



inside

06. März 2019
Nr. 02
GENEVA
INTERNATIONAL
MOTOR
SHOW
7.-17. MÄRZ 2019
T-Roc R¹.Der neue Passat¹.

ID. Buggy.

Genfer Autosalon: So präsentiert sich Volkswagen

Acht Marken des Volkswagen Konzerns präsentieren vom 7. bis 17. März ihre Neuheiten beim Genfer Auto-Salon. Auf dem knapp ein halbes Fußballfeld großen Stand der Marke Volkswagen sind das Passat Facelift, der T-Roc R und die Studie ID. Buggy die Höhepunkte. Den Auftritt der Marke vorbereitet hat ein Projektteam aus 20 Frauen und Männern.

Die Messe in der Schweiz zählt zu den traditionsreichen Auto-Ausstellungen mit weltweiter Bedeutung. In diesem Jahr erwarten die Veranstalter mehr als 600.000 Besucher und etwa 150 Welt- und Europa-Premieren.
→ SEITE 16/17/18



FASZINATION
PRODUKTION
#prouduction

Das russische Werk Kaluga hat den weltweiten Effizienz-Wettbewerb der Produktion, „Transformer of the Year 2018“, gewonnen. Der Standort, der seinen Vorjahreserfolg damit wiederholte, erzielte bei fünf von sieben Leistungskennzahlen Spitzenwerte. Die Plätze zwei und drei belegten die Werke in Palmela (Portugal) und Bratislava (Slowakei). Die Preisverleihung fand im Rahmen der Produktioner-Runde in Wolfsburg statt. Das Siegeream aus Kaluga war live zugeschaltet. „Es ist ein großartiger Erfolg für unser Werk und für die gesamte Mannschaft aus Kaluga, zum zweiten



Zu gewinnen:
50 x 2 Karten für das Länderspiel in Wolfsburg

Jetzt mitmachen!
inside verlost 50 x 2 Sitzplatz-Tickets für das Fußball-Länderspiel zwischen Deutschland und Serbien in der Volkswagen Arena. → SEITE 15

DEUTSCHE FUßBALLMANNSCHAFT
OFFIZIELLER MOBILITÄTSPARTNER

Volkswagen und Microsoft treiben Zusammenarbeit voran

Automotive Cloud auch für China und die USA

Am ID. Vizzion²: Vorstandsvorsitzender Herbert Diess (links) und Microsoft-Chef Satya Nadella während eines Besuchs im Volkswagen Digital Lab in Berlin.

Die Entwicklung der Volkswagen Automotive Cloud geht voran. Das erklärten Konzernchef Herbert Diess und Microsoft-Chef Satya Nadella während eines gemeinsamen Besuchs des Volkswagen Digital Labs in Berlin.

Die Volkswagen Automotive Cloud, eine Art gigantischer Speicher, wird schrittweise ausgeweitet und außer in Europa auch in China und den USA verfügbar sein – den Kernmärkten für die künftige vollelektrische und voll vernetzte ID. Modellfamilie.

Darüber hinaus arbeiten Volkswagen und Microsoft an den ersten Leuchtturmprojekten für vernetzte Fahrzeugdienste. Der im Dezember begonnene Aufbau des Entwicklungszentrums von Volkswagen in der US-Metropole Seattle etwa schreitet zügig voran.

„Unsere strategische Partnerschaft mit Microsoft ist ein wesentlicher Baustein, um Volkswagen zum softwaregetriebenen Mobilitätsanbieter weiterzuentwickeln“, sagte Diess: „Mit der Volkswagen Automotive Cloud arbeiten wir an einer weltweit einheitlichen Lösung für unsere Kunden. Unsere Fähigkeit zur Skalierung verschafft uns einen enormen Wettbewerbsvorteil in diesem Bereich.“

Entwickelt wird die Automotive Cloud von der Marke Volkswagen federführend im Konzern, gemeinsam mit Partnern.

→ SEITE 9



Herbert Diess: Was wir von China lernen können

Im Interview spricht der Vorstandsvorsitzende und China-Chef über die Notwendigkeit neuer Kooperationen und warum sich Konzern und Marken mehr für chinesische Manager öffnen müssen. → SEITE 6/7



Neue Feuerwache eröffnet

Gunnar Kilian und Bernd Osterloh übergeben das Gebäude im Werk Wolfsburg seiner Bestimmung.

→ SEITE 21



Software-Chef: Strategie steht

Seit März ist Christian Senger Vorstand Digital Car & Services. Im Interview verrät er, was das neue Ressort so außergewöhnlich macht.

→ SEITE 5

Kaluga erneut am effizientesten

Russischer Standort gewinnt zum zweiten Mal in Folge den Produktions-Wettbewerb der Werke

Mal in Folge den Titel ‚Transformer of the Year‘ gewonnen zu haben. Dieser Titel ist außerdem ein Beweis für die große Leistungsfähigkeit dieser Mannschaft“, sagte Werkleiter Stefan Depka. Der Wettstreit ermittelt nicht nur, welches Werk am effizientesten arbeitet, sondern zeigt mindestens genauso eindrucksvoll, wo sich die Mannschaften für ihren Standort ins Zeug legen. Denn ein Preisgeld für die Sieger gibt es nicht – es geht um weit mehr, es geht um den Stolz. Übrigens: In diesem Jahr findet der Wettbewerb unter dem Namen „race4TRANSFORMATION“ statt.



Sieger: Das Team des Werks Kaluga hat den Wettbewerb zum zweiten Mal gewonnen.

T-Cross: Die große Anlauf-Bilanz



Im inside-Interview spricht Baureihenleiter Andreas Krüger über den geglückten Produktionsstart an vier Standorten. → SEITE 19

¹ Studie.² Seriennahe Studie.

Wandel muss gelingen

inside-Interview mit Thomas Meiers, Leiter zentrale Koordination Monitor

Das Monitorship von Larry D. Thompson und seinem US-Team bei Volkswagen ist auf drei Jahre ausgelegt. Die erste Hälfte ist vorbei, aber es liegt noch eine Menge Arbeit an. Mit seinem zweiten Bericht vom 8. Februar hat der Monitor weitere Empfehlungen ausgesprochen. Die Frist, diese umzusetzen, beträgt 120 Tage. **inside** sprach mit Thomas Meiers (48), der die zentrale Koordination Monitor leitet. In dieser Funktion verantwortet er die Arbeit an der Schnittstelle zwischen dem Monitor-Team und dem Unternehmen.

Was macht die Aufgaben von Volkswagen im Rahmen des Monitorships so komplex?

Larry D. Thompson hat ein doppeltes Mandat – als Monitor und Auditor. Das bedeutet für unser Team und die beteiligten Fachabteilungen im Konzern: zwei Arbeitspläne, zwei Ansätze beim Vorgehen, zwei Berichtsstränge. Betroffen sind nicht nur einzelne Fachabteilungen, sondern viele Aspekte im gesamten Konzern – mit zahlreichen Marken, Regionen, Tochtergesellschaften. Drittens: Die schiere Komplexität des Volkswagen Konzerns fordert uns täglich heraus.

Wie zeigt sich im Alltag, dass Volkswagen dem Monitorship oberste Priorität gibt?

Die Vorstände haben das Thema zur Chefsache gemacht. Sie haben sich in zahlreichen Sitzungen und Klausuren intensiv damit beschäftigt und das Ressort Integrität und Recht des Konzerns personell deutlich verstärkt. In den relevanten Fachbereichen wurden zusätzliche Compliance-Experten eingestellt. Dadurch konnten wir zum Beispiel auch das bestehende Whistleblower-System schneller weiterentwickeln. Außerdem hat der Vorstand das konzernweite „Together4Integrity“-Programm als Dach für alle Maßnahmen rund um Integrität, Compliance und Kulturwandel beschlossen. Together4Integrity ist wie die Konzernstrategie auf das Jahr 2025 ausgerichtet, nicht nur auf das Ende unseres Monitorships. Natürlich sind sich alle darüber im Klaren, wie viel



Hält die Fäden zusammen: Thomas Meiers verantwortet die Arbeit an der Schnittstelle zwischen dem Monitor-Team und dem Unternehmen.

»Die Empfehlungen des Monitors werden uns helfen, Volkswagen zu einem noch besseren, anständigeren Unternehmen zu machen.«

Thomas Meiers, Leiter zentrale Koordination Monitor

davon abhängt, dass uns der Wandel gelingt. Die Ziele sind definiert, die Maßnahmenpakete geschnürt. Alle arbeiten hart, um die nötigen Veränderungen herbeizuführen. Aber das gelingt bei einem Tanker wie dem Volkswagen Konzern eben nicht über Nacht.

**Das Monitorship ist bis Juni 2020 ange-
setzt. Wie steht Volkswagen heute da
und wie sieht der Zeitplan bis 2020 aus?**

Wir haben in den letzten Monaten einige wichtige Meilensteine erreicht, sehr viele Materialien zusammengestellt und Gespräche für den Monitor organisiert. Ende März 2018 gab es den Initial Review Report des Independent Compliance Monitors, und der Konzern musste seine Empfehlungen in nur 150 Tagen umsetzen. Die Empfehlungen aus seinem zweiten Bericht, dem First Follow-up Report vom 8. Februar,

müssen wir in einer Frist von nur 120 Tagen umsetzen. Diese Berichte sind vertraulich und werden nicht veröffentlicht. Parallel hat Thomp-sons Team einen zweiten Bericht im August 2018 erstellt, der uns in Bezug auf Compliance und Umwelt bewertet. Dieser ist auch online über einen Link auf der Konzernwebseite einsehbar. Und wir bereiten uns auf den zweiten Auditor-Bericht des Independent Compliance Auditors vor, der im August 2019 erscheinen wird.

Es gibt noch viel zu tun und viel zu erreichen. Aber vor allem begreifen wir das Monitorship als Chance und ziehen die für die Zukunftsfähigkeit des Konzerns richtigen Konsequenzen. Wir sind überzeugt: Die Empfehlungen des Monitors werden uns helfen, Volkswagen zu einem noch besseren, anständigeren Unternehmen zu machen.

Namen & Nachrichten



Jörg Müller (56), bislang Vorstand für Produktion und Logistik der Volkswagen Group China in Peking, hat am 1. März die Leitung des Standorts Osnabrück übernommen. Er folgte als Sprecher der Geschäftsführung und Geschäftsführer Technik auf Ulrich Riestenpatt gt. Richter, der die Volkswagen Osnabrück GmbH seit 2016 geleitet hat und der Volkswagen AG bis zum Jahresende in beratender Funktion zur Verfügung steht. Jörg Müller ist Diplom-Ingenieur Elektrotechnik und arbeitet seit 29 Jahren im Konzern. Zu seinen verantwortlichen Funktionen zählten ab 2002 die Werkleitung Braunschweig, ab 2005 Vorstand Operations bei Volkswagen do Brasil, ab 2007 zunächst Konzernbeauftragter und dann Chef von Volkswagen in Indien, bevor er 2013 zur Volkswagen Group China wechselte. Dort trug er zuletzt Verantwortung als Vizepräsident für Produktion und Logistik.



Andrea Morgan-Schönwetter (43) baut seit Jahresbeginn als Leiterin den neu geschaffenen Bereich Recruiting und HR Marketing in Wolfsburg auf. Zuvor ist sie 18 Jahre bei der Deutschen Telekom in unterschiedlichen Funktionen im Bereich Personalmarketing und Recruiting tätig gewesen. Schon bei der Telekom hatte die studierte Betriebswirtschaftlerin unter anderem ein zentrales Recruitingcenter ins Leben gerufen. Morgan-Schönwetter ist für Konzern und Marke verantwortlich und berichtet direkt an Personalvorstand Gunnar Kilian. In einem Pilotprojekt wird sie zunächst die Rekrutierung von Software-Entwicklern und IT-Experten forcieren.



Die neue Benutzeroberfläche.

Bestellportal i.Serve heißt nun my.Serve

Das konzernweit und international genutzte Bestellportal i.Serve hat eine neue, moderne Benutzeroberfläche mit vielen neuen Funktionalitäten bekommen. Außerdem neu: Es heißt seit Ende Februar my.Serve.

Die Neugestaltung wurde nach zahlreichen Rückmeldungen von Benutzern sowie mithilfe neuer moderner und technischer Möglichkeiten vorgenommen. Unter anderem sind Bestellvorgänge und Genehmigungen jetzt noch effizienter möglich und auch übersichtlicher gestaltet.

my.Serve ist erreichbar:

- aus dem Intranet unter <https://iserve.vw.vwg/myserve>
- aus dem Internet unter <https://iserve.volkswagen.de/myserve>
- über die Eingabe des Kurznamens „myServe“ im Webbrowser
- durch Eingabe der Abkürzung „iServe“ wird seit dem 28. Februar automatisch zu my.Serve weitergeleitet
- Ist ein Link zu i.Serve als Favorit gespeichert, sollte dieser auf die neue URL von my.Serve umgestellt werden

Integrität: 74 Werkstätten, 1.000 Teilnehmer

Noch bis April: Diskussionen von Mitarbeitern aus dem direkten Bereich in Wolfsburg über integres Verhalten

Auch wenn sich Mut nicht messen lässt, so haben bisher 74 Integritätswerkstätten mit rund 1.000 Teilnehmern einen guten Impuls zur Veränderung gegeben. Dies zeigte sich auch daran, dass zwei Dutzend der Teilnehmer den Werkstattbesuch zum Anlass nahmen, um Integritätsbotschafter zu werden: Sie möchten den Kulturwandel in ihren Bereichen tatkräftig unterstützen und mitgestalten.

Teamsprecher aus Produktion und Komponente, aber auch Meister, Fertigungsabschnittsleiter und Arbeitnehmervertreter: Sie alle nutzen den Termin in der Integritätswerkstatt, um mehr über integres Verhalten im Berufsalltag zu erfahren: In welchen, vermeintlich banalen Situationen ist es wichtig, mutig und aufrichtig zu handeln? Mit welchen guten Ideen haben Mitarbeiter Veränderungen bewirkt, die den Kulturwandel fördern?

Diese und andere Fragen wurden und werden noch bis April in der

Veranstaltungsreihe für den direkten Bereich lebhaft miteinander diskutiert. Auch der Wolfsburger Werkleiter Stefan Loth schaute in einer Integritätswerkstatt vorbei. Er sagt: „Um sich auszutauschen, ist die Integritätswerkstatt ein gutes Instrument. Das Thema Integrität ist mir persönlich sehr wichtig – auch mit Blick auf die Zukunft unseres Werkes.“

Das Ziel der Werkstatt, mehr Mut zu machen, soll dabei helfen, die Dinge anzusprechen, die falschlaufen, und so den Anstoß zu Veränderungen zu geben. Die vielen guten Diskussionen sind ein starkes Signal, dass die Volkswagen Mitarbeiter diese Aufgabe gemeinsam meistern. „Es ist deutlich geworden, dass ehrliches und anständiges Verhalten für die Teilnehmer der Integritätswerkstatt selbstverständlich ist“, betont Fabrikorganisationsleiterin Beate Eilermann. „Integrität ist schon heute in der Mannschaft stark verankert.“



Diskussionen: Dazu geben die Integritätswerkstätten Gelegenheit.

Offener Dialog in großer Runde: Integrität ist in der Mannschaft fest verankert.



Konzern schließt Jahr 2018 erfolgreich ab

Der Volkswagen Konzern hat 2018 erfolgreich abgeschlossen. Bei Umsatzerlösen, die um 6,3 Milliarden Euro auf 235,8 Milliarden Euro stiegen, lag das Operative Ergebnis vor Sondereinflüssen mit 17,1 (17,0) Milliarden Euro auf dem Niveau des Vorjahres. Die operative Umsatzrendite vor Sondereinflüssen lag mit 7,3 Prozent (7,4 Prozent) am oberen Ende des angestrebten Zielkorridors. Das Operative Ergebnis betrug 13,9 (13,8) Milliarden Euro und war wie im Vorjahr von negativen Sondereinflüssen im Zusammenhang mit der Dieselkrise von 3,2 (3,2) Milliarden Euro belastet. Die Netto-Liquidität im Bereich Automobile war mit 19,4 (22,4) Milliarden Euro weiter solide. Die anhaltend positive operative Entwicklung wurde von einer leicht steigenden Zahl ausgelieferter Fahrzeuge getragen - um 0,9 Prozent auf 10,8 Millionen Fahrzeuge weltweit. Ein neuer Bestwert.

Konzernchef Herbert Diess: „Wir haben uns 2018 ordentlich geschlagen, gerade vor dem Hintergrund der WLTP-Umstellung, die zu erheblichen Verwerfungen in unserer Absatzentwicklung geführt hat. Der Gegenwind in wichtigen Märkten dürfte 2019 nochmals stärker werden. Unsere E-Offensive wird mit neuen Modellen Fahrt aufnehmen. Insgesamt werden aber erhebliche Anstrengungen notwendig sein, um auch im neuen Geschäftsjahr unsere ambitionierten Ziele zu erreichen.“

Weitere Informationen unter inside.volkswagen.de

Fakultät 73 ist gestartet

Qualifizierungsprogramm für 100 künftige IT-Spezialisten – Wer erfolgreich abschließt, bekommt einen festen Vertrag

Es geht los! Nach einjähriger Planung ist jetzt die ‚Fakultät 73‘ offiziell eröffnet worden. Ralph Linde (Leiter der Volkswagen Group Academy), der Vorsitzende des GBR-Bildungsausschusses Gerardo Scarpino und Ralf Brunken (CIO



Ralph Linde, Leiter Volkswagen Group Academy

Skoda und zukünftiger Leiter der AutoUni) gehörten zu den Festrednern in der AutoUni.

Mit dem Qualifizierungsprogramm ‚Fakultät 73‘ hat Volkswagen einen eigenen Ausbildungsort für IT und

Softwareentwicklung am Campus der AutoUni gegründet.

Volkswagen geht hier aktiv gegen den Mangel an IT-Fachkräften vor und ermöglicht eine zweijährige Qualifizierung zum Softwareentwickler in der Automobilindustrie.

Ralph Linde: „Für den ersten Jahrgang von vielen kommenden haben wir unter 1.500 Bewerbern die 100 besten ausgewählt. Die Fakultät 73 ist mit ihrem innovativen Qualifizierungsansatz ein Gewinn für alle: Die Teilnehmer bauen ihre Qualifikationen

aus und haben einen Arbeitsplatz in einem Zukunftsbereich von Volkswagen sicher. Volkswagen gewinnt bestens ausgebildete und dringend benötigte IT-Fachkräfte.“

Betriebsratskoordinator Gerardo Scarpino: „Das Angebot der Fakultät 73 schließt an erfolgreiche interne Programme zur Qualifizierung von Kolleginnen und Kollegen in Richtung IT an, die der Betriebsrat auf den Weg gebracht hat. Es ist eine sinnvolle Ergänzung zu Berufsausbildung, dualem Studium und der klassischen Weiterbildung. Das Programm richtet sich in erster Linie an Ausgebildete und Mitarbeiter der Volkswagen AG, aber auch an externe Kandidaten. Der erste Jahrgang stimmt mich zuversichtlich, dass wir demnächst richtig gute Verstärkung für unsere IT-Bereich bekommen.“

„Die Arbeit für Fakultät 73 macht

dem ganzen Team viel Spaß, weil wir hier ganz konkret und nachhaltig einen Beitrag zur weiteren Digitalisierung von Volkswagen leisten“, freut sich Projektleiter Gregor Bräunlein auf die spannende Zeit.



Gerardo Scarpino, Betriebsratskoordinator



Gregor Bräunlein, Projektleiter



Der erste Jahrgang mit 100 Teilnehmern startete jetzt seine Ausbildung. „Ich freue mich darauf, möglichst viel Wissen vermittelt zu bekommen und praxisorientiert anwenden zu können“, sagt zum Beispiel Marcel Dos Anjos. Bräunlein: „Bei der Auswahl der Kandidaten war für uns nicht entscheidend, welche formale Quali-

fikation jemand mitbringt oder welche Tätigkeit jemand aktuell ausübt, sondern welches Potenzial und welche Motivation er für Softwareentwicklung mitbringt.“

Daher ist die Startergruppe auch bunt gemischt: Es gibt Teilnehmer mit und ohne Berufsabschluss sowie einer Altersspanne von 19-43 Jahren.

Start in der AutoUni: 100 Teilnehmer qualifizieren sich an der Fakultät 73 zu IT-Fachkräften.



Das ist Fakultät 73

- Es gab 1.500 Bewerber, jeweils zur Hälfte intern und extern
- 91 Männer und 9 Frauen haben einen Platz bekommen
- Das Durchschnittsalter liegt bei 29 Jahren – der jüngste Teilnehmer ist 19, der älteste 42.
- 72 Kollegen sind intern ausgewählt worden, 28 extern.
- Die Qualifizierung dauert 2 Jahre
- Wer erfolgreich abschließt, wird unbefristet übernommen.

Anzeige



ARBEIT
FUSSBALL
LEIPENSCHAFT

Viertelfinale

27.03.19 18:15

AOK Stadion



VS



Jetzt Tickets sichern www.vfl-wolfsburg.de/tickets oder 05361 8903 903

Neuer Software-Chef: Das erste Interview

Seit März im Amt: So plant Vorstand Christian Senger (44) für das neue Ressort Digital Car & Services

Christian Senger (44) ist seit Anfang dieses Monats der erste Software-Vorstand in der Geschichte der Marke Volkswagen. **inside** hat mit ihm gesprochen.

Warum braucht Volkswagen einen Software-Vorstand? Oder anders gefragt: Warum trennt man Hard- und Software?

Die digitale Komplexität in unseren Fahrzeugen steigt von Jahr zu Jahr. Unsere Fahrzeuge werden zu „Tablets on Wheels“. Das bedeutet, dass wir in Zukunft immer mehr digitale Funktionen und Dienste in unsere Fahrzeuge bringen werden. Wenn wir beispielsweise an vollkommen autonom fahrende Automobile denken, werden wir bis zu eine Milliarde Zeilen Code benötigen. Zum Vergleich: Heute hat ein Golf 50 bis 100 Millionen Zeilen Code.

Status quo ist, dass die Entwicklung von Software, Diensten und Services im Unternehmen über alle Marken und eine Vielzahl von Beteiligungen stark verteilt ist. So gibt es kaum Synergien. Die rasant wachsende Menge und Komplexität der Software erfordert es, konzernübergreifende Software-Lösungen und intelligente Mobilitätskonzepte schlagkräftig und zukunftsfest aufzustellen. Durch Bündelung auf eine Software-Lieferkette verbessern wir das digitale Gesamterlebnis für unsere Kunden und Nutzer. Schon jetzt ist klar: Das markenübergreifende neue Ressort Digital Car & Services ist außergewöhnlich in der gesamten Automobilindustrie. Gebündelte Kräfte von insbesondere Audi, Porsche und Volkswagen machen uns attraktiv für Experten und Talente in Digitalisierung und Software.

Was tun Sie in den ersten 100 Tagen?

Mein Team und ich arbeiten mit Hochdruck daran, die notwendigen Strukturen und Arbeitsmodelle für das neue Ressort zu entwickeln und aufzusetzen. Wir bauen die neue Organisation allerdings nicht von null auf, denn es gibt bereits eine Vielzahl von gut funktionierenden Einheiten im Unternehmen. In den ersten 100 Tagen gilt es vor allem, die Arbeitsfähigkeit von aktuell kritischen Projekten zu stabilisieren



Seit Anfang März neuer Software-Vorstand: Christian Senger.



Christian Senger (44)

ist seit Anfang März Mitglied des Volkswagen Markenvorstands für das Ressort Digital Car & Services. Der Diplomingenieur Maschinenbau startete seine Laufbahn 1997 bei BMW in München. Dort bekleidete er unterschiedliche leitende Funktionen: als Chef des Energiemanagements und für Produktkonzepte BMW i. Im Jahr 2012 wechselte er zu Continental nach Regensburg, wo er die Leitung der Automotive Systems & Technology übernahm. Mit seinem Wechsel zur Marke Volkswagen 2016 wurde Senger Leiter der Baureihe e-Mobility. Er baute diesen Bereich auf und trieb die Elektro-Offensive der Marke entscheidend voran.



Neues Software-Ressort: Das sagt Herbert Diess

»Der Anteil der Software im Auto steigt rasant, stellt einen immer größeren Anteil an der gesamten Wertschöpfung dar und bestimmt damit maßgeblich die Leistung und Charakteristik unserer Fahrzeuge. Deshalb werden wir bei Volkswagen die Software-Entwicklung grundlegend stärken. Christian Senger wird dies in seiner neuen Funktion mit Nachdruck vorantreiben.«

und durch die Reorganisation die Arbeitsfähigkeit nicht zu gefährden. Parallel arbeiten wir daran, eine neue gemeinsame Software-Organisation aufzubauen, unter der wir unsere fahrzeugnahen Software-Aktivitäten bündeln werden. Erforderliche Maßnahmen in der Bestandsorganisation müssen wir so gestalten, dass aktuelle Produktionsstarts nicht gefährdet werden. Das erfordert von allen Beteiligten ein hohes Maß an Disziplin und Veränderungsbereitschaft. Das wird eine große Herausforderung, aber ich bin mir sicher, dass wir diese als

Team meistern und unser Unternehmen mit dem neuen Ressort gut aufstellen werden.

Sie sollen die Software-Aktivitäten im Konzern gestalten. Wie läuft künftig die Zusammenarbeit der Marken?

Insbesondere aus den Hauptmarken Audi, Porsche und Volkswagen stellen wir eine gemeinsame Software-Organisation auf. Dort entsteht eine gemeinsame Software-Plattform für alle Marken, die verbindlich eingesetzt wird. Diese Organisation wird an mehreren Standorten sein. So wird es gelingen, dass Kollegen an ihrem Hei-

matstandort für diesen gemeinsamen sogenannten Software-Stack arbeiten können.

Wird künftig alle Software im Software-Bereich gemacht?

Ziel ist es, immer mehr Hardware und Software voneinander zu trennen. Wir werden künftig vor allem jene Software im Software-Ressort erzeugen, die für digitale Produkte in unseren Fahrzeugen und Mobilitätsdiensten eingesetzt wird. Hierzu gehört zum Beispiel auch die Software für Fahrzeug zu Fahrzeug-Kommunikation, Backend- sowie Cloudlösungen. Hardwarenahe Software wird weiterhin in den Technischen Entwicklungen entstehen.

Wie steht Volkswagen im Wettbewerb mit Apple und Google?

Google und Apple sind im digitalen Business natürlich die ganz Großen. Momentan sind beide aber keine Experten auf unserem Gebiet, nämlich herausragende Fahrzeuge zu bauen. Unser Ziel ist es, das sogenannte „Betriebssystem Fahrzeug und Mobilität“ in Volkswagen Hand zu halten. Nur so können wir für unsere Kunden und Nutzer ein wertvoller Partner für individuelle Mobilität im und um das Fahrzeug herum bleiben.

An welchen Ergebnissen möchten Sie sich messen lassen?

Unsere Ziele sind klar:

- eine neue marken- und regionenübergreifende Softwareorganisation aufstellen,
- die Eigenkompetenz und Eigenleistung deutlich erhöhen,
- flexibler auf die Fahrzeug-Anforderungen reagieren,
- ansprechende Software-Lösungen liefern und regelmäßig ausrollen,
- die zeitnahen Anläufe stemmen,
- den Unternehmenswert steigern.

Dies sind wichtige Messgrößen. Aber auch die Zufriedenheit meiner Mitarbeiter ist eine zentrale Messgröße. Wir haben mit unserem neuen Ressort die große Chance, nicht nur den Kunden und den Nutzer in den Mittelpunkt zu rücken, sondern auch unsere Mitarbeiter. Wir wollen ihnen ein großes Maß an Selbstverantwortung geben. Sie sollen selbst gestalten können, sich mit ihren Produkten und mit ihrer Arbeit identifizieren. Meine Mitarbeiter sollen einfach Spaß daran haben, etwas Außergewöhnliches zu schaffen, und gerne zur Arbeit kommen. Was wir vorhaben, ist entscheidend für unsere Zukunft. Lassen Sie es uns gemeinsam angehen! Ich freue mich darauf.

Marke Volkswagen: Neue Führungsstruktur

Brandstätter übernimmt Verantwortung für die Baureihen, Sommer führt Beschaffung von Konzern und Marke

Die Marke Volkswagen richtet ihre Führungsstruktur auf Zukunftsthemen aus. Im Zuge der neuen Aufgabenverteilung im Markenvorstand gibt es seit 1. März nun das Ressort Digital Car & Services (siehe auch Text oben). Die Marke steigert damit ihre Schlagkraft und Umsetzungsgeschwindigkeit bei der rasant voranschreitenden Digitalisierung und Vernetzung des Autos.

In der neuen Führungsstruktur der Marke liegt die Verantwortung für die Baureihen und die Qualitätssicherung beim Chief Operating Officer. Damit bündelt Volkswagen die Verantwortung für die Produkte und stärkt die Steuerung des operativen Geschäfts. Zugleich erhält die Technische Entwicklung mehr Freiraum für die kon-

zeptionelle Entwicklungsarbeit und für Konzernaufgaben. Außerdem neu: Die Verantwortung für das Beschaffungsressort Konzern und Marke wird zusammengeführt.

Die Veränderungen im Einzelnen:



Ralf Brandstätter.

Ralf Brandstätter, der als Chief Operating Officer (COO) die operativen Geschäfte der Marke führt, übernimmt das Value Engineering und die Qualitätssicherung der Marke.

Zudem übernimmt COO Ralf Brandstätter die Baureihen Small, Compact und Mid/Full, die bisher an Frank Welsch berichtet haben. Als Leiter der Technischen Entwicklung



Frank Welsch.

kümmert sich Welsch intensiver um seine Parallelfunktion als Leiter der Konzern-Forschung und -Entwicklung und forciert in der Marke die Entwicklung alternativer Antriebskonzepte, zukunftsweisender Assistenzsysteme und nachhaltiger Mobilität. Die Baureihe E-Mobilität bleibt dem Vorstandsressort E-Mobilität zugeordnet.

Das neu geschaffene Vorstandsressort Digital Car & Services, das Christian Senger aufbaut und führt, bündelt die Software-Aktivitäten der Marke. Zugleich verantwortet Senger als Leiter Digital Car & Services Konzern die konzernübergreifende Zusammenarbeit an Software-Kon-

zepten und intelligenten Mobilitätskonzepten.

Konzernvorstand Stefan Sommer führt die Beschaffung von Konzern und Marke in Personalunion. Die Verantwortung für die Beschaffung der Marke Volkswagen durch den Leiter des Konzernressorts hilft, interne Prozesse zu verschlanken und Synergien zu schaffen.



Stefan Sommer.



»Müssen junge chine Mittelschicht begeistern

Im Interview: Konzernchef Herbert Diess über die Bedeutung des Marktes im Reich der Mi

Herr Diess, Sie führen seit Mitte Januar das Konzernvorstandssressort China. Was sind in Ihren Augen dabei die größten Herausforderungen?

Auf keinem Markt der Welt schreitet die technologische Transformation in Richtung Elektrifizierung, Digitalisierung, Vernetzung und automatisiertes Fahren so schnell voran wie in China. Die chinesische Regierung hat zudem einen klaren Entwicklungsplan, der bis ins Jahr 2025 reicht – auch für die Automobilindustrie. Das wird konsequent umgesetzt. So muss

sich Volkswagen mit der entsprechenden Geschwindigkeit wandeln. Wir sind Marktführer. Wir haben den Anspruch, an der Spitze der Entwicklung zu stehen. Das erwarten auch die chinesischen Kunden von uns.

Wie ist Volkswagen aktuell in China aufgestellt, was müssen wir tun und was sind die nächsten Schritte?

Unsere chinesischen Joint-Venture-Gesellschaften sind innerhalb des Volkswagen Konzerns führend bei Produktivität, Qualität – insbesondere der Produkthanläufe –, Effizienz und Profitabilität. Das ist der Maßstab. So sind auch unsere Partner wie die

FAW Group oder SAIC mittlerweile auf Augenhöhe mit uns. Wenn wir nicht den Anschluss verlieren wollen, müssen wir eng mit unseren langjährigen Partnern zusammenarbeiten. Neue Kooperationen sind ebenso wichtig, denn in China gibt es wie in den USA die großen Internet-Riesen, die Standards setzen. Ebenso sind die aufstrebenden Start-ups der digitalen Branchen und die vielen Mobilitätsdienstleister äußerst agil und innovativ. Dieses Potenzial gilt es auch für Entwicklungen zu nutzen, die nicht nur für den chinesischen Markt interessant sein können, sondern auch für einen weltweiten Einsatz.



Herbert Diess, Vorstandsvorsitzender Volkswagen AG.

VOLKSWAGEN GROUP CHINA



Neue Marke heißt Jetta

Volkswagen bietet in China jetzt Modelle besonders für eine junge Zielgruppe an

JETTA wird zur neuen Marke von Volkswagen in China. Sie richtet sich insbesondere an junge Kunden. „Mit JETTA schließen wir in China die Lücke zwischen der etablierten Leitmarke Volkswagen im oberen Volumensegment und der

Einstiegsmobilität, die etwa ein Drittel des chinesischen Marktes ausmacht und vor allem von lokalen Marken bedient wird. So vergrößern wir unsere Marktdeckung deutlich“, sagt



Jürgen Stackmann, Vertriebsvorstand.

Jürgen Stackmann, Vertriebsvorstand der Marke Volkswagen.

In zahlreichen Millionenstädten außerhalb der Metropolregionen wie Peking oder Shanghai ist der Fahrzeugbestand mit größtenteils



Harald Müller, Jetta Markenchef.



Startschuss: Qin Huanming, Vize-Präsident der China FAW Gruppe und Herbert Diess bei der Präsentation der neuen Marke in Wolfsburg

unter 100 Autos pro 1.000 Einwohner noch sehr gering. Gleichzeitig strebt hier eine stetig wachsende Mittelschicht nach individueller Mobilität und dem ersten eigenen Auto. Mit der neuen Marke JETTA will Volkswagen insbesondere diese Kunden

ansprechen. Das Modellangebot von JETTA, das von FAW-Volkswagen in Chengdu produziert wird, umfasst eine Limousine und zwei SUV. Der Verkaufstart ist für das dritte Quartal dieses Jahres geplant.

„In China spielt der Jetta als

«Saisische Stern»

... Schritte für den Konzern



Was können wir von China lernen? Wie müssen wir unsere Strategie anpassen? Es ist die Schnelligkeit und die Effizienz, mit denen technologische Neuerungen umgesetzt werden, die wir von vielen chinesischen Unternehmen lernen können. China ist mittlerweile ein wichtiges automobiles Kraftzentrum. Daran müssen wir unsere Strategie ausrichten. Daher habe ich im Konzernvorstand persönlich die Verantwortung für China übernommen. Stephan Wöllestein leitet mit seiner reichen China-Erfahrung das operative Geschäft. Wir können nicht mehr länger in China nur Autos produzieren und verkaufen,

die in Europa für Europa designt wurden. Es gilt, in China für China zu entwickeln und zu fertigen.

Mit der neuen Marke JETTA beschreitet Volkswagen diesen Weg jetzt konsequent. Wie ist die Idee zur neuen Marke geboren worden?

Der Jetta ist in China ein Sinnbild für erreichbare, individuelle Mobilität. Mit diesem Modell haben wir in den 1990er Jahren China auf vier Räder gestellt. Bis heute ist es mit mehr als 300.000 verkauften Fahrzeugen pro Jahr eines unserer Erfolgsmodelle auf dem weltweit größten Markt. Und

dieser Markt entwickelt sich rasant weiter, insbesondere in den zahlreichen Millionenstädten jenseits der Metropolregionen wie Shanghai oder Peking, in denen die Fahrzeugdichte sehr gering ist. Hier haben vornehmlich junge Kunden und die Vielzahl von Erstkäufern ein hohes Mobilitätsbedürfnis. Darauf geben wir eine Antwort, ohne die Marke Volkswagen neu positionieren zu müssen. Mit der Einführung der Marke JETTA, deren Modellportfolio eine Limousine und zwei SUV umfasst, verknüpfen wir Tradition und Qualität mit attrakti-

vem Design und moderner Technik. Damit hat JETTA das Potenzial, insbesondere für die junge chinesische Mittelschicht vom Erfolgsmodell zur Erfolgsmarke zu werden: Wir müssen sie für Volkswagen begeistern. Mit der Gründung der neuen Marke haben wir einen wichtigen Schritt in diese Richtung getan. Mein Dank gilt dem gesamten JETTA Team, das mit viel Energie und Engagement dieses Projekt erfolgreich realisiert hat. Das war eine sehr gute Leistung, herzlichen Glückwunsch.

Welche weiteren strategischen Schritte ergeben sich?

Es ist mein Ziel, die vorhandenen Kooperationen zu intensivieren. Wir haben viel zu bieten – und zusammen können wir der stärkste Verbund in der Industrie sein. Das ist eine große Chance, die wir nutzen müssen. Zur selben Zeit müssen wir uns aber auch selbst als Konzern und in den Marken für mehr chinesische Manager öffnen. Von deren Expertise, Fleiß und unternehmerischem Handeln können wir profitieren. Professioneller und interkultureller Austausch ist für uns alle und für unser Geschäft von größtem Wert. Dafür müssen wir offen sein, wenn wir auch in Zukunft in China Erfolg haben wollen.

Top 10 Volkswagen Konzern-Modelle in China



...tes Interesse: Internationale Wirtschaftsjournalisten bei der Vorstellung der neuen JETTA in Wolfsburg.



Die neue Marke bietet neben zwei SUV-Modellen (oben) auch eine Limousine an. Damit sollen besonders junge Erstkäufer in China angesprochen werden.



Modell von Volkswagen eine äußerst wertvolle Rolle für uns. Er hat Mobilität für die Massen gebracht, wie das einst der Käfer in Europa geschafft hat. Bis heute ist der Jetta eines der populärsten Volkswagen Modelle in China – eine echte Ikone.

Deshalb machen wir mit dem Jetta jetzt erstmals in der Volkswagen Geschichte ein Modell zur Marke und entwickeln dafür eine eigene Modell- und Markenfamilie“, sagt Stackmann. Auch im Vertrieb werden neue Wege beschritten. JETTA baut ein eigenes

Händlernetzwerk auf und geht mit innovativen Vertriebsformaten direkt auf seine Kunden zu: mit digitalisierten Showrooms, mit mobilen Sales-Trucks und in Shoppingmalls. Bis zum Jahresende sollen rund 200 Händler die neue Marke anbieten.

In China hat die Marke Volkswagen im vergangenen Jahr 3,11 Millionen Fahrzeuge an Kunden ausgeliefert (-2,1 Prozent gegenüber Vorjahr).

China ist mit einem Anteil von fast 50 Prozent an den weltweiten Auslieferungen der größte Einzelmarkt von Volkswagen.



Experten aus der Produktion in Wolfsburg

Sie kamen aus 16 Standorten der Marke Volkswagen nach Wolfsburg: 120 Experten aus der Produktion trafen sich jetzt in Wolfsburg. Zwei Tage lang suchten sie Ideen für messbare und nachhaltige Produktivitätssteigerungen. Mittendrin: Produktionsvorstand Andreas Tostmann.

Die Tagung stand im Zeichen des sogenannten Welt-Bebauungsplanes. Der neue Plan verfolgt das Ziel, Technologien und Prozesse, die sofort verfügbar und einfach zu kopieren sind, in der Produktionswelt von Volkswagen auszurollen.



Andreas Tostmann, Produktionsvorstand.

Mit knapp 100 sogenannten Quellmaßnahmen aus den Bereichen und Standorten ausgerüstet, ging es in sechs Arbeitsgruppen an die Arbeit: Die Fachleute aus Presswerk, Karosseriebau, Lackiererei, Montage und Logistik stellten Maßnahmen mit hohem Potenzial vor und griffen zugleich innovative Lösungen aus anderen Werken auf.

Wie wirtschaftlich es sein könnte, die vorgeschlagenen Maßnahmen auf die einzelnen Produktionswerke zu übertragen, darüber berieten die Teilnehmer am zweiten Tag. Vom Werkleiter über den Finanzchef bis hin zum Leiter Industrial Engineering saßen dabei alle Entscheidungsträger mit am Tisch. Am Schluss der Tagung stand für jeden Standort eine Vereinbarung, die Vorstand und Werkleiter bestätigten.

„Die Methodik hilft, gute Ideen standortübergreifend schnell weltweit zu übertragen“, sagte Uwe Schwartz (Leiter Markenplanung) als Veranstalter der Tagung. Mitveranstalter Martin Goede (Leiter Technologieplanung und -entwicklung) ergänzte: „Diese intensive Form des Austauschs ermöglicht es, die Kompetenz der Teams konsequenter und schneller miteinander zu teilen.“



Voller Einsatz für die Umwelt: Mitarbeiter von Volkswagen Navarra und Schüler.

Schüler pflanzen Bäume und Sträucher

Volkswagen Navarra hat gemeinsam mit Schülerinnen und Schülern 50 Bäume und Sträucher auf dem Werkgelände in Pamplona im Norden von Spanien gepflanzt. Sie ersetzen Grünzonen, die wegen des Baus eines neuen Mitarbeiterparkplatzes entfernt wurden. Die Kinder nahmen außerdem an einem Verkehrserziehungs-Training teil.

Gesellschaftliche Verantwortung und Umweltschutz haben bei Volkswagen Navarra Tradition: 45 Prozent der Fläche des Standorts sind begrünt. Mehr als 700 meist einheimische Pflanzenarten bieten Lebensraum für Vögel und Insekten. Das Verkehrserziehungsprojekt für Kinder läuft bereits seit 1999.

Betriebliche Altersversorgung: Vor 70 Jahren ging alles los

Jubiläum: Fachbereich blickt zurück – und ruft Mitarbeiter auf, sich mit ihrer Vorsorgesituation auseinander zu setzen

Sie gehört schon 70 Jahre zu Volkswagen und ist heute aktueller denn je: die betriebliche Altersversorgung. Es war Generaldirektor Heinrich Nordhoff, der sie 1949 einführte. Ziel war es, den „Werksangehörigen einen Zuschuss zur reichsgesetzlichen Altersrente“ zu zahlen, wie aus einem Schreiben aus der damaligen Zeit hervorgeht. Zudem sollten Angehörige im Sterbefall 4.000 D-Mark erhalten.

84.000 Rentner erhalten derzeit eine VW-Rente

Heute gilt die Betriebsrente als wichtigste Sozialleistung bei der Volkswagen AG und ist aufgrund ihrer Beständigkeit eine der großen gemeinsamen Erfolgsgeschichten des Unternehmens und des Betriebsrats. „Insgesamt erhalten derzeit etwa 84.000 Rentner eine betriebliche Altersversorgung“, sagt Tania Michaelis, Mitarbeiterin im Bereich Altersversorgung und Zeit-Wertpapier in Wolfsburg. Für mehr als 118.000 aktive Mitarbeiter sorgt die Volkswagen AG aktuell über eine arbeitgeberfinanzierte betriebliche Altersversorgung vor. „Das sind mehr als 200.000 Menschen, die sich beim Thema Betriebsrente auf uns verlassen. Das funktioniert nur mit einem engagierten und fachkundigen Team sowie eingespielten Prozessen“, sagt Michaelis.

Zum Jubiläum „70 Jahre betriebliche Altersversorgung“ möchte der Bereich um Leiter Johannes Teslau allerdings nicht nur auf die vergangenen Jahrzehnte zurückblicken, sondern das Thema Rente grundsätzlich in den Fokus rücken. „Alle Mitarbeiter sollten sich mit ihrer Vorsorgesituation auseinandersetzen“, sagt Teslau. Denn die gesetzliche Rente reicht nicht mehr aus, um den



1949 ging es los: Heinrich Nordhoff führte damals die Altersversorgung ein.



Tania Michaelis, Mitarbeiterin im Team der Altersversorgung.



Johannes Teslau, Leiter Altersversorgung und Zeit-Wertpapier.



Sandra Bruder, Betriebsrätin und Vorsitzende des Sozialausschusses.

„Die betriebliche Altersversorgung bei Volkswagen ist besser als in vielen anderen Unternehmen. Das zeigt unter anderem die in einer Tarifaus-

im Erwerbsleben erreichten Lebensstandard im Alter aufrechtzuerhalten. Die Volkswagen AG bietet in der betrieblichen Altersversorgung daher einen weiteren Bestandteil: die 1998 mit dem Betriebsrat eingeführte Beteiligungsrente II. Mit ihr können Mitarbeiter ihre Betriebsrente aufstocken, indem sie einen Teil Ihres Entgelts umwandeln.

Wer zum Beispiel ab dem 20. Lebensjahr monatlich 100 Euro aus seinem Bruttoentgelt umwandelt, hat bei einem Rentenzugang mit 65 Jahren eine monatliche Bruttorente in Höhe von 485 Euro aus der Beteiligungsrente II. Laut Teslau ein attraktives Modell, das noch zu wenig in Anspruch genommen werde. Im Jahr 2018 waren es nur 13 Prozent der Tarifbeschäftigten.

einandersetzung erreichte Erhöhung des Arbeitgeberanteils an der Beteiligungsrente I ab dem Sommer auf 90 Euro pro Monat. Betriebsrat, Belegschaft und Gewerkschaft werden das Thema weiter vorantreiben,

- Hinzu kommt seit 1998 die Beteiligungsrente II, bei der Mitarbeiter einen Teil ihres Entgelts im Rahmen der Entgeltumwandlung in betriebliche Altersversorgung umwandeln können.

Diese Bestandteile ergeben die Betriebsrente, die grundsätzlich zusammen mit einer Alters- oder Erwerbsminderungsrente aus der gesetzlichen Rentenversicherung gezahlt wird. Im Todesfall haben versorgungsberechtigte Hinterbliebene (Ehegatten/eingetragene Lebenspartner, Kinder bis grundsätzlich 18 Jahre) Anspruch auf eine Rente.

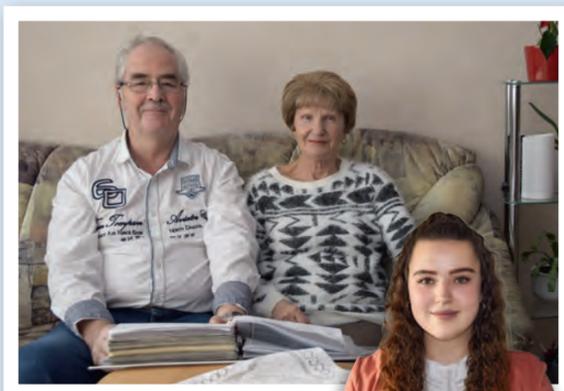
Allgemeine Infos zur betrieblichen Altersversorgung stehen im Personal Portal. Bei individuellen Fragen können sich Mitarbeiter an das Team des Rentenmanagements wenden: bav@volkswagen.de

denn wir wollen, dass Rentnerinnen und Rentner nach einem Berufsleben bei Volkswagen finanziell gesichert sind“, sagt Sandra Bruder, Betriebsrätin und Vorsitzende des Sozialausschusses.

Wie die Altersversorgung im Unternehmen wahrgenommen wird: Ein Rentner und eine Mitarbeiterin berichten von ihren Erfahrungen

Klaus Konstroffer, 70

„Ich habe 38 Jahre bei Volkswagen in Wolfsburg gearbeitet, die meiste Zeit davon in der FE, Halle 80. Da haben wir Autos für Presseveranstaltungen vorbereitet. Das war eine schöne Zeit. Um ehrlich zu sein: Über die Rente habe ich mir damals wenig Gedanken gemacht. Warum auch? Ich hatte ja einen guten Job. Als 1998 die Beteiligungsrente II eingeführt wurde, sind meine Kollegen und ich zum Glück gleich eingestiegen. 2008 bin ich dann in Rente gegangen, aber erst kurz vorher habe ich wirklich überlegt, wie viel am Ende rauskommen wird. Heute habe ich zusätzlich zur staatlichen Rente 30 Prozent mehr Geld. Bei den steigenden Mieten und Lebenshaltungskosten kann ich das natürlich gut gebrauchen.“



War 38 Jahre bei Volkswagen: Klaus Konstroffer (hier mit seiner Frau Felicitas).

Cina Blecker, 22

„Ich bin seit September 2015 im Unternehmen und habe eine Ausbildung zur Kauffrau für Büromanagement gemacht. Jetzt arbeite ich als Teamassistentin im Bereich Monitorship in Wolfsburg. Heutzutage kann man sich ja nicht mehr sicher sein, wie viel Rente man bekommen wird. Ich habe daher schon als Auszubildende monatlich 35 Euro in die Beteiligungsrente II eingezahlt. Das hat mir nicht wehgetan. Ich denke, ich werde es später eher brauchen können als heute. Generell denke ich, dass junge Leute heute besser informiert sind als vor 30 oder 40 Jahren. Man hört es ja ständig in den Medien. Das Gute an der Beteiligungsrente II: Ich bin flexibel, kann sie mal für ein Jahr stoppen oder den Betrag anpassen. Gleichzeitig weiß ich, was ich mindestens bekommen werde.“

Seit 2015 im Unternehmen: Cina Blecker arbeitet im Monitorship.

Partnerschaft mit Microsoft

Herbert Diess und Satya Nadella trafen sich in im Volkswagen Digital Lab in Berlin – Automotive Cloud für Europa, China und USA

Vorstandsvorsitzender Herbert Diess und Microsoft-Chef Satya Nadella haben in Berlin angekündigt, die Volkswagen Automotive Cloud schrittweise auszuweiten. Außer in Europa soll die „Datenwolke“ in China und den USA verfügbar sein – den Kernmärkten für die vollelektrische und voll vernetzte ID.-Familie. Das erste ID.-Modell wird ab nächstem Jahr zunächst in Europa und China verkauft und ab 2022 in den USA.

Hintergrund: Volkswagen baut mit Unterstützung des renommierten US-Software-Konzerns Microsoft eine eigene cloudbasierte Plattform auf, also einen gigantischen Speicher. Sie ist die Voraussetzung dafür, dass die Volkswagen der Zukunft immer online sind und so zu rollenden Smartphones werden.

„Unsere strategische Partnerschaft mit Microsoft ist ein wesentlicher Baustein, um Volkswagen zum softwaregetriebenen Mobilitätsanbieter

weiterzuentwickeln“, sagte Konzernchef Herbert Diess während eines Besuchs im „Volkswagen Digital Lab“. Microsoft-Chef Satya Nadella betonte: „In unserer Partnerschaft wird Volkswagen neue Mobilitätsdienste entwickeln, die die Transformation von Volkswagen in einen softwaregetriebenen Mobilitätsanbieter vorantreiben und die Zukunft der Mobilität für Menschen überall auf der Welt gestalten.“

Volkswagen will die bisher für Eu-



Start im kommenden Jahr: Das erste ID.-Modell wird zunächst in Europa und China verkauft und ab 2022 in den USA.



Gesprächsrunde in Berlin: Volkswagen Vorstandsvorsitzender Herbert Diess (rechts) und Microsoft-Chef Satya Nadella.

ropa entwickelte Automotive Cloud auf China und die USA ausweiten. Auch dort wird die Cloud-Plattform „Microsoft Azure“ die Basis des wachsenden digitalen Ökosystems, also der Summe aller digitalen Angebote im Auto. Federführend bei der Entwicklung für den Konzern ist die Marke Volkswagen

Christian Senger, Markenvorstand für „Digital Car & Services“ und Leiter „Digital Car & Services“ im Konzern, verantwortet die Volkswagen Automotive Cloud. Er sagt: „Sie wird das weltweite technologische Herzstück unseres digitalen Ökosystems. Parallel dazu bringen wir eine neue, leistungsstarke Software-Architektur in unsere Fahrzeuge. Damit schaffen wir alle Voraussetzungen, um unsere Fahrzeugflotte voll zu vernetzen und digitale Mehrwertdienste für unsere Kunden zu entwickeln. Unser Ziel ist

das Kundenerlebnis im und über das eigene Fahrzeug hinaus.“

Damit nicht genug: Volkswagen und Microsoft arbeiten an ersten Leuchtturm-Projekten für vernetzte Fahrzeugdienste. Zwei Beispiele: In einem ständig ans Internet angebundenen, intelligenten Auto leitet das Navigationssystem aus den Termin-Einträgen des Fahrers automatisch das Fahrziel ab. Außerdem kann sich der Fahrer automatisch in Telefonkonferenzen einwählen.

Voran schreitet auch der Aufbau eines Volkswagen Entwicklungszentrums in Seattle im Nordwesten der USA. Dort hat Microsoft seinen Hauptsitz. Volkswagen hatte diesen Standort Ende vergangenen Jahres für die Entwicklung der Automotive Cloud gegründet. Beide Unternehmen hatten ihre strategische Partnerschaft im September 2018 verkündet.

Qualitätssicherung: Neue Strategie

Mehr als 300 Beschäftigte erarbeiteten diese gemeinsam mit der Leitung um Andreas Klar

Eine neue Strategie ist kein Selbstläufer – erst recht nicht, wenn sie ausschließlich von der Führungsspitze entwickelt wird. Um die Mitarbeiter der Qualitätssicherung von Anfang an für die neue Strategie des Fachbereichs zu begeistern, sollten diese aktiv an ihr mitwirken. 300 Mitarbeiter unterschiedlicher Hierarchiestufen nahmen an einer zweitägigen Strategie-Konferenz in Wolfsburg teil. Alle anderen verfolgten die Konferenz über Group Connect per Live-Blog.



Andreas Klar, Leiter Qualitätssicherung Marke Volkswagen.

Für Andreas Klar, Leiter Qualitätssicherung Marke Volkswagen, und sein Führungsteam waren Ablauf und Methodik ungewohnt: „Wir hatten in Workshops an der Vision, der

Mission und den strategischen Zielen gefeilt und waren gespannt, wie unser erster Entwurf bei den Mitarbeitern ankommt.“ An 20 Tischen kamen die Teilnehmer aus allen Fachbereichen der zentralen Qualitätssicherung sowie aus den Werken Emden und Wolfsburg zusammen. Sie diskutierten, stellten Fragen und schlugen eigene Formulierungen vor.



Lea Marshall (26), Qualitätssicherung Baureihe.

»Dass wir Mitarbeiter die Strategie der Qualitätssicherung selbst mitgestalten durften, beweist Offenheit und Transparenz. Ich möchte mich gern weiter einbringen.«

Am Abend galt es dann für Klar und sein Leitungsteam, die vielen Hundert Anmerkungen der Mitarbeiter aufzugreifen und im ursprünglichen Strategieentwurf zu berücksichtigen. Nachts entstand so die finale Version der Strategie, die den Mitarbeitern am Morgen des zweiten Konferenztages präsentiert wurde. Per Handzeichen signalisierte die breite Mehrheit



Helmut Averbeck (52), Qualitätssicherung Emden.

»Ich bin mit gemischten Gefühlen zur Strategie-Konferenz gefahren. Schnell zeigte sich, dass es dafür keine Gründe gab. Es war eine offene und konstruktive Atmosphäre.«

ihre Zustimmung und befasste sich anschließend damit, wie die Strategie im Arbeitsalltag umgesetzt wird.

Nun gehe es darum, auch die Zuhausegebliebenen ins Boot zu holen, sagte Klar abschließend: „Wir haben den Gipfel erklommen, jetzt warten die Mühlen der Ebene. Lasst uns dranbleiben und gemeinsam die Zukunft der Qualitätssicherung gestalten!“



Carlos Eduardo Dominguez (38), Qualitätssicherung Gesamtfahrzeug.

»Die Strategie-Konferenz war ein sehr großer und wichtiger erster Schritt. Die Offenheit und die Klarheit unserer Führung haben mir sehr gefallen.«

E-Baukasten auch für Drittanbieter

Der Volkswagen Konzern wird seinen Elektrifizierungsbaukasten (MEB) auch für andere Hersteller öffnen. Durch eine möglichst umfangreiche Verbreitung des MEB und die damit verbundenen Skaleneffekte können die Kosten der E-Mobilität deutlich gesenkt werden. Damit soll individuelle Mobilität auch in Zukunft für viele Menschen bezahlbar und nutzbar werden.

In der ersten Phase hat Volkswagen rund 15 Millionen reine E-Fahrzeuge auf dem MEB projektiert. Als weltweit erster externer Partner soll die Aachener e.GO Mobile AG den Elektrifizierungsbaukasten nutzen, um E-Autos, die die Volkswagen Modellpalette ergänzen, auf den Markt zu bringen.

Konzernchef Herbert Diess: „Dass wir Plattform-Profis sind, haben wir mit unserem Modulare Querbaukasten bewiesen. Auf dieser Plattform basieren über 100 Millionen unserer Fahrzeuge. Mit der MEB-Plattform übertragen wir dieses Erfolgskonzept in das Elektrozeitalter und öffnen uns Dritten. Der MEB soll als Standard der E-Mobilität etabliert werden. Auf seiner Basis machen wir die individuelle Mobilität CO2-neutral, sicher, komfortabel und zugänglich für möglichst viele Menschen.“ Selbst emotionale Kleinserienfahrzeuge wie der ID. Buggy ließen sich auf Basis des MEB einfach und kostengünstig realisieren. Diess: „Ich freue mich, dass wir mit e.GO den ersten Partner gefunden haben, der unseren Elektrifizierungsbaukasten als Basis für ein gemeinsam zu bestimmendes Fahrzeugprojekt nutzen wird.“

Qualität

Autohaus der Zukunft: Analoge und digitale Welt verschmelzen

Teil der neuen Vertriebsstrategie: Kunden bestellen ihr Auto bald auch online

Kunden werden ihr neues Auto in naher Zukunft nicht mehr nur im Autohaus, sondern auch online bestellen können. Das ist Teil der neuen Vertriebsstrategie von Volkswagen.

Zudem bekommt jeder Kunde eine individuelle Kennung, eine sogenannte „ID“. Sie ist mit dem Auto und einem bevorzugten Händler verbunden. Mit einer einmaligen Anmeldung („Single Sign-on“) nutzt der Fahrzeugbesitzer so alle Volkswagen „We“-Dienste und verwaltet seine personenbezogenen sowie die Fahrzeugdaten.

Volkswagen nutzt die ID, um Kunden individuell zu betreuen. Vorausgesetzt, der Fahrzeugbesitzer ist damit einverstanden. So kann das Unternehmen beispielsweise Autos rechtzeitig in die Werkstatt rufen, bevor ein technisches Problem zur Panne wird. Über mobiles Internet im Auto versorgt Volkswagen seine Kunden künftig bei Bedarf auch mit Softwareupdates. Über ihre ID bestellen Kunden zudem Online-Services oder buchen ein Car-Sharing-Auto. Das erfordert ein völlig neues Datenmanagement. Der Austausch zwischen Volkswagen und seinen Händlern wird künftig



Christoph Hartung.



Ulf Eberhardt.

intensiver. „Die Sicherheit der Daten hat für uns absolute Priorität. Niemand muss seine Daten hergeben. Nur wer das will, ist dabei“, sagt Christoph Hartung, Leiter

Vertrieb Digital und New Business.

Ob online geordert oder offline bestellt: Das Autohaus bleibt auch

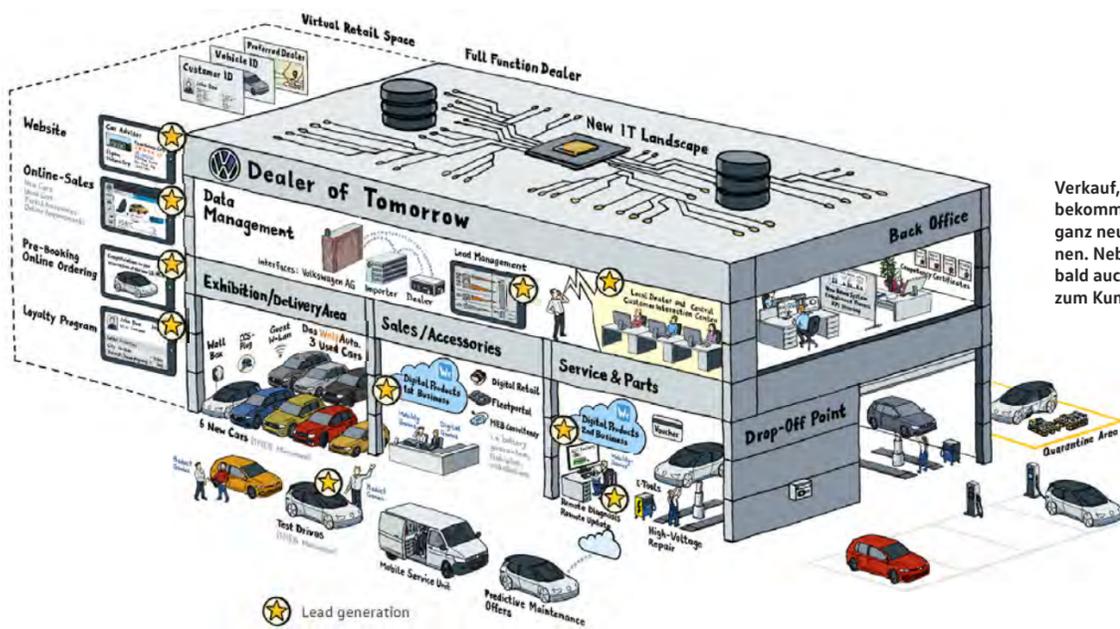
in Zukunft wichtig. „Einige Kunden werden sich das Auto beim Händler um die Ecke anschauen und es abends vom Sofa aus online bestellen“, fasst Ulf Eberhardt, Leiter Vertriebs- und Systemstrategie, das Einkaufserlebnis zwischen analoger und digitaler Welt zusammen. Neben dem klassischen Autohaus wird es auch kleinere Showrooms in den Innenstädten oder sogenannte „Pop-Up-Stores“ geben. Das sind kleine Läden auf Zeit, die beispielsweise nur für die Dauer eines Events an einem Standort eröffnen.



Peter Maiwald.

Auch die Werkstätten in den Autohäusern werden sich verändern: Sie werden sich auf die „Hochvolt-Reparatur“ von Elektroautos konzentrieren. Neu ist zudem der „Digital

Verkauf, Service und Verwaltung bekommen im Autohaus der Zukunft ganz neue Aufgaben und Funktionen. Neben dem Autohaus gibt es bald auch digitale Schnittstellen zum Kunden (links im Bild).



Anzeige

Eine runde Sache!

Der Frühling steht vor der Tür – Zeit, sich selbst und sein Fahrzeug in Schale zu werfen. Mit unseren aktuellen Zubehör- und Lifestyle-Angeboten für den März erledigen Sie beides auf einen Schlag. So wird der Start in den Frühling zur runden Sache! Alle Angebote sind erhältlich in unseren Shops.



UPE ~~32,50 €~~
WA-Preis
26,00 €
Frühjahrs-Pflege-Set

UPE ~~20,20 €~~
WA-Preis
16,20 €
Abfalltasche Clean Solution

UPE ~~45,00 €~~
Aktionspreis
36,00 €
Gepäckraumeinlage²

UPE ~~505,00 €~~
Aktionspreis
359,00 €
Fahrradträger „Compact II“¹

UPE ~~235,90 €~~
Aktionspreis
170,00 €
Dachbox „Basic“

Erhältlich sind die Lifestyle-Artikel im Volkswagen Zubehör Shop, Autostadt KundenCenter, WA-Direktwahl 627 46 57, Mo. - Sa. 08:00 - 18:00 Uhr³ oder im Volkswagen Shop and More am Tor 17. Am Standort Hannover im Volkswagen Shop and More Sektor 10/11, in Emden im VW Shop Emden KundenCenter/Halle 12. Nur solange der Vorrat reicht! Verkauf an Werksangehörige mit registrierter Stammmummer. Der Rabatt für Werksangehörige beträgt im Volkswagen Zubehör Shop in der Autostadt ganzjährig 20% Nachlass auf alle Original-Zubehörteile und Lifestyle-Produkte. Aktionsware ist davon ausgeschlossen. Jegliche Nachlässe können der geldwerten Besteuerung unterliegen. Alle genannten Preise beinhalten die gesetzliche Mehrwertsteuer. Zahlungsmöglichkeiten: Bar, EC-Karte, alle gängigen Kreditkarten und der Kreditschein der VW AG. Druckfehler vorbehalten!

Volkswagen Zubehör



¹ Nicht im Shop Emden erhältlich.
² Erhältlich für verschiedene Modelle. Angegebener Artikel gilt für den Tiguan.
³ Geänderte Öffnungszeiten bis 31.03.: Montag bis Freitag 9:00 Uhr - 17:00 Uhr, Samstag 8:00 Uhr - 18:00 Uhr, Sonn- und Feiertage 9:00 Uhr - 18:00 Uhr.



Die Zukunft wird real: Der Volkswagen ID. wird als erstes Elektroauto des Konzerns über die gesamte Lebensdauer bilanziell CO₂-neutral sein wenn der Kunde konsequent Grünstrom lädt.

Saubere Mobilität

Der Volkswagen ID. wird das erste bilanziell klimaneutral hergestellte Serienauto des Konzerns

Volkswagen bekennt sich zu den Pariser Klimazielen und stellt mit seiner Elektro-Offensive die Weichen für eine nachhaltige Mobilität. Eine Vorreiterrolle übernimmt der neue ID., dessen Produktion Ende des Jahres in Zwickau startet: Als erstes Elektroauto des Konzerns wird er über die gesamte Lebensdauer bilanziell CO₂-neutral sein, wenn der Kunde konsequent Grünstrom lädt. Allein bezogen auf die Herstellungsphase wird die CO₂-Bilanz des ID.¹ um weit über 1 Mio. Tonnen CO₂ pro Jahr verbessert. Das entspricht rechnerisch in etwa der Klimabelastung durch ein Kohlekraftwerk, das 300.000 Haushalte mit Strom versorgt. Volkswagen arbeitet zudem an einem umfassenden Dekarbonisierungsprogramm mit Maßnahmen für weitere Modelle. Bis

2025 wird die Marke mehr als 20 reine E-Modelle auf den Markt bringen.

„Der Klimawandel ist die größte Herausforderung unserer Zeit“, sagte Thomas Ulbrich, Vorstand für E-Mobilität der Marke Volkswagen.



Thomas Ulbrich, Vorstand E-Mobilität Marke Volkswagen.

„Als weltgrößter Autohersteller übernimmt Volkswagen Verantwortung. Der neue ID. wird das erste bilanziell klimaneutral hergestellte Serienauto des Konzerns. Damit die Nutzungsphase emissionsfrei bleibt, sorgen wir für vielfältige Möglichkeiten, Grünstrom zu laden. Wirklich nachhaltige Mobilität ist machbar, wenn alle es wollen und gemeinsam daran arbeiten.“

Georg Kell, Gründungsdirektor UN Global Compact und Sprecher des Nachhaltigkeitsbeirats von Volkswagen: „Die von Menschen verursachten CO₂-Emissionen müs-

sen so schnell wie möglich gesenkt werden. Der Volkswagen Nachhaltigkeitsbeirat hat sich seit seiner Gründung dafür starkgemacht, dass das Unternehmen dem Klimaschutz strategische Priorität einräumt. Volkswagen hat mit seiner E-Offensive und dem ID. die richtigen Weichen gestellt. Jetzt gilt es, diesen Weg konsequent fortzusetzen.“

Volkswagen richtet beim ID. die gesamte Wertschöpfungskette auf die Vermeidung und Senkung von CO₂-Emissionen aus. Die Batteriezellen werden in Europa gefertigt, die benötigte Energie wird aus Grünstrom gedeckt. Weitere Einsparpotenziale in der Lieferkette bis hin zur Rohstoffgewinnung werden derzeit gemeinsam mit direkten und indirekten Lieferanten untersucht. Das Werk in Zwickau arbeitet bereits heute mit externem Strom aus erneuerbaren Quellen. Nicht vermeidbare Emissionen im gesamten Herstellungsprozess werden schließlich über Investitionen in zertifizierte Klimaprojekte ausgeglichen, sodass die Herstellung des ID. zum Marktstart bilanziell CO₂-neutral sein wird.

Für den Betrieb des ID. empfiehlt Volkswagen Kunden die Nutzung von Energie aus erneuerbaren Quellen wie Wind- oder Wasserkraft. Die neu

gegründete Volkswagen-Tochter Elli bietet in Deutschland seit Kurzem regenerativ erzeugten Volkswagen Naturstrom® an. Das von Volkswagen mitbegründete IONITY-Schnellladnetz mehrerer Automobilhersteller wird – wo immer verfügbar – Grünstrom an rund 400 Ladepunkten entlang europäischer Autobahnen bereitstellen.

Weil das Elektroauto immer nur so sauber ist wie der Strom, mit dem es produziert und geladen wird, begrüßt Volkswagen ausdrücklich den für Deutschland geplanten Schritt hin zu nachhaltiger Energieversorgung. Auch jenseits der Energiewende wird der Durchbruch der Elektromobilität nur gemeinsam mit der Politik gelingen. Vom Wohneigentumsrecht bis zum Ausbau der öffentlichen Ladeinfrastruktur gilt es, bestehende Hürden für das E-Auto jetzt schnell abzubauen.



Georg Kell, Gründungsdirektor UN Global Compact und Sprecher des Nachhaltigkeitsbeirats Volkswagen.

Volkswagen will das Elektroauto für möglichst viele Menschen attraktiv und bezahlbar machen. Ab Ende 2019 läuft in Zwickau der kompakte ID. vom Band. Wenig später folgen das SUV ID. CROZZ¹, der ID. BUZZ¹ und die Limousine ID. VIZZION¹. Bis 2023 investiert allein die Marke Volkswagen rund neun Milliarden Euro in die Elektromobilität.



Dank an Volkswagen: Sabrina Fiorini und Pablo Di Si, Chef der Region Südamerika.

Nach Unfall: Frau dankt Volkswagen

Dankbare Kundin: Vor wenigen Wochen verunglückte die Argentinierin Sabrina Fiorini mit ihrem Golf in der Nähe der Stadt Balcarce, die zur Provinz Buenos Aires gehört. Sie überlebte den Crash völlig unverletzt. Kurz danach erhielt Pablo Roman Di Si, Chef von Volkswagen Südamerika (SAM), diese bewegende Dankesnachricht bei LinkedIn: „Es ist mir eine Freude, sie anzusprechen. Ich melde mich bei Ihnen, weil ich Volkswagen für den Golf TSI DSG 1.4 Turbo danken möchte. Wegen meiner Treue zur Marke, die seit meinem ersten Volkswagen im Jahr 2006 besteht, habe ich im vergangenen Jahr dieses Auto gekauft. Ich hatte noch nie einen Unfall, aber am 27. Januar 2019 war mein Schicksalstag. Glück im Unglück. Klar ist: Der Golf und sein hohes Sicherheitsniveau haben mir das Leben gerettet, als ich auf der Fahrt in der Nähe der Stadt Balcarce eingeschlafen bin.“

Bei schwerem Unfall in Lastwagen gefahren

Der Lastwagenfahrer, in den ich hineinfuhr, sagte, dass ich mit circa 130 Stundenkilometern Schlangenlinien gefahren sei. Mit meiner rechten Front berührte ich die linke Seite seines Lkw und dadurch brach sein Reifen. Mein Auto machte zwei Drehungen und traf einen weiteren Lkw mit der linken Fahrzeugseite. Dieser zweite Crash ließ meine Windschutzscheibe brechen und brachte das Auto am Straßenrand komplett zerstört zum Stehen. Ich öffnete meine Augen, dankte Gott und auch Volkswagen für seine sicheren Autos. Ich bin am Leben! Außer dass ich den Druck von den Airbags und dem Sicherheitsgurt spürte, blieb ich völlig unverletzt. Ich möchte dieser Marke gratulieren und für ihre Arbeit danken. Volkswagen macht sich nicht nur Gedanken über Komfort und modernes Design, sondern hat die Sicherheit der Insassen immer vor Augen.

Entscheidung hat Leben gerettet

Ich bin mir sicher, dass ich diese Geschichte mit einem anderen Auto heute nicht erzählen könnte. Der Lkw-Fahrer war derselben Meinung und er hat mehr als einen Unfall gesehen. Ich möchte diese Botschaft dem Top-Management der Marke übermitteln, denn nicht nur Gott hat mir das Leben gerettet, sondern auch die Entscheidung, diese Marke zu wählen. Ich konnte das Auto selbstständig durch das Fenster verlassen. Danke, Volkswagen! Mir fehlen die Worte. Ich bin wahnsinnig dankbar, ohne Verletzungen überlebt zu haben.“



In São Paulo: Mitglieder des Vorstands der Marke Volkswagen und der Region Südamerika mit einem Team des Volkswagen Händlers Caraiçá nach der Vorstellung der „Digital Dealer Experience“.

Markenvorstand in Südamerika

Gespräche über Ergebnisse und Aussichten der Marke Volkswagen

Der Markenvorstand zu Besuch in Brasilien: Ralf Brandstätter, der als Chief Operating Officer die Geschäfte führt, Arno Antlitz (Finanzen), Jürgen Stackmann (Vertrieb), Andreas Tostmann (Produktion) und Frank Welsch (Entwicklung) sprachen

mit Pablo Di Si, Chef der Region Südamerika, und seinem Vorstandsteam über die Ergebnisse und Aussichten von Volkswagen in Südamerika. Außerdem gab es Treffen mit Beschäftigten und Journalisten. Darüber hinaus besuchten die Markenvorstände einen

Händler in São Paulo, der das innovative Konzept „Digital Dealer“ (digitaler Händler) in Brasilien umsetzt. Ab März wird es in weiteren Ländern der Region Südamerika starten. Was hat es damit auf sich? In einer „Digital Dealer Experience“ ist über Touchscreen-TV

das gesamte Portfolio von Volkswagen do Brasil zu sehen. Das bedeutet: Die Digitalisierung macht es möglich, dass selbst kleinere Händler mit geringem Lagerbestand ihren Kunden die gesamte Produktpalette von Volkswagen zeigen können.

¹ Seriennahe Studie.

**VOLKSWAGEN
FINANCIAL SERVICES**
THE KEY TO MOBILITY



Tina Franz, Meister Karosseriebau, Volkswagen Werk Wolfsburg

**„Meine günstige Alternative
zum Dispo: Der Rahmenkredit
der Volkswagen Bank.“**

vwfs.de/rahmenkredit-konzern



Filialen

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



Telefon

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



Online

vwfs.de/rahmenkredit-konzern



Dies ist ein Angebot der Volkswagen Bank GmbH, Zweigniederlassung Irland.



Im Zweikampf: Die Kapitäne Josuha Guilavogui (rechts, VfL Wolfsburg) und Max Kruse (Werder Bremen).

Wolter und Müller: Nachwuchsstar holt Tipps von Champions-League-Siegerin

inside-Interview vor dem Viertelfinale der Wolfsburger Fußballerinnen gegen das französische Topsteam Lyon

Champions-League-Siegerin trifft Nachwuchshoffnung des VfL Wolfsburg, die die Fußball-Königsklasse noch gewinnen will: Ex-Torjägerin Martina Müller (38) und Jung-Mittelfeldspielerin Pia-Sophie Wolter (21) sprachen vor dem Viertelfinal-Kracher zwischen dem VfL Wolfsburg und Olympique Lyon auch darüber, wie es sich anfühlt, auf Europas Fußball-Thron zu sitzen.

Frau Müller, was sagt Ihnen das Datum 23. Mai 2013?

2013 war das Triple-Jahr. An diesem Tag sind wir also entweder deutscher Meister, DFB-Pokal- oder Champions-League-Sieger geworden.

Es war der Tag des Champions-League-Erfolgs in London, an dem Sie nicht ganz unbeteiligt waren. Stimmt, wir haben durch mein Strafstoß-Tor 1:0 gegen Olympique Lyon gewonnen – und ich sollte gar nicht schießen. Nadine Keßler, damals unsere Elfmeterschützin, hatte schon beim Aufwärmen zu mir gesagt: „Ich habe Fußschmerzen. Wenn ein Elfmeter kommt, musst du ran.“ Ich habe noch gedacht: „Don't worry, wir bekommen ohnehin keinen Elfer.“ Pustekuchen! Ich war unglaublich aufgeregt, als ich mir den Ball auf den Punkt gelegt habe. Held oder Depp – eines von beiden kannst du in dem Moment werden. Glücklicherweise wurde es Held.

Das Jahr 2013 war das erste, in dem die VfL-Frauen Titel holten – und dann gleich drei auf einmal. War der in der Champions League der bedeutendste? Für mich stehen die deutsche Meisterschaft und der Erfolg in der Champions League auf einer Stufe. Klar ist es schön, sich gegen europäische Konkurrenz durchsetzen zu haben. Eine deutsche Meisterschaft aber ist mindestens genauso hart erkämpft. Sie ist Ausdruck von Konstanz über eine ganze Saison.

Frau Wolter, ihre Augen haben geleuchtet, als Martina Müller vom Triple erzählt hat.

Ja, denn das möchte ich auch schaffen und irgendwann von Titeln erzählen können. Davon träume ich, dafür arbeitet unsere gesamte Mannschaft hart. Und deswegen bin ich auch nach Wolfsburg gewechselt. Man darf nicht vergessen: Ich komme vom im Frauenfußball kleinen Werder Bremen, habe bis vergangenen Sommer noch Heimspiele vor 150 Zuschauern



Pia-Sophie Wolter (21) spielte bisher für die deutsche U-19- und die U-20-Nationalmannschaft. Im vergangenen Sommer wechselte die Mittelfeldakteurin aus Bremen zum VfL Wolfsburg und kam bisher achtmal in der Fußball-Bundesliga zum Einsatz. Wolter hat Abitur und studiert am VfL-Campus Betriebswirtschaft mit Schwerpunkt Sportbusiness.

bestritten und gegen den Abstieg gekämpft. Hier in Wolfsburg ist alles ein paar Nummern größer – klasse!

War es schwierig, sich beim VfL einzulieben?

Gar nicht! Von der Mannschaft bin ich super aufgenommen worden. Ich fühle mich total wohl in

Wolfsburg, auch wenn ich hier zum ersten Mal alleine wohne. Aber auch das klappt gut. Meinen Wechsel habe ich nicht eine Sekunde bereut, zumal ich als junge Spielerin schon viel mehr Einsätze hatte als erhofft.

Frau Müller, wie war Ihr Ankommen damals in Wolfsburg?

Super, und das ist auch das erklärte Ziel des Vereins. Neue Spielerinnen werden beim VfL immer gut integriert. Daran hat sich, glaube ich, bis heute nichts geändert. Und das ist vermutlich auch eines der Erfolgsgeheimnisse.

Wer ist der Favorit im Duell der Giganten?

Wolter: Es gibt keinen. Für uns kommt es darauf an, im Hinspiel in Frankreich eine gute Ausgangslage zu erarbeiten, um dann zu Hause in einzigartiger Flutlicht-Atmosphäre den Einzug ins Halbfinale zu schaffen. Ich habe gesehen, dass schon Mitte Februar alle Sitzplatz-Karten verkauft waren – Wahnsinn! Das freut uns alle. Müller: Für mich ist VfL gegen Olympique das vorweggenommene Finale. Leider treffen die wohl besten Mannschaften Europas schon so früh aufeinander. Lyon hat personell aufgerüstet, aber den Nachteil, in der französischen Liga nur zwei-, dreimal pro Saison gefordert zu werden. Die entscheidenden Prozente können in einem Kracherspiel dann fehlen. Ich drücke dem VfL die Daumen. Er ist mein Verein, an ihm hängt mein Herz. Und ich bin überzeugt: Er schafft den Einzug ins Halbfinale, zumal er noch eine Rechnung offen hat nach dem verlorenen Endspiel 2018.

Frau Wolter, Ihr Vater Thomas hat für Werder Bremen rund 300 Bundesligaspiele bestritten. Ist es Fluch oder Segen, einen prominenten Fußballer als Vater zu haben?

Segen! Mein Vater hat sich nie darüber definiert, dass er Bundesliga-Profi war, und lässt mich mein Ding machen. Bisher waren meine Mutter und er noch nicht hier in Wolfsburg zu einem Spiel. Für die Lyon-Partie aber habe ich ihnen Karten bestellt.

Werden Sie im Stadion sein, Frau Müller?

Nein. Ich war seit meinem Karriereende erst zweimal da, weil ich wenig Zeit habe. Neben meiner Tätigkeit bei



Martina Müller (38)

spielte 101-mal für die Nationalelf und feierte mit ihr zwei Weltmeister- und zwei Europameistertitel sowie den Gewinn der olympischen Bronzemedaille. Mit dem VfL Wolfsburg wurde die Stürmerin zweimal Champions-League-Sieger, deutscher Meister und DFB-Pokalsieger. 2015 beendete sie ihre Karriere und arbeitet seitdem wieder Vollzeit bei Volkswagen in Wolfsburg.

Volkswagen als Sachbearbeiterin im Mobilitäts- und Umweltservice der Service Factory habe ich mich zur Wirtschaftsfachwirtin weitergebildet. Außerdem spiele ich noch in der Landesliga bei Holzland. Da fehlt die Zeit für Stadionbesuche. Im Fernsehen aber schaue ich mir so oft wie möglich den VfL an – ganz sicher auch Ende März das Rückspiel gegen Lyon.

VfL Wolfsburg – Olympique Lyon

Das Hinspiel im Champions-League-Viertelfinale der Fußballerinnen findet am Mittwoch, 20. März, in Frankreich statt. Anpfiff ist um 20.45 Uhr. Das Rückspiel wird eine Woche später in Wolfsburg im AOK-Stadion ausgetragen. Anpfiff ist um 18.15 Uhr. Der Fernsehsender Sport1 überträgt live.

Schlag ein! Martina Müller (rechts) wünscht Pia-Sophie Wolter viel Glück für die Champions-League-Spiele gegen Lyon.

VfL Wolfsburg bester Nordklub der Bundesliga

Zehn Spieltage vor Saisonende ist der VfL Wolfsburg der beste Nordklub der Fußball-Bundesliga. Nach dem 1:1 (0:0) gegen Werder Bremen belegt er den siebten Tabellenplatz und besitzt erstmals nach zwei Jahren wieder gute Chancen auf die Qualifikation für einen Platz in einem internationalen Wettbewerb. Allerdings ist die nächste Aufgabe enorm schwer: Am Sonnabend, 9. März, gastiert der VfL ab 15.30 Uhr beim wiedererstarkten Rekordmeister Bayern München.

Verteidiger John Anthony Brooks köpft den VfL gegen Bremen in Führung, der frühere Wolfsburgler Max Kruse gleich aus. Trainer Bruno Labbadia zeigte sich trotz des Unentschiedens vor rund 28.200 Zuschauern in der Volkswagen Arena zufrieden. Sein einziger Kritikpunkt: „Nach der verdienten Führung haben wir es versäumt, das 2:0 zu erzielen. Das ist ärgerlich für uns, weil wir einen Dreier verdient gehabt hätten.“

VfL-Heimspiele

: Sa., 16. März, 15.30 Uhr

: So., 6. April, 15.30 Uhr

: Fr., 20. April, bis Mo., 22. April

: Fr., 3. Mai, bis Mo., 6. Mai

: Sa., 18. Mai, 15.30 Uhr

Karten unter www.vfl-wolfsburg.de



EHC Wolfsburg beendet Saison als Tabellenzwölfter

Auch fünf Siege aus den letzten sechs Partien haben nicht gereicht: Eishockey-Bundesligist Grizzlys Wolfsburg verpasste zum ersten Mal seit elf Jahren die Teilnahme an den Play-offs. Im Saisonfinale bezwang die Mannschaft von Trainer Hans Kossmann Anfang März die Iserlohn Roosters mit 5:4 nach Verlängerung. Die Tore vor fast 3.700 Zuschauern erzielten Kris Facault (2), Spencer Machacek, Daniel Sparre und Gerrit Fauser. Damit beendet das Team von Trainer Hans Kossmann die Saison als Tabellenzwölfter.

Manager Charly Fliegau ist nun dabei, ein starkes Team für die nächste Saison aufzubauen. Diese beginnt am 13. September. Der Online-Dauerkartenverkauf startet am 6. Mai.



3 Fragen an...



Fußball-Fan: Jochen Sengpiehl (50) ist seit September 2017 Marketing-Chief der Marke Volkswagen.

Sengpiehl: „Wir wollen Werte transportieren“

1 Herr Sengpiehl, in diesen Tagen läuft die erste Werbekampagne von Volkswagen mit der Nationalmannschaft an. Abgesehen von einem T-Roc, der mehrfach kurz zu sehen ist, spielen unsere Modelle in dem TV-Spot keine Rolle. Warum nicht?

Die Kampagne soll zunächst einmal unser Grundverständnis vom Fußball zum Ausdruck bringen. Wir wollen die Werte transportieren, die uns mit Blick auf den Fußball besonders wichtig sind: Verantwortung, Teamgeist, Gleichberechtigung und Vertrauen. Werte, die nicht nur im Fußball, sondern auch bei Volkswagen eine große Rolle spielen. Da gibt es viele Schnittmengen. Mit dieser ersten Kampagne wollen wir im Bewusstsein der Fans verankern, dass Volkswagen der neue Partner des DFB und damit des gesamten deutschen Fußballs ist.

2 Das Motto der Kampagne lautet „Fußball, das sind wir alle“. Was müssen wir uns darunter vorstellen?

Wir haben von Anfang an immer wieder betont, dass wir nicht nur die Nationalmannschaft unterstützen wollen. Die Nationalspieler sind sicherlich das Aushängeschild des deutschen Fußballs, aber letztlich nur die Spitze des Eisbergs. Wir wollen den Fußball in seiner gesamten Breite unterstützen: Männer und Frauen, Profis und Amateure, Kinder und Erwachsene. Und nicht zu vergessen die vielen tausend Ehrenamtlichen in unseren Vereinen, die überhaupt erst dafür sorgen, dass der Ball rollt. Angefangen beim Jugendtrainer über den Platzwart bis hin zu Eltern, die den Fahrdienst organisieren. Ohne die Arbeit an der Basis wäre die Nationalmannschaft sicherlich nicht das, was sie heute ist.

3 Volkswagen sponsert neben dem DFB auch viele weitere Landesverbände weltweit. Hinzu kommt die Partnerschaft mit dem europäischen Fußball-Verband UEFA. Warum setzt Volkswagen so stark auf das Thema Fußball?

Der Fußball ist nach wie vor die größte Kommunikationsplattform weltweit. Alleine das letzte EM-Finale im Jahr 2016 haben 280 Millionen Menschen am TV verfolgt. Diese Bühne wollen wir nutzen, um uns als modernes, innovatives Unternehmen zu präsentieren – und um unsere neuen Modelle, sei es der Golf 8 oder der ID., ins Schaufenster der Weltöffentlichkeit zu stellen. Wenn Fußball-Fans an Mobilität denken, sollen sie automatisch an uns denken.



Schlussbild: Fans, Jugendspieler und Ehrenamtliche rahmen die Nationalspieler ein.

So entstand der neue TV-Spot

Die deutschen Fußball-Nationalspieler vor der Kamera: *inside* blickt hinter die Kulissen

Fußball, das sind wir alle“ – unter diesem Motto steht die erste Werbekampagne, die Volkswagen als neuer Partner des Deutschen Fußball-Bundes in diesen Tagen startet. Herzstück ist ein 45 Sekunden langer TV-Spot, der in den nächsten Wochen in zahlreichen deutschen Sendern zu sehen sein wird.

Im Mittelpunkt der von der Berliner Agentur DBB entwickelten Kampagne stehen sieben Nationalspieler. An der Seite von zahlreichen Fans, Nachwuchskickern und Ehrenamtlichen laufen Torwart Manuel Neuer, Flügelstürmer Leroy Sané und Co ins Berliner Olympiastadion ein. Dort formieren sie sich zu einem großen Gruppenbild.

Gedreht wurde der TV-Spot Ende vergangenen Jahres an drei Tagen. Am Ende hatte

Regisseur Markus Walter mit seiner Crew ein Terabyte – also 1.000 Gigabyte – Filmmaterial im Kasten.

An elf Drehorten wirkten insgesamt mehr als 250 Darsteller und Komparsen mit. Die Szenen mit den Nationalspielern nahm das TV-Team in einer Halle auf dem Werkgelände von Porsche in Leipzig auf. Die Kulisse des Berliner Olympiastadions fügten Experten am Computer nachträglich ein.

Neben dem TV-Spot gehören zur 360-Grad-Kampagne auch Motive, die auf Plakate in den deutschen Erst- und Zweitligastädten plakatiert werden. Darüber hinaus läuft die Kampagne online, besonders auf Fußball-Webseiten und auf den Volkswagen eigenen Kanälen.



Viel zu lachen: Die Nationalspieler hatten Spaß beim Foto-Shooting.



Werbedreh: Auch Bundestrainer Joachim Löw (rechts) war dabei.



Dreh in einer Halle von Porsche in Leipzig: Die Kulisse des Berliner Olympiastadions wurde am Computer nachträglich eingefügt.



Hymnen-Jacken mit dem Volkswagen Logo: Die Nationalspieler trugen sie erstmals beim Werbedreh in Leipzig.



Der Werbespot läuft ab Freitag, 8. März, im deutschen Fernsehen. Volkswagen Mitarbeiter können ihn ab 6. Februar vorab exklusiv im Volkswagen Portal sehen.

Fußball, das sind wir alle.

Volkswagen. Stolzer Partner des DFB.
#wedrivefootball



**GEWINNSPIEL:
50 x 2 Karten fürs
Länderspiel**

Fußball, das sind wir alle: Dieses Kampagnen-Motiv wird deutschlandweit plakatiert.

Mit **inside** zum Länderspiel in die Volkswagen Arena

Wir verlosen 50 x 2 Eintrittskarten für das Freundschaftsspiel der DFB-Elf gegen Serbien

Noch knapp zwei Wochen, dann steigt zum zweiten Mal überhaupt ein Fußball-Länderspiel in der Volkswagen Arena in Wolfsburg. Am Mittwoch, 20. März, empfängt die deutsche Elf das Team von Serbien. Anpfiff ist um 20.45 Uhr. Bundestrainer Joachim Löw baut im ersten Länderspiel des Jahres auf die Unterstützung

des Wolfsburger Publikums. „Ich kann versprechen, dass wir alles dafür tun werden, damit die Zuschauer ein gutes Spiel sehen“, sagt der 59-Jährige. Für sein Team ist die Partie in Wolfsburg die wichtige Generalprobe vor dem Duell mit den Niederlanden in Amsterdam vier Tage später. Dann geht es um Punkte für die EM-Qualifikation. In der

Gruppe C sind außerdem Weißrussland, Estland und Nordirland Gegner des deutschen Teams.

„Es geht uns in diesem Jahr auch darum, eine Mannschaft für die Europameisterschaft 2020 zu formen“, sagt Löw, der das Gastspiel in Wolfsburg gemeinsam mit den Spielern auch zu einer Tour durch das Volkswagen Werk nutzen wird.

VERLOSUNG

inside verlost unter allen Volkswagen Mitarbeitern 50 x 2 Eintrittskarten für das Spiel der deutschen Mannschaft gegen Serbien. Um teilzunehmen, schreiben Sie bitte eine E-Mail mit Name, Stammmummer und Telefonnummer an fussball@volkswagen.de. Teilnahmeschluss ist am Montag, 18. März, um 12 Uhr. Die Teilnahmebedingungen finden Sie im Volkswagen Portal.

Wer nicht aufs Losglück vertrauen will, der kann weiterhin Tickets im Vorverkauf erwerben: Beispielsweise im Online-Shop des Deutschen Fußball-Bundes: www.dfb.de/tickets



Blick in die Ausstellung: Volkswagen erklärt sein Fußball-Engagement auf spielerische Art.

In den Werken: Ausstellung zum Thema Fußball

Was haben die deutsche Fußball-Nationalmannschaft, der VfL Wolfsburg und Kickers Emden gemeinsam? Alle drei werden von Volkswagen unterstützt. Eine von der Volkswagen Sportkommunikation entworfene Wanderausstellung bringt Mitarbeitern die gesamte Bandbreite des Fußball-Sponsorings nahe. Eröffnet wird die Ausstellung am 11. März im Foyer des BT10 im Werk Wolfsburg. Nach Stationen im Betriebsrestaurant „Oase“ (18.–22. März) und in Halle 90b in der Technischen Entwicklung (25.–29. März) geht sie dann auf Rundreise durch alle deutschen Volkswagen Werke.

Die Ausstellung bietet neben interessanten Fakten auch jede Menge Unterhaltung: Beim imaginären Elfmeterschießen können Mitarbeiter ihre Treffsicherheit, bei einem Quiz ihr Fußball-Wissen unter Beweis stellen. Außerdem wird auf einem Bildschirm der neue Werbespot gezeigt, den Volkswagen mit der deutschen Nationalmannschaft gedreht hat.

Anzeige

Ihr neues *Zuhause*
in den Steimker Gärten

Preview auf
der Baustelle am
**14. März,
15–17 Uhr**



WEIDENPLAN

Die Vermietung geht los: 31 Wohnungen in Wolfsburgs neuem,
innovativem Stadtteil warten auf Sie

zuhause-in-wolfsburg.de

VOLKSWAGEN
IMMOBILIEN



GENEVA
INTERNATIONAL
MOTOR
SHOW
7.-17. MÄRZ 2019

Automobil-Salon Genf 2019

Volkswagen präsentiert Produktneuheiten

Vom 7. bis zum 17. März findet in Genf der 89. Internationale Automobil-Salon statt. Die Marken Volkswagen, Audi, SEAT,

ŠKODA, Bentley, Bugatti, Lamborghini und Porsche sind vor Ort und präsentieren ihre Produktneuheiten. Den Auftritt der Marke Volkswagen Pkw

hat ein Projektteam aus 20 Personen mehr als ein Jahr lang vorbereitet. Viele weitere waren darüber hinaus fachlich eingebunden. Die Highlights auf dem

mehr als 3.000 Quadratmeter großen Stand: das Passat Facelift, der T-Roc R, der Touareg V8 TDI und die Studie ID. Buggy. **inside** stellt die Fahrzeuge vor.

Das ist neu am Passat¹

Mit mehr Infotainment und Assistenzsystemen emissionsfrei durch die Stadt

Mit dabei auf dem Genfer Auto-Salon: das Facelift des Passat. Das Update des Mittelklasse-Modells von Volkswagen

hat einige Innovationen an Bord. Mit dem neuen Infotainmentsystem ist das Fahrzeug auf Wunsch ständig online. Mehr Assistenzsysteme

versprechen noch mehr Sicherheit und der Plug-in-Hybrid Passat GTE² ist zukünftig noch länger elektrisch unterwegs.



Kapazitives Lenkrad:

Es reagiert auf Berührungen des Fahrers und prüft darüber dessen Fahrtüchtigkeit. Im Notfall übernehmen Assistenzsysteme wie „Emergency Assist“ und bringen das Fahrzeug sicher zum Stehen.



Mit der dritten Generation des Modulare Infotainmentbaukastens (MIB3) ständig online:

Neben verbesserten navigationsbezogenen Diensten mit Echtzeitinformationen erschließen sich dadurch neue Technologien und Angebote wie Musik-Streaming-Dienste, Internetradio, eine natürliche (onlinebasierte) Sprachbedienung und die nahtlose Nutzung der Online-Dienste von „Volkswagen We“.



„Travel Assist“:

Das IQ.DRIVE System verbindet alle Assistenzsysteme: Stauassistent inklusive Baustellenassistent, die vorausschauende Distanzregelung ACC sowie den Laneassist. Somit fährt der Passat bis zu 210 km/h nahezu vollautomatisch.



„IQ.LIGHT – LED-Matrixscheinwerfer“:

Die innovative Lichttechnologie sorgt für bessere Sicht und somit für mehr Sicherheit. Bislang war sie ausschließlich für den aktuellen Touareg erhältlich.



Größere Batterie im Plug-in-Hybrid Passat GTE:

Ihr Energiegehalt stieg um mehr als 30 Prozent. Entsprechend steigt auch die rein elektrische Reichweite auf 55 Kilometer im neuen WLTP-Zyklus. Das entspricht ca. 70 Kilometern nach NEFZ.

GENEVA

GENEVA
INTERNATIONAL
MOTOR
SHOW
7.-17. MÄRZ 2019

T-Roc R¹: Ein echter Sportler

SUV in sportlichem Design feiert Premiere: Leistung für Straße und Rennstrecke

Volkswagen präsentiert auf dem Genfer Auto-Salon einen echten Sportler: Die seriennahe Studie T-Roc R ist mit 221 kW/300 PS das leistungsstärkste Derivat der 2017 eingeführten Crossover-Baureihe. In 4,9 Sekunden beschleunigt er aus dem Stand auf 100 km/h. Auch optisch hebt sich das R-Modell ab. Den neu gestalteten Kühlergrill ziert das obligatorische „R“. Spiegelkappen in Chromoptik, schwarz genarbte und leicht ausgestellte Radläufe sowie die schwarzen Bremsattel unterstreichen die sportlichen Ambitionen auf den ersten Blick.

Nicolas Förster (Produktreferent T-Roc R): „Der neue T-Roc R wurde

von Volkswagen R entwickelt und getestet. Dabei hat uns Volkswagen Werksfahrer Benjamin Leuchter mit seiner Rennfahrerexpertise unterstützt. Das Ergebnis: Unser Fahrzeug überzeugt mit Leistung.“ Der Vierzylinder-TSI-Motor mit 2,0 Liter Hubraum stellt 221 kW sowie ein Drehmoment von 400 Nm bereit.

Für eine optimale Straßenlage sorgt das Sportfahrwerk. Die serienmäßige Progressivlenkung trägt entscheidend zum agilen Fahrverhalten bei. Zu den verfügbaren Fahrprofilen zählt außerdem ein spezieller Race-Modus, der eine besonders sportliche Fortbewegung ermöglicht. Um die Leistung auf die Straße

zu bringen, unterstützt die Launch Control, die eine traktionsoptimierte Beschleunigung garantiert.

Unterstrichen werden die sportlichen Eigenschaften des Volkswagen T-Roc R durch das Exterieur. Förster: „Für das SUV haben wir eigens einen R-spezifischen, in Wagenfarbe lackierten Frontstoßfänger entworfen. Große Lufteinlässe geben dem Motor Luft zum Atmen.“ Das Heck prägen ebenfalls Stoßfänger in Wagenfarbe inklusive optischer Luftauslässe und ein Diffusor in Kontrastfarbe. Dem R-Modell vorbehalten ist die links und rechts jeweils doppelflutig ausgeführte Abgasanlage. Das Fahrzeug ist serienmäßig mit 18-Zoll-Leichtmetallfelgen ausgestattet.



Sportliches Design: Stoßfänger und doppelflutige Abgasanlage.



Produktreferent Nicolas Förster: „Unser Fahrzeug überzeugt mit Leistung.“



Bieten den nötigen Halt: Sportsitze mit R Logo.

Auf Kundenwunsch wird die Karosserie im für R-Modelle exklusiven Lapiz Blue Metallic lackiert. Mit allen verfügbaren Farbvarianten kombiniert besteht außerdem die Option eines schwarz abgesetzten Dachs.

Förster: „Auch im Inneren setzt sich das sportliche Design fort. Die Edelstahl-Einstiegsleisten tragen das R-Logo. Das Motiv findet sich auch als Stickerei auf der Rückenlehne der Sportsitze wieder. Sie verfügen über eine semiintegrierte Kopfstüt-

ze. Rückenlehne und Kopfstützen bilden also eine durchgehende Fläche. Im Zusammenspiel mit den ausgestellten Seitenwangen geben die Sitze dem Fahrer den nötigen Halt, um den T-Roc R sportlich zu bewegen.“

Für noch mehr Individualität sorgen optionale Sonderausstattungen wie eine Leder-Ausstattung, das exklusive R-Interieur-Lack-Dekor und 19 Zoll große Leichtmetallräder mit Reifen im Format 235/40 R19.

Weltpremiere: Neuer Touareg V8 TDI²

Stärkstes SUV mit Dieselmotor eines deutschen Herstellers

Das neue Flaggschiff der Marke Volkswagen feiert in Genf Weltpremiere: der Touareg V8 TDI. Mit einer Leistung von 310 kW/421 PS ist er das stärkste SUV mit Dieselmotor eines deutschen Herstellers. Das maximale Drehmoment erreicht das Niveau von Sportwagen: 900 Newtonmeter. Das SUV erreicht eine Spitzengeschwindigkeit von 250 km/h und sprintet in 4,9 Sekunden von 0 auf 100 km/h. Dabei erfüllt die V8-Version wie alle Touareg Modelle die Abgasnorm Euro-6d-TEMP. Ende Mai kommt der Touareg V8 TDI auf den Markt.

Neben Sportlichkeit und Dynamik steht der V8 TDI auch für hochwertige Optik. Käufer werden die Wahl zwischen den serienmäßigen Design-Paketen „Elegance“ oder „Atmosphäre“ haben. „Elegance“ steht für eine technische Interieur-Welt mit der Dominanz von Metall und kühlen Farbtönen. „Atmosphäre“ ist eine warme Innenraum-Welt, in der Holz und Naturtöne vorherrschen. Die Sitzanlage und Türverkleidungen

werden in beiden Versionen serienmäßig mit Leder veredelt.

Der Innenraum des Touareg V8 TDI prägen Screens mit digitalisierten Anzeige- und Bedienelementen, gegerbte Leder sowie Aluminium- und Chrom-Details. Besonders: die Holz-Applikationen. Beispiel Design-Paket „Atmosphäre“: Über die gesamte Breite der Instrumententafel spannt sich hier ein schmaler Flügel aus „Curved-Beam-Holz“ – eine als ein Teil gebogene Holzapplikation in Esche, die der Formgebung der Instrumententafel folgt.

Gegenüber den Modellen mit V6-Motoren verfügt der Touareg V8 TDI zusätzlich serienmäßig über eine Luftfederung, eine elektrisch öffnende und schließende Heckklappe, Komfortsitze, eine Diebstahlwarnanlage, Pedale in Edelstahl sowie das Paket „Licht & Sicht“. Zudem wird der V8

mit 19-Zoll-Leichtmetallfelgen des Typs „Tirano“ statt mit 18-Zoll-Felgen starten.

Zum weiteren Angebotsspektrum gehören modernste Assistenz- und Fahrwerkssysteme. Für ein Plus an Sicherheit sorgen unter anderem die Nachtsicht-

unterstützung, die per Wärmebildkamera Personen und Tiere in der Dunkelheit erkennt. Hinzu kommt

der „Stau- und Baustellenassistent“, der teilautomatisiertes Lenken und Spurhalten, Gasgeben und Bremsen bis 60 km/h ermöglicht.



¹ Studie.

² Seriennahe Studie.

GENEVE

GENEVA
INTERNATIONAL
MOTOR
SHOW
7.-17. MÄRZ 2019

110 Jahre Bugatti

Jubiläumsfahrzeug in Genf präsentiert



Sandgestrahlt und handpoliert: der Tankdeckel des Chiron Sport „110 ans Bugatti“.



Trikolore: Bugatti unterstreicht die französische Herkunft.

Bugatti feiert in diesem Jahr das 110-jährige Bestehen der Sportwagen-Marke aus dem Volkswagen Konzern mit einem Sondermodell. Auf dem Genfer Auto-Salon präsentieren die Elsässer den auf 20 Exemplare limitierten Chiron Sport¹ „110 ans Bugatti“. Das Fahrzeug unterstreicht die französische Herkunft der Luxusmarke. Der Chiron Sport verfügt über eine Leistung von 1.500 PS und

erreicht eine Spitzengeschwindigkeit von 420 km/h. Das Jubiläumsfahrzeug ist zweifarbig gestaltet: Mattlack „Steel Blue“ im hinteren Bereich des Fahrzeugs, der Frontbereich besteht aus Sichtcarbon in „Steel Blue Carbon“. Den sandgestrahlten und handpolierten Tankverschluss aus Aluminium ziert der eingefräste Editions-Schriftzug „110 ans Bugatti“. Ein weiteres optisches Highlight:

die französische Nationalflagge an mehreren Stellen der Karosserie und im Innenraum.

Seit 1909 entwickelte sich Bugatti zu einem der faszinierendsten Namen der Automobilgeschichte. Der Mythos Bugatti wurde geschaffen durch den Firmengründer Ettore Bugatti und dessen Sohn Jean, die in ihren Entwürfen und Konstruktionen nach der vollkommenen Synthese aus Kunst und Technik strebten. Seit 1998 gehört die Marke zum Volkswagen Konzern.



110 Jahre Bugatti: Jubiläumsfahrzeug Chiron Sport „110 ans Bugatti“.

Vollelektrisch: Der ID. Buggy

Studie basiert auf dem Modularen E-Antriebs-Baukasten



Klaus Bischoff, Chefdesigner der Marke Volkswagen.



Vollelektrisch angetrieben und auf Basis des MEB: die Studie ID. Buggy.

Ein echter Hingucker: Volkswagen zeigt auf dem Internationalen Automobil-Salon in Genf den elektrisch angetriebenen ID. Buggy. Die Studie ist angelehnt an die populären US-amerikanischen Strandbuggys auf Grundlage des Käfer-Chassis. Die Neuaufgabe basiert auf dem Modularen E-Antriebs-Baukasten (MEB).

„Ein Buggy ist mehr als ein Auto. Es ist ein automobiles Lebensgefühl. Das spiegelt sich auch im neuen ID. Buggy wider, der zeigt, wie die moderne, retrofreie Interpretation eines solchen Klassikers aussieht und vor allem, wie emotional Elektromobilität sein kann“, sagt Klaus Bischoff, Chefdesigner der Marke Volkswagen.

Der Elektro-Buggy verzichtet wie seine bis in die 80er Jahre beliebten Vorgänger auf ein festes Dach und konventionelle Türen. Zudem erinnern frei stehende Räder mit Offroad-Reifen und offene Seitenschweller an das klassische Design.

Die neue Studie auf MEB-Basis zeigt, dass die vollelektrische Plattform nicht ausschließlich für Großserien-Modelle genutzt werden kann. Auch individuelle Kleinserien sind möglich.



»Einer von uns«: Benjamin Leuchter fährt Tourenwagen-WM

Deutscher Rennfahrer im Volkswagen Golf GTI TCR¹

2019 gehen Volkswagen und Sébastien Loeb Racing mit vier Fahrern im FIA Tourenwagen-Weltcup (WTCC) an den Start. Einziger Deutscher im Golf GTI TCR ist Benjamin Leuchter. Erste Berührungspunkte mit Volkswagen hatte der 31-Jährige schon in seiner Kindheit. Seit 2009 ist er auch beruflich eng mit dem Konzern verbunden.

Benjamin Leuchter hat das sprichwörtliche „Benzin im Blut“. Autos und speziell die Marke Volkswagen spielten schon früh in seinem Leben eine Rolle. Leuchter: „Ich erinnere mich, dass meine Mutter einen Golf II GTI gefahren hat. Ihr Bruder war beim ersten GTI-Treffen am Würthersee dabei. An Volkswagen führte eigentlich kein Weg vorbei. Kein Wunder also, dass mein erstes Auto ein Golf VI GTI wurde.“

Seine ersten Erfolge im Motorsport feierte der Duisburger als Jugendlicher im Kart. Anschließend startete er in Formel-Rennwagen und verschiedenen Langstreckenmeisterschaften. 2009 kreuzten sich erstmals beruflich die Wege von „Benny“ Leuchter und Volkswagen. Seitdem arbeitet er als Instruktor für die Driving Experience. Leuchter: „Wir veranstalten Fahrtrainings, Fahrerevents und Renntaxifahrten. Außerdem gebe ich Produkttrainings für Verkäufer.“ Seine Erfahrungen mit den verschiedenen Fahrzeugen fließen auch immer wieder in die Fahrwerkentwicklung von Straßenautos der Marke Volkswagen ein. Zukünftig kommen noch Aufgaben in der Entwicklung der R GmbH dazu. Für Bentley, Bugatti,



Lamborghini und Škoda ist „Benny“ vor allem bei Fahrerevents im Einsatz.

Leuchter: „Ich habe mich von Tag eins an mit Volkswagen identifiziert. Als ich dann 2016 auch erstmals im Rennsport einen GTI fahren durfte, passte einfach alles zusammen.“ In seinem ersten Jahr in der TCR Germany belegte er gleich Platz fünf und war damit bester Volkswagen Pilot. Im gleichen Jahr stellte Benjamin Leuchter auch den Rundenrekord für frontan-

Gemeinsam unterwegs in der Tourenwagen-Weltmeisterschaft: Benjamin Leuchter mit seinem Golf GTI TCR.

Daten und Fakten Benjamin Leuchter

| | |
|----------------------|-----------------------|
| Geburtsdatum | 22.11.1987 |
| Geburtsort | Duisburg (D) |
| Größe/Gewicht | 165 cm / 60 kg |
| Motorsport | seit 2001 |
| Hobbys | Kart, Poker, Crossfit |

getriebene Serienfahrzeuge auf der Nürburgring-Nordschleife mit einem Golf GTI Clubsport S auf. 2019 soll zum Höhepunkt der bisherigen Karriere des Rennfahrers werden, der sich seit dem vergangenen Jahr Volkswagen Markenbotschafter und Motorsportrepräsentant nennen darf. Leuchter: „Es zahlt sich aus, dass ich trotz anderer Angebote immer bei Volkswagen geblieben bin. Jetzt wird ein Traum für mich wahr: Ich darf in der höchsten Klasse des Tourenwagensports eine Weltmeisterschaft fahren.“ Sein Fahrzeug, den Golf GTI TCR, kennt er von Beginn an. Schon 2015 war er in das Entwicklungsprogramm eingebunden und hat seitdem neben

zahlreichen Renneinsätzen jeden Wintertest für die Weiterentwicklung mitgemacht. Das Ziel für Leuchters erste Saison in der WTCC: „Ich bin nur zwei der Strecken im Rennkalender schon einmal gefahren, bin Neuling in dieser Serie, aber ich tue alles für den Erfolg und denke, ich kann das eine oder andere Highlight setzen.“ Lachend fügt er hinzu: „Bislang war ich in jeder Saison bester Volkswagen Pilot – und mit Traditionen soll man ja bekanntlich nicht brechen.“



Testprogramm für ID. R startet erfolgreich

Auf dem Circuito de Almería in Andalusien hat für den rein elektrisch angetriebenen ID. R die Vorbereitungsphase auf den Rekordversuch auf der Nürburgring-Nordschleife begonnen. Fahrer Romain Dumas absolvierte in Spanien erste Testfahrten. Im Sommer möchte er auf der 20,832 Kilometer langen Rennstrecke in der Eifel die aktuelle Bestzeit für Elektro-Fahrzeuge (6:45,900 Minuten) unterbieten.

„Nach dem Funktionstest in Oschersleben sind auch die ersten Testfahrten in Spanien nach Plan verlaufen“, sagt Volkswagen Motorsport-Direktor Sven Smeets. „Es ist sehr spannend, den ID. R nach der Rekordfahrt am Pikes Peak nun auf einer echten Rennstrecke zu erleben. Die Optimierung eines Elektro-Sportwagens für den legendären Nordschleife unter Beweis zu stellen.“ Der ID. R ist der sportliche Vorbote der neuen ID. Produktfamilie, mit der Volkswagen ab 2020 eine breite Palette von rein elektrischen Fahrzeugen anbieten wird.

Im Mittelpunkt der viertägigen Testfahrten in Spanien stand die Anpassung der Software, die an Bord des ID. R die Balance zwischen mechanischer Brems- und Rekuperation der Batterien steuert. „Auf einer abgesicherten Rennstrecke wie der Nürburgring-Nordschleife kann man viel näher ans Limit gehen als beim Bergrennen am Pikes Peak“, beschreibt Fahrer Romain Dumas die Unterschiede. „Ich kann härter bremsen und aggressiver beschleunigen. Mit der Anpassung der Software wird die Leistungsfähigkeit der Elektromotoren für unseren neuen Rekordversuch abgestimmt.“



T-Cross Produktionsstart weltweit: Vier Werke, ein Modell

Baureihenleiter Andreas Krüger über das neue SUV, Teamwork und positive Reaktionen

Die SUV-Familie der Marke Volkswagen erhält weiteren Zuwachs – den T-Cross. Das neue Modell auf Basis des Polo vereint die Vorteile von Baukastenstrategie und Baureihenorganisation und hat im April Verkaufsstart in Deutschland und Europa. **inside** sprach darüber mit dem Leiter der Baureihe G1, Andreas Krüger.

Was ist aus Ihrer Sicht das Besondere am neuen T-Cross?
Das Fahrzeug überzeugt vor allem

durch seine Funktionalität. Die Vielzahl an Assistenzsystemen ist in dieser Fahrzeugklasse einzigartig. Hier nutzen wir konsequent die Vorteile des Modularen Querbaukastens (MQB). Serienmäßig an Bord sind zum Beispiel ein Umfeldbeobachtungssystem, Spurhalteassistent und Spurwechselassistent – und das bei einem sehr guten Preis-Leistungs-Verhältnis. Wir haben bei der Entwicklung außerdem großen Wert auf eine flexible Gestaltung des Innenraums gelegt. Nur ein Beispiel:

Die Rücksitzbank ist um 14 Zentimeter verschiebbar. Dadurch kann der Kunde den Fußraum für die Passagiere der zweiten Reihe oder das Gepäckvolumen vergrößern. Damit verfügt der T-Cross über den größten Kofferraum seiner Klasse.

Warum wird der T-Cross weltweit an vier verschiedenen Standorten gefertigt?

Dafür gibt es zwei Gründe: Die Nachfrage war von Beginn an hoch. Wir planen deshalb für den T-Cross mit großen Stückzahlen. Um all unsere Kunden rechtzeitig bedienen zu können, benötigen wir die Kapazität der vier Werke. Außerdem ist diese dezentrale Produktion ein Ergebnis unserer Baureihenstruktur, in der wir mehr Verantwortung an die Regionen abgeben. Unsere Spezialisten vor Ort wissen am besten, was die Kunden in den unterschiedlichen Märkten wünschen. In China und Südamerika ist der T-Cross beispielsweise neun Zentimeter länger als in Europa.

An drei von vier Standorten, an denen der T-Cross produziert wird, ist die Fertigung nahezu parallel angelaufen. Wie haben Sie diese Herausforderung bewältigt?

Auch hierbei hilft uns die Baureihenorganisation. Unser Erfolgsrezept ist Teamwork. Die Zusammenarbeit zwischen der Zentrale in Wolfsburg, den Standorten in Spanien, Brasilien und den zwei chinesischen Werken Anting und Changchun läuft Spitze. Dafür ein großes Lob und Dankeschön an unsere Mannschaften weltweit.

Seit Dezember kann der T-Cross vorbestellt werden. Wie kommt das neue SUV bislang bei den Kunden an?

Die Bestelleingänge liegen über unseren Erwartungen. Viele Kunden haben den T-Cross schon geordert, ohne ihn vorher gesehen zu haben. Das beweist großes Vertrauen in unsere Marke und Produkte. Dafür bedanken wir uns mit einer „First Edition“. Kunden, die das Pre-Booking genutzt haben, bekommen ihr Fahrzeug schon vor der offiziellen Markteinführung.

Ab wann steht der T-Cross bei den Händlern und was ist bis dahin noch geplant?

Wie schon beim Produktionsstart sind wir auch bei der Markteinführung in den Regionen fast parallel unterwegs. Offizieller Start ist Ende März.

In Deutschland und Europa ist der T-Cross voraussichtlich ab Ende April bei den Händlern zu sehen. Zuvor haben Journalisten und Blogger aus aller Welt im März auf Mallorca die Gelegenheit, unser neues Modell auf Herz und Nieren zu prüfen. Wir sind gespannt auf das mediale Echo. Bei ersten Testfahrten von Journalisten im noch getarnten T-Cross war das Feedback schon ausgesprochen positiv.

Andreas Krüger (51)

arbeitet seit 1991 bei Volkswagen. Nach seinem Elektronik- und Wirtschaftsingenieurwesen-Studium startete er als Montageplaner in der Wolfsburger Produktion. Es folgten Stationen an deutschen und internationalen Standorten. Aus der Produktion wechselte Krüger als Leiter Versuchsbau in die Entwicklung. Seit September 2017 leitet er die Baureihe Small. Krüger ist verheiratet und hat zwei Kinder. In seiner Freizeit geht er joggen und verfolgt die Spiele des VfL Wolfsburg.



Lobt Funktionalität und Flexibilität des T-Cross: Baureihenleiter Andreas Krüger.

¹ Golf GTI TCR Rennversion.



Arbeit bei der Aids-Hilfe: Volkswagen Azubi Selda Eraslan (rechts) mit Angela Biese.

„Think Social“: Azubis engagieren sich ehrenamtlich

Elf kaufmännische Auszubildende des Standorts Wolfsburg haben einmal pro Woche gemeinnützige Organisationen unterstützt. Im Rahmen des Projekts „Think Social“ sammelten sie Erfahrungen in Einrichtungen zur Kinder- oder Seniorenbetreuung oder des Tier- und Umweltschutzes.

„Die ehrenamtliche Arbeit ist sehr wichtig für die Entwicklung der Persönlichkeit. Wir hoffen, dass es für die jungen Leute ein Auftakt war, sich weiter zu engagieren und ehrenamtlich tätig zu sein“, sagt Ralf Thomas, Leiter Volkswagen pro Ehrenamt. Und auch die Azubis sind sich einig. Ihre einhellige Meinung, nachdem sie als Zeichen der Anerkennung Urkunden erhalten hatten: Sie würden es wieder tun.

„Meine erste Wahl war, in der Aids-Hilfe eingesetzt zu werden. In meiner Zeit dort habe ich sehr viel gelernt und sogar ein eigenes Präventions-Projekt gestartet. Ich werde mich auf jeden Fall weiter dort einbringen und mit dem Team in Kontakt bleiben“, sagt Selda Eraslan (22).

Bei Fragen zu Think Social bitte an das Postfach **VWAG R: WOB, Think Social** schreiben.

Mitarbeiter mit Spürsinn für Druckluft

Wie das „Sonaphone“ hilft, unentdeckte Lecks im Wolfsburger Presswerk zu finden



Leckagen an Druckluftleitungen sind ein Problem. Instandhalter Olaf Thor allerdings ist Tüftler und liebt es, Probleme zu lösen. Nun hat er als Teammitglied des Technologiecenters des Presswerks Wolfsburg dafür gesorgt, dass sich diese Leckagen mithilfe eines digitalen Ultraschallgerätes aufspüren lassen.

Das Problem

Druckluft ist ein teures Betriebsmittel und spielt im Presswerk eine wichtige Rolle: Ein deutlicher Druckabfall ist nicht nur Verschwendung, sondern gefährdet unter Umständen sogar den Produktionsablauf. Umso ärgerlicher, wenn ein erheblicher Teil über Haarrisse an Schweißnähten, Ventilen oder Rohranschlüssen unbemerkt entweicht.

Zu finden sind die schadhafte Stellen mit bloßem Auge meist nicht. Manchmal sind sie ertast- oder hörbar. Voraussetzung: Die Umgebung ist leise genug, um das Zischen zu hören. Aber genau das ist im Presswerk fast nie der Fall. Die Folge: ein Verlust, der allein im zweiten Halbjahr 2018 bei etwa 1.200 Liter Druckluft pro Minute lag. Und das nur in einem Teil des Wolfsburger Presswerks, dem Presswerk 1.

Die Lösung

Das Team des Technologiecenters leistete echte Detektivarbeit, bis es auf ein digitales Ultraschallgerät stieß. Dem Team war schnell klar: Damit lässt sich auch ausströmende



Tüftler: Olaf Thor an seinem Arbeitsplatz im Technologiecenter des Presswerks.



Messung: Mithilfe eines digitalen Ultraschallgeräts lässt sich ausströmende Luft aufspüren.

Luft aufspüren. „Das Sonaphone kann auch dazu verwendet werden, Geräusche von fließendem Strom zu messen“, erklärt Olaf Thor. „Genauso wie entweichende Luft können solche Töne vom menschlichen Ohr kaum wahrgenommen werden.“ Denn die ausströmende Luft erzeugt einen Ton, der im Ultraschallbereich liegt. Diese Schallwellen wiederum kann das Sonaphone aufspüren.

Das Gerät, das einem großen Smartphone ähnelt, ist über ein Kabel mit einem Luftschallsensor verbunden, kaum größer als ein

gewöhnlicher Kugelschreiber. Eine Sonde lokalisiert dann die Stelle, an der der Ton auftritt. Und sie misst in Sekundenschnelle, wie viel Luft ausströmt.

Anschließend erstellt das Gerät einen Bericht. Und eine integrierte Fotokamera ermöglicht es, die Leckagenstelle eindeutig zu kennzeichnen – eine große Hilfe für die Reparaturteams, die den Schaden beheben.

Heike Ripke, Leiterin des Bereichs Instandhaltung Mechanik und Hydraulik im Presswerk: „Wo das



Heike Ripke, Leiterin Instandhaltung.



Andreas Hoppenbrink, Betriebsrat.

menschliche Gehör keine Chance hat, entdeckt das Sonaphone selbst kleinste Leckagen. So unterstützen uns innovative Technologien beim Mitgestalten eines zukunftsfähigen Presswerks.“ Betriebsrat Andreas Hoppenbrink: „Diese tolle Idee ist wieder einmal ein Beleg dafür, dass die Kolleginnen und Kollegen selbst die besten Experten sind. In der Belegschaft im Presswerk und allen anderen Abteilungen stecken so viel Fachwissen und Kreativität, dass wir damit noch viele Verbesserungen erreichen können.“



Symbolische Schlüsselübergabe: Dieser Erdgas-Bus von Scania bringt Gäste künftig von der Autostadt zu den Werkstouren.

Erdgas-Bus bringt Besucher ins Werk

Autostadt nimmt Fahrzeug von Scania in Betrieb

Ein mit Gas angetriebener Bus der Konzernmarke Scania erweitert seit Kurzem das mobile Angebot der Autostadt: Er bringt Gäste zum Startpunkt für die Touren durch das Werk Wolfsburg und übernimmt Servicefahrten für die Autostadt und für Volkswagen. Nach der deutschlandweit ersten Übergabe eines Scania Interlink Busses mit Euro-6-Gasantrieb sagte Roland Clement, Vorsitzender der Geschäftsführung der Autostadt: „Unser Ziel war, mit dem ersten CNG-Bus der Marke ein Zeichen für moderne, nachhaltige Mobilität in der Autostadt zu setzen. Das starke Branding des Busses haben wir bewusst gewählt, damit der neue

Scania CNG-Bus auch im Straßenbild für seine innovative Technik und die damit verbundene CO₂-Reduktion sofort auffällt.“ Luc Moulin, Direktor Verkauf Busse von Scania in Deutschland und Österreich, betonte: „Scania Busse stehen für umweltfreundliche Personenbeförderung. Dazu gehören auch Antriebslösungen für Erdgas und Biogas.“ Gegenüber einem vergleichbaren Bus mit Dieselmotor und der Nutzung von fossilem Erdgas ließen sich bis zu 15 Prozent CO₂ sparen, erklärte Moulin. Der von einem Erdgasmotor angetriebene Reisebus ist eine Spezialanfertigung mit 14,30 Metern Länge und 65 Sitzplätzen. Die Reichweite beträgt etwa 400 Kilometer.

Gesundes Essen im Fokus

Personalvorstand Kilian informiert sich über die Auswahl an Salatbar und Frischetheke

In den Betriebsrestaurants von Volkswagen gehört die Currywurst zu den beliebtesten Mahlzeiten. Doch immer häufiger werden auch Salate, Obst, Säfte und frisch zubereitete Wraps nachgefragt. Bei einem Besuch des Betriebsrestaurants im Markenhochhaus des Wolfsburger Werks hat Personalvorstand Gunnar Kilian die Auswahl gesunder Speisen in den Fokus gerückt. Wolfgang Pick und Karsten Bogun, beide Geschäftsführer

der Service Factory, Martin Cordes, Leitung Gastronomie, Hotellerie und Catering, sowie Ralf Kroschel, Leitung Betriebsgastronomie Wolfsburg, erläuterten ihm das Angebot an der Salatbar und an der Frischetheke, in der es kleine Mahlzeiten „to go“ gibt.

„Die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter unserer Betriebsrestaurants leisten sehr gute Arbeit. Sie stellen ein vielfältiges Angebot zusammen“, sagte Kilian. „Und es ist richtig, dass sie es

ausweiten, wenn die Nachfrage nach mehr Frische, nach Obst und Salat steigt.“

Ralf Kroschel sagte: „Vielen unserer Restaurantbesucher ist gar nicht bewusst, dass wir so viele frische Produkte anbieten. Klassiker wie die Currywurst oder ein Hackbraten sind nach wie vor gefragt. Aber fast ein Drittel der Mitarbeiter entscheidet sich mittlerweile für vegetarische Gerichte.“



Im Betriebsrestaurant des Markenhochhauses: Personalvorstand Gunnar Kilian (Fünfter von links) und Ralf Kroschel, Leiter Betriebsgastronomie Wolfsburg, mit dem Team der Service Factory.

NEUE SERIE

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: inside stellt künftig in dieser Rubrik Wolfsburger Mitarbeiter vor.



Carola Simic (55) aus Köthen, seit 22 Jahren bei Volkswagen.



MEINE FRÜHEREN JOBS

In den 1980er Jahren habe ich in Köthen Hotelkauffrau gelernt. In Wolfsburg bin ich zunächst als Servicekraft im damaligen „Hühner-Rudi“ gelandet. Mein Weg bei Volkswagen begann im Blauen Saal. Dort ist heute das Casino. Danach ging es in das Betriebsrestaurant Panorama. Mit dem Job im „Bella Vista“ ist mein Traum wahr geworden.



MEIN AKTUELLER JOB

Ich arbeite an der Kasse im Betriebsrestaurant Bella Vista im Bürohaus am Park (BT10) und bereite das Frühstücksbuffet mit vor. Mein Motto: „Der Gast ist König.“



MEIN AUTO

Ich fahre einen silbernen Polo. Der ist zwar schon 15 Jahre alt, in ihm fühle ich mich aber immer noch pudelwohl. Mein „Kleiner“ liebt die alljährliche Tour durch den Spreewald. Den Weg dahin findet er fast schon von alleine.



MEINE HOBBYS

In meiner Freizeit helfe ich ehrenamtlich im Wolfsburger Hospiz mit. Gerade mache ich eine einjährige Ausbildung zur Sterbebegleiterin. Ich möchte Menschen auf ihrer letzten Reise begleiten und ihnen den die Angst vor dem Tod nehmen. Kraft dafür gibt mir mein Glauben.



MEIN TRAUM

Wenn ich mal nicht mehr arbeite, möchte ich eine Mehrgenerationen-WG aufbauen. Das soll ein Haus sein, in dem Ältere mit Jüngeren zusammenleben. Auf dieses Projekt freue ich mich jetzt schon sehr.



Gunnar Kilian (Vierter von links) und Bernd Osterloh (Fünfter von links): Personalvorstand und Betriebsratsvorsitzender eröffnen die neue Feuerwache.

Feuerwache offiziell eröffnet

Gunnar Kilian und Bernd Osterloh übergaben neue Heimat der Werkfeuerwehr ihrer Bestimmung

Die neue Wache der Werkfeuerwehr Wolfsburg in Straße 37 ist offiziell eröffnet. Personalvorstand Gunnar Kilian und der Betriebsratsvorsitzende Bernd Osterloh, die mit dem „Volkswagen Move by Service Factory-Shuttle“ zur Veranstaltung kamen, übergaben das neue Zuhause der Brandschützer seiner Bestimmung. Der Umzug aus der alten Feuerwache nahe Tor Ost fand bereits kurz vor Weihnachten statt.

Kilian: „Ich bin von unserer neuen Feuerwache beeindruckt. Die kurze Bauzeit und die mehr als maßvolle Kostenentwicklung hatten auch mit der engen Zusammenarbeit zwischen der Bauplanung und den künftigen Nutzern zu tun. Unsere Kolleginnen und Kollegen haben dabei das Lastenheft selbst entwickelt, um ihre individuellen Bedürfnisse und Arbeitsanforderungen in die Planung einfließen zu lassen.“

Osterloh nutzte die Eröffnung, um den Werkfeuerwehrlern die Anerkennung der Belegschaft für ihre Arbeit auszusprechen: „Ein Standort



Das Team der Werkfeuerwehr plante die neue Wache mit: (hintere Reihe von links) Markus Isensee, Jens Lankau, (vordere Reihe von links) Viktor Sibilski, Werner Weiss, Jan Ahrens.

mit 70.000 Beschäftigten steckt voller Gefahren und Risiken. Darum ist es beruhigend, wenn eine Truppe gut ausgebildeter und gut ausgerüsteter Feuerwehrlern und Rettungssanitäter im schlimmsten Fall für unsere Belegschaft da ist. Für uns alle hier am Standort seid ihr ein Stück gefühlte und gelebte Sicherheit. Dafür bedanken wir uns heute.“

Niko Meinke-Marquardt (Leiter Werkfeuerwehr Standort Wolfsburg):

„Unser neuer Standort mitten im Werk bietet uns beste Voraussetzungen. Innerhalb von fünf Minuten sind wir im Ernstfall an jedem Einsatzort. Damit entsprechen wir den Vorgaben des Gesetzgebers und gewährleisten die Sicherheit aller.“

Neben Platz für Fahrzeuge und Material verfügt die Feuerwache über fünf Werkstätten, 25 Ruheräume, Küchen, einen Sportraum sowie Schulungs- und Büroräume. Auch

die Ergonomie am Arbeitsplatz wurde beim Neubau durch den breit angelegten Mitgestaltungsprozess verbessert. Beispiele sind Deckenkräne und weitreichende Automatisierungen in der Atemschutzwerkstatt, die das Heben schwerer Gegenstände erleichtern.



Werkfeuerwehr in Zahlen

| | |
|--------------------------------|----------------------|
| Werkfeuerwehrlern | 100 |
| Fahrzeuge | 30 |
| Fläche Feuerwache | 7.500 m ² |
| Energieeinsparung durch Neubau | 80 % |
| Einsätze/Tag | 15 |
| Feuerlöscher im Werk | 16.000 |
| Ausrückzeit ab Alarmierung | 45–60 Sek. |



Nach der Vertragsunterzeichnung (von links): Tim Schumacher (VfL Wolfsburg), Julius von Ingelheim (Leiter Regionalstrategie und Standortentwicklung Volkswagen), Hans-Dieter Brand (Neuland), Dennis Weilmann (Stadt Wolfsburg).



Umbau: Hinter der denkmalgeschützten Fassade entstehen moderne Studios, Labore und Büros.

Markthalle wird digitales Zentrum

Wolfsburg: Auch Volkswagen Mitarbeiter ziehen ins Gebäude in der Innenstadt

Gesprochen wurde darüber schon länger. Nun steht fest: Die Markthalle in der Wolfsburger Innenstadt wird zu einem digitalen Zentrum umgebaut. Nachdem der Stadtrat grünes Licht gegeben hatte, ist nun auch der Mietvertrag unterschrieben worden. Kooperationspartner sind Volkswagen, die Stadt Wolfsburg und die VfL Wolfsburg-Fußball GmbH. Eröffnung soll Ende des Jahres sein. Dann werden auch Volkswagen Mitarbeiter einziehen.

Die Pläne für das Gebäude nahe dem Wolfsburger Hauptbahnhof klingen ehrgeizig. „Die Markthalle soll das Wohnzimmer für Digitalisierung in

Wolfsburg werden“, sagt Volkswagen Projektleiter Thomas Abrell. Die Stadt hatte 2016 angekündigt, sich zur digitalen Modellstadt entwickeln zu wollen. Gemeinsam mit Volkswagen rief sie die Initiative #WolfsburgDigital ins Leben. „Die Markthalle wird nun ein sichtbares Zeichen in der Innenstadt sein“, sagt Abrell.

Nach der Eröffnung soll es einen Bereich für Veranstaltungen geben. Geplant sind zudem Studios zur Produktion von Filmen und Augmented Reality. Der VfL Wolfsburg will auf einer angrenzenden Grünfläche ein digitales Fußballfeld errichten, auf dem Sensoren zum Beispiel die

Schusskraft messen. Und in einer offenen Werkstatt, Maker-Space genannt, können Interessierte künftig 3-D-Drucker testen und sich mit Themen wie der Robotik beschäftigen.

„Für Volkswagen ist die Digitalisierung ein wichtiges Zukunftsthema“, sagt Julius von Ingelheim, Leiter Regionalstrategie und Standortentwicklung. „Dabei geht es uns nicht nur um die digitale Infrastruktur oder neue Formen der Mobilität. Die Markthalle soll ein zentral gelegener Treffpunkt für alle digital Interessierten werden. Sie leistet damit einen wichtigen Beitrag auf unserem Weg zur smarten Stadt.“



Die Markthalle

Das Gebäude der Markthalle wurde 1960 als Teil des Hertie-Kaufhauses eröffnet. Der Anbau diente als Lebensmittelabteilung. Nach der Hertie-Schließung 2003 wurde das Kaufhaus abgerissen, der markante Anbau aber erhalten und zu einer Markthalle umgebaut. Der Erfolg blieb jedoch aus. Die Fassade ist heute mit Ausnahme der Nordseite denkmalgeschützt.



Autostadt: 40 Millionen Gäste seit der Eröffnung

40 Millionen Gäste seit der Eröffnung im Jahr 2000 – diesen Meilenstein hat die Autostadt in Wolfsburg Mitte Februar erreicht. „Die Autostadt ist einzigartig und begeistert die Menschen. Sie fasziniert Besucher aus der Region, viele von ihnen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter von Volkswagen, ebenso wie Gäste aus ganz Deutschland und vielen Ländern rund um den Globus“, sagt Gunnar Kilian, Aufsichtsratsvorsitzender der Autostadt und Volkswagen Personalvorstand.



Gunnar Kilian,
Aufsichtsratschef
der Autostadt.

Rückblick: Das ursprüngliche Ziel, jährlich rund eine Million Besucher zu begrüßen, hat die Autostadt deutlich übertroffen. Nach gut einer Million Gäste von Juni bis Dezember des Eröffnungsjahres 2000 kamen seither im Durchschnitt jährlich mehr als zwei Millionen Gäste. „Wir machen die Historie, die Gegenwart und die Zukunft der Mobilität für unsere Besucher erlebbar. Außerdem erfahren die Gäste hautnah, welche Themen den Volkswagen Konzern und seine Marken bewegen – und das an einem inspirierenden und zugleich entspannenden Ort“, erklärt Roland Clement, Vorsitzender der Geschäftsführung.

Das Kerngeschäft der Autostadt sind Fahrzeugübergaben: Rund 150.000 Kunden haben ihren Neuwagen allein im vergangenen Jahr im KundenCenter abgeholt. Aber auch für Gäste, die kein neues Auto mit nach Hause nehmen, hat sich die Autostadt zu einem der beliebtesten Reiseziele in Deutschland entwickelt. Die Besucher schätzen den Themen- und Erlebnispark als kulturellen Veranstaltungs- und anerkannten außerschulischen Lernort.



Roland Clement,
Autostadt-
Geschäftsführung.

Besuchermagneten sind die saisonalen Inszenierungen im Sommer und Winter. Allein 455.000 Gäste besuchten zuletzt die „Traumhafte Winterwelt“.

Freies WLAN am Flughafen Braunschweig

„Airport Free WiFi“ ist ab sofort am Flughafen Braunschweig-Wolfsburg in der Liste der verfügbaren WLAN-Verbindungen zu finden. Das kostenlose Angebot steht allen Passagieren im gesamten Abflugbereich zur Verfügung und ist zeitlich unbegrenzt.

Für die Passagiere heißt das: Vor dem Fliegen problemlos surfen. „Für Verkehrsflughäfen gehört der kostenfreie Zugang zum WLAN-Netz inzwischen einfach zum Standard. Wir erfüllen damit einen Wunsch gerade auch unserer Geschäftsreisenden“, sagt Flughafen-Geschäftsführer Michael Schwarz.

Ziel: Vorbild bei der Produktivität

Standortsymposium in Wolfsburg: Werk soll bis 2020 rund 186 Millionen Euro sparen

Bis 2020 25 Prozent mehr Produktivität: Dafür stellten auf dem Standortsymposium im Werk Wolfsburg Werkmanagement und Mitarbeiter dem Vorstand und Betriebsrat umfassende Maßnahmen vor. Diese Effizienzmaßnahmen sind Teil der Vereinbarungen des Zukunftspakts. Zwischen 2016 und 2020 soll danach die Produktivität um 25 Prozent steigen. Für den Standort Wolfsburg bedeutet das Einsparungen von 186 Millionen Euro. Das Wolfsburger Stammwerk soll so zum effizientesten Standort im Produktionsverbund der Marke Volkswagen werden. Diese fünf Maßnahmen helfen unter anderem dabei:

Transportroboter

Im Karosseriebau sorgen fahrerlose Transportsysteme für eine schnellere Materialversorgung. Die 23 vollautomatischen Transportroboter steigern die Produktivität in der Logistik des Karosseriebaus um sieben Prozent.

Automatisiertes Schrauben

Eine neue Roboter-Station verschraubt selbstständig in einem Arbeitsschritt bis zu 30 Schrauben für Motorlager, Aufprallträger, Anhängervorrichtung, Sicherheitsgurte und Massenmutter. Das erhöht die Qualität und entlastet die Mitarbeiter. Bislang hatten diese die Schrauben manuell verarbeitet.

141 Best Practices

Maßnahmen wie die Roboter-Station fließen in einen konzernweiten Methodenkatalog ein, der Best Practices präsentiert. Bewährte Effizienzmaßnahmen lassen sich so im weltweiten Produktionsverbund einsetzen. 141 Best-Practice-Lösungen aus dem Werk Wolfsburg flossen 2018 in den Methodenkatalog der Marke Volkswagen ein.

Ergonomie und Effizienz

Montagesitze, Hebehilfen und Spezial-Werkzeuge machen die Arbeit in der Fahrzeugmontage ergonomischer. So finden Mitarbeiter alle benötigten Materialien und Werkzeuge griffbereit auf einem mitlaufenden Wagen. „Chirurg-Krankenschwester-Prinzip“ nennen Experten dieses Konzept. Das verkürzt die Laufwege um bis zu 30 Schritte.

Schnellere Fertigung

Auch der Anlauf des Golf 8 war Thema beim Symposium. Die Vorbereitungen laufen planmäßig und auf Hochtouren. Die Fertigung wird rund vier Prozent weniger Zeit in Anspruch nehmen. Möglich machen dies schlankere Prozesse.



Mehr Effizienz am Standort Wolfsburg: Vorstand von Marke und Konzern sowie Mitglieder des Konzernbetriebsrats informierten sich über innovative Lösungen wie das fahrerlose Transportsystem. Es sorgt für eine schnellere Versorgung mit Material.



Werkleiter Stefan Loth.

»Wir haben in den vergangenen Monaten in mehr als 400 Workshops rund 700 Arbeitsschritte analysiert, um die noch vorhandenen Effizienzreserven zu heben.«



Mitlaufende Wagen: Benötigte Materialien und Werkzeuge sind für Mitarbeiter so immer in Griffweite.



Betriebsratsvorsitzender Bernd Osterloh.

»Die Belegschaft im Volkswagen Werk Wolfsburg zeigt eine hohe Flexibilität und passt sich immer wieder den wechselnden Herausforderungen der Produktion an.«



Ergonomische Sitze: Sie entlasten Mitarbeiter bei der Montage des Innenraums.



An der Montagelinie erläutern sie Journalisten Maßnahmen für eine effizientere Produktion: Werkleiter Stefan Loth (links) und Produktionsvorstand Andreas Tostmann (rechts).

Uganda: Mitarbeiter helfen Kindern

Iain Fraser und Philipp Lesch wollen mit „Glocal LifeLearn“ ein Ausbildungszentrum bauen

Kinder in Uganda stark zu machen – das ist das Ziel von Iain Fraser (35) und Philipp Lesch (31). Die Mitarbeiter des Volkswagen Standorts Wolfsburg engagieren sich ehrenamtlich im Verein Glocal LifeLearn und haben viele Pläne. Der nächste: ein Ausbildungszentrum in einer der ärmsten Regionen des ohnehin bitterarmen afrikanischen Landes aufzubauen.

Während der Zugfahrt von Berlin nach Wolfsburg lernten sich Fraser, in der Beschaffung Doktorand für Nachhaltigkeit in den Lieferbeziehungen, und der Produktmanager Lesch kennen. Schnell stellten die Pendler fest: Sie verbindet ihr Engagement für Entwicklungsarbeit, das sie schon während der Studenzeit an den Tag legten. Rasch kommt das Thema auf Frasers Ehrenamt im Verein Glocal LifeLearn zu sprechen. Leschs Neugierde ist geweckt. 2017 wird auch er Mitglied.

Der Verein setzt sich für die schulische Bildung von Kindern in Uganda ein. Das Projekt in der Kleinstadt Bukedea im Osten des Landes startete vor zehn Jahren mit einem Patenkind. Mittlerweile sind es 60 Mädchen und Jungen, die in von Glocal LifeLearn unterstützten halbprivaten Schulen unterrichtet

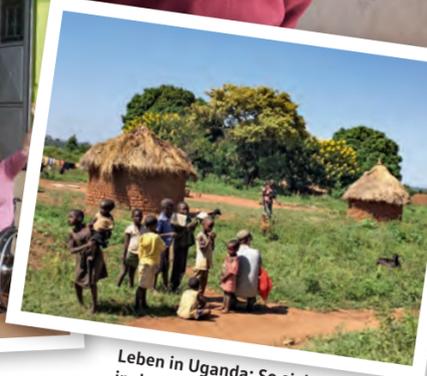


Pendler: Fraser (links) und Lesch lernten sich im ICE von Berlin nach Wolfsburg kennen.

Volkswagen Mitarbeiter Iain Fraser mit Schulkindern: Vor drei Jahren besuchte er Hilfsprojekte in Uganda.



Überzeugte sich, dass die Hilfe ankommt: Fraser (unten, Mitte) und Vereinskollegen in Uganda.



Leben in Uganda: So sieht es aus in der Kleinstadt Bukedea.

werden. „Das ehrenamtliche Engagement macht Spaß, wenn man sieht, dass es etwas bewirkt“, sagt Fraser.

Er überzeugte sich vor knapp drei Jahren an Ort und Stelle von der Wirksamkeit und unterstreicht: „Wir haben keinen Verwaltungsaufwand. Die Spenden kommen direkt bei den Kindern und Jugendlichen an.“ Bei Kindern und Jugendlichen mit starkem Willen. „Es ist unglaublich, wie viel Energie in ihnen steckt. Sie wollen etwas verändern und zu einem besseren Leben in ihrem Land beitragen. Dafür möchten sie zum Beispiel Lehrer oder Krankenschwester werden.“

Genau hier setzt Glocal LifeLearn an. Lesch, Fraser und den anderen Vereinsmitgliedern ist bewusst: Die jungen Ugander haben nach der Schule fast keine Möglichkeit, sich heimatnah weiterzuentwickeln und

einen Beruf zu lernen. Die Lösung: Glocal LifeLearn errichtet gemeinsam mit einem lokalen Partner ein Ausbildungszentrum für Hebammen und Krankenschwestern. „So schlägt man zwei Fliegen mit einer Klappe: Schulabsolventen bieten wir eine Berufsausbildung in ihrer Region. Und gleichzeitig wirken wir dem enormen Mangel an medizinischer Infrastruktur entgegen und stärken das Gesundheitssystem“, erläutert Lesch.

Und wie wird das Ganze finanziert? Zum einen mit Spenden. Zum anderen hat sich der Verein die Unterstützung des Bundesentwicklungsministeriums gesichert. „Die Hälfte der benötigten 65.000 Euro haben wir zusammen“, sagt Fraser. Der gebürtige Neuseeländer betont: „Ich habe schon viel Armut gesehen. Die Situation in Uganda aber ist wirklich schlimm.“

Das Land ist vor allem aufgrund der hohen HIV-Sterblichkeit eines voller Kinder ohne Eltern – und Hilfe dringend erforderlich.“



Glocal LifeLearn

Glocal LifeLearn fing 2009 als Bildungspatenschafts-Programm an und wurde 2011 als gemeinnütziger Verein anerkannt. Die Mitglieder unterstützen Bildungsinitiativen in Uganda, das 35 Millionen Einwohner hat und als eines der ärmsten Länder der Welt gilt. Weitere Informationen unter www.glocal-lifelearn.org. Spenden sind möglich unter betterplace.org/de/projects/67316



Künftig auch im Büro möglich: Mutter mit Kind.

Büro für Eltern und Kinder

Die Konzernlogistik hat in ihren Räumen am Wolfsburger Nordkopf ein Eltern-Kind-Büro eingerichtet. Damit will sie für ihre Beschäftigten die Vereinbarkeit von Familie und Beruf verbessern, was auch ein Ziel im Zukunftspakt der Volkswagen AG ist.

Viele Eltern kennen das: Wenn in der Kindertagesstätte gestreikt wird oder die Tagesmutter ausfällt, ist es schwierig, eine geeignete Betreuung für das Kind zu finden. Der Ausweg: Der Nachwuchs kommt mit ins Büro. Bei der Konzernlogistik gibt es nun ein Büro, in dem Vater oder Mutter arbeiten und gleichzeitig Sohn oder Tochter betreuen können. Dieses ist ausgestattet unter anderem mit Malsachen, Lego-Steinen, einer Kinderküche und einem Auto-Turm.

Und für den Mittagsschlaf steht ein Bett bereit. „Es hat sich schon nach kurzer Zeit deutlich gezeigt, dass der Bedarf für das Eltern-Kind-Büro da ist. Ich bin stolz auf die Projekte, die unsere Mitarbeiter nach einer Mitmach-Aktion umsetzen konnten“, sagt der Leitende Geschäftsführer der Konzernlogistik, Thomas Zernechel.



Thomas Zernechel, Leiter Konzernlogistik.

Hintergrund: Im vergangenen Jahr startete die Konzernlogistik auf Group Connect eine Mitmach-Aktion. Das Ziel: Die Arbeitsräume und Flure zukunftsfähiger und angenehmer zu gestalten. In fünf selbstorganisierten Arbeitsgruppen sammelten Mitarbeiter rund 80 Ideen und Wünsche – darunter ein Eltern-Kind-Büro. Mit Unterstützung von Sabine Unger von der Personalentwicklung und Betriebsrat Dirk Wagner setzten Steffi Badur, Marc Pessel, Severine Bonitzke, Doreen Hamburger und Silke Mann den Plan in die Tat um.

Die „Shopping Queen“ kommt aus dem Personalwesen

Herdis Matthäus (34) überzeugte auch Moderator Guido Maria Kretschmer mit ihrem Outfit



An ihrem Arbeitsplatz bei Volkswagen: Personalreferentin Herdis Matthäus.



Die Shopping Queens von Wolfsburg: Mandy Aiuto (von links), Monika Jürs, Gaby Sprenger, Maria Sciaraffia und Herdis Matthäus.

Volkswagen Mitarbeiterin Herdis Matthäus (34) ist Wolfsburgs „Shopping Queen“. Sie gewann die beliebte Show des TV-Senders Vox, die zum zweiten Mal in Wolfsburg gedreht wurde. Auf den Plätzen hinter ihr landeten mit Mandy Aiuto (Prozessmanagement Pilothalle) und Maria Sciaraffia (Logistik) ebenfalls zwei Volkswagen Mitarbeiterinnen.

„Ich bin hier bei Volkswagen viel auf die Sendung angesprochen und sehr gelobt worden“, sagt die Personalreferentin. Noch heute schwärmt sie vom Moderator: „Guido Maria Kretschmer ist live genauso sympathisch, wie man ihn aus dem Fernsehen kennt.“

Wie in der Sendung üblich, hatten die Kandidatinnen jeweils vier Stunden Zeit und 500 Euro in der Tasche, um das Motto von den Schuhen bis zur Frisur originell umzusetzen. „Vielleicht war es die rote Hose, die mich ganz nach vorne gebracht hat“, vermutet Herdis Matthäus. Darauf abgestimmt waren der schwarze Rollkragenpulli,

Frisur, Nagellack und Accessoires. Das kam an!

„Ich hatte mich aus Spaß per Mail beworben und dachte nicht, dass sich jemand meldet“, erinnert sich Herdis Matthäus. Nach einigen Monaten aber kam die Zusage des Senders für die Dreharbeiten.

Und dann war es tatsächlich wie im Fernsehen: Die Kandidatinnen wurden von zu Hause im pinken Bulli abgeholt und zu den Shopping-Touren in Wolfsburger Geschäften gefahren.

„Herdis hat verdient gewonnen, da sie sehr zielstrebig, aber auch herzlich war“, sagt ihr Verlobter Andrea Russo, der ebenfalls bei Volkswagen arbeitet – in der Beschaffung Interieur. Russo verrät: „Einkaufen ist unser gemeinsames Hobby.“ Seit Kurzem ist er mit einer echten Shopping Queen unterwegs.



Voll des Lobes: Andrea Russo

Komponente zeigt flexible Ladesäule

Volkswagen Group Components vor erstem Messeauftritt in Genf – Serienproduktion startet 2020 in Hannover



Flexible Ladesäule: Das Zukunftsprodukt war gerade erst in Dresden zu sehen – und hat seinen ersten Messeauftritt in Genf (kl. Foto).

Erster Messeauftritt für die neue Marke Group Components: Vom 5. bis 17. März präsentiert die Komponente ihre selbst entwickelte flexible Schnellladesäule einem internationalen Publikum auf dem Genfer Automobil-Salon. Bei der „Group Night“ des Volkswagen Konzerns ist sie am Vorabend des ersten Pressetages sogar noch vor der Eröffnung zu sehen. Als eine der größten Auto-Messen der Welt lockt Genf im Durchschnitt eine halbe Million Besucher an. Auch beim Nachhaltigkeits-Workshop der Marke Volkswagen Pkw einen Monat zuvor am 15. Februar in Dresden erregte die flexible Ladesäule viel Interesse. Thomas Tiedje aus der Entwicklung Komponente informierte rund 70 Journalisten unter anderem zur Ladesäule: „Mit der

flexiblen Schnellladesäule leisten wir einen großen Wertbeitrag zum Thema Nachhaltigkeit bei E-Mobilität. Zum einen ermöglichen wir schnelles und effektives Laden von E-Fahrzeugen. Zum anderen entwickeln wir Lösungen für die Wiederverwertung, dem Second Life der Batterien“, so Tiedje. Die Komponente übernimmt im Rahmen der Batterie-Strategie die Gesamtverantwortung für die Batterie. Vorstandsvorsitzender Thomas Schmall: „Die Komponente kann mit der flexiblen Ladesäule einen wesentlichen Beitrag zum Aufbau der gesamten Ladeinfrastruktur leisten. 2020 startet die Serienproduktion in Hannover, bereits diesen Sommer läuft das Pilotprojekt in Wolfsburg an. Die Ladesäule ist ein gutes Beispiel dafür, wie wir die Veränderung der Komponente gestalten.“ Im Rahmen einer Management-Info und des ersten Pressegesprächs von Group Components vergangenen Monat in Salzgitter hatte die Komponente die flexible Ladesäule ebenfalls der Öffentlichkeit präsentiert – und begeisterte Reaktionen geerntet.



Werk Kassel: Maik Dübener mit einem Lamellenträger an der neuen Trocknungsanlage.

Komponente kann Klimaschutz: CO₂ eingespart!

330.604 Tonnen CO₂ eingespart haben die Komponentenwerke durch das Umweltprogramm „Think Blue. Factory“ in den letzten neun Jahren – das ist ungefähr so viel, wie alle Haushalte in Wolfsburg in fünf Jahren produzieren. Außerdem haben die Komponentenwerke 270.000 Kubikmeter weniger Wasser sowie 138 Tonnen weniger Lösemittel verbraucht. Gemessen wurde in allen Komponentenwerken, die bis Ende 2018 zur Marke Volkswagen Pkw gehörten (ohne China).

Eine kluge Maßnahme kommt zum Beispiel aus Kassel: Früher mussten Lamellenträger zum Trocknen unter hohem Energieaufwand durch drei Durchlauföfen fahren. Heute erledigt den Trocknungsprozess eine selbst konzipierte Anlage. Damit sparen die Kollegen über 60 Prozent CO₂ und jährlich über 43.000 Euro ein.

Die Komponente setzt weiterhin konsequent auf die vielen Tausend Maßnahmen aus dem „Think Blue. Factory“-Programm. Das große Ziel: bis 2025 45 Prozent an Wasser, Abfall, Energie, CO₂- und Lösemittlemissionen einsparen. Das zählt auch auf das Ziel des Konzerns ein, ab 2050 alle Autos CO₂-neutral auszuliefern.

Online-Lebensmittelservice

Braunschweig: Neue Abholstation auf dem Werksparkplatz

Zeit sparend und praktisch: In Kooperation mit dem Supermarkt real bietet das Komponentenwerk Braunschweig einen Online-Lebensmittelservice an. Statt sich durch den Feierabendverkehr zu kämpfen und an Supermarktkassen anzustehen, können Mitarbeiter ihre Einkäufe online bestellen und in einer Abholstation auf dem Werksparkplatz einsammeln. Das Angebot wurde von Service-Factory-Projektleiter André Scheffel umgesetzt und ist Bestandteil der im Zukunftspakt festgeschriebenen „Mitarbeiter Service Points“. Das sind praktikable und mitarbeiterorientierte Services mit

dem Ziel, die Arbeitgeberattraktivität zu erhöhen. Otto Joos, Geschäftsfeldleiter „Fahrwerk“ der Konzern Komponente: „Ich freue mich, dass wir an den verschiedenen Standorten der Konzern Komponente unseren Mitarbeitern neue Services anbieten, die den Alltag erleichtern. Die Abholstation ist eine tolle Ergänzung des bestehenden Angebots.“



Online bestellen – nah am Arbeitsplatz abholen.



Offiziell eingeweiht: Die neue Abholstation auf dem Werksparkplatz in Braunschweig.



Tolle Teamleistung: In der Zeit von 1970 bis heute sind im Komponentenwerk Salzgitter 60 Millionen Motoren vom Band gelaufen.

Gigantisch! 60 Millionen Motoren aus Salzgitter

Kurzer Festakt zum Jubiläum: Beschäftigte, Werkleitung und Betriebsrat feierten gemeinsam

Tolles Jubiläum im Werk Salzgitter: 60 Millionen Motoren haben die Mitarbeiter an dem Motorenstandort seit 1970 gefertigt. Mitte Februar lief der Jubiläumsmotor, ein 1,5-TSI-Motor (EA211 evo), vom Band. Die sparsame und zugleich durchzugsstarke Ottomotorengeneration fasst eine Vielzahl von techni-

schen Innovationen zusammen, wie etwa das Miller-Brennverfahren oder einen Turbolader mit variabler Turbinengeometrie. Derzeit produzieren die Mitarbeiter in Salzgitter täglich 7.000 Motoren auf 86 Fertigungslinien.

Werkleiter Christian Bleiel würdigte die enorme Leistung der Salzgitter-

teraner bei einem kurzen Festakt an einer der Motorenlinien des Werkes: „Die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter unseres Standortes haben über fünf Jahrzehnte bewiesen, dass sie große Stückzahlen und hohe Komplexität beherrschen.“ Betriebsratsvorsitzender Dirk Windmüller ergänzte: „60 Millionen Motoren aus Salzgitter sind

eine gigantische Leistung. Der Jubiläumsmotor, ein EA 211 Evo und der modernste Ottomotor, macht deutlich, dass wir in Salzgitter insgesamt die aktuellsten Verbrenner-technologien produzieren, aber gleichzeitig mit dem Rotor/Stator und der Pilotanlage für Batteriezellen in die Elektromobilität einsteigen.“



Von Emden nach Kassel: Maike Freese, Joachim Süßen, Tamara König, Sören Jakobs und Christian Pause sind fünf von 100 Beschäftigten, die sich für den Wechsel entschieden haben.

Arbeit in Kassel für Kollegen aus Emden

Lob für die tolle Starthilfe im Komponentenwerk: unbefristete Verträge – Personalwechsel als Chance

Volkswagen stellt sich konsequent auf Zukunftsthemen wie E-Mobilität, Digitalisierung und vernetztes Fahren ein. So soll Emden nach Zwickau der zweite deutsche Standort werden, an dem Volkswagen ausschließlich E-Fahrzeuge baut. Der notwendige personelle Wandel ist kein Zukunftsthema mehr – er findet bereits konkret statt. Beispiel: Im Komponentenwerk Kassel nahmen im Januar rund 100 Kollegen aus Emden ihre Arbeit auf. Sie werden künftig im Getriebekonstruktionsbereich eingesetzt. Nach einer Woche Bedenkzeit hatten sich die Mitarbeiter im Herbst dazu entschieden, die neue Chance zu nutzen. Im Werk Kassel haben sie einen Arbeitsplatz mit Zukunftsperspektive und – an-

ders als zuvor – einen unbefristeten Vertrag.

Einer der Pioniere ist die 29-jährige Maike Freese. Sie wechselte von der Passat Produktion in die Montage des aktuell stark nachgefragten Getriebes DQ 381. Freese: „Natürlich vermisse ich meine Freunde. Aber wir bekommen hier tolle Starthilfe. Das Werk Kassel hat eine Kampagne gestartet mit Patenschaften und Unterstützung in der Freizeitgestaltung. Von Badminton über Radtouren bis zur Wohnungssuche helfen uns die Kollegen, im neuen Umfeld Fuß zu fassen.“ Auch Christian Pause (31) ist gewechselt und sagt: „Wir wurden von allen gut aufgenommen und integriert.“

Volkswagen nutzt bei der Transformation die Möglichkeiten eines

großen Verbunds von Standorten und Marken im Sinne seiner Beschäftigten. Stefan Kreher (Personalleiter im Werk Kassel) erläutert: „Wir bei Volkswagen gestalten unsere Transformation sozialverträglich. Für

veränderungsbereite und mutige Mitarbeiter bieten sich dabei sehr gute Chancen. Die ehemals Befristeten aus Emden können sich in Kassel eine gute berufliche Zukunft aufbauen. Im Zentrum steht ein gut bezahlter, fes-

ter Volkswagen Arbeitsplatz.“ Kassels Betriebsratschef Carsten Bätzold: „Es ist uns wichtig, dass die Personalwechsel nicht zulasten derjenigen gehen, die hier sind. Wir haben Arbeit für alle.“



Die Emdener Kollegen im Gespräch mit Kommunikatoren und Personalern zu ihrem Wechsel in das Komponentenwerk Kassel.

Fahrwerk Wolfsburg: Antriebsgelenkwellen für alle MEB-Fahrzeuge

Erstes Symposium der Volkswagen Group Components in Wolfsburg – Im Fokus: innovative Technologien und effiziente Zusammenarbeit

Antriebsgelenkwellen für alle neuen Volkswagen Elektrofahrzeuge in Europa, innovative Technologien in der Fertigung, effiziente Zusammenarbeit innerhalb der neuen Marke Konzern Komponente: Das Fahrwerk Wolfsburg präsentierte sich auf dem 1. Symposium der Volkswagen Konzern Komponente mit zahlreichen Produkt- und Prozessinnovationen – und zeigte damit eine starke Teamleistung.

Antreiber der ID. Familie und mehr: Jedes neue, in Europa gebaute Elektroauto auf Basis des MEB wird künftig mit Antriebsgelenkwellen aus dem Fahrwerk Wolfsburg fahren. Im Rahmen des Symposiums präsentierten Werkleiter Martin Schmuck und sein Team den Vorständen und Betriebsräten, welchen Beitrag das Fahrwerk Wolfsburg zur Dekarbonisierung leistet: Die Verbesserung vorhandener Antriebsgelenkwellen, aber auch die Neuentwicklung verschiedener Gelenke tragen zu einer deutlichen Reichweitensteigerung von E-Fahrzeugen bei.

Auch in der Produktion sollen durch umweltfreundliche und kostenreduzierte Prozesse der Energiebedarf und die CO₂-Emissionen um 20 Prozent gesenkt werden.

Die Antriebsgelenkwelle ist ein zentrales Bauteil. 2018 fertigte das Fahrwerk Wolfsburg neun Millionen Einheiten, 2022 werden es bereits 11,5 Millionen sein.



Werkleiter Martin Schmuck (r.): Das Fahrwerk Wolfsburg ist mit einer tollen Mannschaft und einer zukunftsweisenden Produktstrategie sehr gut für die Zukunft aufgestellt.

Gleichzeitig verbessern die 2.200 Kolleginnen und Kollegen im Fahrwerk konstant die Prozesse und sorgen für Innovationen. So werden in Zukunft 3-D-gedruckte Induktoren zum Härten verschiedener Bauteile zum Einsatz kommen. Dadurch können die eingesetzten Werkzeuge künftig doppelt so lang wie bisher eingesetzt werden. Positive wirtschaftliche Effekte in der Teamorganisation im indirekten Bereich gab es ebenfalls: Durch einen verbesserten Informationsfluss und optimierte Prozesse konnten die Bearbeitungszeiten von Aufträgen um fast 40 Prozent reduziert werden. Auch die werksübergreifende Zusam-

menarbeit im Geschäftsfeld Fahrwerk und in der neu gegründeten Einheit Volkswagen Konzern Komponente zahlt sich aus: Im Austausch mit dem



Erfolgsprodukt aus der Komponente: Die Achszapfen sind ein zentrales Bauteil der Antriebsgelenkwellen.

Standort Kassel können zum Beispiel die dort gefertigten Schmiedeteile für das Fahrwerk Wolfsburg günstiger produziert werden – eine Zusammenarbeit, die künftig weiter ausgebaut wird.

Thomas Schmall (Vorstandsvorsitzender der Volkswagen Group Components): „Das Fahrwerk Wolfsburg hat im vergangenen Jahr Einsparungen von über neun Millionen Euro realisiert und die Wettbewerbsfähigkeit weiter gesteigert. Eine konsequente Fokussierung auf skalierbare Kernprodukte, innovative Entwicklungen bei Produkt und Prozess, die täglichen Verbesserungen auf dem Hallenboden: Mit diesem Mix aus Maßnahmen trägt das Fahrwerk Wolfsburg zur Transformation seines Geschäftsfelds bei.“

Otto Joos, Geschäftsfeldleiter Fahrwerk, sagte: „Künftig gilt es, die weltweite Zusammenarbeit in unserer Konzern Komponente und im Geschäftsfeld Fahrwerk noch effektiver zu nutzen.“

Konzernbetriebsratsvorsitzender Bernd Osterloh schließlich erklärte: „Das Fahr-



Instandhalter Daniel Ludwig: Er zeigt die Vorteile guter Teamorganisation mit Besprechungen direkt an den Teamtafeln.

werk Wolfsburg hat gezeigt, was sich diese Einheit vorgenommen hat: Zukunftsprodukte auf die Straße zu bringen, Prozesse gemeinsam optimal zu gestalten und immer effizienter zu werden. Die im Zukunftspakt vereinbarte Zusammenarbeit zwischen Betriebsrat, Management und Mitarbeitern ist hier besonders erfolgreich.“



Weitere Standortsymposien

Braunschweig 14. März

Salzgitter 14. März

Kassel 6. Juni

Namen & Nachrichten



Sandra Müller-Lauhof, bisher Leiterin Produkt- und Projektmanagement am Standort Kassel, hat zum 1. Januar die Leitung Standortoptimierung & Produktionssystem in Kassel übernommen. Sie ist in dieser Funktion Mitglied des Werkmanagements.

Poznań: Wärme aus der Gießerei

Innovativ und umweltfreundlich: In einem gemeinsamen Projekt der Gießerei Poznań mit dem Unternehmen Veolia werden rund 2.000 Wohnungen in Poznań mit Wärmerückgewinnung geheizt. In Paris fand dazu eine Pressekonferenz von Veolia statt, auf der sich rund 50 internationale Journalisten informierten. Per Live-Schalte aus Poznań beantworteten Werkleiter Thomas Kreuzinger-Janik, Veolia-Leiterin Dalida Gepfert und Projektleiter aus der Gießereiplanung Marcin Matuszak Fragen zur Kooperation.

Planungsleiter sprachen über Best Practices

Markenübergreifender Austausch von Best Practices: Auf Einladung von Jörg Emmert (Leiter Produktionsplanung/-steuerung Group Components) trafen sich jetzt die Planungsleiter von Group Components, Volkswagen Pkw, Audi, Porsche, Seat und Škoda. Sie berieten sich zu aktuellen Themen rund um die Produktionsplanung wie der Batterieverantwortung der Komponente, innovativen Weiterbildungs- und Qualifizierungskonzepten sowie neuen Maschinlieferanten aus China und Japan.



Top-Handballer der MT Melsungen zu Gast bei ihren Fans im Werk Kassel: Eine Stunde lang schlüpfen sie in die Rollen von Kollegen aus verschiedenen Arbeitsbereichen.

Jobtausch mit Handball-Profis

Teamgeist verbindet: Beschäftigte bald backstage bei der MT Melsungen



Christian Bolle zeigt Handballer Timm Schneider ein Zwischenrad eines DQ381-Getriebes.

Spannende Aktion für Kollegen aus Kassel: Bei einem Gewinnspiel der Standortzeitung „Pro Kassel“ haben sechs Mitarbeiter einen Jobtausch mit den Handball-Profis der MT

Melsungen gewonnen. Am 13. Februar war es so weit: Sechs Profisportler besuchten das Werk, um für eine Stunde in die Rolle eines Kasseler Kollegen zu schlüpfen. Bei der Vorstellung der Arbeitsbereiche, wie beispielsweise der Fertigung, Gießerei und Lackabwicklung, stellten die Sportler viele Fragen. „Es war sehr interessant, hinter die Kulissen zu schauen“, betonte Tobias Reichmann, Handball-Nationalspieler. Nach einer Autogrammstun-

de für alle Werkmitarbeiter ging der Jobtausch nach einem gemeinsamen Mittagessen zu Ende. Beim zweiten Teil dürfen die Kollegen hinter die Kulissen der MT Melsungen schauen und die Handball-Profis backstage besuchen. Ziel des Jobtausches war, Synergien und Analogien zwischen Industrie und Profisport zu schaffen. Alle waren überzeugt, dass man in beiden Berufen nur mit Teamgeist zum Erfolg kommt.

Transform Minds: Impulse für Strategie

Zwölf Mitarbeiter aus deutschen und polnischen Komponentenwerken ausgewählt

Die Konzern Komponente steckt in einem großen Veränderungsprozess, den die Führungskräfte der Komponente mit dem Strategieprogramm „ONE MISSION 2025“ gestalten. Damit der Wandel auf allen Ebenen des Unternehmens mitgetragen wird und Impulse der Mitarbeiter einfließen, hat die Konzern Komponente das „Transform Minds“-Programm ins Leben gerufen. Transform Minds – das sind zwölf Mitarbeiter aus deutschen und polnischen Komponentenwerken, die nach erfolgreicher Bewerbung im Sommer 2018 den Wandel der Geschäftsfelder und Werke begleiten und Impulse liefern für die zwölf strategischen Handlungsfelder, darunter „Digitalisierung“, „Produktportfolio“ oder „Kompetenz“. Das Projekt umfasst vier Elemente:

- Impulse von außen gab es auf fünf Stationen einer „Learning Journey“
- Strategie-Impulse: Die Transform Minds nahmen teil an der 2. Konzern-Komponenten-Konferenz



Kick-off mit Vorstand: Die Projektarbeit startete in der Volkswagen Arena.

- Mitwirkung an Projekten: Die Transform Minds haben Ideen entwickelt, die in die zwölf Handlungsfelder der Komponenten-Strategie einfließen.

- Multiplikatoren des Wandels: Die Transform Minds berichten auf Group Connect über ihre Erlebnisse und stehen in den Werken als Ansprechpartner für Kollegen zur Verfügung.

5 Stationen, 1.000 Eindrücke, 1 Ziel: Die Learning Journey der Transform Minds

Nach dem Auftakt auf der Konzern-Komponenten-Konferenz im August startete die Learning Journey der Transform Minds: Von September bis Februar gab es mit Linz, Berlin, Wiesbaden, Ingolstadt und Essen fünf spannende Stationen mit Arbeitssessions

»Durch die Transform Minds können wir unsere bisherige strategische Entwicklung mit spannenden, frischen Impulsen aus der ganzen Mannschaft, aus unterschiedlichen Teams und Erfahrungshorizonten anreichern.«



Ludwig Fazel (Leiter Strategie der neuen Marke Group Components) zum „Transform Minds“-Programm.

Im Denken und Handeln flexibler werden



3 Fragen an...

...David Kraushaar. Er ist »Transform Mind« aus dem Getriebebau in Kassel und arbeitet mit im Handlungsfeld »Kommunikation«.

1 Was waren deine Highlights auf der Learning Journey?

Der Transformationsprozess der Komponente ist eines der größten Ereignisse, die ich bei Volkswagen erlebe. Bei unserem Stopp in Wiesbaden gab es den Raum „Blickwinkel ändern“, der mich zum Nachdenken angeregt hat. Oft reden wir aufgrund unterschiedlicher Blickwinkel aneinander vorbei. Wenn jeder versucht, sein Gegenüber zu verstehen, würden viele Prozesse besser laufen.

2 Wie beteiligst du dich an der Strategie?

Im Handlungsfeld „Kommunikation“ möchte ich einen Beitrag leisten zur Verbesserung des Informationsflusses im direkten Bereich. Ich bin überzeugt, dass uns die Transformation gelingt, wenn wir alle Mitarbeiter zu den wichtigsten Themen zielgerichtet und verständlich informieren und beteiligen.

3 Was ist dein persönliches Fazit?

Wir müssen im Denken und Handeln flexibler werden – dazu kann jeder Einzelne beitragen.

und kreativen Impulsrednern für die Transform Minds und ihre Projekte:

1. Linz (September 2018): Besuch der Technologie- und Zukunftsmesse „Ars Electronica“ und Ausarbeitung der eigenen Themenfelder
2. Berlin (Oktober 2018): Besuch der SAP Data Kitchen am Tag der Deutschen Einheit
3. Wiesbaden (November 2018): Führung durch das „Erfahrungsfeld“

im Schloss Freudenberg

4. Ingolstadt (Dezember 2018): Besuch von Audi Kollegen
5. Essen (Januar 2019): Austausch mit E.ON zu Themen des Wandels

Übrigens: Im März stellen die Transform Minds ihre Projektideen dem Vorstand und der Führungsmannschaft der Konzern Komponente vor.

Wiedersehen mit erstem Blitz-Bulli

Der ehemalige Polizist Heinz Scholze kehrt nach 54 Jahren an seinen Arbeitsplatz zurück



Zwei Originale: Heinz Scholze (89) und der 66 Jahre alte Blitz-Bulli, mit dem der ehemalige Polizeimeister einst Temposünder überführte.

Was für ein Wiedersehen! Zwei Originale, zwei mit Geschichte und Geschichten: Der ehemalige Polizeihauptmeister Heinz Scholze (89) und der erste Bulli-Radarblitzer trafen sich nun nach 54 Jahren bei Volkswagen Nutzfahrzeuge Oldtimer (VWNO) in Hannover-Limmer wieder.

Ex-Schutzmann Scholze zieht sich den alten blauen Polizeimantel über, setzt sich hinten in den Oldtimer auf einen Holzstuhl. Der rüstige Pensionär dreht an Reglern des eingebauten Verkehrsradargeräts „Telefunken VRG2“, tippt auf die Schalter und scherzt: „Gebt mir 15 Minuten. Dann bin ich wieder voll drin! Dann kann es von mir aus wieder losgehen.“

Los ging's das erste Mal für ihn im August 1961 als Teilnehmer des zweiten Radarlehrgangs in Niedersachsen. Scholze war damit einer der ersten Schutzmannen, die mit der neuen Messanlage „VRG2“ Temposünder blitzten. Mobil, aus einem Bulli heraus.

Und genau diesen ersten Blitz-Bulli des Baujahres 1953, mit dem Polizisten für Radarmessungen geschult wurden, haben die Oldtimer-Experten von Volkswagen Nutzfahrzeuge vor Kurzem aus dem

„Dornröschenschlaf“ geholt: Völlig verstaubt und weitgehend unbeachtet stand der blaue Bulli rund 54 Jahre in Garagen und Scheunen. Zuletzt bei einem Kfz-Meister in Hannover-Badenstedt.

Ölwechsel und neue Batterie – der Bulli läuft und läuft ...

Tobias Twele, Projektleiter bei VWNO, entdeckte den Transporter. Und gerät ins Schwärmen: „Nach 54 Jahren Standzeit mussten wir nur Öl und Zündkerzen wechseln sowie eine neue Batterie einbauen.“ Schlüssel umdrehen – und dann war das typische tiefe Blubbern des 25-PS-Boxermotors da.

Twele weiter: „Der Wagen hat kaum Rost im Unterboden und an tragenden Teilen. Der ist noch richtig gut in Schuss!“ Die Oldtimer-Experten wollen ihn in authentischen Zustand belassen. Sogar der Originalstaub aus den Jahrzehnten auf dem Dach und in der Regenrinne. Twele: „Der muss unbedingt bleiben. Der gehört zu diesem Bulli dazu!“

Überhaupt nicht angestaubt ist die Qualität der T-Baureihe. Sie überzeugt auch heute noch die Polizei: Allein in Hannover sind derzeit 159 VW Busse im Einsatz. Der älteste ist ein T4, Baujahr 1998. „Läuft“ also für den Bulli – auch nach Jahrzehnten noch.



Übergabe: Vertriebsvorstand Heinz-Jürgen Löw (links) nimmt den Preis entgegen.

Multivan zum 16. Mal in Folge auf Platz 1

Die Leser der Fachzeitschrift „auto motor und sport“ haben entschieden: Der Multivan gehört zu den „Best Cars 2019“. Damit hat er sich zum 16. Mal in Folge in die Siegerliste eingetragen. 385 Modelle standen in elf Kategorien zur Wahl. Der Multivan von Volkswagen Nutzfahrzeuge ist mit 33,9 Prozent der internationalen Leserstimmen erneut der Beste seiner Klasse.

Insgesamt holte Volkswagen vier Siege bei der Wahl: Neben dem Multivan gewannen der up!, Polo und Golf.

Poznań: Neue Logistikhalle in Betrieb

Eröffnung nach acht Monaten Bauzeit – Dreimillionstes Fahrzeug produziert

Von der Grundsteinlegung bis zur Eröffnung in nur knapp acht Monaten: In Antoninek bei Poznań (Polen) hat Volkswagen Nutzfahrzeuge einen Teil der neuen Logistikhalle in Betrieb genommen.

„Mit der neuen Logistikhalle können wir bislang außerhalb des Werkes liegende Logistikflächen im Werk zusammenfassen und dadurch den Pendelverkehr zwischen Swarzędz und Antoninek reduzieren“, sagt Jörg Pott, Leiter der Logistik im Werk Poznań. Darüber hinaus ermögliche die direkte Verbindung zu den Fertigungshallen den Einsatz von innovativen Versorgungsprozessen, etwa autonome Transporte

zwischen den Hallen. Der Umzug des bisherigen externen Logistikzentrums im Werk 4 in Swarzędz, rund sieben Kilometer vom Werk Poznań entfernt, erfolgte vor Kurzem.

Mitarbeiter produzieren dreimillionstes Fahrzeug

Klasse Leistung: Die Mitarbeiter aus Poznań haben jetzt das dreimillionste Fahrzeug (seit 1993) produziert. Das Jubiläumsmodell ist ein Volkswagen Caddy Kombi Comfortline (2.0 l, mit 110 kW) Edition 35. Das Fahrzeug mit der Nummer 3 000 000 bleibt Teil der internen Flotte von Volkswagen Poznań.



Blick auf die neue Logistikhalle: Sie ist ungefähr so groß wie sechseinhalb Fußballplätze.



Hingucker: der T2 aus Spielzeugsteinen.

Bulli aus 400.000 Legosteinen

Er ist 4,5 Meter lang, 1,7 Meter breit und 1,9 Meter hoch: Drei Lego-Modellbauer haben einen T2-Bulli in Originalgröße aus den beliebten Spielzeugsteinen gebaut. Dafür brauchten sie rund 600 Stunden. Das Auto besteht aus 400.000 Legosteinen und bringt 700 Kilogramm auf die Waage. Zum Vergleich: Der Original VW T2 Bulli, der von 1967 bis 1971 gebaut wurde, hatte ein Leergewicht von 1.300 Kilogramm. Präsentiert wurde der Lego-Bulli auf der Reise- und Freizeitmesse „f.re.e“ in München.

Plus 14,4 Prozent: Guter Jahresstart

Volkswagen Nutzfahrzeuge ist erfolgreich in das neue Jahr gestartet: Im Januar hat die Marke weltweit 39.500 Fahrzeuge an Kunden übergeben. Im Vergleich zum Vorjahresmonat bedeutet das ein Plus von 14,4 Prozent. Die europäischen Kernmärkte Deutschland, Großbritannien, Spanien, Frankreich und Italien erzielten dabei mit 26.700 Fahrzeugauslieferungen über zwei Drittel des gesamten Monatsvolumens (+24,9 Prozent).

Auch die Märkte in Osteuropa trugen mit insgesamt 3.850 Fahrzeugauslieferungen (+40,6 Prozent) deutlich zum Absatzvolumen bei.



Ehrung in Berlin: Bundespräsident Frank-Walter Steinmeier (Vierter von links) mit dem Holocaust-Überlebenden Leon Schwarzbaum (Zweiter von rechts), Volkswagen Azubis sowie Christoph Heubner (links) und Ines Doberanzke (rechts) vom Auschwitz-Komitee.



Evdokia Siori (19), Logistik-Auszubildende bei VWN in Hannover, mit Ausbilder Lars-Timm Felker.

VWN-Azubi bei Bundespräsident Steinmeier

Evdokia Siori begleitete einen Überlebenden des Holocaust ins Schloss Bellevue in Berlin

VWN-Azubi Evdokia Siori (19) und drei weitere Volkswagen Auszubildende haben Leon Schwarzbaum, Überlebender des Vernichtungslagers Auschwitz, zu einem Empfang von Bundespräsident Frank-Walter Steinmeier begleitet. Das

Internationale Auschwitz-Komitee (IAK) hatte die Azubis aus Hannover, Braunschweig und Wolfsburg eingeladen. Sie halfen im vergangenen Jahr, die KZ-Gedenkstätte zu erhalten.

Evdokia Siori über den Besuch im Schloss Bellevue, dem Amtssitz des

deutschen Staatsoberhauptes: „Wir hatten ein sehr gutes, intensives Gespräch mit dem Bundespräsidenten. Ich fühle mich in unserer Gedenkstättenarbeit wertgeschätzt. Danke an das IAK, dass ich dabei sein durfte.“ Steinmeier ehrte Leon Schwarz-

baum (98) mit der Skulptur „Gabe der Erinnerung“. Damit würdigen Auschwitz-Überlebende und das IAK Persönlichkeiten, die für Demokratie, Menschenrechte und Toleranz eintreten und die Erinnerung an Auschwitz wachhalten.



Das ist „Herr G.“: So nennt Michael Paul seinen Polo G40 aus dem Jahr 1992.



„Emil Ypsilon“: Aus der Familie von Ingo Drescher (rechts) ist der Käfer aus dem Jahr 1964 nicht mehr wegzudenken. Auch Tochter Emma ist ein großer Fan.



Liebe auf den ersten Blick: Bei einem Werkstattaufenthalt hat es zwischen Lucia Hesse und „Herbie“ gefunkt.



„Shelli“: So nennt Christoph Köhler seinen T3-Bus. Ein Jahr lang hat er ihn gemeinsam mit seinem Vater und mit seinem Bruder restauriert.

So heißen die Autos der Kollegen

Nach dem Aufruf der *inside*-Redaktion: Mitarbeiter verraten, welche Spitznamen sie ihren Fahrzeugen geben

Gestatten: Emil Ypsilon. So nennt Ingo Drescher aus der Batterie-Forschung in Wolfsburg seinen 64er Dickholm-Käfer. Drescher und viele andere Kollegen geben ihren Autos Spitznamen - und haben sie der Redaktion verraten.

„Den Namen erhielt Emil Ypsilon von der Vorbesitzerin aus dem Nachbarort wegen seines Nummernschildes, BS-EY“, sagt Drescher. Er weiß: Die Vorbesitzerin kaufte den Käfer damals als Jahreswagen von einem

Werksangehörigen. „Sie lernte darauf zu fahren. Es war ihr erstes und einziges Auto.“ Emil Ypsilon diente den Dreschers vor 19 Jahren als Hochzeitsauto. „Die Bilder von Emil als Hochzeitsauto haben wir der Vorbesitzerin natürlich gezeigt. Sie war überglücklich.“ Auch die Kinder der Dreschers sind alle große Emil-Fans.

Aus dem Dornröschenschlaf hat Christoph Köhler aus der California Fertigung seinen T3 erweckt. Das ehemalige Firmenfahrzeug des

Mineralölkonzerns Shell heißt bei ihm einfach „Shelli“. Von Mai 2017 bis Juni 2018 haben Köhler, sein Bruder und sein Vater den Bus bis auf die kleinste Schraube restauriert. „Nur besondere Autos tragen Spitznamen“, sagt Köhler stolz. Und das ist der quietschgelbe Bus in jedem Fall.

Ans Herz gewachsen ist Michael Paul sein Polo G40 aus dem Jahr 1992. „Ich nenne ihn einfach nur Herrn G.“, sagt Paul über den aufgemotzten Flitzer. „136 gesunde Pferde zerren

auch heute noch ganz gut in der Lenkung und sollten sie mal freigelassen werden, sorgen sie auch manchmal für Staunen“, sagt der Mitarbeiter aus dem Werk Kassel.

Liebe auf den ersten Blick, so kann man wohl die Beziehung von Lucia Hesse aus dem Betrieblichen Eingliederungsmanagement und ihrem „Herbie“, einem Käfer Cabrio Baujahr 1979, am besten beschreiben. Bei einem Werkstattbesuch entdeckte sie den Käfer in der Ausstellung

des Autohauses in Wolfsburg - und schlug sofort zu. „Der Name Herbie stand für mich sofort fest, zum einen weil mein verstorbener Vater Herbert hieß, und zum anderen weil ich die Herbie-Filme sehr mag.“ Ob ihr Herbie auch Superkräfte hat? „Ich würde sagen ja. Er hat eindeutig magische Kräfte. Er zaubert vielen Menschen ein spontanes Lächeln ins Gesicht und veranlasst fremde Menschen, mich freundlich anzusprechen.“

RÜCKSPIEGEL – ein Blick in die Geschichtsbücher des Volkswagen Konzerns

Der damalige Bundeskanzler Helmut Schmidt (Mitte) mit Ex-Volkswagen Chef Toni Schmücker (rechts) bei der Betriebsversammlung.

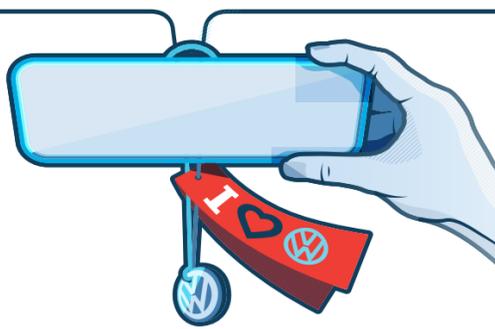


Vor 43 Jahren: Bundeskanzler Schmidt bei Betriebsversammlung

Vor 20.000 Mitarbeitern setzt er sich für das Auto ein

Bei Betriebsversammlungen von Volkswagen ist prominenter Besuch schon lange üblich: Im März 1976 kommt der damalige Bundeskanzler Helmut Schmidt ins Werk in Wolfsburg. Er folgt einer Einladung von Vorstand und Betriebsrat. Von der Dimension der Betriebsversammlung zeigt sich Schmidt beeindruckt. Vor den 20.000 Mitarbeitern gibt er eine klare Stellungnahme zum Automobil als Verkehrsmittel für breite Bevölkerungsschichten ab. In der Öl-Krise Ende 1973/Anfang 1974 hätten viele

geglaubt, dass die wirtschaftliche Entwicklung des Automobils am Ende sei. Die Bundesregierung sei dieser Auffassung aber schon damals entgegengetreten. „Ich zweifle nicht daran, dass in unserer gesellschaftlichen Entwicklung das Auto ganz gewiss eine große Zukunft haben wird“, sagt der SPD-Politiker. Es müsse das Ziel sein, dass jeder Arbeitnehmer finanziell in die Lage kommt, sich ein Auto zu leisten. Helmut Schmidt: „Dies ist ein Kennzeichen einer modernen Entwicklung der Gesellschaft.“



Vor 40 Jahren: Erstes Golf Cabrio läuft vom Band

„Erdbeerkörbchen“ geht in Osnabrück in Serie

Der Beginn einer Auto-Ära läuft am 14. Februar 1979 bei der Wilhelm Karmann GmbH in Osnabrück vom Band: das erste Golf Cabriolet. Mit einem feststehenden Überrollbügel und dem gefütterten, wasserdichten Verdeck setzt der Wagen in seiner Klasse Maßstäbe in Fahrzeugsicherheit und Komfort.

Überrollbügel erhöht die Sicherheit

Der erste Prototyp für ein Cabrio des Golf I entsteht bereits im Dezember 1976. Die Windschutzscheibe und die Dreiecksfenster der Limousine sind erhalten geblieben, ebenso der untere Teil der Heckklappe. Dass das Golf Cabrio schließlich mit einem integrierten Überrollbügel als „Erdbeerkörbchen“ in Serie geht, ist den damaligen Sicherheitsanforderungen geschuldet. Ernst Fiala, Vorstand für Forschung und Entwicklung, betrachtet den Überrollbügel besonders mit Blick auf die gesetzlichen Anforderungen in den USA als unverzichtbar.



Echter Hingucker: das erste Golf Cabrio.

Die technischen Daten: Das Golf Cabriolet ist 150 km/h schnell. Volkswagen bietet es ausschließlich als Zweitürer an. Wählen kann der Kunde zwischen zwei Motorvarianten: dem 1,5-Liter-Modell mit 51 kW/70 PS und dem 1,6-Liter mit 81 kW/110 PS.

Der Preis: ab 17.235 DM. Kein Wunder, dass sich der Freiluft-Golf zum meistverkauften Cabrio Europas entwickelt und sogar zu einem Fernsehstar wird: In Serien wie der „Schwarzwaldklinik“ oder „Remington Steele“ ist er häufig zu sehen. In der sechsten Generation gebaut, wird das letzte Golf Cabriolet im Jahr 2016 produziert.

Impressum

Herausgeber
Interne Kommunikation
Konzern und Marke Volkswagen

Anschrift
Brieffach 1977, KS-1
38440 Wolfsburg

Telefon (05361) 989 634
inside@volkswagen.de
inside.volkswagen.de

V. i. S. d. P.
Jörg Lünsmann
Leitung Interne Kommunikation

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

Layout/Produktion
Dominic Stripling, Volkswagen;
TERRITORY CTR GmbH

Druck
Dierichs Druck + Media, Kassel

PEFC-zertifiziert
Dieses Produkt stammt aus
nachhaltig bewirtschafteten Wäldern
und kontrollierten Quellen.