interieur und Vernetzung mit dem Fahrer hoffe ich auf viele Neuerungen. In meiner Familie fahren viele Golf, ich auch."

Steve-Nicola Zocher, Instandhalter Montage EA211 evo, Salzgitter

„Ich bin stolz auf den Golf 8, weil er nicht nur gut aussieht, sondern in ihm auch eine klasse Hinterachse aus Braunschweig verbaut ist. Das sorgt für einen sehr guten Fahrkomfort."

Eva Cichosz, Fertigungsmitarbeiterin Hinterachse, Werk Braunschweig

„Ich freue mich sehr auf unseren neuen Golf mit den besten EA211-Ottomotoren! Denn ich vertrete die Motorprojekte seitens der Qualitätssicherung in der Pilothalle und bin mitverantwortlich dafür, dass die Projekte in die Serienfertigung gehen – entsprechend unseren hohen Qualitätsstandards."

Wilfried Hexel, Qualitätssicherung Motor Otto, Zentrale Group Components in Wolfsburg

Einfach sicher fahren.
Der Neuwagenkauf mit Rückgaberecht.
Es lohnt sich: Schauen Sie selbst!
Neue Modelle und höhere Prämien[1]
Der Polo z. B. ab 55,67 €[2]
Abgebildetes Modell[3] „IQ.Drive“ monatl. ab 109,79 €[2]
Mehr Informationen sowie die Bedingungen zu „Neuwagenkauf mit Rückgaberecht“ erhalten Sie auf KundenCenter *direkt* oder in einem unserer KundenCenter. Das Angebot ist gültig für e-up!, up!, Polo, T-Cross, T-Roc, Golf, Golf Sportsvan, Golf Variant, Touran und Tiguan. Für Neubestellungen ab 01.10.2019 und Auslieferungen bis zum 30.12.2019.
[1] Prämien stellen einen geldwerten Vorteil dar und sind entsprechend steuer- und sozialversicherungspflichtig.
[2] Die monatliche Beispielrate ist ein Mittelwert aus der Differenz von Kaufpreis und Rückkaufwert nach 24 Monaten. Die Beispielrate setzt eine Anzahlung von 1.500,– € voraus. Ohne Anzahlung ist die monatliche Rate höher. Zugrunde gelegt ist ein effektiver Jahreszins von 1,99%. Die Preise sind exklusive Steuer und Versicherung.
[3] Abgebildetes Modell enthält Sonderausstattungen.
kundencenter.volkswagen.de

ID.3[1] kurz vor der Serie

Umbaumaßnahmen sind voll im Zeitplan: In Zwickau beginnt im November die Serienfertigung des ID.3

Der Countdown läuft: Im November wird im Werk Zwickau die Serienfertigung des ID.3 starten. In diesen Tagen bauen die Mitarbeiter die letzten Roboter auf und fahren die Montage ein. Die ersten ID.3 aus der Vorserie sind schon bei Testfahrten in ganz Europa unterwegs. „Mit dem Produktionsstart des ID.3 im November bricht für Volkswagen eine neue Ära an – vergleichbar mit dem ersten Käfer oder dem ersten Golf“, sagt E-Mobilitätsvorstand Thomas Ulbrich. „Wir liegen mit unseren Umbaumaßnahmen voll im Zeitplan.“

Der ID.3 ist das erste Modell aus der MEB-Baureihe für E-Fahrzeuge. Im Sommer nächsten Jahres soll es an Kunden ausgeliefert werden. Mit dem ID.3 startet Volkswagen weltweit die größte E-Offensive in der Autoindustrie. In den nächsten drei Jahren sollen bei den Volumenmarken des Konzerns 33 E-Autos in Serie gehen.

Seit 2018 wird das Werk Zwickau auf die Fertigung von E-Autos umgestellt – nach der Devise: 100 Prozent „E“. Drei Jahre wird der Umbau dauern. Karosseriebau und Lackiererei sind schon jetzt für die ID.3 Produktion umgerüstet. Auch eine von zwei Endmontage-Linien steht und läuft.

Ab 2021 sechs Modelle auf MEB-Basis

Hier wird die Serienfertigung des ID.3 im November starten. Das ist nur der Anfang. Denn ab 2021 werden die Mitarbeiter in Zwickau sechs Modelle auf MEB-Basis für drei Konzernmarken fertigen. Die jährliche Produktionskapazität des sächsischen Standorts steigt dann von 300.000 auf 330.000 Einheiten.

Mehr als 1.600 neue Fertigungsroboter haben die Mitarbeiter in den vergangenen Monaten eingerichtet. Mit Automatisierungsmaßnahmen wie dem automatischen Einbau des Dachhimmels erhöht sich der Ausstoß deutlich. So können 150 Autos am Tag mehr die Linie verlassen.

Auf das E-Zeitalter bereiten sich 8.000 Mitarbeiter seit Monaten vor. In Hochvolt-Schulungen lernen sie den sicheren Umgang mit Batteriesystemen und Starkstromleitungen. Mehr als 2.500 Mitarbeiter haben diese Weiterbildungskurse inzwischen durchlaufen und sind gut gerüstet, um den ID.3 in die Serie zu bringen.

Noch wenige Tage bis zur Serie: Die Vorserienfertigung des ID.3 ist in vollem Gange.

Neuer Beschaffungsvorstand der Marke: Dirk Große-Loheide.

Dirk Große-Loheide ist neuer Vorstand Beschaffung

Dirk Große-Loheide (55) ist zum Mitglied des Vorstands der Marke Volkswagen Pkw, Geschäftsbereich Beschaffung, berufen worden. Er hat die Aufgabe zum 1. Oktober übernommen. Bislang war Große-Loheide Leiter Konzern Beschaffung Operations. In seiner neuen Funktion folgt er auf Stefan Sommer, der das Markenressort bisher in Personalunion zusätzlich zu seiner Funktion als Konzernvorstand für den Geschäftsbereich Komponente und Beschaffung geführt hatte. Durch die Berufung Große-Loheides kann sich Sommer auf seine Aufgaben als Konzernvorstand konzentrieren. Dirk Große-Loheide ist Diplom-Ökonom sowie Bankkaufmann und arbeitet seit 28 Jahren im Volkswagen Konzern. Ab 2014 verantwortete er die Beschaffung von Dienstleistungen und Anlagen des Konzerns, ab 2017 war er Vorstand für Beschaffung bei MAN Truck&Bus, von April 2019 an Leiter Konzern Beschaffung Operations.

FASZINATION PRODUKTION #prouduction

Produktivität steigt deutlicher als erwartet

Programm TRANSFORM.TOGETHER: Produktion leistet Beitrag zur Kostenreduzierung von 500 Millionen Euro in 2019

Die Marke Volkswagen ist auf einem guten Weg, die selbst gesteckten Ziele für eine kosteneffizientere Fahrzeugproduktion zu erreichen. Nachdem im vergangenen Jahr die Produktionsstrategie TRANSFORM.TOGETHER gestartet wurde, zeigen sich nun erste Erfolge.

Andreas Tostmann, Vorstand für Produktion und Logistik, zog auf einer internationalen Tagung mit 500 führenden Managern eine Zwischenbilanz: „Die Zahlen zeigen: Unsere Strategie greift. Wir werden in 2019 bei unserer Produktivität bei mehr als sechs Prozent Verbesserung liegen und erstmals seit 2013 die Produktionskosten pro Fahrzeug senken. Die Mannschaft hat hier Außerordentliches geleistet und dafür gebührt ihr mein Dank. Wir haben Teamgeist bewiesen und starke Anläufe bei unseren neuen Modellen hingelegt. Mit großer Kompetenz leisten die Kolleginnen und Kollegen konsequent ihren Beitrag zur Steigerung der Produktionseffizienz und Produktivität.“

Insgesamt betragen die jährlichen Fabrikkosten der Marke Volkswagen rund zehn Milliarden Euro. Im Zeitraum 2019 bis 2023 will die Produktion im Bereich Personalkosten, Beschaffungsnebenkosten und Sachgemeinkosten zwei Milliarden Euro zur Ergebnisverbesserung der Marke beitragen. 2019 werden hiervon rund 500 Millionen Euro erreicht.

Produktivität soll bis 2025 um 30 Prozent steigen

Das Unternehmen arbeitet daran, die Produktivität über alle Standorte bis 2025 um 30 Prozent zu steigern. Mit sechs Prozent Steigerung wird das jährliche Ziel von fünf Prozent in diesem Jahr übertroffen. Von besonderer Bedeutung für Volkswagen ist es dabei, weltweit alle Werke mit sehr verschiedenen Voraussetzungen auf gemeinsame Produktionsstandards auszurichten. Ein zentrales Verfahren sorgt dafür, dass Ideen und Verbesserungen eines Standorts zügig auf andere Werke übertragen werden. Derzeit befinden sich 220 solcher Maßnahmen in der Umsetzung.

Zog eine Zwischenbilanz: Produktionsvorstand Andreas Tostmann.

Bei der Durchsetzung gemeinsamer Standards soll auch die mit Amazon Web Services (AWS) und Siemens entwickelte neue digitale Produktionsplattform helfen, mit der die unterschiedlichen IT-Systeme der Werke vereinheitlicht werden.

Die Produktion hat sich zudem das Ziel einer umfassenden Dekarbonisierung gesetzt. Als Zwischenschritt sollen die CO_2-Emissionen der Werke bis 2025 gegenüber 2015 halbiert werden. Die Werte von 2015 bis zum ersten Halbjahr 2019 zeigen, dass das Unternehmen im Plan liegt: Die CO_2-Emissionen pro produziertem Fahrzeug wurden um 22 Prozent gesenkt.

Der Atlas Cross Sport: Die Coupé-Version des SUV kommt ebenfalls aus Chattanooga.

Premiere des Atlas Cross Sport[2]

Die Serienversion des Atlas Cross Sport feiert ihre Weltpremiere in Chattanooga. Das erfolgreiche SUV für Nordamerika, Russland und die Region Naher Osten gibt es ab sofort auch als Coupé-Version. Dabei vereint die dynamische Variante des Atlas sportliche Fahreigenschaften mit einem hohen Nutzwert.

Das Heck fällt flacher ab als beim Atlas und die Rücklichter sowie die Heckstoßstange erstrahlen in einem neuen Design. An der Front gibt es neue Voll-LED-Scheinwerfer. Chromakzente an den Seiten der unteren Karosserie und der Heckstoßstange unterstreichen den wertigen Look. Mit dem optionalen R-Line-Paket wird der Atlas Cross Sport noch attraktiver.

Die Coupé-Version des Atlas ist 4,90 Meter lang und verfügt über fünf Sitzplätze. Das SUV basiert – genau wie sein Schwesterderivat Atlas – auf dem Modularen Querbaukasten (MQB) und verfügt deshalb auch über denselben Radstand und ähnlich großzügige Platzverhältnisse im Interieur. Wahlweise ist der Atlas Cross Sport mit Allradantrieb 4MOTION verfügbar. Der Atlas Cross Sport wird nicht auf dem europäischen Markt angeboten.

Das Fahrzeug wird zusammen mit dem Atlas und dem Passat im Montagewerk von Volkswagen in Chattanooga gebaut.

mp

[1] Seriennahe Studie

[2] Atlas Cross Sport: Das Fahrzeug wird in Europa nicht zum Verkauf angeboten.

Personalbereich stellt sich neu auf

Neue Struktur „One HR“ zum 1. Januar: Schon mehr als 1.800 Mitarbeiter geschult

Das Personalwesen der Volkswagen AG richtet sich neu aus. Erklärtes Ziel von Gunnar Kilian ist es, einfacher, schneller, digitaler und effizienter zu werden. Das gab der Personalvorstand auf der Betriebsversammlung in Wolfsburg Ende September bekannt.

Ab 1. Januar 2020 soll das neue Betriebsmodell One HR die Personalarbeit unkomplizierter gestalten – sowohl für die Beschäftigten als auch für die Personaler selbst. „Ziel unseres Modellwechsels ist es, Volkswagen eines Tages wieder als Pionier innovativer Personalarbeit zu etablieren. Der Weg dahin ist lang. Doch mit dem Anlauf unseres neuen Betriebsmodells gehen wir jetzt den ersten entscheidenden Schritt in diese Richtung“, erklärt Thymian Bussemer, Leiter HR-Strategie & Innovation.

Thymian Bussemer

Neues Betriebsmodell: Personalvorstand Gunnar Kilian will Volkswagen wieder als Pionier innovativer Personalarbeit positionieren.

Neues Personalmodell: „Wir stehen kurz vor SOP“

Kern der Neuausrichtung, die das Personal-Team aktuell unter dem Projektnamen „Fokus Personal“ vorantreibt, ist der Übergang vom direkten zum indirekten Betreuungsmodell. Zwei wesentliche Punkte zeichnen das neue Modell dabei besonders aus: Auf der einen Seite stehen Personaler künftig als Business-Partner den Führungskräften beratend zur Seite, um deren jeweilige Fachbereiche gemeinsam strategischer und bedarfsorientierter auszurichten.

Auf der anderen Seite wird die Personalbetreuung für Beschäftigte künftig aus einem technisch hochwertig ausgestatteten und mit Top-Spezialisten besetzten Beratungscenter geleistet. Diese neuen Funktionen, Business-Partner und Top-Spezialisten im Beratungscenter bilden somit die tragenden Säulen des neuen Betriebsmodells.

Bereits seit knapp einem Jahr arbeitet das Team der HR-Strategie & Innovation zusammen mit allen Bereichen des Personalressorts mit Hochdruck daran, dieses neue Modell auf die Straße zu bringen. „Mit unserem Strategie-Projekt ‚Fokus Personal‘ schaffen unsere Kolleginnen und Kollegen in Abstimmung mit dem Betriebsrat gerade die Voraussetzung für One HR. Mittlerweile stehen wir kurz vor SOP“, so Bussemer.

Mehr als 1.800 Beschäftigte wurden bereits geschult

Für diesen SOP wurden bereits über 1.800 Kolleginnen und Kollegen des Personalwesens in Großgruppenveranstaltungen geschult. Damit ist diese Qualifizierungsmaßnahme eine der umfassendsten in der Geschichte des Volkswagen Personalwesens überhaupt, die ab dem 1. Januar 2020 schnellere und unkompliziertere Personalprozesse für die Beschäftigten ermöglichen soll.

Qualifizierung: Rund 1.800 Personaler wurden bereits fit gemacht.

„Wir brauchen eine offene Risikokultur“

Interview: Arno Antlitz, Vorstand für Controlling und Rechnungswesen, und Alan Pezzo, Leiter Risikomanagement, über den richtigen Umgang mit Risiken

Herr Antlitz, wie bewerten Sie die Risikokultur bei Volkswagen?
Antlitz: Durch die Initiativen, beispielsweise im Rahmen von Together4Integrity (T4I), haben wir unsere Risikokultur weiter verbessert. Allerdings habe ich das Gefühl, dass Mitarbeiter bei diesem Thema teilweise immer noch zurückhaltend agieren. Die T4I-Wahrnehmungs-Workshops haben gezeigt, dass Beschäftigte zum Teil noch immer der Meinung sind, dass es unerwünscht ist, Risiken offen anzusprechen. Das Gegenteil ist aber richtig: Wir brauchen stärker als früher eine Kultur, die sich offen zeigt für dieses Thema.

Warum ist das so wichtig?
Antlitz: Risiken sind immanenter Bestandteil jeglichen unternehmerischen Handelns. Nehmen sie den Kern unserer Strategie, unsere Elektro-Offensive. Natürlich betreten wir hier zum Teil Neuland. Neben den Chancen gibt es auch Risiken, die wir im Auge behalten müssen, zum Beispiel: Können die Batteriekapazitäten rechtzeitig bereitgestellt werden? Hierbei gilt: Je früher Risiken angesprochen werden, desto mehr Zeit bleibt, um mögliche Schäden zu vermeiden.

Was bringt das Risikomanagement konkret?
Pezzo: Risiken müssen systematisch identifiziert, bewertet und gesteuert werden. Das Risikomanagement schafft dafür mit Systemen und Prozessen den richtigen Rahmen. Im Einzelfall ist es aber die Verantwortung eines jeden Mitarbeiters, die Augen offen zu halten.

Haben Sie Beispiele?
Pezzo: Nehmen Sie einen Mitarbeiter in der Produktion. Er erkennt beispielsweise unregelmäßige Geräusche an seiner Pressenanlage und weist seine Führungskraft darauf hin. Auf diese Weise kann eine aktive Steuerung des Risikos erfolgen. Im besten Fall wird verhindert, dass die Maschine ausfällt und ein Produktionsstopp droht.
Es gibt aber auch weniger greifbare Beispiele, etwa Compliance-Risiken in der Lieferkette oder die Verfügbarkeit neuer Technologien.

Werben für einen offenen Umgang mit Risiken: Markenvorstand Arno Antlitz im Gespräch mit Alan Pezzo.

Volkswagen steigt jetzt in die E-Mobilität ein, die viele Unwägbarkeiten mit sich bringt. Sind Sie dort bereits tätig?
Antlitz: Das Risikomanagement koordiniert seit einigen Monaten den Arbeitskreis „Batterierisiken“ mit dem Ziel, relevante Bereiche wie die Beschaffung, Finanz, die Entwicklung oder After Sales an einen Tisch zu bringen. Aktuell beschäftigen wir uns mit vielen Fragen, zum Beispiel: Decken wir den zukünftigen Bedarf an Batteriezellen? Wie entwickeln sich die Rohstoffpreise? Haben wir Compliance-Risiken in der Lieferkette?

Herr Pezzo, wir haben jetzt viel über Risiken gehört. Wie werden diese überhaupt erfasst?
Pezzo: Aktuell betreibt das Risikomanagement zwei Prozesse zur Risiko-Identifizierung. Zum einen gibt es einen jährlichen Regelprozess, der sich auf die allgemeinen Risiken fokussiert. Zum anderen gibt es den Risiko-Quartalsprozess, der sich mit akuten Geschäftsrisiken befasst. Zum Beispiel: Mit großer Wahrscheinlichkeit kommt es zu negativen Nachfrageveränderungen infolge eines harten Brexits. Wenn dies rechtzeitig erkannt wird, können Gegenmaßnahmen wie Preisungsstrategien erarbeitet werden, um einen finanziellen Schaden zu verringern. Besonders akute Risiken mit hohem Schadenspotenzial werden vierteljährlich im Vorstand besprochen.

> „Je früher Risiken angesprochen werden, desto mehr Zeit bleibt, um mögliche Schäden zu vermeiden.“
>
> **Arno Antlitz, Vorstand für Controlling und Rechnungswesen**

Was können Beschäftigte konkret tun, wenn sie selbst Risiken erkennen?
Pezzo: Wenn Beschäftigte potenzielle Risiken erkennen, sollten sie diese zu jeder Zeit und unverzüglich offen ansprechen. Dazu können Teamrunden oder Mitarbeitergespräche dienen. Vielleicht haben Kollegen bereits Lösungen parat oder es wird bereits an den Risiken gearbeitet. Risiken sind keine Fehler. Im Gegenteil: Es wäre ein Fehler, sie nicht anzusprechen.

An wen können sich die Mitarbeiter wenden, wenn sie Risiken im Arbeitsumfeld entdecken?
Pezzo: Im ersten Schritt sollte mit der zuständigen Führungskraft gesprochen werden. Zusätzlich sind viele Kollegen im Arbeitsumfeld mit Teilaufgaben des Risikomanagements betraut. Sollten die zuständigen Personen nicht bekannt sein, helfen die Kollegen des Risikomanagements gern weiter.

Kontakt zum Risikomanagement: rms-ics@volkswagen.de

mp

Südafrika: 200.000 neue Polo vom Band gelaufen

153.000 Autos für den Export gebaut - Fahrzeug geht in alle Rechtslenker-Märkte weltweit

Stolze Mannschaft: Der 200.000. Polo ist jetzt im südafrikanischen Uitenhage vom Band gelaufen.

Meilenstein für die Volkswagen Group South Africa: In Uitenhage ist jetzt der 200.000. neue Polo vom Band gelaufen. In dem südafrikanischen Volkswagen Werk werden bereits seit 1996 Polo gefertigt, den Anfang machte vor 23 Jahren der Polo Classic. Seitdem wurde in Uitenhage eine Vielzahl von Modellen gebaut, Produktionsstart des aktuellen Modells war 2017.

Von den 200.000 seitdem gefertigten Polo wurden 153.582 exportiert, während die verbleibenden 46.418 Wagen für den lokalen südafrikanischen Markt gebaut wurden.

Insgesamt wurden in Südafrika seit 1994 insgesamt 1.053.600 Autos für den Export produziert. In diesem Jahr wurden zwischen Januar und August bereits 110.265 Fahrzeuge gefertigt. Der neue Polo wird aus Südafrika in alle Rechtslenker-Märkte weltweit exportiert, zudem ergänzt das Werk Uitenhage die Produktion von Linkslenker-Polos für europäische Märkte.

Der nun erreichte Meilenstein von 200.000 produzierten neuen Polo folgt dicht auf einen weiteren Erfolg: Erst im August war die VWSA vom Exporteursverband Exporters Eastern Cape zum „Exporteur des Jahres" gekürt worden – eine Auszeichnung, die das Unternehmen nach 2011 und 2017 bereits zum dritten Mal erhalten hat.

„Diesen Meilenstein hätten wir nicht ohne das Engagement unserer Angestellten erreichen können", erklärte Thomas Schäfer, Vorstandsvorsitzender der VWSA. „Unser Erfolg, sowohl lokal als auch international, nützt unserer Belegschaft und der lokalen Wirtschaft. Wir wollen auch zukünftig weitere Meilensteine erreichen und unseren Beitrag zur Wirtschaft hier in der Region leisten."

Lkw soll CO_2 sparen

Volkswagen Palmela hat jetzt den Gigaliner vorgestellt, einen dreiachsigen Lkw mit Sattelauflieger und einem Transportwagen, mit dem 70 Tonnen CO_2 pro Jahr eingespart werden können. Dies entspricht einer Reduzierung des CO_2-Ausstoßes auf der Strecke, die von diesem neuen Transportmodell bedient wird.

Diese Logistiklösung stellt eine bedeutende Veränderung im Logistik- und Transportsektor dar, wie Dinora Guerreiro, Leiterin der Liefer- und Transportkette von Volkswagen Autoeuropa, feststellte: „Mit diesem Projekt können Verbesserungen auf verschiedenen Ebenen erzielt werden, insbesondere im Umweltbereich und wirtschaftlich."

Der erste Gigaliner im Dienst von Volkswagen Autoeuropa wird rund 150 Kilometer zum Zulieferer MD Plastics in Valado dos Frades (Nazaré) zurücklegen. „Wir hoffen, diese Lösung innerhalb eines Jahres auf andere portugiesische Lieferanten und vielleicht auch auf spanische Lieferanten ausweiten zu können", sagt Dinora Guerreiro.

Der erste Gigaliner im Dienst von Volkswagen Autoeuropa.

Topmotiviert: das Team aus Bratislava.

Bratislava will den Titel holen

Produktionswettbewerb: Werk in der Slowakei unter den ersten drei

Der Wettbewerb Race4Transformation geht in die finale Phase. Drei Produktionsstandorte konkurrieren noch um den Titel des besten Volkswagen Werkes. Wir stellen in drei Folgen die Finalisten vor. Heute: Das slowakische Volkswagen Werk in Bratislava.

Mangelndes Selbstbewusstsein muss den Kollegen aus Bratislava wirklich niemand vorwerfen. „Wir wollen das effizienteste Werk der Marke Volkswagen und zugleich der ‚Transformer of the Year' werden", lautet die klare Ansage aus Bratislava. Die Frage nach dem Warum beantwortet das slowakische Team ohne Zögern: „Weil wir es können!"

„Ohne große Ziele gibt es keine großen Erfolge. Unsere Ambition ist daher natürlich der erste Platz, die Nummer eins zu werden – so lautet der Slogan unserer Standortstrategie ohnehin schon seit Jahren", sagt Oliver Grünberg, Vorstandsvorsitzender von Volkswagen Slovakia. In der Vergangenheit wurde sie mit greifbaren Ergebnissen belegt – etwa mit der Erfolgsgeschichte des Touareg, den das Werk seit 17 Jahren baut. „Race4Transformation ist eine weitere Gelegenheit, die Liste der Erfolge unseres Standortes zu erweitern", so Grünberg.

Am Anfang stand eine Idee

Am Anfang stand eine Idee, die sich dank persönlichen Einsatzes und effektiver Teamarbeit schließlich zu Hunderten und Hunderten weiterer Ideen vermehrte. „Wir haben den Race4Transformation lokalisiert, den Kampfgeist der Mannschaft angetrieben und die Innovationsader der Kolleginnen und Kollegen animiert", sagt Grünberg. Wie? Im Rahmen eines internen individuellen und Team-„Ideenwettbewerbs", der auf monatlicher Basis ausgewertet wird.

So kämpft das Werk um den Sieg

Der Transformationsprozess trägt die Unterschrift der Mitarbeiter aller Hierarchieebenen. „Wenn die ganze Mannschaft, vom Vorstand über die Führungskräfte bis hin zu den Teams, an einem Strang zieht, erzielt man in der Produktion in der Tat faszinierende und effektive Ergebnisse", weiß Grünberg. Thematische Workshops, Präsenz des Themas in den Gremien, Vertretung durch die höchsten Ebenen, motivierende News über die Stärken des Standorts: „Das alles brachte den Wettbewerb Race4Transformation dorthin, wo er hingehört – zur Mannschaft. Und so werden wir die ‚Transformer of the Year'!", sagt Grünberg.

Anläufe: Das ändert sich

Auftakt in Wolfsburg

Mit der Neuausrichtung der Zentralbereiche wurde auch das Anlaufmanagement neu strukturiert. Anlaufmanager aus den Werken und der Zentrale kommen zusammen, um von den gegenseitigen Erfahrungen zu profitieren. Dr. Ulf Tritthart, Leiter des zentralen Anlaufmanagements erklärt, wie die neue Vorgehensweise funktioniert.

Herr Tritthart, zum Auftakt sind Anlaufmanager aus aller Welt für anderthalb Tage nach Wolfsburg gekommen. Hat das Treffen Ihre Erwartungen erfüllt?
Voll und ganz. Es waren Anlaufmanager von Mexiko bis Südafrika dabei. Mit dem zentralen Anlaufmanagement, das offiziell am 1. Mai gestartet ist, wollen wir die Anlaufexzellenz in unserer Marke steigern und holen dazu die Werke mit ins Boot. In der Vergangenheit waren Anlaufmanager oft Einzelkämpfer, das soll sich jetzt ändern. Der gesamte Produktionsverbund wird sich auch bei diesem Thema vernetzen.

Sie geben Ihr Wissen in die Werke. Was lernen Sie umgekehrt von den Werken?
Im zentralen Anlaufmanagement gestalten wir die Prozesse und arbeiten Standards aus, um eine gleichbleibende Qualität im Anlaufmanagement sicherzustellen. Dabei bringen wir die Anforderungen der Werke in die zentralen Gremien ein. Die Erfahrungen und Best Practices der Werke sind sehr viel wert, sie helfen uns dabei, die Standardprozesse so zu gestalten, dass alle Bereiche davon profitieren.

Was ist der wichtigste Mehrwert dieser Vorgehensweise?
Dass wir die Erfahrungswerte der Werke nutzen können, um die Anlaufexzellenz zu steigern. So entwickeln wir gemeinsam mit den Anlaufmanagern der Werke die bestehenden Prozesse weiter. Dabei steigen wir in einer früheren Phase als bisher in die Projekte ein, was uns die Möglichkeit eröffnet, unsere Erfahrungen in die Produkte und die Prozesse einfließen zu lassen.

Blick in die Montage.

mp

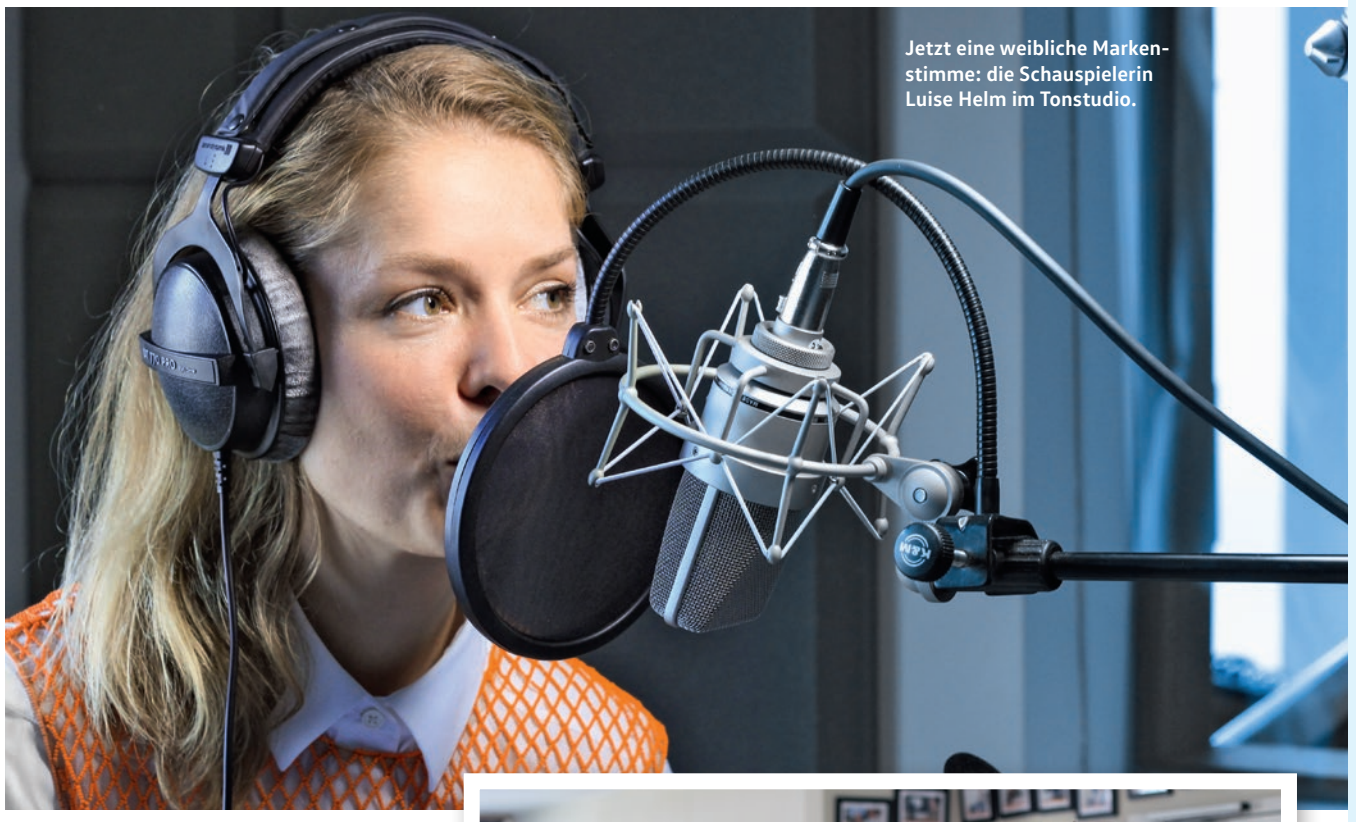
[1] Modell: e-up (61 kW/83 PS) 1-Gang-Automatik Stromverbrauch kombiniert: 12,9 - 12,7 kWh/100 km und CO_2-Emission kombiniert: 0 g/km Effizienzklasse: A+.

Aufbruch mit weiblicher Stimme

Luise Helm ist die neue Stimme für die Marke: Mit einem Team aus Design und Marketing hat Simon Bauer sie gefunden

Großer Auftakt bei der Internationalen Automobilausstellung in Frankfurt – die Weltpremiere des ID.3, der Messestand im Volkswagen Brand Design, das neue Markenlogo auf dem Markenhochhaus und am Kraftwerk in Wolfsburg. Der Wandel der Marke ist auch hörbar. Die Schauspielerin und Synchronsprecherin Luise Helm ist die neue Markenstimme. Wenn das Volkswagen Logo in Werbevideos oder in Radiospots auftritt, hat die gebürtige Ostberlinerin das letzte Wort: „Volkswagen".

Den Prozess, eine neue Stimme für die Marke zu finden, hat Simon Bauer aus der Marketing Strategie von Anfang an begleitet. In einem gemeinsamen Team aus Design und Marketing arbeitet er im Power House in Berlin mit Agenturen am neuen Markenbild. Ein Ziel: Die Marke soll mit einer starken Charakterstimme sprechen – sympathischer, emotionaler und menschlicher. Und es soll eine weibliche Stimme sein – anders als zuvor.



Jetzt eine weibliche Markenstimme: die Schauspielerin Luise Helm im Tonstudio.

Luise Helms Stimme bleibt im Kopf

Im Sommer 2018 beginnt die Suche nach einer Sprecherin. Mehr als zehn Kandidatinnen sind im Rennen. Die Entscheidung im Power House fällt schnell. Luise Helm setzt sich klar durch. „Im Team waren wir uns sofort einig: So klingt Volkswagen", erinnert sich Bauer. „Luise Helms Stimme passt hervorragend zu Volkswagen und vermittelt eine starke Persönlichkeit. Einmal gehört, bleibt sie im Kopf."

Viel Sprecherfahrung bringt Luise Helm mit. Bereits als Kind steht sie mit ihrem Vater im Synchronstudio vor dem Mikro. Als Teenager spielt sie in der Komödie „Harte Jungs" und später im „Tatort" und im „Polizeiruf 110". Als Synchronsprecherin leiht die heute 36-Jährige seit Jahren den Hollywoodstars Scarlett Johansson und Megan Fox ihre Stimme. Darüber hinaus ist sie in vielen Hörspielen und Hörbüchern zu hören.

Jetzt hört man Luise Helms Stimme auch im neuen Soundlogo der Marke. Davor hatte sie den Werbespot „Fußball, das sind wir alle." eingesprochen, mit dem Volkswagen die Werbekampagne als Partner des DFB gestartet hat. In den kommenden Monaten wird Luise Helms „Volkswagen" im Soundlogo der Marke sicher noch öfter zu hören sein.

Starke Charakterstimme: Die Schauspielerin Luise Helm im Gespräch mit Marketing-Mitarbeiter Simon Bauer.

3 Fragen

Luise Helm (36), die neue Markenstimme

„Wirklich für etwas Neues stehen"

1 Worin lag für Sie die besondere Herausforderung, der Marke eine neue Stimme zu geben?
Es ist wahnsinnig aufregend, wie rasant die Marke sich gerade verändert. Meine Aufgabe war es, dem Wandel der Marke eine emotionale Grundtonalität zu geben, die wirklich für etwas Neues steht. Zudem soll die neue Stimme Kunden wie Mitarbeiter mitnehmen und begeistern.

2 Worauf kam es im Tonstudio an?
Im Studio musste ich mit meiner Stimme einen starken Charakter für die Marke erfinden. Mit viel Intuition und Vorstellungskraft. Etwa 90 Minuten hat es schließlich im Studio gedauert, bis wir alles im Kasten hatten.

3 Früher eine männliche, heute eine weibliche Stimme für die Marke – wie sehen Sie diesen Wechsel?
Großartig ist, dass Volkswagen sich für eine weibliche Stimme entschieden hat. Das ist nicht selbstverständlich. Lange hat man Autos in Marketing und Kommunikation mit einer Männerstimme verbunden. Das ist jetzt anders und passt in unsere Zeit.

„Die USA sind bereit für die E-Mobilität"

Im Interview mit 360°: Volkswagen US-Chef Scott Keogh

Trotz eines schrumpfenden Gesamtmarktes steigert die Marke Volkswagen ihren Absatz in den USA. E-Autos spielen auch in Nordamerika eine entscheidende Rolle. Im Interview informiert Scott Keogh, Chief Executive Officer (CEO) der Volkswagen Group of America, über die Vorbereitung des Handels auf die Elektromobilität und erklärt, wie sich das Image der Marke in der Region verbessert.

E-Mobilität ist auch in den USA wichtig: Scott Keogh mit dem ID.3 auf der Internationalen Automobilausstellung 2019.

Wie entwickelt sich der Markt in den USA insgesamt und für Volkswagen?
Der Gesamtmarkt ist herausfordernd, dennoch konnte Volkswagen in einem schrumpfenden Markt seinen Absatz erneut steigern. So liegen wir seit Jahresbeginn 6,9 Prozent im Plus und sind die am stärksten wachsende Marke. Vor allem im wichtigen SUV-Segment geht es seit Jahresbeginn für uns wieder deutlich bergauf: Beim Tiguan ist der Absatz um 28 Prozent, beim Atlas sogar um 39 Prozent gestiegen.

Welche E-Auto-Pläne hat die Marke Volkswagen in den USA?
Volkswagen ist in den USA gemessen am Marktanteil eine vergleichsweise kleine Marke. Die E-Mobilität ist eine Art Neustart und für uns eine große Chance, die wir nutzen werden. Aktuell bereiten wir zum Beispiel die Händler auf die neuen Herausforderungen und Chancen vor. Im November stellen wir ihnen exklusiv unsere neuen elektrischen Modelle der nächsten Jahre vor. Mit dem MEB werden wir wettbewerbsüberlegene Produkte anbieten, die wir zunächst importieren, künftig aber vor Ort in Chattanooga fertigen wollen. Übrigens: Die Auftritte unseres vollelektrischen ID. Buzz zaubern den Menschen immer ein Lächeln auf die Gesichter. Die USA sind bereit für die E-Mobilität.

Wie wichtig sind die Händler für den Erfolg?
Sehr wichtig. Denn wie bei jeder neuen Technologie geht es bei der Elektromobilität zu Beginn um Vertrauen. Unsere 650 Händler kennen ihre Kunden und die Kunden kennen sie. Die Händler sind von der Elektromobilität überzeugt. Deshalb können sie auch die Menschen überzeugen. Unsere Vertriebspartner in den USA freuen sich auf diese Riesenchance.

Wie sehen die politischen Rahmenbedingungen für die E-Mobilität in den USA aus?
Die politische Situation ist komplex. Wir müssen zum Beispiel viele Regeln und Vorgaben beachten, die teilweise nicht landesweit gelten. Für mich ist die Frage des Erfolgs der E-Mobilität aber keine politische. Entscheidend ist der Verbraucher. Kein Kunde kommt in ein Autohaus, um Volkswagen bei der Einhaltung von Gesetzen und Normen zu helfen. Er möchte ein cooles Auto zu einem guten Preis. Also: Geben wir ihm ein wirklich cooles Auto zu einem großartigen Preis. Er möchte die Zukunft fahren!

Vier Jahre nach dem Dieselskandal: Wie ist heute das Image von Volkswagen in den USA?
Die öffentliche Wahrnehmung unserer Marke verbessert sich stetig. Ein positives Image lässt sich freilich nicht mit einem Schalter einschalten. Es braucht Zeit und Arbeit – wie eine zwischenmenschliche Beziehung. In unserer neuen Marketingkampagne greifen wir die amerikanischen Wurzeln auf: Hast du einen Fehler gemacht, steh dazu und mach es in Zukunft besser.

Ein zweiter wichtiger Punkt für uns, um Vertrauen zurückzugewinnen: Wir müssen die Autos auf die Straße bringen, damit die Kunden sie sehen. Denn Menschen vertrauen bei Entscheidungen Personen in ihrem Umfeld. Wenn ich sehe, dass mein Nachbar einen Volkswagen fährt, er seine Kinder in einem Volkswagen zur Schule bringt, spricht auch für mich nichts dagegen, einen zu fahren.

Das Wichtigste aber ist: Wir müssen jeden Tag hart für das Vertrauen unserer Kunden arbeiten.

mp

[1] Seriennahe Studie

xStarters

Das xStarters-Team macht Workshops mit Schülerinnen und Schülern in ganz Deutschland.

xStarters: Das Programm für eine Generation, die anders denkt

Volkswagen unterstützt junge Menschen, die sich für digitale und soziale Innovationen begeistern

Spätestens seit der Fridays-for-Future-Bewegung ist klar: Viele junge Menschen haben keineswegs nur ihr Smartphone im Kopf, sie blicken über den Tellerrand hinaus. Mit dem xStarters-Programm bietet Volkswagen Jugendlichen mit Weltverbesserer-Gen eine Plattform, ihre Ideen groß herauszubringen.

Seit Juni 2018 können junge Menschen Vorschläge einreichen, um die Nachhaltigkeitsziele der Vereinten Nationen zu erfüllen. Unterstützt werden sie dabei von Experten aus der Start-up-Welt, aber auch von einem Volkswagen Konzernpartner. Das Innovationsprogramm der Volkswagen Group hat das Ziel, junge Menschen in ganz Deutschland für digitale und soziale Innovationen zu begeistern. Anika Paul, Leitung Digital Employee Experience, weiß: „In jedem von uns schlummert ein Einfall, der die Welt ein bisschen besser machen könnte. Mit Partnern aus Politik, Wirtschaft, Non-Profit-Organisationen und der Bildungscommunity trägt Volkswagen dazu bei, dass die Jugendlichen alles bekommen, was sie für die Umsetzung dieser Einfälle brauchen."

Im Angebot: Workshops

Seit der Gründung erreichte das xStarters-Programm rund 2.500 Menschen über 95 durchgeführte Workshops, 36 Blogbeiträge in sozialen Medien, 17 Videos auf YouTube und viele weitere Auftritte in unterschiedlichen Kommunikationskanälen. „Zu unseren Projekten gehörten unter anderem der Girls' Day in der IT-City in Wolfsburg im vorigen März, Workshops an einer internationalen Schule in Hannover und eine Lehrerfortbildung in der Gläsernen Manufaktur in Dresden. Geplant sind für September schon drei weitere Veranstaltungen", erzählt Dr. Daniel Scholz (xStarters-Team). Unterstützung gibt es nicht nur von Unternehmensexperten: Auch Promis wie Model Sara Nuru standen schon mit Rat und Tat zur Seite. „xStarters ist das Programm für eine Generation, die anders denkt. Wir freuen uns über jeden, der uns unterstützt oder Teil des Programms werden möchte", ergänzt Moana Keiper (xStarters-Team).

xStarters in Zahlen

≈ 2.500
erreichte Menschen

1.500
Instagram-Follower

559
Challenge-Teilnehmer

204
Posts auf Instagram

95
durchgeführte Workshops

36
Blog-Beiträge zu sozialen und digitalen Themen

17
erstellte Videos auf YouTube

9
besuchte Städte in Deutschland

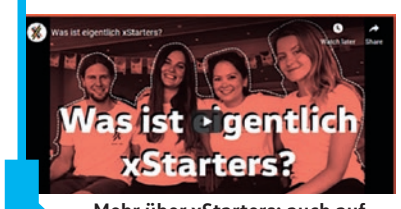
9
Influencer, mit denen wir zusammengearbeitet haben

Weltverbesserer gesucht!

In den xStarters-Challenges können 16- bis 20-Jährige Ideen einreichen, um die Nachhaltigkeitsziele der Vereinten Nationen zu erfüllen. Unterstützt werden sie dabei von Experten aus der Start-up-Welt, aber auch von einem Volkswagen Konzernpartner.

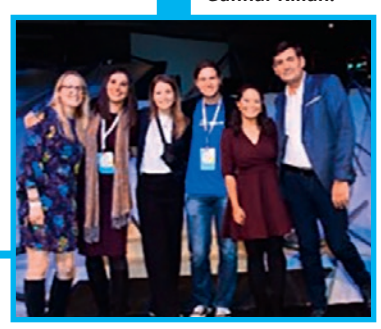
Finn und Kai: Gewinner der ersten xStarters-Challenge 2018.

#digitalsozial #futureskills

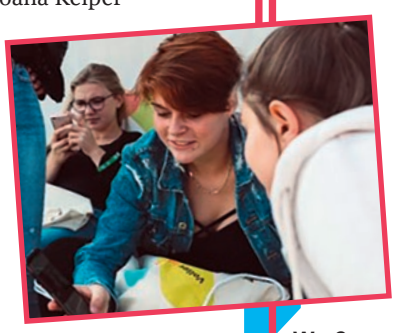


Mehr über xStarters: auch auf YouTube und Instagram.

xStarters ist ein Innovationsprogramm der Volkswagen Group. Die Mission? Junge Menschen in ganz Deutschland für digitale und soziale Innovationen zu begeistern.



Abschlussfeier der ersten xStarters-Challenge mit Personalvorstand Gunnar Kilian.



„Digital und sozial": Das ist Motto des xStarters-Programms.

Sozial und dabei mobil sein – wie geht das?

Die Challenge: Stell dir vor, du kannst einen Kleintransporter so umbauen lassen, dass er für soziale Zwecke genutzt werden kann. Was würdest du mit diesem Platz machen?

Was? Spannende Ideen, um ein Fahrzeug nachhaltig und gemeinschaftlich zu nutzen
Wann? 01.09.2019 – 31.01.2020
Wer? Alle im Alter von 16 bis 20 Jahren

Der Tiguan wird nun auch in Indonesien gebaut

Endmontage des Allspace erfolgt nahe der Hauptstadt Jakarta - Lackierte Karossen kommen aus Mexiko, weitere Teile aus Wolfsburg

Volkswagen hat nun auch in Indonesien eine lokale Fertigung. In dem südostasiatischen Land wird der Tiguan mit langem Radstand montiert, der Tiguan Allspace.

Die Fertigung für den indonesischen Markt erfolgt nach dem Prinzip „Medium Knocked Down", kurz MKD. Sie ist ein gemeinsames Projekt von Volkswagen und einem lokalen Partner in Cikampek nahe der Hauptstadt Jakarta. Die Produktionsstätte hat der Partner extra für den Tiguan errichtet. Dort erfolgt die vollständige Endmontage. Lackierten Karossen werden zuvor aus Puebla in Mexiko und weitere Teile aus Wolfsburg zugeliefert.

„Der Start der lokalisierten Tiguan Fertigung in Indonesien ist ein weiterer Meilenstein für die Präsenz der Marke Volkswagen in der Region Südostasien. Innerhalb von nur eineinhalb Jahren haben wir mit PT Garuda Mataram Motor und allen beteiligten Volkswagen Bereichen eine MKD-Fertigung realisiert. Darauf sind wir stolz", sagt Andreas Lauenroth, Leiter Produktion Ausland. Die Kunden haben den Tiguan made in Indonesien schon bei einer Auto-Show gesehen – und waren offenbar begeistert. „Allein während der Messe sind Bestellungen im Umfang von 75 Prozent des für 2019 geplanten Produktionsvolumens eingegangen", sagt Lauenroth.

Und warum produziert die Marke eine Kleinserie in Indonesien? Auf lokal gefertigte Fahrzeuge zahle man geringere Zölle als auf Importprodukte. Lauenroth: „So können wir mit wettbewerbsfähigen Preisen an den Markt gehen."

Stolz nach dem Start of Production (SOP): Die Mannschaft, die in Indonesien den Tiguan Allspace montiert.

Neuer Standort: Die Endmontage erfolgt in Cikampek.

mp

Weniger Bauteile für mehr Erfolg

Variantenmanagement: Projekthaus hat sich vor etwa einem Jahr gegründet – Zahl der Varianten beim Polo um mehr als zehn Prozent gesunken

Die Reduzierung von Bauteilen spielt bei der Marke Volkswagen eine zunehmend wichtige Rolle, um die Prozesse noch effizienter und profitabler zu gestalten. Erste Erfolge sind bereits sichtbar, zum Beispiel beim Polo: Die Anzahl an Varianten wird zur nächsten Modellpflege um mehr als zehn Prozent reduziert.

Die strategischen Grundlagen zur Variantenreduzierung werden im Projekthaus Variantenmanagement erarbeitet, das vor etwa einem Jahr ins Leben gerufen worden ist. Experten verschiedener Abteilungen treffen sich jeden Donnerstag in einem Besprechungsraum in der FE im Werk Wolfsburg, um das komplexe Thema bereichsübergreifend voranzutreiben. Vertreten sind Mitarbeiter der Entwicklung, der Baureihe, der Strategie, der Beschaffung, der Produktion, des Vertriebs, der Finanz sowie des Value Engineerings.

„Als sich das Team vor einem Jahr zum ersten Mal traf, wurden drei Ziele klar definiert“, sagt Projekthausleiter Thomas Germerodt und zählt auf: „Die Bauteile bestehender Modelle sollen jährlich um zehn Prozent für die nächsten drei Jahre reduziert werden. Bei Neufahrzeugen werden die Varianten im Vergleich zum Vorgängermodell um 30 Prozent verringert. Und bei den Baukästen soll die Zahl der Teile um 50 Prozent gesenkt werden. Das langfristige Ziel ist es, die Varianz in der Frühphase der Projekte gar nicht erst entstehen zu lassen.“

Innerhalb der Projekthausarbeit ist bereits ein „Handbuch Variantenmanagement“ entstanden, in dem alle Richtlinien, Prozesse und Tools zum Variantenmanagement zentral festgehalten sind.

Die Umsetzung der Strategien erfolgt über die Projektteams der einzelnen Fahrzeugprojekte. Auf diese Weise ist zum Beispiel die Produktion im spanischen Pamplona effizienter geworden.

Durch die Reduzierung von Bauteilen wurde die Fertigung des Polo so verschlankt, dass nun auch der T-Cross auf den gleichen Bändern laufen kann. Eine signifikante Reduzierung der Teilenummern konnte über alle Fahrzeugprojekte hinweg erzielt werden. Einsparpotenzial besteht unter anderem bei Felgen, Einstiegsleisten, Motor- und Getriebevarianten sowie bei den Außenfarben, die auf nur noch acht gesenkt werden sollen.

Eine Maßnahme, die sich lohnen dürfte. In vielen Modellen werden pro reduzierter Außenfarbe etwa 100 Bauteile entfallen. „Bereits jetzt merken wir, dass die Zahl der Varianten sinkt. Das oberste Ziel muss sein, künftig nur noch solche Bauteile zu entwickeln, die wir tatsächlich brauchen“, sagt Projekthausleiter Germerodt.

Erfolgsbeispiel im Werk Pamplona: Durch die Reduzierung von Bauteilen ist es möglich, Polo und T-Cross auf den gleichen Bändern laufen zu lassen.

Das Projekthaus-Team (von links): Thomas Germerodt, Jens Gardlo, Julia Müller, Nils Mandel, Sarah Lautenschlaeger, Olaf Surborg, Felix Hofmann, Maren Bernstein und Michael Mende.

Das Ziel: Weniger Komplexität

Das Projekthaus Variantenmanagement ist vor etwa einem Jahr gegründet worden. Mitarbeiter aus verschiedenen Bereichen treffen sich wöchentlich, um nachhaltige Strategien zur Variantenreduzierung bei Neu- und Serienfahrzeugen zu entwickeln. Die Ergebnisse werden regelmäßig dem Vorstand im Steuerkreis Variantenmanagement vorgestellt und allen Mitarbeitern zentral über das „Handbuch Variantenmanagement“ (online über Group Connect) zur Verfügung gestellt.

Anzeige

mp

IT-Mitarbeiter bei Kleinfeld-WM: Frühes Aus, aber positives Fazit

Der Wolfsburger Fußballer Jan Ademeit spricht von einer Megaerfahrung: „Stimmung super, Organisation top" – Alle Spiele live im Fernsehen

Mit einer sportlichen Enttäuschung endete für Jan Ademeit die Fußball-Kleinfeld-WM auf der griechischen Insel Kreta: Mit der deutschen Nationalmannschaft schied der Volkswagen Mitarbeiter schon in der Vorrunde aus, obwohl das Team als Titelverteidiger angereist war.

„Dennoch war es eine Megaerfahrung, einmal um einen WM-Titel gespielt zu haben. Die nimmt mir keiner mehr. Alles war toll organisiert, die Stimmung super", resümiert der

An seinem Arbeitsplatz kurz vor der Abreise: Jan Ademeit im Bürozentrum Nord.

30-Jährige, der in der Konzern-IT als Planungsverantwortlicher für die Mobility-Shops tätig ist.

In und um Wolfsburg ist er in der Fußball-Szene bestens bekannt als langjähriger Kapitän des Regional- und Oberligisten Lupo Wolfsburg und seit dieser Saison als spielender Co-Trainer des Kreisliga-Klubs WSV Wendschott.

Bemerkenswert: Der TV-Sender Sport1 übertrug alle Partien der deutschen Elf live. „Ich hätte nie gedacht, dass Kleinfeld-Fußball so eine Bedeutung hat und sogar im Fernsehen gezeigt wird", sagt Ademeit.

Seine Prophezeiung, Deutschland werde in einer starken Gruppe als Titelverteidiger der Gejagte sein, trat ein. Gleich zum Auftakt gab es gegen Ungarn eine 1:3-Niederlage. Anschließend verspielten Ademeit und Co. gegen den fünfmaligen Europameister Rumänien eine 3:0-Führung – 3:3 stand es am Ende. Und auch gegen Slowenien blieb ein Sieg aus – das erneute 3:3 bedeutete schon so gut wie das Vorrunden-Aus. Da brachte auch der 3:2-Erfolg über Pakistan im letzten Gruppenspiel nichts mehr. Ademeit: „Schade, es hat nicht sein sollen. Wir hatten Pech, haben es aber auch nicht geschafft, unsere gewohnte Leistung abzurufen." Dass er im Turnier zwei Tore erzielte – geschenkt.„Lieber wäre ich weitergekommen."

Wie war Ademeit überhaupt in den Kader des deutschen Teams gekommen? „Reiner Zufall", erzählt der Mann aus Jerxheim Bahnhof im Kreis Helmstedt. Er half im Frühjahr auf Bitten von früheren Schulfreunden in der Uni-Liga Braunschweig aus. Der Präsident des Deutschen Kleinfeld-Fußball-Verbands war unter den Zuschauern und offenbar angetan von Ademeits Leistung. Ein Training im Kleinfeld-Nationalteam folgte, ein Einsatz im Freundschaftsspiel gegen Belgien und nun die WM-Teilnahme. Wiederholung nicht ausgeschlossen.

Teamfoto: Jan Ademeit (oben, links) mit seinen Mannschaftskameraden vor dem Ungarn-Spiel.

Langes Bein: Jan Ademeit (rechts) klärt einen Angriff.

Fußball auf dem Kleinfeld

Die Kleinfeld-Fußball-Weltmeisterschaft fand diesmal in Griechenland auf der Insel Kreta statt. Gespielt wird bei einer WM immer auf einer 40 x 20 Meter großen Kunstrasenfläche mit einem Torwart und fünf Feldspielern. Die Spielzeit beträgt 2 x 20 Minuten.

Stephan Lerch: Erfolg schafft man nicht allein

Der Trainer des Frauenfußball-Bundesligisten VfL Wolfsburg über den Saisonauftakt und seine Art, das Team zu führen

Herr Lerch, die VfL-Frauen reiten in der Bundesliga, im DFB-Pokal und in der Champions League wieder einmal auf einer Welle des Erfolgs. Wie erklären Sie sich das?
Die Erfolge sind das Ergebnis harter Arbeit. Wir haben ein schlagkräftiges Team mit Spielerinnen, die mit Leidenschaft und großem Siegeswillen ihren Job machen.

Worauf kommt es Ihnen in der Arbeit mit dem Team an?
Eine gute Kommunikationsbasis mit dem Team wie mit den einzelnen Spielerinnen ist wichtig. Man muss stets ein offenes Ohr für sie haben. Außerdem muss ich als Trainer auch ein Teamplayer sein. Erfolg schafft man nicht allein.

Sie haben zur neuen Saison viele Spielerinnen aus Deutschland und Europa neu an Bord geholt. Wie formen Sie daraus eine Mannschaft?
Diese Situation kennen wir seit Jahren. Unser Team hat eine gewachsene Struktur mit starken Führungsspielerinnen wie Almuth Schult, Alexandra Popp und Pernille Harder, die unser Kapitäninnen-Trio bilden. Ab und zu machen wir im Training Übungen, um das Team zu stärken. Aber wir gehen nicht in den Hochseilgarten. In der Regel schließen die neuen Spielerinnen schnell Freundschaften im Team.

Wo sehen Sie die Stärken des Teams?
Meine Mannschaft hat eine starke Mentalität und die Qualität ist auf allen Positionen hoch. Zudem weiß jede Spielerin, dass im Training wie im Spiel nur die Leistung zählt.

Kürzlich haben Sie Ihren Vertrag bis 2021 verlängert. Was fasziniert Sie am Wolfsburger Weg im Frauen-Fußball?
Früher, viele Jahre bevor ich nach Wolfsburg kam, haben die Frauen noch auf dem Fußballgelände im Ortsteil Wendschott trainiert. Seitdem hat sich alles äußerst positiv entwickelt. Zuallererst das Team, das heute mit absoluten Top-Spielerinnen besetzt ist. Es ist für mich ein großes Privileg, als Trainer mit den besten Spielerinnen Europas arbeiten zu dürfen.

Es heißt, Sie kamen über ein Geburtstagsgeschenk Ihrer Freundin zum Trainerjob – stimmt das?
Ja, meine damalige Freundin und jetzige Frau hat mir den ersten Trainer-Lehrgang zum Geburtstag geschenkt. Das war ein großes Glück für mich.

Was verbinden Sie mit Wolfsburg, wo Sie seit sechs Jahren leben?
Wolfsburg ist eine junge, moderne Stadt, die ganz im Takt des Werkes lebt. Hier hat man alles, was man für ein gutes Leben braucht. Zwei oder drei Mal hatte ich die Gelegenheit, das Werk zu besuchen – einfach beeindruckend!

Erfolgreich: Stephan Lerch holte als Trainer des Bundesliga-Frauenteams des VfL Wolfsburg zweimal in Folge das Double.

Schaltet man als Trainer eines der stärksten Frauenteams in Europa auch mal ab?
Man muss sich dazu zwingen. Um den Kopf freizubekommen, steige ich oft aufs Rennrad, gehe joggen, spazieren oder ins Schwimmbad.

Worauf können sich die VfL-Fans in dieser Saison noch freuen?
Auf packende, offensive und leidenschaftliche Spiele, in denen meine Spielerinnen alles geben, egal wie es steht. Natürlich will ich mit unseren Fans Titel feiern. Die Saison ist jung und es ist noch ein langer Weg zu gehen.

Stephan Lerch

Der 45-jährige Darmstädter spielte als Jugendlicher bei Eintracht Frankfurt, später in der Verbandsliga. In der Saison 2013/14 kommt Lerch zum VfL Wolfsburg, wird Cheftrainer der 2. Frauenmannschaft, Assistenztrainer und schließlich 2016 Cheftrainer der Frauen-Bundesligamannschaft.

VfL Wolfsburg: Nun kommen die Kracher-Spiele

Vor schwierigen Spielen steht der VfL Wolfsburg in der Fußball-Bundesliga, im DFB-Pokal und in der Europa League. Nach dem 1:0-Erfolg über Aufsteiger Union Berlin ging die Mannschaft des neuen Trainers Oliver Glasner überraschend als Tabellenzweiter in die Länderspiel-Pause. Bis Weihnachten folgen in der Liga nun die harten Brocken, unter anderem mit Bayern München, Borussia Dortmund, Schalke 04, Borussia Mönchengladbach, Eintracht Frankfurt und Bayer Leverkusen.

Nicht anders ist es in den anderen beiden Wettbewerben. Mit RB Leipzig kommt schon in wenigen Tagen (Mittwoch, 30. Oktober, 18.30 Uhr) im DFB-Pokal-Achtelfinale einer der Titelfavoriten in die Volkswagen Arena. Und auch in der Europa League stehen Entscheidungen an, nachdem der VfL den ukrainischen Vertreter Olexandrija 3:1 bezwang und in Frankreich bei AS St-Étienne 1:1 spielte. Zweimal geht es in diesem Jahr noch gegen KAA Gent aus Belgien – am 24. Oktober auswärts und am 7. November zu Hause. Die Rückspiele gegen Olexandrija und St-Etienne steigen am 28. November beziehungsweise am 12. Dezember, also wieder jeweils donnerstags. Karten für alle Partien gibt es auch online unter **www.vfl-wolfsburg.de**.

VfL-Trainer Oliver Glasner

mp

RÜCKSPIEGEL – *ein Blick in die Geschichtsbücher von Volkswagen*

Vor 70 Jahren:
Briten übergeben Werk an die Bundesrepublik

Das deutsche Wort, das der britische Offizier Ivan Hirst (1916–2000) am häufigsten hört, als er das Kommando über das Volkswagenwerk übernimmt, ist „Schwierigkeiten“. Keine 30 Jahre alt ist er. Sein Auftrag: das Werk wiederaufbauen und die Fertigung der Volkswagen Limousine in Gang setzen.

Damals steht das Volkswagenwerk unter der Regie der britischen Militärregierung, in deren Zone das Werk liegt. Sie ist die Treuhänderin des Unternehmens. Demontage droht. Rettung bringt die Entscheidung der Besatzungsmacht, 20.000 Autos vor allem für den eigenen Transportbedarf bauen zu lassen.

Major Hirst, der gelernte Uhrmacher, geht den Wiederaufbau pragmatisch an. In einem halben Jahr gelingt es, die Fertigung in den teils noch durch die Bombenangriffe beschädigten Hallen zu beginnen. 55 Limousinen vom „Typ 1“ sind es bis Silvester 1945. Die Transformation zeigt Früchte: Aus dem ehemaligen Rüstungsbetrieb wird eine Auto-Fabrik, die zivile Limousinen in hohen Stückzahlen fertigt.

Neue Treuhänder: Colonel Charles Radclyffe unterzeichnet das Protokoll zur Übergabe der Volkswagenwerk GmbH an die Bundesregierung. Rechts: Wirtschaftsminister Ludwig Erhard.

Der Manager des Wiederaufbaus: Bis 1948 leitete der britische Offizier Ivan Hirst das Werk.

Langsam fährt die Fertigung hoch. Im März 1946 bauen die Mitarbeiter den tausendsten Volkswagen, zum Jahresende den zehntausendsten. Die Briten verbessern die Qualität, bauen ein Händlernetz auf und starten 1947 das Exportgeschäft.

Allen Schwierigkeiten wie Hunger und Personalmangel zum Trotz legt Hirst den Grundstein für die einmalige Erfolgsgeschichte des Volkswagen. 40.036 Volkswagen laufen unter seiner Regie vom Band. Da knüpft Heinrich Nordhoff (1899–1968) als neuer Generaldirektor an.

Die britische Militärregierung überträgt am 8. Oktober 1949 die Treuhänderschaft an die Bundesregierung; sie beauftragt dann das Land Niedersachsen mit der Verwaltung. Die Situation ist aussichtsreich: Volkswagen ist bereits die Nummer eins in Deutschland. Jedes zweite Auto kommt aus Wolfsburg. Im August 1955 feiert das ehemalige „Werk der Briten“ einen magischen Rekord: 1 Million Volkswagen sind gebaut.

Der Käfer läuft und läuft und läuft – in aller Welt. Nach 21.529.464 gefertigten Einheiten ist 2003 Schluss – Käfer ade. In über 60 Jahren ist aus dem Käfer eine globale Ikone geworden. Es ist das Werk der Briten, das ihn ins Laufen brachte.

Tipps zum Weiterlesen

Markus Lupa, Spurwechsel auf britischen Befehl, Wolfsburg 2010.

Ralf Richter, Ivan Hirst. Britischer Offizier und Manager des Volkswagen Aufbaus, Wolfsburg 2013.

Die Titel finden Sie zum Download unter www.volkswagenag.com

Vor 20 Jahren:
Rekord: Volkswagen feiert 100 Millionen Autos

Ende der 1990er Jahre zeigen sich bei Volkswagen deutlich die Erfolge der Mehrmarkenstrategie. Mit seiner weltweiten Automobilproduktion erreicht der Konzern als erstes europäisches Unternehmen eine Gesamtproduktionszahl von 100 Millionen Fahrzeugen. Die Rekordzahl setzt sich zusammen aus etwa 81 Millionen Autos mit dem Volkswagen Logo, 12 Millionen Audi, fünf Millionen Seat und zwei Millionen Škoda. Bentley, Lamborghini und Rolls-Royce kommen seit ihrer Konzernzugehörigkeit auf gut 2.000 Fahrzeuge. Das Jubiläumsfahrzeug ist ein silberner New Beetle, der kurz zuvor im mexikanischen Puebla vom Band gelaufen ist. Der Vorstandsvorsitzende Ferdinand Piëch präsentiert den Jubiläums-Beetle vor 1.500 Gästen im Lindencorso in Berlin. Dass es sich bei dem hundertmillionsten Volkswagen um einen New Beetle handelt, sei „selbstverständlich reiner Zufall“, sagt Piëch. Dennoch könne dies als Hommage an den Käfer verstanden werden, der die Grundlage des Erfolgs von Volkswagen gelegt habe. Am Jubiläumstag stellt Volkswagen einen weiteren Rekord auf und bringt 100 Doppelgänger berühmter Persönlichkeiten und Stars wie Charlie Chaplin, Marilyn Monroe, Albert Einstein, Michael Jackson, Norbert Blüm und die Queen nach Berlin. In 100 New Beetle Fahrzeugen und in speziell gestalteten Fahrrad-Rikschas sind sie den Tag über in Berlin unterwegs. Passanten und Fans haben Gelegenheit, sich mit ihrem „Lieblingsstar“ fotografieren zu lassen.

Erfolg im Zeichen des Käfers: der 100-millionste Volkswagen ist ein New Beetle.

In der Autostadt: Klassiker aus Brasilien, hier der Volkswagen SP2 von 1976.

Vor 40 Jahren:
SP2 und Co. in der Autostadt

Das Werk in Anchieta ist der älteste Volkswagen Standort außerhalb Deutschlands. Er feiert in diesem Jahr 60. Geburtstag. Der runde Jahrestag der Werksgründung in Anchieta ist für die Autostadt in Wolfsburg der Anlass, ausgewählten Exponaten aus der „Volkswagen do Brasil“-Sammlung einen eigenen Ausstellungsbereich zu widmen. Im Erdgeschoss des ZeitHauses können Besucherinnen und Besucher automobile Klassiker sehen, die für den brasilianischen Markt entwickelt wurden. „Feito no Brasil – Born Local“ gilt hier für den Volkswagen SP2 (1976), den Gurgel X-12 (1978), den Volkswagen Kombi aus der Last Edition von 2013 sowie für den Volkswagen Brasilia (1980).

Vor 60 Jahren:
Im Archiv: Legenden der Käfer-Werbung

Die Werbekampagne für den Käfer hat Maßstäbe in der Werbewelt und darüber hinaus gesetzt. Manchen gilt sie bis heute als Mutter der modernen Werbung. Wie alles begann, zeigen 20 englischsprachige Werbeanzeigen, die in den Jahren 1959 bis 1969 entstanden sind. Die Klassiker sind zu sehen in einer Sonderausstellung im Forum des Konzernarchivs im Volkswagen Werk Wolfsburg (Sektor 2, erstes Obergeschoss). Begleitende Texte informieren über Wagen, Werbung und Wachstum. Der Besuch der Ausstellung ist von Montag bis Freitag in der Zeit von 9 Uhr bis 16 Uhr nach vorheriger Terminabstimmung per E-Mail an history@Volkswagen.de möglich.

Auftakt zur modernen Volkswagen Werbung: Diese amerikanische Käfer-Werbung setzte Maßstäbe bis heute.

mp

Sommer 2013: Zehntausende strömten beim Tag der offenen Tür auf das Werkgelände.

20. Juni 2020: Familientag im Werk

Der Standort sagt Danke und öffnet für die Wolfsburger Mitarbeiter und ihre Angehörigen die Türen

Das wird ein Fest, alle Mitarbeiter sollten sich den Termin schon jetzt vormerken: Das Werk Wolfsburg veranstaltet im Sommer nächsten Jahres seinen ersten Familientag. Das gaben Personalvorstand Gunnar Kilian und Betriebsratschef Bernd Osterloh bekannt.

Gunnar Kilian

Am 20. Juni 2020, das ist ein Samstag, wird das Werk seine Türen für alle Wolfsburger Volkswagen Mitarbeiter und deren Familienangehörige öffnen. Neben der Möglichkeit, Fertigungshallen in Europas größter Autofabrik zu besichtigen, stehen Ausstellungen, Musik und Angebote für Kinder auf dem Programm. Auch die Autostadt als direkter Nachbar öffnet anlässlich des Familientags ihre Pforten für die Wolfsburger Volkswagen Mitarbeiter.

Hier gibt es an Mitmachstationen Wissenswertes über die aktuellen Themen des Konzerns.

Personalvorstand Gunnar Kilian: „Der Familientag ist ein aufrichtiges Zeichen der Wertschätzung an unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, unsere Kolleginnen und Kollegen. Unternehmen und Betriebsrat wollen ihnen und ihren Familien einfach Danke sagen. Und wir wollen das Zusammengehörigkeitsgefühl weiter stärken.“ Denn die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter seien ohne Zweifel eine starke Mannschaft, doch dazu gehörten immer auch die Unterstützung und das Verständnis ihrer Familien.

Bernd Osterloh

Betriebsratschef Bernd Osterloh: „Es ist einfach wieder an der Zeit: Wie schon die Tage der offenen Tür 2003, 2007 und zuletzt im Sommer 2013 ist nun auch das erste Familienfest im nächsten Jahr ein Anlass, der Belegschaft ganz herzlich Danke zu sagen. Nach den Herausforderungen der vergangenen Jahre ist dieses Zeichen der Wertschätzung wichtig.“

Zuletzt veranstaltete das Stammwerk von Volkswagen vor sechs Jahren einen Tag der offenen Tür für seine Mitarbeiter. Damals stand das Jubiläum von 30 Millionen Golf im Mittelpunkt des Festes – mehr als 100.000 Gäste feierten mit. Zwischen damals und heute gab es

Stefan Loth

zahlreiche Ereignisse, auf die das Werk zurückblicken kann. So rollte 2014 hier der erste vollelektrische Golf vom Band. 2017 wurde das 44-millionste Fahrzeug in den Wolfsburger Produktionshallen hergestellt. Nur ein Jahr später wurde das Werk ausgezeichnet – mit dem international renommierten „Automotive Lean Production Award“ für schlanke und agile Produktionssysteme. Zuletzt nahm das Stammwerk die Produktion der achten Golf Generation auf.

„Diese Meilensteine sind das Verdienst einer motivierten und engagierten Mannschaft“, betont Werkleiter Stefan Loth. „Mit dem Familientag sagt der Standort Wolfsburg Danke an ein großartiges Team, das in den letzten Jahren Unglaubliches geleistet hat.“

Spannende Herbstferien im Werk

60 Mädchen und Jungen hatten Spaß bei der Kinderbetreuung in Wolfsburg

Vor wenigen Tagen endeten die Herbstferien und damit auch die Kinderferienbetreuung im Werk Wolfsburg. 60 Mädchen und Jungen im Alter von sechs bis zwölf Jahren blickten im Werk hinter die Kulissen und erfuhren Wissenswertes über die tägliche Arbeit ihrer Eltern. Auf dem fünftägigen Programm stand der Besuch in den Lernwerkstätten von Lackiererei und Qualitätssicherung, bei Brandschutz, Werkeisenbahn, Post und in der Vertriebsakademie. Außerdem durften die Kinder in der Autostadt an Workshops teilnehmen und in der VfL-Fußballwelt den Alltag der Bundesliga-Profis erleben.

Auf den Besuch bei der Werkeisenbahn freuten sich alle Mädchen und Jungen. Jonas (7) staunte besonders über die vielen mit Neuwagen beladenen Waggons: „Da waren so wahnsinnig viele Autos drauf – eines schöner als das andere. Ich konnte mich gar nicht entscheiden, welches davon meines sein soll.“ Bei der Werkpost schrieben die Kinder Briefe an ihre im Werk arbeitenden Eltern. Julian (8) war beeindruckt von der Postsortiermaschine: „Wir mussten nur Zahlen eintippen und schon flog der Brief durch ein durchsichtiges Rohr und wurde wie von Zauberhand sortiert. Voll krass!“

Kindgerechte Werktour: Damit startete die Ferienbetreuung.

Echte Polizeiautos: Im Sonderfahrzeugbau wollte jeder hinter dem Steuer eines Streifenwagens sitzen.

Gleich wird’s nass! Ida mit dem Feuerwehrschlauch des Brandschutzes. Betriebsrätin Tanja Düring (Zweite von links) und Loredana Oriti, Diversity und Frauenförderung (Vierte von rechts), begleiteten die Kinder zur Werkfeuerwehr.

Mit Geschick und Teamwork ans Ziel: In der Vertriebsakademie lernten die Kinder spielerisch, dass für ein perfekt eingespieltes Team alles möglich ist.

stp

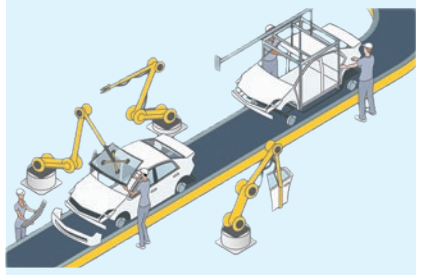
KENNEN WIR UNS NICHT?

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

Sven Majewski, 50, aus Halberstadt, seit 2003 bei Volkswagen (Auto 5000).

MEINE FRÜHEREN JOBS

Ich war Instandhaltungsleiter der Montagelinie ML4. Dort habe ich die Instandhaltung Montage (Auto 5000) in die Volkswagen Welt integriert. Ab Anfang 2017 habe ich in China die Montage in Tianjin aufgebaut und geleitet.



MEIN AKTUELLER JOB

Seit Juni dieses Jahres bin ich Leiter der Montagelinie 3. Ich freue mich, mit der Mannschaft den Golf 8 als erste Linie bauen zu können und die Montagelinie 2 und das Werk Foshan in China bei ihrem Anlauf des Golf 8 zu unterstützen.

MEIN AUTO

Ich fahre einen Volkswagen Multivan.

MEINE HOBBYS

Ich fahre Motorboot, Quad und Fahrrad.

MEIN TRAUM

Mein Traum ist es, dass meine kleinen Töchter später auch bei Volkswagen arbeiten. Wir bauen sehr schöne Fahrzeuge und sind mit unseren Innovationen hinsichtlich der Mobilität der Zukunft gut aufgestellt. Wenn alle mit anpacken, wird es kein Traum bleiben.

Startklar für die Überprüfung der Straße 400: Daniel Piper.

Presswerk: Anlagen prüfen mit Ultraschall

Ob bei ärztlichen Vorsorgeuntersuchungen, bei Abstandsmessungen von Einparkhilfen oder bei der vorbeugenden Instandhaltung von Industrieanlagen – Ultraschall ist vielseitig einsetzbar. So auch im Wolfsburger Presswerk.

Hier nutzt Daniel Piper, Experte und zuständig für Instandhaltung und Qualitätssicherung, die Ultraschallprüfung, um die Pressenstraßen regelmäßig einer Kontrolle zu unterziehen: „Mit unserem Prüfsystem können wir Unregelmäßigkeiten sowohl auf Oberflächen als auch in einem Bauteil sichtbar machen. So lassen sich feinste Risse, Hohlräume oder Schweißnähte rechtzeitig entdecken. Das hilft uns zu beurteilen, ob ein Bauteil repariert oder ausgetauscht werden muss. Zusätzlicher Vorteil: Die Prüfung erfolgt vollkommen zerstörungsfrei."

Während des Schichtwechsels oder am Wochenende

Die Prüfung kann größtenteils nur während des Schichtwechsels oder an den Wochenenden vorgenommen werden – wenn die Anlagen stehen. Daniel Piper klettert dann zum Teil in das Innenleben der Pressenstraßen, um sie auf Herz und Nieren zu prüfen. „In unseren Pressenstraßen wirken sehr starke Kräfte, damit wir die Bleche in Form bringen können. Das hat auch Auswirkungen auf die Substanz der Anlagen. Daher obliegt mir die große Verantwortung, Verschleiß zu erkennen und entsprechende Maßnahmen auf den Weg zu bringen."

Schäden an Maschinen werden frühzeitig erkannt

Ulrich Meyer, verantwortlich für Prozesse im Presswerk, verdeutlicht den hohen Nutzen: „Mit diesem Prüfverfahren erkennen wir frühzeitig Veränderungen oder Schäden in Maschinenteilen, bevor es zu Stillständen oder Ausfällen kommt. Damit ziehen wir unsere Lehren aus einer Havarie, bei der der Bruch eines Bauteils zu einer schwerwiegenden Störung im Presswerk führte. Auch neue Bauteile unterziehen wir vorab einer Kontrolle, bevor sie eingebaut werden."

Vor der Prüfung steht die Wahl des Prüfkopfs an – je nachdem, welchen Werkstoff Daniel Piper „durchleuchtet".

Druckluft ersetzt Fingerkraft: Teamsprecher Christoph Kohn verbaut die Cockpitblenden eines Tiguan.

Neues Werkzeug, bessere Ergonomie

Eine mit Luftdruck betriebene Arbeitshilfe entlastet die Mitarbeiter in der Cockpitblenden-Montage

Druckluft statt Fingerkraft: Die Montage der Cockpitblenden in der Halle 35 erfolgt nun ergonomischer.

Bisher mussten die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter die Blenden per Hand in das Cockpit einrasten. Mitunter waren dafür hohe Finger- und Handballenkräfte notwendig. Henry Molenda, unter anderem zuständig für Arbeitsplatzgestaltung, und Sandra Braune aus dem Gesundheitswesen gingen der Frage nach, wie sie die Handgriffe deutlich ergonomischer, aber auch prozesssicherer gestalten können. Die Lösung: ein mit Druckluft betriebenes Hilfswerkzeug, dessen Aufsatz die Blenden mit einem regelbaren pneumatischen Impuls in das Cockpit drückt.

Sandra Braune: „Für die Mitarbeiter bedeutet das eine deutliche körperliche Entlastung, gerade im Rahmen des Demografieprojekts, in dem Mitarbeiter mit Einschränkungen wertschöpfend arbeiten. " Für Henry Molenda ist auch die Prozesssicherheit relevant: „Wir sorgen dafür, dass die Blenden stets mit der gleichen Kraft einrasten. Verbaufehler reduzieren wir dadurch auf ein Minimum." Besonders stolz ist das Team darauf, dass es sich mit der Maßnahme für den Ergonomie-Award bewirbt. Weitere Bereiche prüfen bereits, ob das Werkzeug auch bei anderen Prozessschritten eingesetzt werden kann.

Das neue Hilfswerkzeug: So sieht es aus.

Motto: „Produktion läuft"

Wolfsburg-Marathon: Werkmannschaft und Team Produktion starteten erstmals gemeinsam und in einheitlichen Shirts

Zum neunten Mal in Folge ist das Werk Wolfsburg mit seiner Werkmannschaft beim Wolfsburg-Marathon an den Start gegangen. Dieses Jahr gab es eine Premiere: Zum ersten Mal waren das Team Werkmannschaft und das Team Produktion gemeinsam unterwegs – mit einheitlichem Laufshirt und dem Motto „Produktion läuft". Die rund 300 Läufer bildeten das größte Team der Veranstaltung.

Teil des Teams war Familie Miller. Anthonette und Carl Miller kommen aus Südafrika und sind seit Kurzem in Wolfsburg in den Zentralbereichen der Produktion tätig. „Es war interessant und schön anzusehen, dass so viele Teilnehmer aus den unterschiedlichsten Bereichen der Produktion dabei waren. Überall hat man unsere Laufshirts gesehen. Das hat das Zusammengehörigkeitsgefühl und den Teamspirit gestärkt", sagt Anthonette Miller. „Durch das entstandene Wir-Gefühl ist man schnell ins Gespräch mit anderen Kollegen aus der Produktion gekommen. Vor und nach dem Lauf konnte man so viele neue Kontakte knüpfen."

Nicht zu übersehen: die Werkmannschaft und das Team Produktion vor dem Start.

Familie Miller läuft: Anthonette und Carl mit ihren beiden Kindern.

Erfolgreich: Matthias Bölsche an seinem Arbeitsplatz (links) und bei einem Ultra-Triathlon.

Das Highlight für Matthias Bölsche, Teamsprecher in der Logistik, war, zusammen mit der Familie für das Werk an den Start zu gehen. „Es hat mir und meinen Jungs Ben und Luca sehr viel Spaß und Freude bereitet, beim Wolfsburg-Marathon für meinen Arbeitgeber zu laufen. Ich finde diese Aktion richtig gut", sagt Bölsche. Seine beiden Söhne waren besonders stolz, einmal das gleiche Trikot wie ihr Vater zu tragen.

Bölsche, Extremsportler aus dem Kreis Gifhorn, kann sich zu den 250 Ultra-Triathleten weltweit zählen, die einen Fünffach-Ironman bewältigt haben. Zum Verständnis: Die Grunddistanzen dieses Triathlons betragen 3,8 Kilometer Schwimmen, 180 Kilometer Radfahren und das Laufen der 42,195 Kilometer langen Marathonstrecke. Beim sogenannten Quintuple-Ultra-Triathlon wird verfünffacht: 19,31 Kilometer Schwimmen, 900 Kilometer Radfahren und 211 Kilometer Laufen. Dafür haben die Sportler sechseinhalb Tage Zeit. Die Vorbereitung absolviert Matthias Bölsche morgens nach seiner Nachtschicht. Er trainiert bei Hitze, Kälte, Regen und Wind. Und er übt, mit wenig Schlaf und Essen auszukommen, um sich auf alle Wettkampfsituationen einzustellen. Bemerkenswert: Der 44-Jährige ist bei seinen Rennen als Selbstversorger und ohne zusätzlichen Betreuer unterwegs – zuletzt im Sommer beim fünffachen Ultra-Triathlon in Österreich: Nach 147 Stunden überquerte er die Ziellinie. Aber auch der Wolfsburg-Marathon ist für ihn ein lohnenswertes Ziel: Nächstes Jahr möchte er mit seinen Söhnen wieder Teil des Teams „Produktion läuft" sein.

stp

Stark: Werk Wolfsburg gewinnt „Lean & Green Management Award“

Nachhaltig und zugleich effizient produzieren: Fachjury zeichnet Europas größte Autofabrik aus

Bedeutender Preis für das Werk Wolfsburg: Für seine effiziente und nachhaltige Produktion erhält es den „Lean & Green Management Award 2019“ in der Rubrik „Automotive OEM“. Eine unabhängige Fachjury zeichnet seit sieben Jahren die erfolgreichsten Ansätze zur Verbesserung der Ressourceneffizienz in der Industrie aus. An dem Wettbewerb nahmen mehr als 250 Werke aus mehr als zehn Ländern teil.

„Wir sind stolz, dass sich unsere beharrliche Arbeit an der Einsparung von Ressourcen durchgesetzt hat und wir dafür mit dem renommierten ‚Lean & Green Management Award‘ ausgezeichnet werden“, sagt Werkleiter Stefan Loth. „Am Standort Wolfsburg beweisen wir, dass eine effiziente Fahrzeugfertigung bei gleichzeitiger Schonung von Ressourcen nicht nur möglich, sondern auch sinnvoll ist, denn die Produktion trägt auch eine ökologische Verantwortung. Der bewusste Einsatz von Rohstoffen und Energie spielt in unserem Umweltengagement eine tragende Rolle.“

Mit den „Lean & Green“-Ansätzen werden ressourceneffiziente Wertschöpfungsketten gestaltet, die sowohl die Kosten senken als auch die Nachhaltigkeit von Prozessen erhöhen. Was das konkret heißt? Im Presswerk etwa ist in Richtung Ressourcenschonung jede Menge passiert: Mithilfe von Prüfgeräten zum Beispiel werden Druckluftleckagen ermittelt. Ein anderes Beispiel ist die Integration des Themas Nachhaltigkeit in das Shopfloor-Management. Außerdem gibt es eine Mitarbeiter-Umweltschulung in der Lernwerkstatt.

Für die Umwelt: Insektenhotel auf dem Werkgelände.

Für die Themen Umwelt und Biodiversität ist der Betriebswasserteich im Werk Wolfsburg ein gutes Beispiel: Mit Betriebswasser werden Anlagen gekühlt und auch sanitäre Anlagen versorgt. Damit nicht genug: Das Werk Wolfsburg trägt durch Insektenhotels auf seinem Gelände zur Artenvielfalt bei.

Die Beratungsunternehmen Growth Consulting und Quadriga Consult vergeben den Preis seit 2012. Übergeben wird er am Mittwoch, 6. November, beim noch aktuellen Preisträger Continental in Regensburg.

Nachhaltige Produktion

Nachhaltige Mobilität beschränkt sich nicht auf umweltfreundliche Fahrzeuge. Es geht auch um die Produktion der sauberen Autos. So rief der Volkswagen Konzern aus, dass ein CO_2-neutraler Herstellungsprozess bis 2050 die Basis für nachhaltige Mobilität ist. Für das Werk Wolfsburg leitet sich daraus ein klares Ziel ab: Bis zum Jahr 2025 sind 38,1 Prozent Umweltentlastung in der Produktion zu erreichen. Dabei geht es um die Bereiche Energie, Wasser, Abfall, CO_2 und Lösemittel-Emissionen.

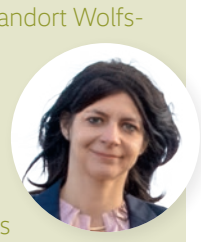
Produktion in Wolfsburg: nachhaltig und effizient zugleich.

Prüfgerät im Einsatz: Das sogenannte Sonaphone hilft dabei, Druckluftlecks zu finden.

Stimmen

„Nach dem Gewinn des ‚Automotive Lean Production Award‘ im letzten Jahr ist dieser Award eine Bestätigung der nachhaltigen Anstrengung der gesamten Mannschaft. Es freut mich zu sehen, dass die etablierten Lean-Methoden und der zunehmende Fokus auf Umwelteinflüsse auch von außen gesehen und bestätigt werden. Die positive, offene und proaktive Einstellung aller Mitarbeiter zu kontinuierlicher Verbesserung hat die Jury begeistert. Das empfinde ich als das größte Lob an die Mannschaft.“

Adrian Gruß, Leiter Arbeits- und Fabrikorganisation



„Der Award zeigt nun auch nach außen, dass der Standort Wolfsburg beim Thema Nachhaltigkeit ganz vorne dabei ist. Mit dem Award werden die Anstrengungen des Energie- und Umweltmanagements und aller Sachkundigen gewürdigt. Nun konnte auch beim Thema Nachhaltigkeit gezeigt werden, dass der Standort trotz seiner langen Geschichte voll auf der Höhe der Zeit ist. Der Gewinn zeigt deutlich, dass Effizienz und Nachhaltigkeit am Standort Wolfsburg mit bestem Erfolg Hand in Hand gehen.“

Katy Scheffler, Leiterin Steuerung Standortaufgaben und Umwelt

Veränderungen: Drei Kolleginnen unterstützen

Neue Prozesse, mehr Zusammenarbeit: Interview mit Moderatorinnentrio aus der Konzern-IT

Ein Moderatorinnentrio unterstützt Teams der Konzern-IT. Dort befinden sich viele Teams in Veränderungsprozessen. Sie wollen ihre Zusammenarbeit neu gestalten, sich besser kennenlernen, eine Strategie erarbeiten oder Prozesse klären. Ein dreiköpfiges Moderatorinnenteam bietet dabei Unterstützung: Karla Beer, Sandra Nolting und Ute Teichgräber moderieren im Rahmen des Volkswagen-Weges Workshops und andere Formate zur Verbesserung der Zusammenarbeit in der IT. Das Angebot ist kostenneutral und kann von allen Mitarbeitern der IT genutzt werden. 360° hat mit den drei Kolleginnen über ihr Angebot gesprochen und gefragt, wer es wie nutzen kann.

Bieten Unterstützung als Moderatorinnen an: Sandra Nolting, Ute Teichgräber und Karla Beer (von links).

Bei welcher Art von Workshops unterstützen Sie?
Bei jeder Anfrage starten wir mit einem ausführlichen Vorgespräch. Wir klären Anliegen und Ziele der Kunden und hinterfragen sie. Dabei helfen wir oftmals dem Auftraggeber zu klären, was er eigentlich braucht, und überlegen gemeinsam, was ein sinnvolles Vorgehen im Workshop sein könnte. Manchmal kommt der Kunde schon mit einer konkreten Workshop-Idee – und die Vorklärung ergibt dann etwas ganz anderes. So braucht es vielleicht statt eines Prozessmapping-Workshops eher eine andere Art der Klärung von Zusammenarbeit und Schnittstellen. Und statt eines Teambildungs-Workshops sind manchmal Visionsarbeit und das Erstellen einer Roadmap notwendig.

Was ist Ihnen bei Ihrer Arbeit wichtig?
Durch unsere Erfahrungen aus Workshops mit verschiedenen Formaten wissen wir, wie hilfreich es ist, gemeinsame Sichtweisen zu entwickeln, Lösungen im Team zu suchen und Ergebnisse offen und transparent zu kommunizieren. Unser Anliegen ist es, gute Zusammenarbeit in der IT zu fördern. Dabei ist die Frage der Verantwortung jedes Einzelnen zentral. Wir binden daher alle Teilnehmer aktiv in die Gestaltungsprozesse ein. Mit unserer Arbeit als Moderatorinnen möchten wir einen Beitrag zum Wandel in unserer Organisation hin zu mehr Selbstorganisation und Eigenverantwortung leisten. Wir wollen außerdem Inspirationen für gute Zusammenarbeit geben.

Was bringen Sie für Erfahrungen für Ihren Job mit?
Wir arbeiten selbst schon lange in der IT und verstehen die Probleme und die Sprache unserer Kollegen sehr gut. In unserem Team vereinen wir mehrjährige Moderationserfahrung aus dem Volkswagen-Weg mit Ausbildungen als Prozessberater, Trainer und agile Coaches. Außerdem bringen wir ganzheitliche Ansätze wie systemisches Know-how mit und geben Impulse zu neuen Methoden aus dem New-Work-Bereich. Das alles geschieht in regem Austausch mit Moderatoren aus anderen Fachbereichen.

stp

Tolle Sonderschau: Eberhard Kittler, Michael Willmann und Martin Gebhardt (von links).

Sonderschau im Automuseum

Mit der Sonderschau „Generationswechsel. Der Quantensprung zu den neuen Wassergekühlten“ arbeitet das Automuseum Volkswagen erstmals die Entwicklungsgeschichte der neuen Motoren und Modelle mit Frontantrieb bei Volkswagen auf. Die Ausstellungsobjekte – Prototypen, Serienmodelle und Aggregate – zeigen, wie unter den Marken Audi/NSU, Volkswagen und Porsche teils in Konkurrenz, teils gemeinsam Lösungen gefunden, verworfen und umgesetzt wurden.

Hintergrund: Mitte der 1960er Jahre boomten die Verkaufszahlen des Käfers noch. Doch strebte Volkswagen, auch beflügelt durch Audi, die Nachfolge seines Bestsellers an. An den Start ging ab 1973 mit Scirocco, Passat, Golf und Polo eine neue Modellfamilie. Ihnen allen gemein waren die Innovationen in der Motorentechnik – nun Frontantrieb und Wasserkühlung.

Die Ausstellung ist bis zum 1. März im Automuseum, Dieselstraße 35 in Wolfsburg, zu sehen. Geöffnet ist dienstags bis sonntags, 10 bis 17 Uhr.

Fahrzeugentwicklung: Alles im Blick

Neue Applikation DKM+: Augmented Reality ergänzt physisches Datenkontrollmodell

Trotz des vermehrten Einsatzes virtueller Technologien sind physische Modelle in der Fahrzeugentwicklung noch immer unverzichtbar. Wie sich Hardware und Augmented Reality (erweiterte Realität) sinnvoll kombinieren lassen, zeigt die neue Applikation DKM+. Sie ergänzt das Bild eines Datenkontrollmodells per Mausklick durch virtuelle Bauteile, die auf einem Tablet angezeigt werden. Entwickelt wurde die Applikation vom Virtual Engineering Lab (VEL) der Konzern-IT in Zusammenarbeit mit dem Team Strak und Visualisierung in der Konzeptentwicklung.

Sichtbare Oberflächen im Maßstab 1:1

Im Datenkontrollmodell (DKM) wird der Datenstand der sichtbaren Oberflächen im Exterieur und Interieur im Maßstab 1:1 physisch dargestellt, damit die optische Wirkung der Flächen beurteilt werden kann. „Die Herstellung eines solchen Modells ist nicht nur kostspielig, sondern auch sehr zeitaufwändig“, erläutert Mitarbeiter Matthias Knoll. Wegen der hohen Kosten bleiben Bauteile wie Scheinwerfer im Modell oft ausgespart. Hinzu kommt, dass die Entwicklung auch nach der Erstellung des Modells weitergeht, die später vorgenommenen Änderungen aber nicht mehr physisch abgebildet werden.

Die App vervollständigt das Bild: Matthias Knoll am Bereichsmodell eines Polo.

Genau hier kommt die Applikation ins Spiel. Sie wurde entwickelt, um das physische Modell zu komplettieren. Erste Ideen entwickelte Knoll gemeinsam mit dem Virtual Engineering Lab Ende 2018. Der Kontakt ergab sich über Christian Buzga, der früher selbst im Strak-Team tätig war und heute im VEL arbeitet.

Die Bedienung ist einfach: Der Nutzer hält das Tablet vor das Modell. Die interne Kamera des Geräts nimmt ein Bild des Modells auf, das von der Applikation gezielt durch Informationen aus dem Datenbestand angereichert wird. So wird etwa der im physischen Modell ausgesparte Scheinwerfer auf dem Tablet sichtbar.

„Ein Vorteil der Applikation ist die Ortsunabhängigkeit“, erläutert Robert Kormann vom VEL. „Der User kann sie draußen und drinnen nutzen, Marker oder Einmessungen sind nicht erforderlich.“ Ein weiterer Pluspunkt: DKM+ ist mit einer 3D-Visualisierungssoftware kompatibel, die bei Volkswagen und im Konzern standardmäßig zum Einsatz kommt. „Derzeit bewerten wir mögliche Einsatzbereiche der Applikation“, erläutert Knoll. Er sieht auch Potenzial in anderen Fachbereichen, die ein Tool zur Oberflächenbeurteilung benötigen.

Bei der Datenvorbereitung: Frank Flamme, Matthias Knoll, Jan Jacobs, Robert Kormann und Christian Buzga (von links).

Von der VR-Brille bis zum Food-Truck

Informativer Innovationstag der Service Factory in Wolfsburg

Innovationstag der Service Factory in Wolfsburg: Diesen besuchten Personalvorstand Gunnar Kilian, die stellvertretende Betriebsratschefin Daniela Cavallo und Dutzende Beschäftigte. Sie alle waren angetan von den Neuigkeiten und der Leistungsfähigkeit der Service Factory in den Bereichen Gastronomie, Catering, Hotellerie, Office Management, Werksicherheit, Mobilitäts- und Umweltservice. Geschäftsführer Wolfgang Pick dankte allen Beschäftigten für die gute Vorbereitung der zweiten Veranstaltung dieser Art.

Lob von Gunnar Kilian und Daniela Cavallo

„Die Service Factory hat viele neue Themen auf den Weg gebracht“, lobte Kilian. Als Beispiele nannte der Personalvorstand die Packstationen, den Wäscheservice und die Frischeangebote in den Betriebsrestaurants. Sein Fazit: „Die Service Factory als größter Allrounder bei Volkswagen ist gut unterwegs.“ Das betreffe auch die wirtschaftliche Leistungsfähigkeit, stellte Kilian zufrieden fest.

Daniela Cavallo sagte: „Die Service Factory mit ihren mehr als 3.000 Kolleginnen und Kollegen an den Standorten ist ein ganz wichtiger Bestandteil von Volkswagen und entwickelt sich immer weiter.“ Die stellvertretende Betriebsratschefin betonte

Mit VR-Brille auf dem Fahrsimulator: Personalvorstand Gunnar Kilian.

auch die soziale Komponente: „Die Service Factory setzt viele Work-to-Work-Kollegen wertschätzend und wertschöpfend ein.“ Einige Beispiele für Innovationen: Bioprodukte erweitern in den Betriebsrestaurants in Wolfsburg das Speisenangebot – und zwar in Zusammenarbeit mit den Autostadt-Restaurants. Es gibt ein neues Hitzeschutzgetränk mit weniger Zucker und Fett und zum Mitnehmen Volkswagen Weißwürste und Wiener Würstchen. Außerdem hat die Service Factory Oldtimer zu Food-Trucks umgebaut, die echte Hingucker sind. Doch damit nicht genug: Die Digitale Bilderfabrik hat einen Fahrsimulator mit Virtual-Reality-Brille im Angebot – Kilian überzeugte sich sogleich von der Qualität.

Darüber hinaus entwickelt Volkswagen Move by Service Factory eine App, mit deren Hilfe Beschäftigte ein Verkehrsmittel oder auch mehrere buchen und die Wege aufeinander abstimmen können, um zur Arbeit zu kommen. Außerdem erarbeitet die Service Factory eine Strategie, die CO_2-Emissionen ihrer gesamten Mobilitätsflotte zu reduzieren.

Hingucker: Die Service Factory rüstet Oldtimer zu modernen Food-Trucks um.

FASZINATION PRODUKTION #prouduction

Bessere Qualität, weniger Fehler, weniger Kosten

Treffen des Kompetenznetzwerks Elektr(on)ik der Marke Volkswagen: 114 Experten von 17 Standorten weltweit kamen auf Einladung der Produkttechnik nach Wolfsburg. 30 weitere waren per Skype zugeschaltet. Die Fachleute der Produktion zum Thema Fahrzeugelektronik befassten sich mit Themen wie Datenmanagement und dessen Auswirkungen auf die Produktion. Besonders diskutierten sie Themen rund um die „United Nations Economic Commission for Europe“. Diese Kommission wird 2021 ein Gesetz in Kraft setzen, das die Cyber Security für Fahrzeuge sicherstellen soll. Das heißt, dass die Software vor jeglicher Art von Einflüssen geschützt ist.

Ein positives Ergebnis meldete André Streit aus dem Bereich Security, Connectivity und Projects UPS für die elektronische Bauzustandsdokumentation eBZD. Das Projekt ist nach fast fünf Jahren abgeschlossen. Dies bedeutet für die Produktion eine deutlich bessere Qualität und weniger Anlauffehler in der BZD – und damit eine bedeutende Kosteneinsparung in der Produktion.

Nach dem Treffen des Kompetenznetzwerks Elektr(on)ik fand der jährliche Systempfleger-Workshop in Wolfsburg statt. Rund 50 Teilnehmer von unterschiedlichen Standorten und Marken diskutierten neue Prozessstandards und Konzepte. Neben toolunterstützter Softwareverifikation war der Ausblick auf Kalibrierprozesse der neuen Fahrerassistenzsysteme ein Highlight des Workshops.

stp

Der Erfinder des Autoportals

Datenbank: Björn Heibei sammelt seit neun Jahren Infos rund um den Konzern und stellt sie Mitarbeitern zur Verfügung

Es begann mit einer Excel-Tabelle. Weil sich Björn Heibei wichtige Infos für seine Arbeit immer wieder selbst aus verschiedenen Quellen zusammensuchen musste, fing er irgendwann an, eine Liste zu erstellen: Welche Autos werden an welchem Standort gebaut? Auf welcher Plattform basiert dieses oder jenes Fahrzeug? Welche Vorderachsen haben wir eigentlich bei Volkswagen? „Es gab keinen Ort, an dem ich das alles auf einen Blick einsehen konnte“, erinnert sich Heibei, der seit 2001 bei Volkswagen arbeitet. Also schuf er selbst so einen Ort – das Autoportal.

Lust auf Recherche: Björn Heibei hat das Autoportal aufgebaut, das heute aus mehr als 30.000 Seiten besteht.

„Wenn es das Portal nicht gäbe, müsste es erfunden werden“

Seit neun Jahren kümmert er sich nun darum und bereitet Informationen über Standorte, Komponenten und Modelle im Konzern auf, um sie den Mitarbeitern zur Verfügung zu stellen. Aus einer Excel-Tabelle sind im Laufe der Jahre mehr als 30.000 Seiten im Group Wiki geworden.

Allein in den vergangenen zwei Jahren hat Heibei 6,5 Millionen Klicks auf seinen Seiten gezählt. Bis zu 15.000 sind es jeden Tag. Das sind Zahlen, die Heibei stolz machen. Denn anfangs hatte er nicht viel mehr als jede Menge Autobegeisterung und viel Lust auf Recherche. „Das hat sich dann entwickelt, ist weiter gewachsen“, sagt er. Heute ist sein Autoportal eine wichtige Orientierungshilfe für viele Mitarbeiter. „Wenn es das Autoportal nicht gäbe, müsste es erfunden werden“, hat ein Kollege neulich auf die Feedback-Seite des Portals geschrieben.

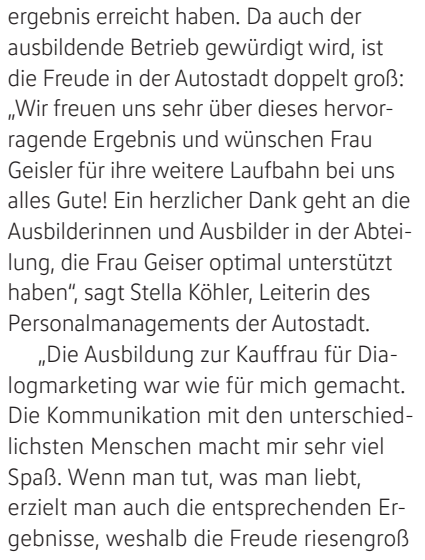
Das Lob treibt Heibei an. Der studierte Maschinenbauer arbeitet heute in der FE im Produktdatenmanagement, das Autoportal betreut er dort nicht mehr nebenher, sondern hauptberuflich. Fallen ihm widersprüchliche Infos auf, ist es ihm nach wie vor ein großer Ansporn, herauszufinden, was denn nun richtig ist. „Das macht mir großen Spaß.“ Häufig greift er dabei zum Hörer. „Mit der Zeit haben sich viele Kontakte im ganzen Unternehmen entwickelt.“

Sie helfen ihm dabei, die komplexe Welt von Volkswagen ein wenig übersichtlicher abzubilden. Getreu dem Motto: Wenn Volkswagen wüsste, was Volkswagen alles weiß.

Arbeitsplatz in der FE: Im Produktdatenmanagement kümmert sich Heibei heute hauptberuflich um das Autoportal.

Das Autoportal

Das Portal soll Mitarbeitern als Orientierungshilfe dienen. Ziel ist eine transparente und verständliche Darstellung der komplexen Volkswagen Welt mit all ihren Marken und Produkten. Zu finden ist es durch die Eingabe von „autoportal“ im Browser oder über Group Wiki.



„Berufsbeste Kauffrau für Dialogmarketing“: Laura Geiser.

Top im Job: Autostadt-Azubi Laura Geiser

Die Autostadt in Wolfsburg freut sich über die „Auszeichnung der Berufsbesten und ihrer Ausbildungsbetriebe 2019“: Laura Geiser wurde während der Bestenehrung der IHK Lüneburg-Wolfsburg als „Berufsbeste Kauffrau für Dialogmarketing“ ausgezeichnet.

Dank auch an die Ausbilder der jungen Frau

Die Bestenehrung ist eine Veranstaltung der IHK Lüneburg-Wolfsburg, bei der jedes Jahr die Auszubildenden geehrt werden, die in ihrem Beruf das beste Prüfungsergebnis erreicht haben. Da auch der ausbildende Betrieb gewürdigt wird, ist die Freude in der Autostadt doppelt groß: „Wir freuen uns sehr über dieses hervorragende Ergebnis und wünschen Frau Geisler für ihre weitere Laufbahn bei uns alles Gute! Ein herzlicher Dank geht an die Ausbilderinnen und Ausbilder in der Abteilung, die Frau Geiser optimal unterstützt haben“, sagt Stella Köhler, Leiterin des Personalmanagements der Autostadt.

„Die Ausbildung zur Kauffrau für Dialogmarketing war wie für mich gemacht. Die Kommunikation mit den unterschiedlichsten Menschen macht mir sehr viel Spaß. Wenn man tut, was man liebt, erzielt man auch die entsprechenden Ergebnisse, weshalb die Freude riesengroß ist, dass ich mit meiner Ausbilderin zur Bestenehrung fahren durfte“, sagt Laura Geiser, die inzwischen in der Autostadt in ihrem gelernten Beruf arbeitet.

Sie gibt der Autostadt eine Stimme

Kaufleute für Dialogmarketing sind in der Autostadt im Customer-Care-Center tätig. Dort geben sie den Angeboten und Attraktionen des Themenparks eine Stimme, bevor die Gäste anreisen, um zum Beispiel ihr Auto abzuholen. Zu ihren Aufgaben gehört es, mit den Gästen den Aufenthalt in der Autostadt zu planen und ihnen einen erlebnisreichen Tag ganz nach ihrem Geschmack zusammenzustellen.

In der Autostadt haben Schulabgängerinnen und Schulabgänger die Gelegenheit, sich in zehn unterschiedlichen Berufen ausbilden zu lassen oder ein duales Studium zu beginnen. Automobilkaufleute, Sicherheitskräfte, Mediengestalter, Lagerlogistiker oder Kaufleute für Touristik und Freizeit – die Auswahl ist groß.

Ausbildung

Interessierte Berufsstarter können sich unter www.autostadt.de/karriere über die Möglichkeiten einer Ausbildung in der Autostadt in Wolfsburg informieren.

In Grün: So strahlen die Autostadt-Türme bei den Heimspielen der VfL-Frauen.

Autostadt-Türme leuchten in Vereinsfarben

Wenn die erfolgreichen Fußballerinnen des VfL Wolfsburg zu ihren Heimspielen antreten, ist dies seit Kurzem bereits von weitem sichtbar: An Heimspieltagen erstrahlen die gläsernen Türme der Autostadt in den Farben beider Mannschaften – ein Turm ist in den Vereinsfarben des VfL beleuchtet, der zweite in denen der Gäste.

Vor wenigen Tagen erst war das wieder der Fall: Im Achtelfinale der Champions League traf das Team von Trainer Stephan Lerch auf den FC Twente Enschede aus den Niederlanden und gewann verdient mit 6:0.

stp

Grizzlys fahren Golf und Golf Variant

Eishockey-Spieler holten in der Autostadt ihre Wagen ab

Die Grizzlys Wolfsburg haben im Kundencenter der Autostadt in Wolfsburg ihre neuen Dienstfahrzeuge abgeholt. 30 Autoschlüssel für Golf und Golf Variant wurden an das Team aus der Deutschen Eishockey-Liga (DEL) um Mannschaftskapitän Sebastian Furchner übergeben.

Vor dem Höhepunkt des Tages gab es ein gemeinsames Essen im Restaurant Lagune. Anschließend erlebten die Spieler den automobilen Themenpark während einer Führung hautnah – vor allem für die Neuzugänge ein echtes Erlebnis. „Ich war vorgestern das erste Mal mit meiner Familie in der Autostadt. Mein Sohn und ich haben beide große Augen gemacht – wir waren beeindruckt“, sagte Neu-Grizzly Mathis Olimb, bevor er die Fahrzeugschlüssel für seinen Golf Variant entgegennahm. „Viele der jüngeren Spieler haben sich für den Golf als Limousine entschieden. Mit Familie weiß ich die Vorzüge des Variant jedoch mehr zu schätzen“, betont der norwegische Nationalspieler.

Übergabe in der Autostadt: die Grizzlys und ihre neuen Autos.

Impressum **360° Wolfsburg** | **Redaktion:** Michael Esders, Jörn Kleinschmidt, Marc Rotermund, Christoph Schrecke, Tobias Schwerdtfeger
Layout/Produktion: Dominic Stripling, Volkswagen AG; TERRITORY Content to Results GmbH | **Fotos/Illustrationen:** Volkswagen AG, iStock

Obsternte: Gegenüber vom Verwaltungsgebäude (Eingang B) an der Halle 2 steht zum Beispiel die Apfelbaumsorte Piros.

Die kostenlose Vitaminbombe für zwischendurch

Alkmene, James Rive, Piros oder Galloway Pepping sagen dir nichts? Dann ist es höchste Zeit, dass du mehr Obst isst. Denn bei den genannten Sorten handelt es sich um Apfelbäume. Diese und viele weitere – darunter auch Zwetschgen- und Birnenbäume, wurden vor einigen Jahren auf dem Werkgelände in Emden gepflanzt und können ab sofort von allen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern geerntet und in den Pausen verzehrt werden. Dabei wurden bewusst Sorten ausgewählt, bei denen die Pflückreife und die Genussreife zusammenfallen, damit sie bis zum Verzehr nicht erst gelagert werden müssen.

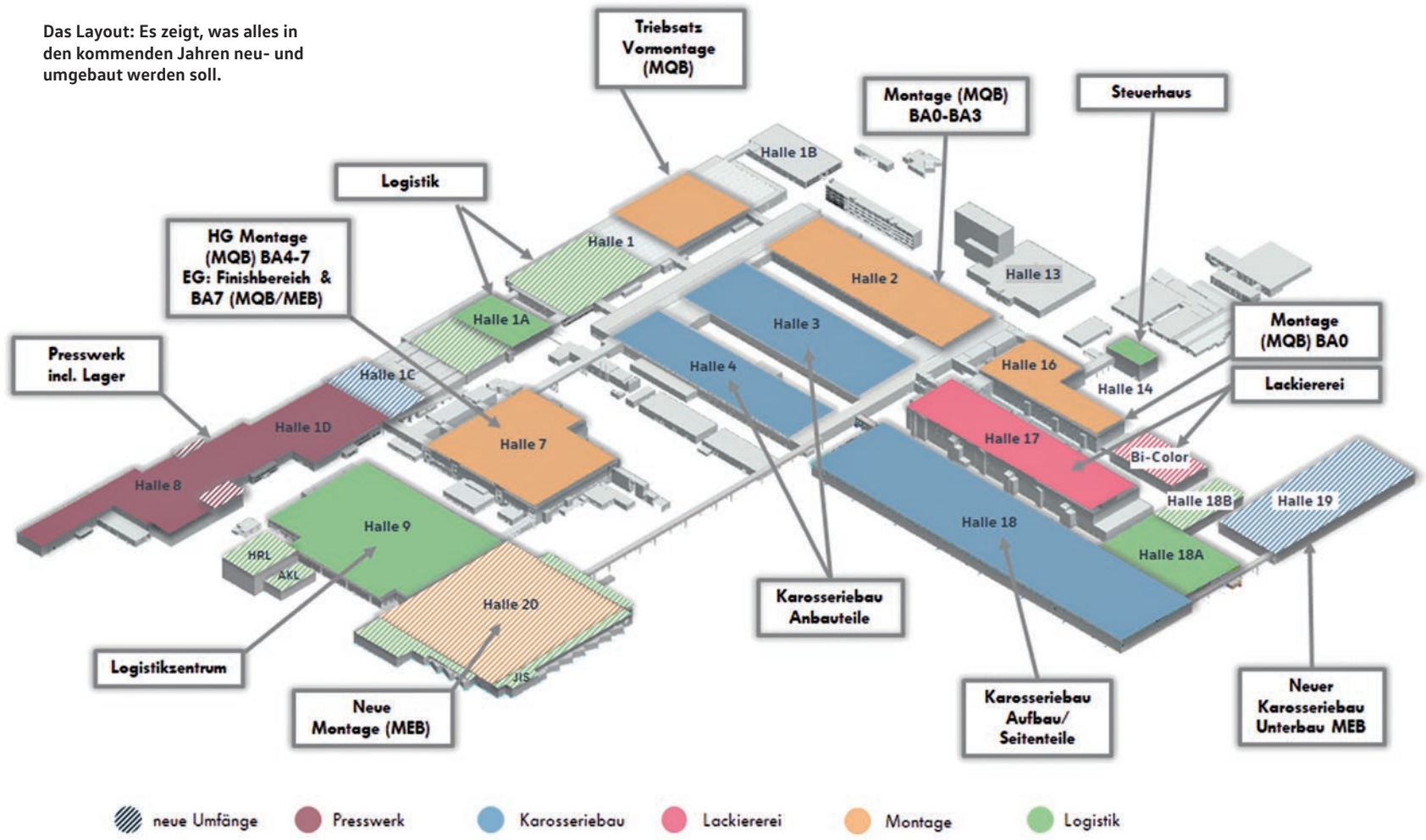
Während des Fahrsicherheitstrainings: Ex-Fußballstar Clemens Fritz am Sondermodell des Passat PA[1] R-Line.

Fahrtraining für Werder Bremen

Die Geschäftsführung und einige Sponsoren des SV Werder Bremen besuchten das Werk für eine Besichtigung und ein besonderes Fahrsicherheitstraining auf dem Emder Hafengelände. Ebenfalls mit dabei war der ehemalige Profi-Fußballer Clemens Fritz. Angereist waren die Gäste mit dem offiziellen Bus des SV Werder Bremen.

Besonders der Passat PA R-Line hatte es den Gästen angetan. So wurde speziell nach der Farbe des limitierten Fahrzeugs des Launch-Sondermodells R-Line Edition gefragt. Mondsteingrau – so die Antwort auf die Frage. Die auf 2.000 Fahrzeuge limitierte Sonderedition kann direkt über Großhändler bezogen werden. Konfigurierbar ist die Farbe bislang nicht.

Das Layout: Es zeigt, was alles in den kommenden Jahren neu- und umgebaut werden soll.



So soll das Werk zukünftig aussehen

Umstellung auf MEB-Fabrik: Was passiert in den einzelnen Gewerken?

Für Emden ist der „Start of Production“ (SOP) der MEB-Fahrzeuge für März 2022 geplant. Damit dieses Vorhaben realisiert und das Werk in eine MEB-Fabrik transformiert werden kann, werden viele Produktionsbereiche umgebaut und um neue ergänzt. Nach den Investitionszusagen des Vorstands können nun die erforderlichen baulichen Veränderungen geplant, beantragt und umgesetzt werden. Wie das Werk zukünftig aussehen soll, ist im neuen Werklayout für das Jahr 2022 zu sehen. Zu dieser Zeit sollen am Standort Emden parallel sowohl MEB- als auch MQB-Fahrzeuge produziert werden.

Im Bereich des Presswerks werden eine Fläche zur Einrüstung der zusätzlichen Presswerkzeuge für die Fertigungsumfänge des MEB sowie eine weitere Fläche für die Aluminiumentsorgung entstehen. Die Produktionsflächen des Karosseriebaus werden erweitert, damit die neuen Anlagen in die aktuellen Strukturen integriert werden können. Des Weiteren wird die neue Halle 19 mit einer Fläche von 23.900 Quadratmetern für den MEB-Unterbau errichtet. Damit die neue Karosseriebauhalle logistisch versorgt werden kann, wird eine weitere Halle, die Halle 18b, an die Halle 18a angebaut. In der Lackiererei werden die aktuellen Hallen modernisiert und die Fördertechnik auf das höhere Fahrzeuggewicht (+ 140 Kilogramm) ausgerichtet. Zum Schwarzlackieren der Fahrzeugdächer entsteht eine Bi-Color-Halle auf einer Fläche von 5.760 Quadratmetern. Auch das Steuerhaus in Montagehalle 2 wird auf das Fahrzeuggewicht vorbereitet und mit neuer Fördertechnik ausgestattet.

Für den Umbau: Die Antragsunterlagen wurden im September beim Gewerbeaufsichtsamt in Oldenburg eingereicht.

Im Zentrum des Fabrikumbaus steht die neue Montagehalle. Die Halle 20, mit direkter Anbindung an die jetzige Montagehalle 7, entsteht auf einer Fläche von 49.000 Quadratmetern. Die Halle 20 befindet sich dann neben dem LOC – in direkter Anbindung an Lagerflächen und Supermärkte. Hier sollen zukünftig unter ergonomisch optimierten Arbeitsbedingungen die Fahrzeuge auf MEB-Basis montiert werden. In der neuen MEB-Halle werden die E-Modelle eingerüstet und hochgefahren und zeitgleich der Arteon, die Passat Limousine und der Shootingbrake in den alten Montagehallen für einige Jahre weiterhin produziert.

Auch der Automatisierungsgrad in der Montage wird erhöht, zum Beispiel durch Umfänge, die in Zwickau bereits in Serie laufen, und Maßnahmen, die im Technikum zurzeit erprobt werden. Auch ein neues Hochregallager und ein automatisiertes Kleinteillager werden zur logistischen Versorgung der Montagehalle neben dem LOC errichtet.

Technikantinnen lernten Emder Werk kennen

Volkswagen fördert Frauen in technischen Berufen

Die Technikantinnen im Forum des Besucherdienstes: Es wurde auch über E-Mobilität und Umweltschutz gesprochen.

Wie ist es, als Frau in gewerblich-technischen Berufen zu arbeiten? Als Führungskraft? Werden Männer und Frauen bei Volkswagen gleich entlohnt? Diese und weitere Fragen konnten die 14 Teilnehmerinnen des Niedersachsen-Technikums im Rahmen einer Diskussionsrunde bei ihrem Besuch des Volkswagen Werks an weibliche Führungskräfte und den Emder Betriebsrat Thomas Schopf stellen.

Alle Beteiligten waren sich einig, dass auch die achte Auflage des Niedersachsen-Technikums für die jungen Frauen eine gute Orientierungshilfe bezüglich der Entscheidung für ein technisches Studium bot. „Wir sind sehr froh, ihnen durch die Teilnahme an diesem Programm eine richtig gute Chance zu bieten, die Bandbreite ihrer beruflichen Möglichkeiten zu erkennen“, so Christel Boven-Stroman, Koordinatorin des Niedersachsen-Technikums an der Hochschule Emden/Leer.

Das Programm richtet sich an Abiturientinnen, die sich für die MINT-Fächer Mathematik, Informatik, Naturwissenschaften und Technik interessieren. Insgesamt sechs Monate absolvieren die sogenannten Technikantinnen ein vergütetes technisches Praktikum und besuchen parallel entsprechende Lehrveranstaltungen an der Hochschule Emden/Leer. Drei der Technikantinnen durchlaufen ihr Praktikum im Volkswagen Werk Emden. Vor kurzem erhielten alle im Rahmen einer Exkursionsveranstaltung einen Einblick in das Werk.

stp

[1] Passat PA: 2.0 TDI SCR 7-Gang-Doppelkupplungsgetriebe DSG Diesel - Kraftstoffverbrauch, l/100 km: kombiniert 4,0; Stromverbrauch, kWh/100 km: kombiniert 15,7-15,1; CO_2-Emission, g/km: kombiniert 105; Effizienzklasse: A+

Besuch aus Japan in Emden

Austausch mit Mitarbeitern von Nissan: Benchmark mit dem drittgrößten Autobauer Japans

Nissan Japan war zu Besuch im Emder Volkswagen Werk, um sich schwerpunktmäßig über die neuesten Technologien im Automobilbau auszutauschen. Neben einer Werktour mit Referenten in einzelnen Gewerken fanden auch Gespräche über die verschiedenen Vorgehensweisen in Produktion und Logistik bei Volkswagen und Nissan statt.

Besuche zwischen Autobauern, auch außerhalb des Volkswagen Konzerns, erfolgen regelmäßig. So auch zwischen Nissan und Volkswagen. Das Hauptanliegen nennt sich Benchmarking, also sich mit anderen zu vergleichen und vor Ort zu schauen, wie andere dieses oder jenes gelöst haben.

Ein Großteil des Besuchs wurde über geführte Touren organisiert. Hier im Presswerk mit Dieter Schleifer (Mitte).

Im Presswerk: Hier wurden besonders die Sauberkeit und Helligkeit gelobt.

Halle 4: Die Delegation aus Japan schaute sich unter anderem die Anlagen im Karosseriebau an.

Volkswagen und Nissan im Vergleich

Nachdem Volkswagen in den letzten Jahren mehrmals bei Nissan war, wollten die japanischen Autobauer auch unser Werk einmal in Augenschein nehmen. Schwerpunkte des Besuchs waren besonders unsere Lösungen für Technologien, die im beruflichen Alltag leicht zu bedienen sind. Aber auch die Verarbeitung der riesigen Datenmengen (Big Data), speziell unter dem Gesichtspunkt der wachsenden Automatisierung durch die selbstfahrenden Transportfahrzeuge. Ein großes Thema bei Nissan sind zudem Produktionsanlagen, die einem steigenden Individualisierungswunsch der Kunden gerecht werden.

Nachdem verschiedene Bereiche wie Presswerk, Karosseriebau und Lackiererei besucht worden waren, ging es um Technologien auch außerhalb der Fertigung, wie den 3D-Raum „The Cave“ oder Virtual Reality im Trainingszentrum.

Von der japanischen Delegation besonders gelobt wurde das große Fachwissen der Mannschaft des Werks. Viele Fragen konnten schon vor Ort von den Referenten beantwortet werden. Aber auch der hohe Automatisierungsgrad, vor allem in der Logistik, überraschte und begeisterte sie, da Nissan in Japan noch eine andere Strategie verfolgt. Dort wird mehr auf manuelle Tätigkeiten gesetzt, um flexibler auf Veränderungen am Markt reagieren zu können.

So kann man auch diesen Besuch als erfolgreich verbuchen. Ein Tag, von dem nicht nur Nissan profitiert, sondern auch Volkswagen. Und spätestens beim nächsten Besuch in Japan heißt es dann wieder aus Emden: „Und wie macht ihr das so?“

Der neue Passat GTE[1] aus dem Volkswagen Werk Emden wird als Firmenwagen in Deutschland nur mit 0,5 statt 1,0 Prozent versteuert.

Der neue Passat GTE mit noch mehr E

Ein fließender Übergang in das Elektro-Zeitalter aus Emden

Der neue Passat GTE aus Emden ist die konsequente Weiterentwicklung des Hybrids und verkörpert die Entwicklung in ein rein elektrisches Zeitalter, ohne seine ursprüngliche Langstreckentauglichkeit zu verlieren. Während mit der um 31 Prozent größeren Batteriekapazität die elektrische Reichweite laut dem besonders praxisnahen WLTP-Zyklus auf bis zu 56 Kilometer erhöht wird, bleibt die Effizienz für Langstrecken durch den 156-PS-Benzinmotor erhalten.

Aufgrund des größeren emissionsfreien Radius ist der neue Plug-in-Hybrid-Antrieb insbesondere für all diejenigen Autofahrer ideal, die in der Stadt wohnen oder in eine Stadt pendeln. Denn der sparsame Passat GTE wird in städtischen Regionen zum Zero-Emission-Vehicle: Selbst in Millionenstädten wie Berlin reicht die neue Batteriekapazität dazu aus, die meisten täglichen Distanzen komplett elektrisch und damit emissionsfrei zurückzulegen.

Beim Losfahren ist standardmäßig der Elektromodus aktiviert. Der bleibt auch eingeschaltet, bis man die Batterie leergefahren hat, 140 km/h überschreitet oder per Hand einen anderen Modus aktiviert. Und das ist nun noch einfacher. Statt wie bisher fünf Betriebsmodi gibt es nur noch drei: den „E-Mode“ (rein elektrisches Fahren) sowie die Modi „GTE“ (sportliches Fahren mit voller Systemleistung von 218 PS und bis zu 222 km/h) und „Hybrid“ (automatischer Wechsel zwischen E-Maschine und TSI-Motor).

stp

[1] Passat GTE: 1,4 l TSI mit E-Motor 115 kW (156 PS) / 85 KW (115) PS 6-Gang-Doppelkupplungsgetriebe DSG Super 95 - Kraftstoffverbrauch, l/100 km: kombiniert 1,7-1,6; Stromverbrauch, kWh/100 km: kombiniert 15,7-15,1; CO_2-Emission, g/km: kombiniert 39-37; Effizienzklasse: A+

Nichts für zarte Nerven: Das Emder Solarboot erreicht eine Höchstgeschwindigkeit von 31 km/h.

Mit Solarenergie die Bootsfahrt revolutionieren

Im Juli dieses Jahres fand in Monaco die Solar & Energy Boat Challenge statt. Mit dabei war das Emder Solarboot „Sunderbird“ einer Gruppe Studierender aus Ostfriesland. Bei diesem Rennen treten jedes Jahr Teams aus der ganzen Welt mit dem Ziel an, ein Boot zu bauen, das dauerhaft rein mit Solarenergie fahren kann. Dazu treten die Boote in den Disziplinen Ausdauer, Geschwindigkeit und Wendigkeit gegeneinander an. Insgesamt belegte das Emder Solarboot-Team in der Open Class den dritten Platz und gehört damit zu den besten Solarboot-Teams der Welt!

Im Einsatz: Mit dem Emder Bulli wurde das Solarboot nach Monaco gefahren.

Die Siegerehrung: Mit dem zweiten Platz können Christian Hellwig, Michael Roy, Tammo Röpkes und Arne Hinrichs (von links) sehr zufrieden sein.

Linde Staplercup: Nur ganz knapp am Titel vorbei

Nachdem im Juni dieses Jahres der Volkswagen Staplercup ausgetragen worden war und dort die besten Staplerfahrer für das Volksagen Team für den Linde Staplercup ermittelt worden waren, stellte sich das Volkswagen Team am 20. September in Aschaffenburg dem Wettkampf mit 23 weiteren Mannschaften. In einem spannenden Finale gegen die Männer der Firma Petrovich aus Moskau und der Firma SMP erreichte Volkswagen den zweiten Platz. Mit dabei im Volkswagen Team waren die Emder Kollegen Arne Hinrichs und Tammo Röpkes. Wir gratulieren zu dieser herausragenden Leistung.

Impressum **360° Emden** | **Standortverantwortlicher:** Klaus Fröhling | **Layout/Produktion:** Dominic Stripling, Volkswagen AG; TERRITORY Content to Results GmbH | **Redaktion/Fotos:** Insa Beitelmann, Silvia Frühling, Jana Janssen, Thomas Schlunck, Marc Sluiter, Stefan Welke

Volkswagen Osnabrück rockt den Familientag

9.000 Besucher kamen: Impressionen zum Familientag „Open Air Roc Stars“

Volkswagen Osnabrück öffnete am 14. September 2019 bei strahlendem Sonnenschein die Tore für alle Mitarbeiter und ihre Familien. Die 9.000 Besucher feierten an diesem Tag gemeinsam das zehnjährige Jubiläum der Volkswagen Osnabrück GmbH und das neue T-Roc Cabriolet[1].

Dass dieser Tag nachhaltigen Eindruck bei allen hinterlassen hat, zeigen folgende Impressionen:

Nah dran: Besucher erkunden das neue T-Roc Cabrio.

Buntes Treiben auf der Karmannstraße: Zum Familientag kamen 9.000 Besucher.

Neuer Blickfang im Werk: die Kulturwand mit den Konzerngrundsätzen.

Von links: Wolfgang Zang, Gerhard Schrader, Prof. Dr. Dr. h.c mult Carl Horst Hahn, Wolfram Smolinski, Jörg Müller, Katrin Börsting.

Blick von oben: Rundgang im Karosseriebau.

Susanne Pohlmann, Technische Entwicklung: „Der Familientag war meiner Meinung nach eines der besten Events bei Volkswagen Osnabrück, natürlich spielte dabei das tolle Sonnenwetter auch eine große Rolle. Es gibt mir im Nachhinein immer noch ein tolles Gefühl, erlebt zu haben, wie die Vorbereitungen bereichsübergreifend Hand in Hand liefen. Das zeigt einfach, dass wir am Standort ein tolles Team sind.“

Claudia Vieth, Ausbildung und Personalentwicklung: „Mir war wichtig, am Familientag auch etwas Bleibendes zu gestalten, was einen Bezug zum Thema Unternehmenskultur hat. Was lag da näher, als gemeinsam mit den Besuchern die Konzerngrundsätze an die Wand zu bringen? Nun freue ich mich jeden Morgen, wenn ich auf dem Weg zu meinem Arbeitsplatz die bunten Farbwolken mit den Grundsätzen sehen kann. Es erinnert mich an einen wunderschönen Tag und an die Leitplanken unseres Konzerns.“

Jörg Müller, Sprecher der Geschäftsführung: „An diesem besonderen Tag standen unsere Mitarbeiter und ihre Familien im Vordergrund. Ich bin stolz auf die tolle Glanzleistung der Mitarbeiter der Volkswagen Osnabrück GmbH in den letzten zehn Jahren und nicht zu vergessen auch in der Karmann-Zeit. Außerdem durften wir ein neues Fahrzeug in unserer automobilen Familie willkommen heißen: das T-Roc Cabrio. Auch Herr Professor Hahn, der als Ehrengast an unserem Familientag teilnahm, war ganz angetan von dem neuen T-Roc Cabrio.“

Heinrich Schulke, Instandhaltung Lackiererei: „Die Mischung hat an dem Tag gestimmt. So ein Familientag spannt einen großen Schirm, unter dem Gemeinschaft entsteht.“

Wie ist es, Kunde von MOIA zu sein?

Mitarbeiter der Abteilung O-TEGF testen den MOIA-Shuttle im Betrieb

Wir haben ihn wachsen sehen – von der ersten Zeichnung über das erste Modell bis hin zum fertigen Endprodukt. Aber wie schlägt sich der Pluto, wie das MOIA-Fahrzeug intern genannt wird, in Hamburg? Genau diese Frage brannte uns unter den Nägeln, weshalb wir beschlossen, als diesjähriges Abteilungssommerfest eine Fahrt nach Hamburg zu unternehmen und den Pluto live im Dienst zu erfahren.

Wir hatten uns vorgenommen, mit dem MOIA von der Alster zu den Landungsbrücken zu fahren. Drei Kollegen hatten dazu schon vorher die App auf ihrem Smartphone installiert. Dann wurde gleichzeitig der Shuttledienst angefragt. Die Antwort kam prompt, es tat sich eine Karte in der App auf, die uns etwa 300 Meter zu Fuß zur MOIA-Haltestelle leitete. Die bestellten Fahrzeuge konnten interaktiv in der App verfolgt werden und kamen fast gleichzeitig an unserem Haltepunkt an. Das Fahrgefühl beim fast geräuschlosen Gleiten einmal quer durch Hamburg war faszinierend. Die Fahrt war sehr angenehm, die Sitze bequem und großzügig und die Aussicht war dank der großen Scheiben genial. Die Bezahlung der Fahrt war schon mit der Buchung erledigt und die Kosten von 10,21 Euro für fünf Personen von der Binnenalster bis zu den Landungsbrücken erschienen uns fair. Besonders für Fahrten, bei denen man mit U- und S-Bahn mehrfach umsteigen müsste, ist der MOIA-Dienst eine sehr gute Alternative.

Wer also demnächst einmal die Hansestadt Hamburg besucht, dem ist eine Fahrt mit dem Pluto auf jeden Fall zu empfehlen.

Glückliche Gesichter nach der Fahrt mit dem Pluto: (von links) Ajay Chavan, Mathias Brass, Susanne Büscher, Qing Yin und Norbert Schulte-Frankenfeld.

Standortklausur TRANSFORM.TOGETHER

Top-Maßnahmen und Neuerungen erfolgreich umgesetzt

Im September fand die diesjährige Standortklausur TRANSFORM.TOGETHER am Standort Osnabrück statt. Zu den Teilnehmern zählten auch die Strategieverantwortlichen Robert Cisek, Leiter der Produktionsstrategie der Marke Volkswagen, sowie Marc Spiewack, Leiter TRANSFORM.TOGETHER.

Die Geschäftsführung Volkswagen Osnabrück vertrat zusammen mit dem Werkmanagement sowie weiteren Handlungsfeldverantwortlichen den Standort Osnabrück.

Zum Start der Klausur zeigten die Bereiche Produktion und Logistik umgesetzte Maßnahmen im Werk. Der Entfall von Lackschutzabdeckungen in der Montage des Skoda Karoq und die Logistikmaßnahme „Stabile Lieferantenanbindung – Einführung neuer Meldepunkt“ wurden erfolgreich präsentiert. Die Maßnahme der Logistik ist Vorbild für andere Produktionsstandorte und wurde im Rahmen der Produktionsstrategie TRANSFORM.TOGETHER an 14 Volkswagen Standorte weltweit zur Umsetzung verteilt.

Für ein effizienteres Tracking der Ziele von TRANSFORM.TOGETHER wurde ein neues Zielverfolgungskonzept erarbeitet, das der Leiter Stefan Möller vorstellte. Es beinhaltet eine Zielverfolgung auf Bereichsebene anstatt auf Ebene der Handlungsfelder. Weiterhin wurde hervorgehoben, dass nun alle Veranstaltungen zu TRANSFORM.TOGETHER direkt in den Räumlichkeiten der Produktion stattfinden.

Anschließend stellten die Handlungsfeldverantwortlichen die Top-Maßnahmen 2019 aus den acht Handlungsfeldern vor. Schwerpunktthemen waren effiziente Logistikkonzepte und deren Umweltauswirkungen sowie die Optimierung der Produktivität hinsichtlich einer Nacharbeitslösung für den Spoiler des T-Roc Cabrios.

Herr Dr. Cisek und Herr Spiewack waren beeindruckt von den Initiativen und Maßnahmen, die am Standort gestartet und umgesetzt worden sind. Die Neuausrichtung der Standortstrategie Volkswagen Osnabrück bietet die Chance zur Steigerung der Wettbewerbsfähigkeit.

Standortklausur: Produktstrategie Wolfsburg und das TRANSFORM.TOGETHER-Team Osnabrück.

Volkswagen Osnabrück im Maßstab 1 : 1.100

3D-Druck-Technologie: Praktischer Einsatz in der Ausbildungswerkstatt

Haben das beleuchtete Werkmodell des Standorts erstellt: Siegfried Behrens, Markus Rehme, Sebastian Bergmann, Julian Herkenhoff (hinten, von links), Lena-Francesca Garsetz, Eva Meyer und Ole Mohaupt (vorne, von links).

Volkswagen Osnabrück in Miniatur, ein maßstabsgetreues Werkmodell, am besten mit Beleuchtung. Als diese Bitte an die Ausbildungswerkstatt herangetragen wurde, war schnell klar: Diese Aufgabe können wir nicht allein realisieren. In dem Gemeinschaftsprojekt von Planung, Werktechnik und Ausbildungswerkstatt wurden zunächst die Gebäudedaten für den 3D-Druck aufbereitet, dann wurde das Druckerzeugnis lackiert und abschließend wurde es mit einem Beleuchtungskonzept ausgestattet. Das Ergebnis steht nun im Foyer des Gebäudes 1.

stp

[1] seriennahe Studie

Impressum **360° Osnabrück** | **Standortverantwortliche:** Judith Cremering, Vera Zimmermann | **Redaktion/Fotos:** Ole Mohaupt, Vera Zimmermann, Stefan Möller, Svenja Klein | **Layout/Produktion:** Dominic Stripling, Volkswagen AG; TERRITORY Content to Results GmbH | **Fotos/Illustrationen:** Volkswagen AG

Die komplette Ausgabe der **Group Components** gibt es unter: www.volkswagen-newsroom.com/de/publikationen

Ein dickes Ding

Schwertransport, Halle aufschneiden, Anlage einbauen

Was jetzt im Werk Braunschweig passierte, ist im wahrsten Sinne des Wortes ein „dickes Ding“. Für den Einbau des Licon-Rundtischs für die mechanische Bearbeitung der MEB-Schwenklager musste erst die Hallenwand aufgeschnitten werden. Insgesamt 63 Tonnen wurden mit einem Schwerlastkran in die Halle gehievt. Der Ablauf war akribisch geplant: Umgebung absperren, Logistikschleuse absperren, Hallenwand aufschneiden und zwischenlagern, Transporthilfen montieren, bestehende Produktionsanlagen stoppen und teilweise abbauen, Anlage in die Halle hieven, auf den vorgesehenen Platz wuchten, Produktionsanlagen wieder aufbauen. Planer Julius Heyne von der Volkswagen Group Services und der erfahrene Meister Frank-Peter Schrapel plus ein Team von knapp 20 Personen aus den unterschiedlichsten Gewerken und Firmen haben ganze Arbeit geleistet. Die Produktion der Serienanlage stoppte am Freitagmorgen und konnte Sonntagabend pünktlich wieder anlaufen. Der Licon-Rundtisch für das MEB-Aluminium-Schwenklager der mechanischen Bearbeitung wurde in sechs Einzelteilen in die Halle gehievt. Das Mittelstück wiegt 28 Tonnen, die fünf Stationen jeweils noch einmal sieben Tonnen. Jetzt wird die Anlage montiert, der Hochlauf der Anlage beginnt in der KW 42, für KW 47 ist die betriebliche Übergabe der Anlage geplant. 2,5 Millionen Euro hat die neue Anlage gekostet, nach Fertigstellung werden hier pro Schicht Schwenklager für über 160 MEB-Fahrzeuge produziert.

Das Mittelstück des Licon-Rundtischs wird in die Halle befördert.

Eine der fünf Stationen auf dem Weg in die Halle.

Planer Julius Heyne mit dem Mittelstück des Rundtischs.

Aus Braunschweig in die Welt

Batteriesysteme für den „neuen“ e-up![1] und seine Brüder

In der Halle 23 wurde kräftig umgebaut, unter anderem auch die Linie für die Batteriesysteme des e-up!, auf der auch für den Seat e-Mii und den Skoda Citigo gefertigt wird. Nach der Vorserie startete jetzt die Produktion.

Seit Ende 2018 wurden insgesamt 177 Vorserien-Batteriesysteme produziert, die an die Entwicklung, die Qualitätssicherung und das fahrzeugbauende Werk VW Bratislava gingen, um auf Herz und Nieren geprüft zu werden.

Die Produktion der Batteriesysteme fährt jetzt hoch, dazu wird analog die Mitarbeiterzahl von Woche zu Woche ansteigen. Nach Abschluss der Anlaufphase werden dort 74 Fertigungsmitarbeiter beschäftigt sein, die dann bis zu 246 Batteriesysteme am Tag produzieren werden.

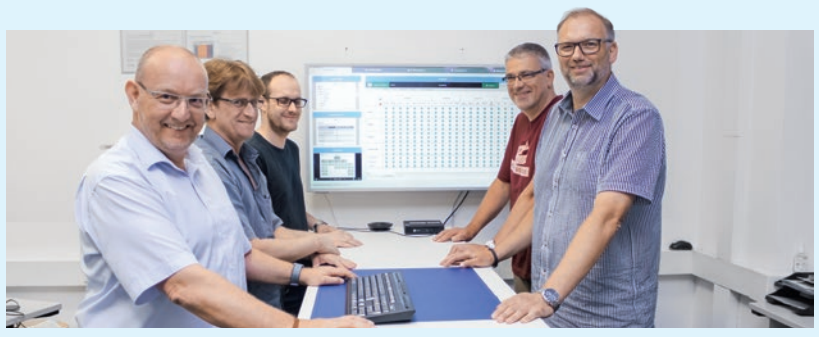
Neu ist, dass die Batteriesysteme nicht nur für den e-up! produziert werden, auch seine internationalen Brüder, der Seat e-Mii electric und der Skoda Citigo E, fahren künftig mit einem elektrischen Herz aus Braunschweig. Alle drei „neuen“ Modelle werden mit einer höheren Reichweite als bisher unterwegs sein.

Gutes Zusammenspiel: das Team der neuen e-up! Linie mit dem Batteriesystem.

SPEED+

Shopfloor-Management geht auch im Büro

QS Fertigung Schweißgruppe tritt beim SPEED+ Award an



Das Shopfloor-Management-Team um Unterabteilungsleiter Jens Kandziora: Sven Volker, Jan Gödeke, Stefan Badelt und Jörg Bergmann (v. l.).

In der Kategorie „Shopfloor-Management“ des SPEED+ Awards tritt das Team von Unterabteilungsleiter Jens Kandziora an. Ausgangsbasis für das Team aus der Qualitätssicherung Fertigung Schweißgruppe war die Tatsache, dass die morgendlichen Besprechungsrunden immer überzogen und so Anschlusstermine verpasst wurden. Kurzerhand bediente sich das Team des Methodenbausteins Shopfloor-Management des Volkswagen-Wegs. Abgestimmt auf die Bedürfnisse eines indirekten Bereichs und des direkten Bereichs der Fertigung ging es direkt in die Umsetzung. Außer für eine stringentere und strukturierte Informationsweitergabe sorgt das Shopfloor-Management jetzt auch für mehr Transparenz für alle. Dafür wurde unter anderem ein aus Beständen stammender Monitor eingesetzt, auf dem auf einen Blick alle Kennzahlen zu erkennen sind. Das ist budgetneutrale Optimierung, erreicht mit bewährten Methoden.

„Herzlich willkommen im Werk Braunschweig“

112 neue junge Kolleginnen und Kollegen in Braunschweig

Herzlich willkommen im Werk Braunschweig: 112 Auszubildende und duale Studierende haben jetzt ihre Ausbildung begonnen. Die 22 Frauen und 90 Männer im Alter von 16 bis 25 Jahren werden in zehn gewerblich-technischen und kaufmännischen Berufen ausgebildet. Davon absolvieren 14 Frauen und Männer ein duales Studium in einer von vier Studienrichtungen. Die neuen Auszubildenden und dualen Studierenden wurden begrüßt von Vertretern der Volkswagen Akademie, des Personalwesens, des Betriebsrats und der Jugendvertretung.

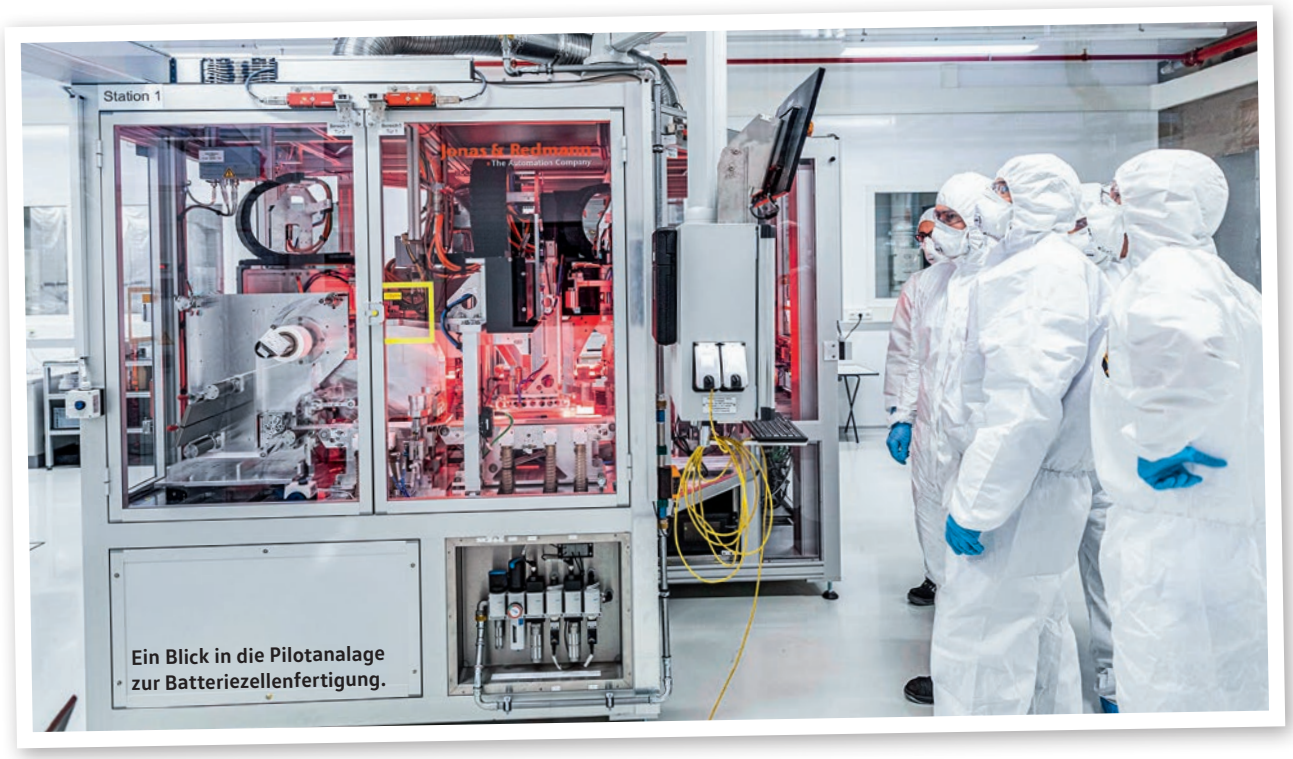
wb

[1] e-up (61 kW/83 PS) 1-Gang-Automatik Stromverbrauch kombiniert (NEFZ): 12,7 kWh/100 km und CO_2-Emission kombiniert: 0 g/km Effizienzklasse: A+

Impressum **360° Braunschweig** | **Standortverantwortliche**: Silvia Wulf | **Redaktion:** Friederike Steemann | **Layout/Produktion:** TERRITORY Content to Results GmbH | **Fotos/Illustrationen:** Volkswagen AG, Getty Images

Erste Batteriezellen, made in Salzgitter

Zwei Tage, hunderte Besucher – die Pilotanalage für Batteriezellen begeistert



Ein Blick in die Pilotanalage zur Batteriezellenfertigung.

In der Halle 3 im Komponentenwerk Salzgitter ist Elektromobilität sichtbar. Zahlreiche Gäste aus dem Konzern und der Bundes- und Landespolitik sowie über 40 Medienvertreter waren zur Eröffnung der Pilotanlage für Batteriezellen am 23. September gekommen.

Rund 300 Experten entwickeln und erproben hier im Center of Excellence (CoE) innovative Fertigungsverfahren zur Produktion von Lithium-Ionen-Akkus. Volkswagen investiert im ersten Schritt ca. 100 Millionen Euro.

Werkleiter Andreas Salewsky über die Eröffnung: „Viele Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter haben mit Tatkraft, Ausdauer, Teamgeist und guten Ideen zu diesem erfolgreichen Start der Pilotlinie und zum perfekten Gelingen der Events beigetragen.“ Frank Blome, verantwortlich für das Geschäftsfeld CoE/Batteriezelle, zeigte sich zufrieden: „Das hohe Interesse aus dem Konzern und in den Medien war für uns im CoE Batteriezelle der Lohn für die Arbeit der letzten zwei Jahre.“ Dirk Windmüller, Betriebsratsvorsitzender am Standort Salzgitter, sagte: „Ich bin mir sicher, dass heute der Tag ist, an den wir uns später immer erinnern werden. Wir bauen hier in Salzgitter eine zukunftsweisende Technologie für den Konzern auf.“

Führungskräfte, Vertrauensleute und Betriebsräte informierten sich aus erster Hand über Batteriezellen.

Über 630 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter kamen zu den Infoveranstaltungen.

Infoveranstaltungen für Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter

Nach der feierlichen Eröffnung am Vormittag standen am Nachmittag sowie am Folgetag die Tore auch für Führungskräfte, Vertrauensleute und Betriebsräte offen. Über 630 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter folgten der Einladung und konnten sich an verschiedenen Stationen über die Arbeit des CoE informieren.

Joan Wairimu Koira-Wolf arbeitet im CoE. Die junge Frau ist Anlagenplanerin und war an beiden Tagen dabei. „Ich habe den Gästen, Pressevertretern und Kollegen zwei Stationen erklärt. An der einen Station wurde das Kalendrieren vorgestellt. Dabei wird die Elektrode verdichtet und geglättet. Das ist wichtig, denn so erhält die Zelle mehr Energie und mehr Leistung. An der zweiten Station haben wir das Längsschneiden gezeigt“, berichtet die Ingenieurin.

Batteriezellenfabrik in Salzgitter

Zum Jahreswechsel 2023/2024 soll die Batteriezellenfabrik in Salzgitter in Betrieb gehen. Hierfür hat Volkswagen ein Joint Venture mit dem Batteriehersteller Northvolt gegründet.

Weitere Informationen

Mehr zum neuen Geschäftsfeld CoE/Batterie im Konzernteil auf Seite 3

Serienproduktion gestartet

Zentrale Bauteile für den E-Antrieb: Rotoren und Statoren aus Salzgitter

Lars Isensee und Jessica Blania an der Statorlinie.

Die E-Mobilität hält mehr und mehr Einzug im Werk Salzgitter. Am 24. September war der Produktionsstart (engl. Start of Production) der Rotor-/Statorfertigung. Das Team um Leiter Jens Falkenberg hat in den vergangenen Monaten viel Engagement investiert und die Anlagen grundlegend neu aufgebaut. Werkleiter Andreas Salewsky betont: „Hier vor Ort kann man Transformation greifbar machen und erleben. Aus meiner Sicht ist diese Fertigung der E-Mobilität nicht weit entfernt von der Verbrennerwelt. Unsere Arbeitsmethoden und -prozesse funktionieren hier genauso gut.“

Die Anlagentechnik

Die Anlagentechnik ist eine andere und neu für Volkswagen. „Neue Prozesse wie Drahtbiegen, Laserschweißen oder auch Imprägnierung sind Herausforderungen. Wir sind dabei, diese Technologien zu erlernen und auch zu verstehen. Prinzipiell sind es alles interessante und lösbare Aufgaben, auch für unsere 37 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter“, erklärt Jens Falkenberg.

Der Weg der Rotoren und Statoren

Die in Salzgitter gefertigten Rotoren und Statoren werden in das Werk Kassel geliefert und in den E-Antrieb eingesetzt. Die weitere Lieferkette läuft nach Meerane in Sachsen. Dort wird unter Federführung des Werks Braunschweig die Zusammenbau-Hinterachse mit dem integrierten Antrieb erzeugt. Über eine JIS-Anlieferung (Just in Sequence) erfolgt der Verbau im Fahrzeugwerk Zwickau in den neuen ID.3[1]. Für die Zukunft ist der Einsatz in weiteren Fahrzeugen der Marken Volkswagen, SEAT und Skoda vorgesehen.

Die bronzefarbenen Hairpins werden in einem speziellen Verfahren verschweißt.

Neuer Fertigungsleiter: Szilárd Szakál

„Ich bin stolz darauf, hier in Salzgitter zu sein“

Seit dem 1. September 2019 ist Szilárd Szakál neuer Fertigungsleiter am Komponentenstandort Salzgitter. Zuvor war er in Györ Leiter des Produktsegments R4 Ottomotoren. Der gebürtige Ungar hat Maschinenbau sowie Betriebswirtschaftslehre studiert und schon einmal in Deutschland gearbeitet. Für Audi in Ingolstadt war er 2016 Leiter der Planung R4 Ottomotoren.

Die deutsche Sprache beherrscht er gut: „In der Schule habe ich Deutsch gelernt und als ich später mit Kollegen aus Deutschland zusammengearbeitet habe, konnte ich mein Deutsch mehr und mehr verbessern“, so der Vater von drei Kindern.

Teamarbeit, Produktivität und Effizienz liegen Szilárd Szakál besonders am Herzen. „Für mich ist es sehr wichtig, dass die Zusammenarbeit mit den Kolleginnen und Kollegen gut läuft. Ich möchte, dass wir alle in einem Boot sitzen und gemeinsam unsere Ziele erreichen. Produktivität und Effizienz sind mir im Berufsalltag besonders wichtig“, so der neue Fertigungsleiter.

Seit September in Salzgitter: Szilárd Szakál.

Familientag: Werk Salzgitter feiert am 4. Juli 2020

Rundes Jubiläum steht vor der Tür

Vor bald 50 Jahren, Anfang Juli 1970, hat das Werk in Salzgitter seinen Betrieb aufgenommen. Den runden Geburtstag wird der Group-Components-Standort am 4. Juli 2020 feiern – mit einem Familienfest für seine Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sowie deren Angehörige. Erste Vorbereitungen für die Feier sind bereits angelaufen. Und auch die Projektgruppe aus Vertreterinnen und Vertretern aller Bereiche des Werks steht. Die Projektleitung hat Axel Wiese übernommen. Er freut sich schon jetzt auf Anregungen aus der Belegschaft und auf Bewerbungen von Bands aus der Region, die bei dem Familienfest auftreten wollen. Achtung: Anregungen und Band-Vorschläge bzw. Bewerbungen bitte nur per Mail schicken an: axel.wiese@volkswagen.de

wb

[1] Seriennahe Studie

Impressum **360° Salzgitter** | **Standortverantwortliche:** Stella Pechmann | **Redaktion:** Lucas Kersterke | **Layout/Produktion:** TERRITORY Content to Results GmbH | **Fotos/Illustrationen:** Volkswagen AG

Wir recyceln unsere Späne jetzt selbst

Neuer Schmelzofen im Aufbau – Großer Einspareffekt beim Energieverbrauch

Innovativ, wirtschaftlich und vor allem umweltschonend: Auf dem alten Hubschrauber-Landeplatz wird derzeit ein neuer Späneschmelzofen aufgebaut. Das Projekt der Leichtmetallgießerei ist ein echter Gewinn – für Volkswagen und die Umwelt.

Bislang war es nämlich so: Späne aus der Gießerei wurden gesammelt, getrocknet und dann an externe Firmen verkauft. Diese schmolzen die Späne ein, produzierten Masseln und verkauften das Metall wiederum teurer zurück an unseren Standort. Für Volkswagen also ein Minusgeschäft.

Durch den neuen Schmelzofen wird der Prozess in Zukunft wesentlich effizienter. Jetzt werden die anfallenden Späne nicht mehr verkauft, sondern direkt auf dem Werkgelände eingeschmolzen und recycelt. Der Wertstoffkreislauf bleibt somit innerhalb des Werks.

Die Gießerei leistet damit einen großen Beitrag für die Komponente und den Konzern auf dem Weg zur Umsetzung des Leitbilds „goTOzero“, also der umweltschonenden Mobilität. Dank der neuen Anlage fällt das Umschmelzen durch eine externe Firma weg – allein dadurch kann der Jahres-Energieverbrauch von rund 140 Einfamilienhäusern eingespart werden.

Da auch externe Lkw-Transporte nicht mehr nötig sind, entstehen CO_2-Einsparungen von 750 Tonnen pro Jahr. Zudem könnten die Metallverluste um etwa 1.000 Tonnen pro Jahr reduziert werden.
Der Ofen hat für die Gießerei Kassel eine wichtige strategische Bedeutung. Denn die Ofenneuheit trägt maßgeblich dazu bei, die ehrgeizigen ökologischen und ökonomischen Ziele zu erreichen. Rund ein Jahr Späneschmelzen in Kassel, dann sind die Investitionen bereits amortisiert. Pro Tag fallen allein in Kassel ca. 20 Tonnen Aluminiumspäne an, die in der Anlage eingeschmolzen werden können.

Schematischer Blick in den Prozess der Späneschmelze:

1. Aluspäne
2. Schmelzkammer
3. flüssiges Aluminium

Im Rohbau: die neue Halle für die Späneschmelze.

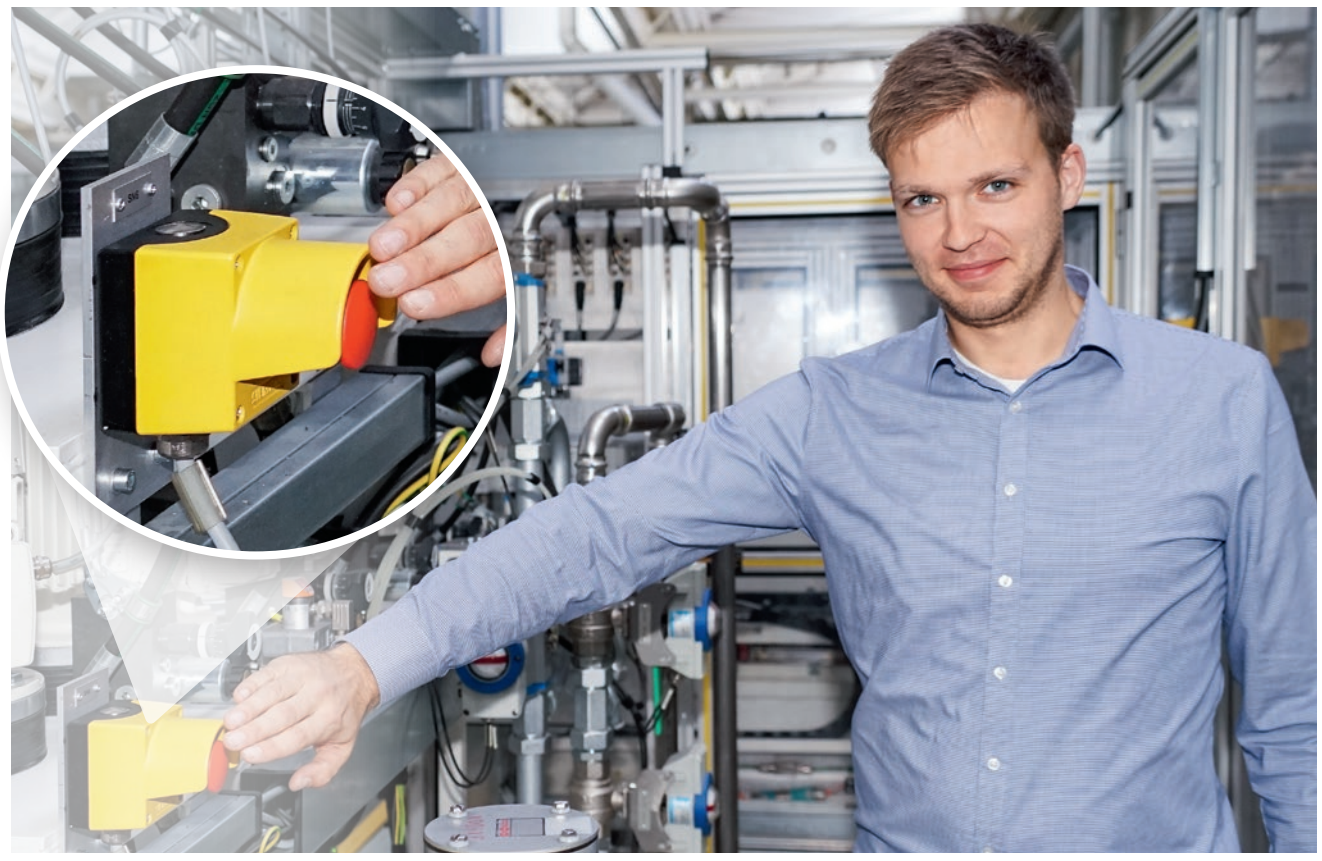
Enorme Hitze: Blick ins Innere einer Aluminiumschmelze.

Schalter umlegen – Energie sparen

Patrick Deppe entwickelt umweltschonende Idee für End-of-Line-Prüfstände von DL382

Wenn es um die Zukunft des Kasseler Werks geht, spielt auch das Thema Nachhaltigkeit eine immer wichtigere Rolle. Der momentane Schwerpunkt auf dem Weg zur CO_2-neutralen Produktion liegt auf einer nachhaltigen Prozessgestaltung. Beispielhaft hierfür steht die Grundlastreduzierung am Standort Kassel. Am Wochenende machen nicht nur viele Beschäftigte Pause, sondern auch Maschinen und Anlagen in der Produktion. Eine Ausnahme waren bisher die acht End-of-Line-Prüfstände der Doppelkupplungsmontage DL382 in Halle 2. Das Öl darin wurde rund um die Uhr auf die erforderlichen ca. 60° C temperiert. Denn nur so konnte man sicherstellen, dass die Frühschicht am Montagmorgen sofort mit der Arbeit starten konnte. Dieses dauerhafte Heizen kostete natürlich viel Energie. Jetzt hatte Patrick Deppe, technischer Sachbearbeiter, eine Idee:

Das Prüfstandsprogramm wurde so umgeschrieben, dass sich die Öltemperierung über das Wochenende automatisch abschaltet und rechtzeitig vor Produktionsbeginn wieder hochfährt. Ein guter Einfall, der pro Jahr allein an diesem Standort 74 Tonnen CO_2-Emissionen vermeiden könnte. Die Umsetzung der Maßnahme läuft.



Hatte eine Idee mit viel Potenzial: Patrick Deppe führte eine automatische Wochenendabschaltung für Anlagen in der Doppelkupplungsmontage DL382 ein.

wb

SPEED+

Shopfloor-Management

Versorgungslogistik setzt auf digitale Shopfloor-Tools

Die Besonderheit
Als Vorreiter in Sachen Shopfloor-Management nutzt der Bereich Versorgungslogistik verschiedene Auswertungstools. So werden Shopfloor-Werkzeuge wie Auftragsboards mit Kanban-Tools wie Xira aus dem indirekten Bereich gekoppelt. Ziel dieser Maßnahme ist es, Aufgaben für alle Beteiligten bis zur Abarbeitung gut sichtbar festzuhalten.

Das Tracking
Für das Tracking wurden eigene bereichsspezifische Kennzahlen gefunden, die jederzeit überprüft und angepasst werden können. Die Zahlen werden digital auf Tachos dargestellt. Das erleichtert die Interpretation und führt dazu, dass das Team und der Bereichsleiter alle wichtigen Zahlen im Überblick behalten. Darüber hinaus wurde in Abstimmung mit den Teams eine Performance-Kennzahl gebildet, die eine optimierte Personalsteuerung ermöglicht. Damit können auch Optimierungsmaßnahmen aus zum Beispiel Workshops auf Wirksamkeit und Nachhaltigkeit geprüft werden. Ist eine Maßnahme wirksam umgesetzt, erhöht sich die Performance-Kennzahl entsprechend.

Das Feedback
Die Mitarbeiter finden das neue Shopfloor-Management super. Das Tagesgeschäft wird schneller abgearbeitet, die Aufgaben und Erfolge werden transparenter und die Kommunikation wird allgemein zielgerichteter.

In der Shopfloor-Runde: das Team von Unterabteilungsleiter Frank Döhne (ganz links).

Impressum **360° Kassel** | **Standortverantwortlicher:** Heiko Hillwig | **Redaktion:** Melanie Heitmann, Markus Kothe, Karin Reitze, Judith Hampel | **Layout/Produktion:** TERRITORY Content to Results GmbH | **Fotos/Illustrationen:** Volkswagen AG, Getty Images, Dana Zeber-Purcz

So haben viele den Motor noch nie gesehen

Virtual Reality Training hilft, Zusammenhänge besser zu verstehen

Stefan Bretschneider: Beim VR-Training versucht er virtuell, Motorenteile zu positionieren.

Eine offene Zelle von vier mal vier Metern, darin ein Monitor, eine Kamera an jeder Ecke, Kabel … und ein Mann, der etwas seltsam anmutet: Auf dem Kopf trägt er einen Helm mit Brille, in jeder Hand hat er eine Art Steuerinstrument. Er bewegt sich in einem (nicht vorhandenen) Raum, vollführt Armbewegungen … Der zufällig Vorbeikommende fragt sich: „Was tut der Mann da?“ Die Antwort ist ganz einfach: Er absolviert gerade das Virtual Reality Training (VR) im Motorenwerk Chemnitz. Für etwa eine halbe Stunde taucht er in die virtuelle Realität ab, lernt jedes Einzelteil am Motor genau kennen, übt den Einbau wieder und wieder. Dabei sieht er, was der aufmerksame Zuschauer auch auf dem Monitor sehen kann: Werkbänke, Motorenteile, einen unvollständigen Motorblock. Sein Ziel: diesen zusammenzubauen.

„Der Mitarbeiter sieht dabei den Motor so, wie ihn wenige jemals gesehen haben – die virtuelle Realität ermöglicht uns den Blick an Stellen, in die man in der Realität kaum hineinsehen kann“, ist Rico Freitag, verantwortlicher Mitarbeiter Produktionssysteme im Motorenwerk Chemnitz, vom neuen Trainingsmodul im Trainingscenter des Motorenwerks total begeistert. Der Vorteil dieses Moduls liegt für ihn klar auf der Hand: „Man kann hier Montageabläufe bis zur Perfektion üben. Das Anlernen neuer Mitarbeiter ist damit möglich, ohne in den Linienbetrieb eingreifen zu müssen. Auch für das Kennenlernen neuer Motorenmodelle und das Verstehen von Zusammenhängen ist dieses Trainingsmodul ideal.“

Mehr als 60 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter des Chemnitzer Motorenwerks wurden seit Inbetriebnahme in diesem Sommer bereits virtuell geschult – die Resonanz darauf war durchweg positiv und die Zahl der Anfragen wächst.

Prozess-Coaching für Führungskräfte im Motorenwerk Chemnitz

Perspektivwechsel mit Mehrwert

Ob Meister, Unterabteilungsleiter oder Fachbereichsleiter: Das Führen von Mitarbeitern spielt für alle eine wichtige Rolle. Um dabei zu unterstützen und eine Perspektiverweiterung zu ermöglichen, wurde das „Prozess-Coaching“ erarbeitet. Dabei liegt der Fokus auf der gesamtheitlichen Betrachtung von Prozess, Zusammenarbeit und der Führungskraft als Person. Im ersten Schritt legt diese ihre eigenen Ziele fest. Das ist die Grundlage für die Begleitung vor Ort, bei der der Coach als stiller Beobachter aktiv ist. Im Anschluss ist Raum für die Selbstreflexion. Durch den Einsatz gezielter Fragetechniken sollen der Denkrahmen und somit auch die Lösungsansätze erweitert oder neu angeregt werden. Der Perspektivwechsel, der durch den neutralen Blick von außen sowie den ehrlichen Abgleich von Selbst- und Fremdbild entsteht, sorgt für einen echten Mehrwert und unterstützt die Führungskraft bei der Persönlichkeitsentwicklung.

Einer, der bereits am Prozess-Coaching teilgenommen hat, ist Jens Pache, Meister der iAGW-Wellenfertigung. Sein Fazit ist positiv: „Mir wurden meine Stärken und Schwächen deutlicher bewusst. Dadurch kann ich nun meine Fertigkeiten gezielter einsetzen. Ich habe neue Verhaltensweisen erlernt, konnte unerwünschte abbauen und neue Impulse in meine Arbeit integrieren. Mit dem Begleitungsprozess bin ich zufrieden. Die Erfahrungen, die ich sammeln durfte, sind mir von langfristigem Nutzen“, sagt er.

Gemeinsame Reflexion der Morgenrunde: Markus Lemmel (r.), Coach im Motorenwerk Chemnitz, mit Jens Pache, Meister der iAGW-Wellenfertigung.

Gemeinsam beim Firmenlauf Chemnitz

250 Teilnehmer von Volkswagen Sachsen

Gemeinsam mit den Kollegen aus dem Motorenwerk Chemnitz startete in diesem Jahr erstmals auch ein Zwickauer Team beim Firmenlauf im September in Chemnitz. In eigens entwickelten leuchtenden ID.3[1] Lauftrikots gingen knapp 150 Kolleginnen und Kollegen aus Zwickau als „laufende Botschafter für E-Mobilität“ auf die 4,8 km in der Chemnitzer Innenstadt. Gemeinsam mit den gut 100 gemeldeten Läufern des Motorenwerks stellte Volkswagen Sachen das drittgrößte Team der Veranstaltung, an der insgesamt über 10.000 Personen teilnahmen. Eine super Beteiligung und eine sehr gute Werbung für Volkswagen in Sachsen.

250 Teilnehmer aus dem Fahrzeugwerk Zwickau und dem Motorenwerk Chemnitz: eine sehr gute Werbung für Volkswagen in Sachsen.

Großes Interesse: Mitarbeiter erläuterten den Gästen Details und spannende Fakten aus der Produktion.

Spätschicht im Motorenwerk Chemnitz

Die Tage der Industriekultur unter dem Motto „Spätschicht“ am 27. September im Motorenwerk Chemnitz waren auch in ihrer **zehnten Auflage** ein voller Erfolg. Das Interesse war riesig, alle Führungen durch die Montagelinie und die Zylinderkopffertigung waren ausgebucht. An verschiedenen Ständen erläuterten Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter des Motorenwerks Details aus der Produktion – unter anderem ging es um die Plasmabeschichtung der Zylinderbohrungen im Zylinderkurbelgehäuse sowie um Technikdetails zur aktiven Zylinderabschaltung. Außerdem wurden spezielle Trainings mittels Virtual-Reality-Brille sowie der Erdgasmotor anhand eines Technikmodells präsentiert.

Neuer Raum für Prozessauditoren

Um effektives und störungsfreies Arbeiten bei der Vor- und Nachbereitung der Prozessaudits, der systemgestützten Erstellung des Auditberichts sowie der Maßnahmenverfolgung und Wirksamkeitsprüfung zu gewährleisten, ist im Motorenwerk Chemnitz das „Forum Prozessaudit“ errichtet worden. Dass mit dem Forum nun ein feststehender Ort für die Ergebnispräsentation existiert, erleichtert auch die Terminfindung wesentlich.

Typführertage in Chemnitz

Ende September haben die Typführertage für Montage und Mechanik im Motorenwerk Chemnitz stattgefunden.

Um das Treffen so effizient wie möglich zu gestalten, wurden im Vorfeld der elften Typführertage Montage mehr als 50 Schwerpunkte aus den Bereichen Montage, Schraub- und Prüftechnik definiert. Die rund 60 Teilnehmer aus sieben verschiedenen Ländern nutzten die Veranstaltung außerdem für den standortübergreifenden Wissenstransfer und die konzernweite Netzwerkbindung. Ziel ist es, dadurch künftig bei Herausforderungen noch schneller reagieren zu können.

Um gemeinsame Arbeit und die Lösungsfindung als Team ging es auch bei den Typführertagen Mechanik. In vier Gruppen bearbeiteten die insgesamt 90 Personen Themen rund um Zylinderkurbelgehäuse, Zylinderkopf, Kurbelwelle und Pleuel. Am Ende konnten die internationalen Teilnehmer auf viele Impulse, Lösungsansätze und eine gelungene Veranstaltung zurückblicken.

wb

[1] ID.3: Seriennahe Studie

Großer Andrang: Der ID.3[1] in der Fahrzeugendmontage war von den Gästen umringt.

25.000 Gäste beim Mitarbeiterfest „Mission ID.“

Beim Mitarbeiterfest hat die Zwickauer Belegschaft das Fahrzeugwerk gemeinsam mit ihren Familien in ein riesiges Festareal verwandelt.

Gigantische Lasershow: Bei der ID.3 Fahrzeugpräsentation wurde das Produkt in Szene gesetzt.

Tanja Bierbaum, Produktionssysteme/ Projekte und beim Fest Moderatorin der ID.3 Präsentation:

„Das Interesse ist der Wahnsinn. Wir haben zu jeder Präsentation hier eine volle Hütte – und immerhin passen rund 500 Leute in die Halle hinein. Wir kennen unseren ID.3 ja nun schon ein wenig genauer und sind total begeistert – oder besser gesagt: elektrisiert – von ihm. Mit unserer Show wollen wir gerne erreichen, dass dieser Begeisterungsfunke auch auf die anderen überspringt.“

Martin Hübner, Schablonenbau:

„Ich wollte meiner Familie einfach mal zeigen, wo und wie ich hier arbeite, und den Jungs mal einen kompletten Fahrzeugdurchlauf erklären. Die finden alles „total cool“, vor allem die Technik und die riesige Halle. Es war nicht unser erstes Familienfest bei Volkswagen Sachsen. Wir freuen uns immer schon auf das nächste Mal. Denn die Organisatoren sorgen immer wieder dafür, dass für jede Altersklasse etwas Spannendes dabei ist.“

André Räppel, Firma Laedec BV & Co. KG, der gemeinsam mit seiner Tochter Stella kam:

„Ich wollte ihr einmal zeigen, was ich hier tue, denn sie hatte immer schon danach gefragt. Aber wie erklärt man einem Kind, was SPS-Softwarekonstruktionen und Robotersteuerungssysteme sind? Jetzt kann sie hier sehen: Die großen Roboter bewegen sich, und dafür sorgt mein Papa.“

Aileen Langhof, Auszubildende, bei der Präsentation des Wörthersee Golf:

„So vielen Leuten zeigen zu können, was wir Lehrlinge alles draufhaben, macht unheimlich Spaß. Die Gäste haben so viele Fragen und wir können alles erklären, was wir an Ausstattung eingebaut haben – vom speziellen Soundsystem über die Lichtleiste auf dem Dach bis hin zu den 19-Zoll-Felgen mit Zentralverschluss.“

Unterhaltung: Stereoact heizte die Stimmung an.

Marcel Krahl, Karosseriebau D-Klasse:

„Die ID.3 Präsentation war sehr interessant. Das Auto jetzt mal zu sehen und einige technische Details dazu zu erfahren, ist schon gut. Mitarbeiterfeste wie heute sind eine schöne Gelegenheit, der Familie mal zu zeigen, was man so macht.“

Das große Abschlusskonzert mit Christina Stürmer war eines der Highlights des Tages.

wb

[1] ID.3: Seriennahe Studie

[2] Studie/Concept Car

Überwachungsaudit erfolgreich abgeschlossen

Das diesjährige Überwachungsaudit durch die TÜV SÜD Management Service GmbH im Fahrzeugwerk Zwickau und am Fertigungsstandort St. Egidien vom 16. bis 19. September wurde mit einem Erfüllungsgrad von 98 Prozent erfolgreich abgeschlossen. Damit wurde ein funktionierendes Qualitätsmanagementsystem bestätigt. Vielen Dank an alle auditierten Organisationseinheiten. Das nächste Rezertifizierungsaudit durch den TÜV findet in KW 38/2020 statt.

Stiba 2019 ist gestartet

Vom 21. Oktober bis zum 17. November findet bei Volkswagen Sachsen das diesjährige Stimmungsbarometer statt. Nutzen auch Sie die Chance, Ihre Stimme abzugeben, sich einzubringen und damit die Entwicklung unserer Standorte aktiv voranzutreiben. Alle Infos zur Teilnahme finden Sie im Volkswagen Portal und in der Mitarbeiter-App VWS4YOU.

Haben Sie noch Fragen?

Dann wenden Sie sich bitte an:
Telefon: +49 375 55 5080
(mo.–fr., 7.30–14.30 Uhr) oder
E-Mail:
vws.stimmungsbarometer@Volkswagen.de

Wechsel in der Geschäftsführung

Am 15. September 2019 wurde Matthias Bursig durch den Aufsichtsrat zum Geschäftsführer Finanz und Controlling der Volkswagen Sachsen GmbH bestellt. Er folgt damit auf Kai Siedlatzek, der zum 1. September 2019 eine neue verantwortungsvolle Aufgabe im Vorstandsbereich Finanz der Audi AG übernommen hat.

Kai Siedlatzek

Matthias Bursig (59) ist Dipl.-Ingenieur für Maschinenbau, ein international erfahrener Manager und seit über 30 Jahren bei Volkswagen. Volkswagen Sachsen kennt er gut, denn er gehörte von September 2009 bis März 2012 als Vertreter der Marke Volkswagen dem Aufsichtsrat unserer Gesellschaft an. Der in Mülheim geborene zweifache Familienvater begann seine berufliche Laufbahn bei Volkswagen 1988 in Wolfsburg im zentralen Bildungswesen als Trainee. Ein Jahr später wechselte er ins zentrale Produktions-Controlling. Es folgten unterschiedliche Aufgaben im Controlling im Sharan Projekt bei Auto Europa, im Werk Braunschweig als Assistent des Konzern-Finanzvorstands, als Leiter der Ergebnisplanung bei VW Nutzfahrzeuge in Hannover sowie als Leiter des Controllings Produktion und Logistik für die Marke Volkswagen in Wolfsburg. Von 2001 bis 2005 sowie von 2012 bis 2019 leitete er das Controlling der Marke Skoda in Mlada Boleslav.

Matthias Bursig

Impressum **360° Sachsen** | **Standortverantwortlicher:** Gunter Sandmann | **Redaktion:** Denise Jentsch, Carolin Löffler, Jonas Wetzel, Lutz Feustel | **Layout/Produktion:** Dominic Stripling, Volkswagen AG; TERRITORY Content to Results GmbH | **Fotos/Illustrationen:** Volkswagen AG, Getty Images, Dana Zeber-Purcz

e-Golf[1] Kunden aus Baden-Württemberg: Petra Fischer (Vertrieb) und Arnd Meyer-Clasen (Leiter Vertrieb) überraschten die Jubiläumsbesucher.

100.000. Besucher begrüßt

Die magische Grenze ist überschritten: Ende September hat der 100.000. Besucher das Foyer der Manufaktur betreten – drei Wochen eher als 2018. Mit Blumen, Powerbank und Manufakturhonig wurden die Brüder Andreas und Stefan Philipp überrascht. Sie waren aus dem 430 Kilometer entfernten Aalen (Baden-Württemberg) angereist, um ihren e-Golf abzuholen. Beide führen den elterlichen Familienbetrieb einer KFZ-Werkstatt. Der e-Golf wird künftig für dienstliche Fahrten und als Werkstatt-Ersatzwagen im Einsatz sein. Der Grund? Ganz einfach: „Der e-Golf steht für Qualität, jeder Kunde kann ihn sofort intuitiv bedienen", so Andreas Philipp.

Ein Teil der Schulungen wird im e-Campus stattfinden.

e-Campus: Schulungen für ID.3[2]

Ab Ende 2019 werden die Mitarbeiter der deutschen Autohäuser bei uns im e-Campus für den ID.3 geschult. „Die Nachfrage ist jetzt schon groß", freut sich Ronny Schulz, Leiter e-Campus. Zusammen mit Jens Ludwig (Vertrieb) bildet er das operativ verantwortliche Duo am Standort. Ihr Motto bei der Konzeption: Elektromobilität abwechslungsreich erleben. Als „Center of Future Mobility" und Event-Hotspot bietet die Gläserne Manufaktur dafür die besten Voraussetzungen. So wird sich die ganztägige Schulung über die gesamte Manufaktur erstrecken. Das heißt: Exponate, Probefahrten und das spielerische Vermitteln von Themen.

Zehn Modelle auslieferbar

Ab sofort können Kunden auch ihren Golf, Passat oder Tiguan in der Gläsernen Manufaktur abholen. Die Fertigungsstätte des e-Golf erweitert damit die Auslieferungspalette auf nun zehn Modelle. Im Juli kam der T-Roc dazu, schon länger wird die Abholung für e-Golf, e-up![3], Golf GTE[4], Passat GTE[5], Touareg und Arteon angeboten. Im Fokus stehen dabei vor allem Kunden aus den Regionen Ost und Süd. Die Erweiterung des Portfolios ist auch ein Testballon, der dazu dient, sich für die erwartet hohe Nachfrage nach dem ID.3 im Sommer 2020 zu rüsten.

Ines Seidmacher wird ab November die Umweltführungen durchführen. Auch die Lautsprecheranlagen im Außenbereich spielen dabei eine Rolle.

Neu für Besucher: Umweltführung

Neues Konzern-Leitbild Umwelt wird erlebbar – Gläserne Manufaktur aus Tradition umweltbewusst

Ab November bietet die Gläserne Manufaktur ihren Besuchern eine neue Führung mit dem Schwerpunkt Umwelt an. Neben der Besichtigung der Fertigung und der Ausstellungsbereiche sind auch Zwischenstopps im Außengelände vorgesehen, etwa bei den Honigbienen und an den Solarpaneelen. Die Spezialführung wird zum Start in deutscher Sprache angeboten und dauert rund 75 Minuten.

„Volkswagen hat sich verpflichtet, sich zu einem führenden Anbieter für nachhaltige Mobilität und zu einem Vorbild für den Schutz unserer Umwelt zu entwickeln. Als Schaufenster für Elektromobilität und erster CO_2-neutraler Markenstandort nehmen wir dabei eine Vorreiterrolle ein. Eine Umweltführung ist ein logischer Schritt, der dazu dient, unsere Aktivitäten in der und rund um die Gläserne Manufaktur noch transparenter zu machen", sagt Standortleiter Lars Dittert.
Die Gläserne Manufaktur ist in Bezug auf interne Umweltvorgaben ein Vorzeigestandort der Marke Volkswagen. „In den vergangenen neun Jahren sind die anfallenden Mengen von Energie, luftgetragenen Emissionen, CO_2, Abfall und Wasser pro gefertigtem Fahrzeug um 72 Prozent gesunken – ein Spitzenwert", sagt Marko Delling, Leiter Werktechnik.

Traditionell umweltbewusst

Der besondere Fokus auf Umweltthemen hat in Dresden Tradition. Bereits mit der Planung, die Gläserne Manufaktur mitten in der Stadt in unmittelbarer Nähe des Großen Gartens zu errichten, ging eine große Verantwortung für die Flora und Fauna einher.

So wurden beispielsweise auf der 50.000 Quadratmeter großen Außenfläche vor rund 20 Jahren Grünflächen sowie Teiche angelegt und Hunderte Bäume gepflanzt.
Zudem arbeitet die Außenbeleuchtung im gelben Spektralbereich, um die Insekten aus dem nahen Botanischen Garten zu schonen. Um Vogelkollisionen mit der Glasfassade zu vermeiden, installierte man Lautsprecher, die Vogelstimmen unterschiedlicher Arten aussenden. Zudem wurde die Tiefe des Gebäudekomplexes so ausgelegt, dass der Grundwasserhaushalt im Gleichgewicht bleibt. Die versiegelte Fläche verringerte sich im Vergleich zum vorherigen Bebauungszustand des Geländes von 6,7 auf 4,8 Hektar. Mehr Details dazu sowie alles rund um die neuen Themen wie Bienenvölker, Insektenhotels und den kompletten Grünstrombezug können Besucher und Gäste schon bald in der Umweltführung erfahren.

Neu: „goTOzero"

Mit dem neuen Konzern-Leitbild Umwelt „goTOzero" macht Volkswagen im Rahmen seiner Konzernstrategie „TOGETHER – Strategie 2025+" den nächsten wichtigen Schritt hin zu einem umfassend nachhaltigkeitsorientierten Unternehmen. Das Konzern-Leitbild Umwelt besteht aus den vier Handlungsfeldern Klimawandel, Ressourcen, Luftqualität und Umwelt-Compliance. Bei der Herstellung von Fahrzeugen sollen Abfall, Abwasser, CO_2, Energieverbrauch und leicht flüchtige Kohlenwasserstoffe bis 2025 um 45 Prozent pro Fahrzeug gegenüber 2010 gesenkt werden. Ziel der Gläsernen Manufaktur ist es, das heutige Level von 72 Prozent Einsparungen im Vergleich zu 2010 in den kommenden Jahren stabil zu halten.

e-Golf: Auftragsbücher gut gefüllt

Mitarbeiter-Leasing und Rechtslenkerproduktion sorgen für Auslastung

Die Anstrengungen haben sich gelohnt, die Auftragsbücher sind wieder gut gefüllt: Seit Anfang September sind die Bestelleingänge für den e-Golf stark angestiegen. Das sorgt für eine gute Auslastung der Fertigung am Standort Dresden. Ein zentraler Grund ist das Mitarbeiter-Leasing, an dessen Umsetzung bei uns am Standort maßgeblich mitgearbeitet wurde. Bis zum Bestellstopp Mitte September haben knapp 4.500 Beschäftigte aus allen deutschen Volkswagen Standorten das Angebot in Anspruch genommen. Rund 1.800 dieser Fahrzeuge werden in Dresden gefertigt.

Flexibilität der Fertigung wird erhöht

Weiterhin ist Ende September die Serienproduktion des Rechtslenker e-Golf in der Gläsernen Manufaktur gestartet. Damit wird die Flexibilität der Fertigung erhöht, sodass besser auf Marktschwankungen reagiert werden kann. Jedes fünfte Fahrzeug wird ein Rechtslenker sein, beliefert werden damit die Märkte Großbritannien und Irland. Die Anlaufkurve ist steil: Bis zu 15 dieser Fahrzeuge täglich sind für den Zählpunkt 8 vorgesehen.

Der Zeitplan für den Rechtslenker war sportlich, nur wenige Wochen lagen zwischen der Konzeptidee vorm Werksurlaub und dem ersten fertigen Fahrzeug. Nachdem zunächst acht Mitarbeiter aus der Montage und dem Technischen Büro in Wolfsburg bei der Qualifizierung waren, wurden die Kolleginnen und Kollegen in Dresden direkt an der Linie geschult. Auch die Integration in die technischen Anlagen, etwa den automatisierten Himmeleinbau, ist mittlerweile vollumfänglich erfolgt.

Roland Schulz (Qualitätssicherung) vergibt das grüne Q für den ersten gefertigten Rechtslenker e-Golf.

wb

[1] e-Golf: Stromverbrauch kWh/100 km: kombiniert 14,1 mit 17-Zoll-Rädern – 13,2 16-Zoll; CO2-Emission kombiniert g/km: 0; Effizienzklasse: A+ | [2] Seriennahe Studie
[3] e-up (61 kW/83 PS) 1-Gang-Automatik Stromverbrauch kombiniert: 12,9 - 12,7 kWh/100 km und CO_2-Emission kombiniert: 0 g/km Effizienzklasse: A+
[4] Golf GTE: Kraftstoffverbrauch kombiniert: 1,9 l/100km und CO_2-Emission kombiniert: 43 g/km Strom Kraftstoffverbrauch kombiniert: 12,2 kWh/100 km10 Effizienzklasse: A+
[5] Passat GTE: Kraftstoffverbrauch l /100 km: kombiniert 1,6 – 1,5; Stromverbrauch in kW/h/100 km: kombiniert 14,8 – 14,2; CO2-Emission kombiniert in g/km: 36 - 34; Effizienzklasse: A+

Die komplette Ausgabe der **Volkswagen Nutzfahrzeuge** gibt es unter: www.volkswagen-newsroom.com/de/publikationen

ID. Buzz Cargo: Erster Lieferauftrag kommt von Nike

Volkswagen Nutzfahrzeuge begleitet Sportartikelhersteller auf gemeinsamer Tour durch die USA

Passt: VWN und Nike verbinden mit der Aktion Heritage und neue Technologien.

Just do it“ trifft auf „We transport success“: Der ID. Buzz Cargo fährt zusammen mit Nike von Küste zu Küste, um nicht nur Sportfans in den USA zu begeistern. Teilnehmer der Tour erhalten die Gelegenheit, Sportartikel einzukaufen, und erfahren mehr über die Anfänge von Nike und die elektrifizierte Zukunft von Volkswagen Nutzfahrzeuge. Der erste gemeinsame Auftritt war Anfang Oktober in Kalifornien, vor Nikes erstem Ladengeschäft in Santa Monica. Nun sind unser ID. Buzz und Nike unterwegs nach Chicago und New York.

Hingucker aus Hannover: Unser ID. Buzz Cargo ist ein begehrtes Fotomotiv.

Back to the roots: Die Weltmarke Nike wurde 1964 von Phil Knight und Bill Bowerman ursprünglich als „Blue Ribbon Sports“ (BRS) gegründet. Im Januar 1967 eröffnete Nikes erster offizieller Mitarbeiter Jeff Johnson das erste BRS-Ladengeschäft für Laufsport in Santa Monica. Johnson war dafür bekannt, neben seiner Aufgabe als Shop-Manager lokale Laufsportveranstaltungen zu besuchen und dabei Produkte aus seinem privaten T2 heraus zu verkaufen. 50 Jahre später öffnete BRS an derselben Stelle in Kalifornien nun erneut seine Türen. Immer dabei: unser ID. Buzz Cargo. Der vollelektrische Bulli für das 21. Jahrhundert ist die moderne Referenz an die Anfänge der Nike-Firmengeschichte. Retro Look, kombiniert mit Technik von morgen.

„Es bedeutet uns viel, dass der Bulli eine derart wichtige Rolle in Nikes Geschichte spielt“, sagt VWN Vertriebs- und Marketingvorstand Heinz-Jürgen Löw. „Die Wiedergeburt von BRS zu begleiten, ist für uns die perfekte Plattform zur Förderung von gemeinsamen Werten wie Nachhaltigkeit und Authentizität. Gleichzeitig zeigen wir, dass es auch bei unserem ID. Buzz Cargo darum geht, alles auf eine intelligente und emissionsfreie Art und Weise zu bewegen – Menschen und Güter. Getreu unserem Motto ‚We transport success‘.“

3 Fragen

Eingespieltes Team: Frank Alten vom Team Messe/Presse und der ID. Buzz. Wir wollten von Frank wissen, wie unser blau-weißes Concept Car in den USA ankommt.

1 Wie läuft die Nike-Aktion genau ab?
Nike präsentiert mit dem ID. Buzz Cargo eine Special Edition von Turnschuhen, die es nur 3.107-mal zu kaufen gibt – als Hommage an die Hausnummer 3107 am Pico Boulevard, wo die ersten Schuhe vor dem Laden aus einem Bulli verkauft wurden.

2 Wie kommt der ID. Buzz Cargo bei den Amerikanern an?
Die Amis lieben den ID. Buzz! Überall, wo wir auch auftauchen, gehen sofort die Smartphones an, jeder macht ein Foto. Ich habe auch schon ein Kaufangebot für den Buzz bekommen.

3 Wie fährt sich eigentlich unser ID. Buzz Cargo?
Er fährt ja nicht so schnell, ist eben noch ein Prototyp. Aber er ist schon cool mit dem eckigen Lenkrad – und er sorgt für viel Aufsehen.

Thomas Sedran zum ACEA-Chairman gewählt

Die ACEA und ihre Gremien vertreten die Interessen der Mitglieder gegenüber den europäischen Institutionen

Gute Wahl: Volkswagen Nutzfahrzeuge CEO Thomas Sedran ist neuer Chairman des Gremiums „Light Commercial Vehicles General Management“ beim Verband Europäischer Automobilhersteller (ACEA). In dieser Funktion repräsentiert er die im europäischen Automobilverband vertretenen Hersteller leichter Nutzfahrzeuge. In seiner neuen Funktion als Chairman wird Thomas Sedran die Interessen der ACEA-Mitglieder in der Sparte „Leichte Nutzfahrzeuge“ vertreten.

„Es gilt jetzt, die wichtigen strategischen Themen für die Branche in Europa anzugehen.“ Einen Schwerpunkt sieht Sedran bei gesetzlichen Rahmenbedingungen für neue Mobilitäts- und Transportlösungen und für die zunehmende Automatisierung in der Branche bis hin zu autonom fahrenden Autos. „Ganz oben auf der Agenda steht zudem, die CO_2-Emissionen in unserem Sektor weiter deutlich zu senken, um unseren Beitrag zum Erreichen der Klimaziele zu leisten. Der Zeitpunkt ist genau richtig, jetzt mit dem neu gewählten EU-Parlament und einer sich neu formierenden EU-Kommission diese wichtigen Themen zu diskutieren und Lösungen zu erarbeiten.“

Thomas Sedran: „Das Erreichen der Klimaziele hat Priorität für unsere Branche.“

Im Gremium sitzen CEOs und Top-Manager aller europäischen Hersteller leichter Nutzfahrzeuge. ACEA-Generaldirektor Eric-Mark Huitema begrüßte die Wahl von Thomas Sedran: „Ich freue mich auf die enge Zusammenarbeit mit ihm, vor allem bei den wichtigen Zukunftsthemen unserer Branche.“

Über die ACEA

Der Verband der Europäischen Automobilhersteller (ACEA) ist der in Brüssel ansässige Handelsverband der 15 größten Pkw-, Transporter-, Lkw- und Bushersteller in Europa. Die Mitglieder der ACEA für leichte Nutzfahrzeuge sind Daimler, Fiat Chrysler Automobiles, Ford of Europe, Iveco, Opel Group, PSA Group, Renault Group, Toyota Motor Europe und Volkswagen.

„Müssen Kundenorientierung konsequenter leben“

Starker Fokus auf „Gewerbekundenorientierung“ – Verantwortung liegt jetzt in Fachbereichen

Gewerbekundenorientierung mit dem Ziel der europäischen Marktführerschaft ist eine der drei tragenden und elementaren Säulen der VWN-Strategie GRIP 2025+. Wurden individuelle Kundenlösungen bisher in der Einheit „Customised Solutions“ bearbeitet, liegt die Verantwortung nun in den Fachbereichen – gesteuert vom neu geschaffenen „Solution Management“. Das Ziel: Kundenanfragen schnell und effizient beantworten. Zusätzlich werden das Segmentmarketing und das Aufbauhersteller-Management zentralisiert. Ein Interview mit Markus Wlodasch.

Markus Wlodasch, Leiter Großkunden International

VWN ist als Traditionsmarke und mit dem Transporter seit fast 70 Jahren erfolgreich im Markt und war schon immer dicht dran an Handwerk und Handel. Sind wir da nicht ohnehin kundenorientiert?
VWN ist natürlich ein kundenorientiertes Unternehmen. Die Erfolge belegen dies – zuletzt lieferten wir jährlich 500.000 Fahrzeuge an Kunden. Für uns als Marke ist wichtig: Mehr als die Hälfte der Fahrzeuge werden für den Kunden weiter individualisiert, also speziell branchenspezifisch ausgestattet. Wir kennen die individuellen Anforderungen unserer Kunden, die Einbauten, jedoch teilweise noch nicht gut genug.

Was müssen wir im Sinne der strategischen Gewerbekundenorientierung besser machen?

Müssen funktionieren: Für Gewerbetreibende sind Nutzfahrzeuge wie Werkzeuge.

Wir müssen Kundenorientierung konsequenter leben – in allen Geschäftsbereichen. Wir müssen Gewerbetreibenden Fahrzeuge als Werkzeuge liefern, die ihnen helfen, Geld zu verdienen. Nicht mehr und nicht weniger.

Wurden die Kunden bislang nicht gefragt?
Beim Crafter wurden die Kundenstimmen von Anfang an in den Entwicklungsprozess eingebunden, was ihn prinzipiell zu einem hervorragenden Produkt macht. Aber: Kundenanforderungen ändern sich – oft rapide. Hierfür wollen wir uns richtig aufstellen. Alle Unternehmensbereiche müssen sich immer wieder in die Lage des Kunden versetzen. Das geht nur mit praxisbezogener Kundenorientierung über alle Fachbereiche hinweg.

Haben Sie ein Beispiel, wie so etwas in der Praxis aussehen kann?
Neulich ist ein aus allen Geschäftsbereichen zusammengestelltes Team in ein Logistikzentrum eines Kunden gefahren und hat dort selbst mit angepackt. Nur so erleben wir hautnah, wie unsere Produkte genutzt werden und wo die Herausforderungen liegen.

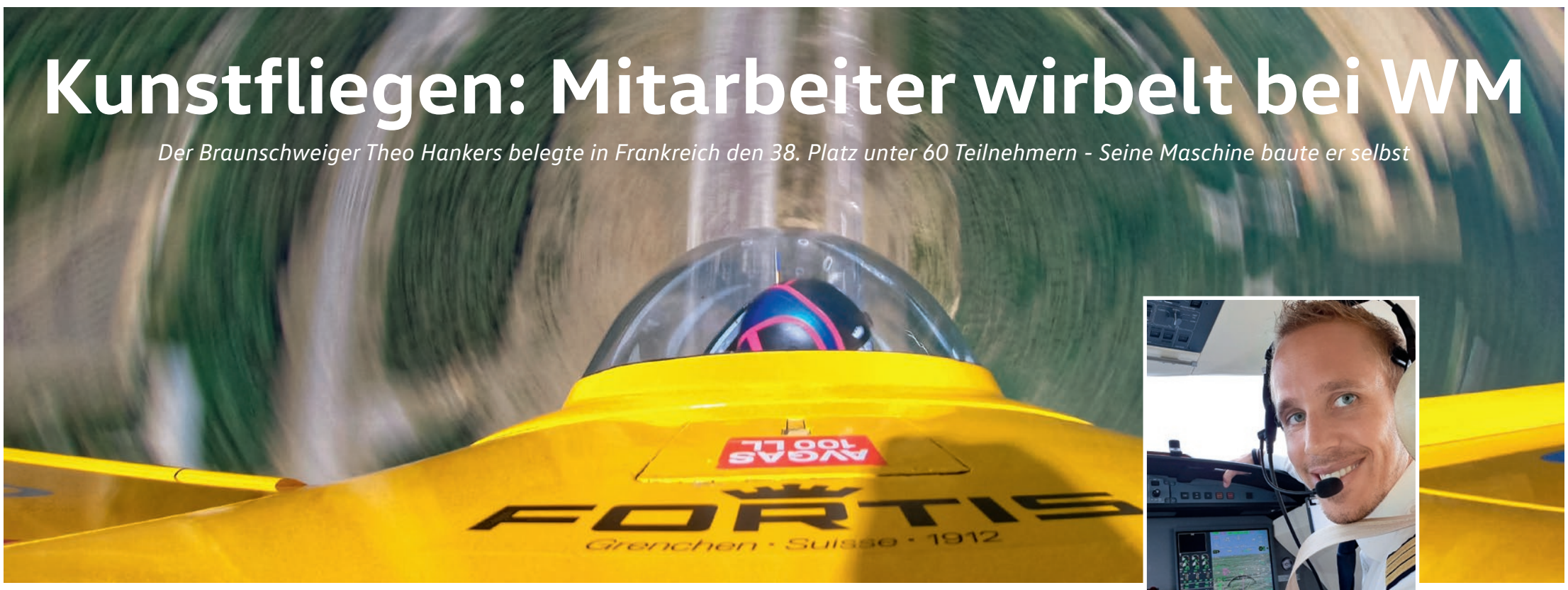
Das ganze Interview findet ihr auf der GroupConnect-Seite von Volkswagen Nutzfahrzeuge.

wb

Impressum **360° Volkswagen Nutzfahrzeuge** | **Markenverantwortlicher: Tobias Salzmann** | **Redaktion:** Markus Arand, Steffi Badur, Karolina Karolczak, Stefanie Lauterbach, Franziska Schäffner, Andreas Schmidt, Volker Seitz | **Layout/Produktion:** Dominic Stripling, Volkswagen; TERRITORY CTR GmbH | **Fotos/Illustrationen:** Volkswagen AG, Volkswagen Nutzfahrzeuge, Phil Schreyer

Kunstfliegen: Mitarbeiter wirbelt bei WM

Der Braunschweiger Theo Hankers belegte in Frankreich den 38. Platz unter 60 Teilnehmern - Seine Maschine baute er selbst



Erfolg für Theo Hankers: Der Volkswagen Mitarbeiter hat bei der Kunstflug-Weltmeisterschaft in Chateauroux (Frankreich) den 38. Platz unter 60 Teilnehmern belegt. Vor vier Jahren war er noch 50. geworden.

Das Besondere: Hankers startete als Einziger mit einer selbstgebauten Maschine, die zudem weit weniger PS hat und weniger Treibstoff verbraucht als die vieler Konkurrenten. „Deshalb bin ich mit meiner Platzierung zufrieden, auch wenn es weit besser hätte laufen können. Schließlich war ich nach drei von vier Durchgängen noch 20."

Deutlich ist zu spüren: Hankers lebt die Fliegerei. Bei Volkswagen ist er seit drei Jahren im Air Service als Pilot beschäftigt. „Ein spannender Job", sagt der 34-Jährige. Er hat erst Luft- und Raumfahrttechnik an der Technischen Universität Braunschweig studiert und dann die Ausbildung zum Berufspiloten absolviert. Die Fliegerei wurde ihm in die Wiege gelegt: Hankers' Vater ist Testpilot an der TU und Hobbyflieger. Vater und Sohn teilen ihre Leidenschaft schon seit vielen Jahren. Sie haben zum Beispiel die einsitzige, 200 PS starke Maschine für die Kunstflug-WM selbst gebaut – überwiegend aus Stahlrohr und Kohlefaser. Auch die Wartung erfolgt in Eigenregie.

Wie läuft eine Kunstflug-WM ab? Die Teilnehmer fliegen in einer einen Quadratkilometer großen Box überwiegend Figuren, die ihnen vorgegeben werden. Außer fliegerischen Fähigkeiten brauche man eine gute Konzentrationsfähigkeit. „Und man muss fit und körperlich belastbar sein, denn bei Überschlägen wird man stark in den Sitz oder den Gurt gepresst", erzählt Hankers.

Theo Hankers an seinem Arbeitsplatz: Er ist Pilot beim Air Service.

Seit 2012 ist er Mitglied der deutschen Kunstflug-Nationalmannschaft. Von ungefähr kommt das nicht: Fit hält sich der Braunschweiger mit Joggen, Radfahren und Klettern. Er sagt: „Die fliegerische Erfahrung, die ich in meiner Freizeit sammle, kommt mir auch im Beruf zugute, gibt mir vor allem noch mehr Sicherheit."

Wolfsburger Kollegen helfen in Uganda

Iain Fraser und Philipp Lesch waren zwei Wochen in einem der ärmsten Länder der Welt unterwegs

Eine Reise hat sie tief bewegt: Philipp Lesch (32) aus der Nachhaltigkeitsstrategie und Iain Fraser (36), Doktorand Nachhaltigkeit in der Beschaffung, haben sich zwei Wochen um Kinder in Uganda gekümmert. Im Rahmen ihres Engagements für den gemeinnützigen Hilfsverein „Glocal LifeLearn" waren sie auf eigene Kosten in das afrikanische Land geflogen. Es zählt zu den ärmsten der Welt.

In der Kleinstadt Bukadea setzt sich der Hilfsverein vor allem für Bildung ein. Inzwischen werden 62 Mädchen und Jungen in von „Glocal LifeLearn" unterstützten halbprivaten Schulen unterrichtet. Lesch und Fraser haben einige der Schüler und deren Eltern sogar zu Hause besucht. Sie wollten aus erster Hand erfahren, welche Schwierigkeiten es beim Schulbesuch gibt und vor allem wie sie zu einer Lösung beitragen können. Hintergrund: Oft ist in Uganda der Schulweg lang, strapaziös und auch gefährlich.

Viel von den afrikanischen Partnern gelernt

Doch damit nicht genug: Die beiden Männer aus Berlin und ihre Mitstreiter haben gemeinsam mit einem lokalen Partner Visionen erarbeitet, um den Menschen noch mehr und nachhaltiger zu helfen. „Unsere lokalen Partner sind clever, strukturiert und inspirierend", sagt Lesch: „Wir haben viel von ihnen gelernt."

Und es wurden Pläne geschmiedet. Den Unternehmergeist zum Beispiel möchte der Verein fördern. „Es gibt viele nach der Schule gut ausgebildete junge Erwachsene. In den abgelegenen ländlichen Regionen finden sie allerdings keine Anstellung. Und das Studieren an der Uni können sie sich nicht leisten", erzählt Fraser. Das Fördern innovativer und nachhaltiger Geschäftsmodelle sei eine Lösung, etwa der Bau von Fahrrädern aus Bambus, der in Ghana bereits praktiziert werde.

Iain Fraser (links) und Philipp Lesch (rechts) probieren es aus: So schwer ist es, Wasserbehälter zu transportieren.

Leschs Fazit: „Die Reise war extrem anstrengend, körperlich und emotional. Wir haben Einblicke in eine ganz andere Lebenswelt bekommen und können jetzt noch besser einschätzen, welche Unterstützung die Menschen vor Ort brauchen."

Eine Form der Unterstützung wäre zum Beispiel die Lieferung eines älteren Volkswagen an die Berufsschule in Bukadea, an der KFZ-Nachwuchskräfte ausgebildet werden. Zurzeit versuchen Lesch und Fraser, ein Fahrzeug zu organisieren. Sie sagen: „Das jetzige Auto, an dem die Berufsschüler ausgebildet werden, fällt leider schon auseinander. Über Tipps für ein mögliches neues aus dem Volkswagen Konzern würden wir uns freuen."

Blick nach Bukadea: In Hütten wie diesen leben viele.

Ausbildung: Angehende KFZ-Mechaniker müssen an einem uralten Auto lernen.

Uganda-Hilfe

Weitere Informationen unter:

www.glocal-lifelearn.org

Spenden sind möglich unter betterplace.org/de/projects/67316

Vater und Sohn: Dirk Statnik mit Carl Josef.

„Nebenjob" in der Comedy-Szene

Die Preisplanung des Tiguan steht im Mittelpunkt von Dirk Statniks Arbeitsalltag bei Volkswagen. Seit Kurzem stellt er sich in der Freizeit neuen Herausforderungen und begleitet seinen Sohn noch häufiger: Nach einem Auftritt in der Internet-Show „Nightwash" hat sich der 14-jährige Carl Josef zur Comedy-Nachwuchshoffnung des Jahres entwickelt. Der Junge aus Vechelde im Kreis Peine erzählt über seine Erfahrungen als Teenager und über seine Behinderung. Carl Josef leidet an der schlimmsten Form von Muskelschwund und sitzt deshalb im Rollstuhl.

Mit Selbstironie und schwarzem Humor hat der junge Comedian die Lacher auf seiner Seite. „Die Sache ging buchstäblich durch die Decke", erzählt Vater Dirk. 4,5 Millionen Klicks bei Youtube, Presseanfragen aller großen Agenturen, Zeitungen und TV-Stationen. „Damit haben wir nicht gerechnet", sagt der Volkswagen Mitarbeiter. Er und seine Familie nutzen die Öffentlichkeit auch, um auf die unheilbare Erbkrankheit Muskeldystrophie aufmerksam zu machen.

Das große Abenteuer geht weiter: Im Dezember ist Carl Josef zu Gast beim großen TV-Jahresrückblick mit Günther Jauch. Mit dabei: Papa Dirk.

wb