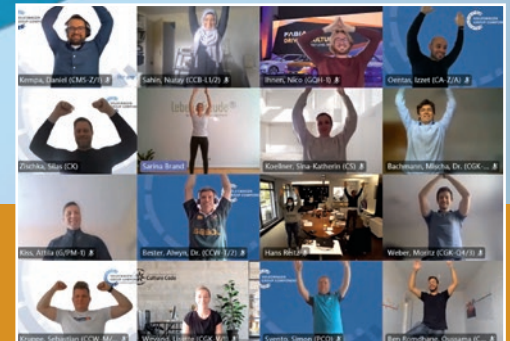


360° CORONA-PANDEMIE

Im Heft:
Interview
mit Dr. Nachbar,
Leiter Konzern
Gesundheitswesen –
S. 16

Leben und Arbeiten mit dem Virus: So ist die Lage bei Volkswagen



Themen im Heft:

Doppel-Interview mit Christian Dahlheim und Arno Antlitz

Sieben Thesen zur Arbeit nach Corona von Gunnar Kilian

Beschäftigte berichten: So haben wir die Fertigung sicher gemacht



25 Jahre



Mitarbeiter-Leasing Jubiläumsangebote für viele Modelle¹

ab 197,50 € mobil
Leasingrate mtl. ab 247,50 €
mit Ø 50,- € Tankguthaben²

Bis zu 2.500,- € Prämie³
bei Inzahlungnahme und
Altfahrzeugverwertung

Immer inklusive Zulassung,
Kraftfahrzeugsteuer und
-versicherung.



Das Mitarbeiter-Leasingangebot gilt für Bestellungen ab 25.05.2021 bis 31.07.2021 und gilt für freie Bestellungen und Bestellungen aus dem Fahrzeugpool. Die Auslieferung muss bis zum 30.12.2021 erfolgen.

¹ Gilt für T-Cross, T-Roc (nicht für T-Roc R), Golf (nicht für Golf GTI, Golf GTD, Golf R), Golf Variant, Touran und Tiguan. Die Hybridmodelle sind von der Aktion ausgeschlossen.
² Monatliche Leasingrate 247,50 € abzüglich 50,- € durchschnittliches Tankguthaben (300,- € Tankguthaben). Leasingoption: 1,00 % Rate von UVP, 6 Monate Laufzeit, 8.000 km Laufleistung, Golf 1,0 TSI OPF 66 kW (90 PS) 5-Gang, Super 95 | Kraftstoffverbrauch l/100km: innerorts 5,4 / außerorts 4,0 / kombiniert 4,5, CO₂-Emission in g/km kombiniert: 104 | Effizienzklasse: A.
³ Prämien stellen einen geldwerten Vorteil dar und sind entsprechend steuer- und sozialversicherungspflichtig.

Fahrzeuggabildung zeigt Sonderausstattungen gegen Mehrpreis.



KundenCenter news
Abonnieren auf „KundenCenter direkt“



Mein KundenCenter
Kanal folgen auf 360° Volkswagen App



KundenCenter direkt
Online auf kundencenter.volkswagen.de

Liebe Kolleginnen und Kollegen,



Seit eineinhalb Jahren befinden wir uns in der Corona-Pandemie – eine lange, herausfordernde Zeit für jede und jeden von uns. Das Virus hat unser Leben verändert und damit auch unsere Arbeitswelt: Abstand statt räumlicher Nähe ist weiterhin ein wichtiges Gebot. Trotz der gebotenen Distanz stehen wir bei Volkswagen aber weiter fest zusammen wie eine Familie – das zeichnet uns aus. Und ebendiese Gemeinschaft, unsere Disziplin beim Einhalten der geltenden Regeln und Ihr Einsatz sind der Schlüssel dafür, dass unser Unternehmen stabil durch diese Krise kommt. Dafür möchten wir uns bei Ihnen allen herzlich bedanken.

Neben der räumlichen Distanz ist jetzt Impfen ein entscheidender Faktor zur Bewältigung der Pandemie. Auch hier will Volkswagen seiner gesellschaftlichen Verpflichtung gerecht werden und zur Durchimpfung der Bevölkerung beitragen. Deshalb haben wir uns dafür eingesetzt, Teil der Impfkampagne des Bundes zu werden. Und das sind wir. An allen deutschen Volkswagen Standorten haben wir Zentren eingerichtet, in denen wir bis zum Werksurlaub bis zu 40.000 Beschäftigte impfen können. Die tatsächliche Zahl hängt davon ab, wie viel Impfstoff uns seitens des Bundes zugewiesen wird. Fest steht aber: Wir werden allen Beschäftigten ein Impfangebot machen können.

Uns ist dabei wichtig, und darauf bauen wir, dass wir als Volkswagen Familie mit einer hohen Impfbeteiligung auch weiter unseren starken Beitrag für unsere Gesellschaft leisten. Deshalb bitten wir Sie: Nehmen Sie das Angebot wahr. Denn Corona wird leider nicht einfach verschwinden. Die Pandemie und ihre Folgen werden uns weiter beschäftigen und somit prägend sein.

Das gilt auch für unsere Arbeitswelt, die einen Digitalisierungsschub erfahren hat. Unsere Aufgabe ist es nun, diese Arbeitswelt auf Basis der neuen Erkenntnisse aktiv

zu gestalten. Gemeinsam mit dem Betriebsrat haben wir auch deshalb proaktiv Arbeitsgruppen zum Projekt Office 2025 gegründet. Dabei arbeiten wir zusammen an der Gestaltung der zukünftigen Büroarbeit. Und das ist wichtig, denn schon vor Corona haben 24.000 Beschäftigte ganztätig oder stundenweise mobil gearbeitet. Nach Corona werden es noch mehr sein. Hybride Arbeit, der Wechsel zwischen Präsenz und mobiler Arbeit, wird dann im Fokus stehen. Wie wir das angehen, erfahren Sie unter anderem auch in dieser Ausgabe des 360° Magazins. Wir werfen gemeinsam einen Blick auf die vergangenen Monate, informieren über die aktuelle wirtschaftliche Situation unseres Unternehmens und werfen speziell einen Blick auf die Zukunft unserer Arbeit. Zeitgleich soll diese Ausgabe aber besonders das herausragende Engagement unserer Beschäftigten würdigen. Ein Fokus liegt dabei auf den Kolleginnen und Kollegen des Gesundheitsschutzes und allen Beteiligten des Krisenstabes, die Großes geleistet haben und weiterhin leisten.

Ebenso möchten wir unseren 660.000 Beschäftigten weltweit danken – für ihre Disziplin in der Krise, ihr Durchhaltevermögen und ihren Einsatz, mit dem sie alle unseren Volkswagen Konzern durch die Krise getragen haben und die Zukunft unseres Unternehmens basierend auf neuen Erkenntnissen dieser Zeit erfolgreich gestalten.

Gunnar Kilian
Mitglied des Vorstands der
Volkswagen AG, Geschäftsbereich
„Personal und Truck & Bus“

Dr. Lars Nachbar
Leiter Konzern
Gesundheitswesen
und Arbeitsschutz

Impressum 360° Magazin „Corona-Pandemie“

Herausgeber
Interne Kommunikation
Konzern und Marke Volkswagen

Anschrift
Brieffach 1977, K-SE-I
38440 Wolfsburg
Telefon 05361 9-89634
Mail 360Grad@Volkswagen.de

V. i. S. d. P.
Jörg Lünsmann, Dirk Borth
Leitung Interne Kommunikation
Redaktion: Alexander Ott (Projektleiter), Marc Rotermund, Oliver Keppler, Jesko Giessen, Dirk Schlunkert, Kirsten Beuscher, Anja Steinmetz, Viola Petrasch, Nadine Schäfer, Alina Engelmeier, Kai Grüber, Viola Richter (Volkswagen Group Components),
Claus-Peter Tiemann (Personal), Cornelia Steinborn-Schröder (Konzern-Logistik), Jörg Stauch (Personal), Kevin Nobs (Betriebsrat), Constantin May (Volkswagen Group Retail Deutschland), Lene Löhmann (Sitech), Xavier Jasso (Volkswagen Group of America), Barbra Haramiova (Volkswagen Slovakia), Lucia Ghirardini (Lamborghini), Olga Chojnacka (Sitech Polen)

Layout/Produktion: Dominic Stripling, Dominique Fritzsche, Alexander Kales (Volkswagen AG), TERRITORY Content to Results GmbH
Redaktionsschluss: 9. Juli 2021
Fotos/Illustrationen: Volkswagen AG, Volkswagen Group Components, Volkswagen Sachsen GmbH, Volkswagen Osnabrück GmbH, Matthias Leitzke, Adobe Stock, Getty

Images, Agentur Bildschön, André Berger (medizin-reporter.blog)

Druck: Dierichs Druck + Media, Kassel



Inhalt

- 3 Editorial
- 6 Corona – eine Chronologie
- 8 **Die Pandemie in Zahlen**
- 10 So ist die Lage bei Vertrieb und Finanzen: Doppelinterview mit Vertriebschef Christian Dahlheim und Konzern-Finanzvorstand Arno Antlitz
- 12 So arbeitet der Konzern-Krisenstab
- 13 Umfrage unter Beschäftigten: So hat sich die Pandemie auf unseren Job ausgewirkt
- 16 **Interview Dr. Lars Nachbar: „Wir versuchen, die Krise zu managen“**
- 18 **Kampf gegen Corona: Blick hinter die Kulissen**
- 22 Impfen und Testen: Gesundheitswesen und IT finden schnelle Lösungen
- 24 Impfen in Italien, Polen, der Slowakei und den USA
- 25 „Gut für mich“ – Volkswagen Beschäftigte treiben online Sport
- 26 Mit hybrider Arbeit ins Büro der Zukunft: Projektteam Office 2025 bereitet den Einstieg in die hybride Arbeit vor
- 27 Auf dem Weg zum „New Normal“: Group Components und Konzern-Logistik zeigen, wie es gehen kann
- 28 Sieben Thesen der Arbeit: Gunnar Kilian über den Einfluss der Pandemie auf das Personalwesen



54

In Südafrika erfolgten nach der Sommerpause Serientests mit Sister Nonceba Mdaka („Sister Nonnie“).



16

Krisenmanager: Dr. Lars Nachbar spricht im Interview über den Arbeitsalltag in der Pandemie.



18

Neue Aufgaben: Das Coronavirus stellt das Team des Gesundheitswesens immer wieder vor Herausforderungen.



- 30 Thomas Hegel Gunther (Produktionssteuerung) über den Wiederanlauf und Lehren aus der Pandemie
- 32 So haben wir die Produktion „Corona-sicher“ gemacht: Vier Beschäftigte berichten
- 34 Sicher arbeiten: So klappt es im direkten Bereich
- 36 Im Interview: Arne Meiswinkel gibt Antworten auf die Frage, was wir aus der Corona-Pandemie für die Zukunft von Volkswagen lernen können
- 38 Neue Schritte gewagt: Beschäftigte berichten, wie sie ihre berufliche Veränderung während der Pandemie erlebt haben
- 40 Doppelinterview: Anne Cockwell und Kai Sickmann über die Situation der rund 4.000 Beschäftigten im Auslandseinsatz
- 42 Digitale Kundenkontakte: Autohäuser in Deutschland gehen in der Krise neue Wege
- 43 Task-Force-Modus mit den Importeuren: Beschäftigte vom Vertrieb Europa erzählen von intensiven Zeiten

44

ID.4 GTX¹: Weltpremiere und Media Drive unter Pandemiebedingungen.



50

Hilfslieferungen: Wie sich der Konzern und seine Marken in der Corona-Krise engagieren.

- 56 Daniela Cavallo: So hat der Betriebsrat den Kontakt zu den Beschäftigten trotz Corona gehalten
- 57 Aufschwung der digitalen Teamarbeit: Group IT verzeichnet Push für Microsoft Teams & Co.
- 58 Abnahmefahrten unter strengen Auflagen: wie die Qualitätssicherung den ID.3² und ID.4³ testet
- 59 Vernetzung in Zeiten von Corona: Die Technische Entwicklung setzt auf digitalen Dialog
- 60 Weltweit vernetzt: So läuft der Einkauf in Corona-Zeiten
- 61 Interview mit Olaf Korzinovski, COO Group Components: „Wir sind noch enger zusammengewachsen“
- 62 Mit Abstand zusammen: Drei Beispiele zeigen, welche kreativen Teambuilding-Maßnahmen ergriffen wurden

¹ID.4 GTX: Stromverbrauch in kWh/100 km (NEFZ): 16,3 (kombiniert); CO₂-Emission in g/km: 0; Effizienzklasse: A+. | ²ID.3: Stromverbrauch in kWh/100 km (NEFZ): 15,4–14,5 (kombiniert), CO₂-Emission in g/km: 0; Effizienzklasse: A+. | ³ID.4: Stromverbrauch (kombiniert) in kWh/100 km (NEFZ): 16,9–15,5; CO₂-Emission (kombiniert) in g/km: 0; Effizienzklasse: A+.

INHALTSVERZEICHNIS

49.889 kontaktlose
Fahrzeugauslieferungen

8

Zahlen, Daten, Fakten: Wissenswertes zur Pandemie auf einen Blick.

Corona – eine Chronologie

28.01.2020

Erster Fall in Deutschland bei der Firma Webasto in Bayern. Volkswagen limitiert dienstliche Reisen nach China auf „business essential only“.



07.02.2020

Zwei Lieferungen von jeweils ca. 35.000 Atemschutzmasken nach China, begleitet durch Mitarbeiter der Konzern Sicherheit.

März 2020

Volkswagen IT schafft innerhalb eines Wochenendes mehrere Zehntausend Zugangsmöglichkeiten für mobile Arbeit.

31.01.20

1. Sitzung der Taskforce China, Vorläufer des Konzern-Krisenstabs.

12.02.2020

WHO ruft Pandemie aus.

Februar 2020

Innerhalb Chinas gilt das Verbot von Dienstreisen. Beschäftigten wird es ermöglicht, mobil zu arbeiten. Für Mitarbeiter, die aus China kommen, gilt eine 14-Tage-Quarantäne-Pflicht. Volkswagen überträgt bereits im Februar die Maßnahmen aus China auf alle Standorte weltweit – Einschränkung der Reiseaktivitäten und Präsenztermine, Hygienemaßnahmen, großzügige Regelungen zur mobiler Arbeit in Deutschland. Es gibt eine Informationskampagne zum Umgang mit privaten Reisen. Das Gesundheitswesen aktiviert eine ärztlich besetzte Hotline. Maßnahmenpläne zur Eingrenzung möglicher Infektionen im Unternehmen werden definiert.



10.03.2020

Vorstand beschließt Aktivierung des Konzern-Krisenstabs Corona unter Leitung von Dr. Lars Nachbar (links) und Michael Schmidt, Leiter Konzern Sicherheit.



12.03.2020

1. Sitzung des Konzern-Krisenstabs.

19.03.2020

Produktionsstopp an deutschen Volkswagen Standorten. Bis zum 30. Juni 2020 waren in der Volkswagen AG im Maximum rund 71.700 Beschäftigte in Kurzarbeit.

17.03.2020

Sämtliche dienstliche Reisen werden untersagt.

16.03.2020

Die Bundesregierung beschließt den ersten Corona-Lockdown. Am 22. März treten die Einschränkungen in Kraft. Nach sieben Wochen, am 4. Mai, endet der Lockdown mit den ersten Lockerungen.

28.03.2020

Erste Lieferung von medizinischer Ausrüstung (400.000 Atemschutzmasken) aus China in Braunschweig eingetroffen; Verteilung: 60 Prozent für medizinische Einrichtungen im Bund, 40 Prozent für Kliniken und Ärzte in Niedersachsen.



31.07.2020

Start der PCR-Tests bei Volkswagen. Bisher wurden rund 40.000 Tests durchgeführt. Einrichtung einer zentralen Rufnummer zur Terminvergabe, später außerdem Terminbuchungen in der 360° Volkswagen App möglich.



23.04.2020

Betriebsvereinbarung: Sicheres Arbeiten in Zeiten von Corona. „100-Punkte-Plan“ für eine Industrieproduktion unter Infektionsschutzmaßnahmen. Mittlerweile mehr als 100.000 Mal geteilt und zum Industriestandard erklärt.



25.03.2021

Volkswagen erweitert Teststrategie: Ab April werden für alle in Präsenz arbeitenden Beschäftigten pro Woche zwei Antigen-Tests zur Verfügung gestellt.



ab März 2020

Temporäre Rückholungen von im Ausland eingesetzten Beschäftigten und Familienmitgliedern, zum Beispiel aus Indien, Brasilien und Mexiko.

November 2020

Volkswagen bereitet an allen Standorten Impfzentren vor.

12.04.2021

Volkswagen erklärt vollständige Impfbereitschaft. Wie in Betrieben geimpft werden darf, bleibt allerdings bis Ende Mai 2021 unklar.



06.05.2021

Das Land Niedersachsen wählt Volkswagen als eines von fünf Unternehmen für ein Modellprojekt für Covid-19-Impfungen in Unternehmen aus. Insgesamt stehen für alle niedersächsischen Standorte rund 5.000 Dosen des Herstellers BioNTech zur Verfügung.



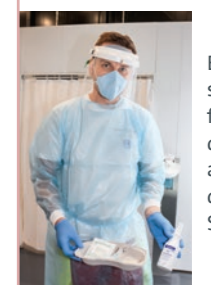
20.05.2021

Impfstart bei Volkswagen im Wolfsburger Impfzentrum in Hafen 1 im Rahmen des Modellprojekts.

07.06.2021

Die Priorisierung bei den Covid-19-Impfungen in Deutschland wird aufgehoben.

10.06.2021



Bei Volkswagen starten flächendeckend die Impfungen an den deutschen Standorten.

21.06.2021

Erste Lockerungen der Schutzmaßnahmen aufgrund der niedrigen Inzidenz.


Die Pandemie in Zahlen

Nachhaltigkeit

50 Experten
aller Marken haben für den sicheren Wiederanlauf der Produktion konzernweite Standards erarbeitet.

Spenden


Medizinisches Material im Wert von **40 Mio. €** hat der Volkswagen Konzern zur Versorgung von Ärzten und Krankenschwestern in Deutschland gespendet.



Gesundheit

Größtes Impfzentrum: Hafen 1 mit **1.800 m²** in Wolfsburg mit **40** Mitarbeitenden.

5 Mitarbeiter aus Gesundheitswesen, Beschaffung und Logistik haben als Kernteam Masken und andere Corona-Hilfsgüter für den Bund organisiert.



Logistik

60 Mio. Schutzmasken für den Konzern: bereitgestellt von der Konzernlogistik mit 50 Flügen in 8 Wochen von China nach Deutschland.

Besucherdienste

Über **11.000** nationale und internationale Gäste bei virtuellen **Werkturen**. Interessierte wenden sich bitte an werktour@volkswagen.de.

Öffentliches Engagement: **10** Mitarbeitende aus dem Gesundheitswesen haben Krankenhäuser/ Pflegeeinrichtungen unterstützt.



19 Min. Reinigungszeit pro Schicht gibt es seit Beginn der Corona-Pandemie in der Fertigung am Standort Wolfsburg.



500 zusätzliche Waschtische wurden in der Produktion in Wolfsburg aufgestellt.

1.000 3D-Drucke von Gesichtsschildern hat der Volkswagen Konzern gefertigt.

Mehr als **2.000** Kontaktschutzscheiben wurden im Werk Wolfsburg verteilt.



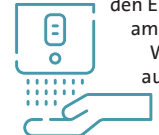
Werk Wolfsburg

Mehr als **60 km** Markierungsband wurden am Standort Wolfsburg auf Flächen angebracht, um zum Beispiel Wege zu kennzeichnen.


90.000 Antigen-Schnelltests werden pro Woche verteilt. Das sind fast **900.000** seit Testbeginn im April 2021.



Rund **500** Desinfektionsspender wurden zusätzlich an den Eingängen am Standort Wolfsburg aufgestellt.



140.000 Mundschutzmasken werden durchschnittlich in der Woche am Standort Wolfsburg verteilt.



MS-Teams-Besprechungen pro Tag: **80.000** im April 2021. Zum Vergleich: **300** digitale Meetings im Februar 2020.

IT Die Zahlen beziehen sich auf den Volkswagen Group Tenant:

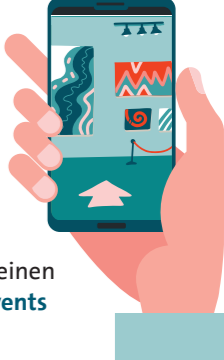
Office 365

Digitaler Zusammenschluss für Office 365 von Seat, Audi, Bugatti, Lamborghini, Ducati, Skoda, Bentley, Volkswagen Pkw und Volkswagen Nutzfahrzeuge.

Chat-Nachrichten: **800.000** täglich wurden im April 2021 verschickt. Zum Vergleich: **20.000** am Tag. Im Februar 2020 waren es noch.

Desinfektionsmittelspender, die Mitarbeiter des Werks Emden gebaut haben, bestehen aus **146 Teilen**, darunter zum Beispiel **Frontscheiben-Reinigungsanlagen des Passat oder Edelstahl-Schalen aus den Kantinen**.

Emden Mehr als **13 Mio.** **Online-Besucher** weltweit hat Volkswagen Cultural Engagement in der Corona-Zeit zusammen mit seinen Kulturpartnern mit **Online-Events** erreicht.



Service Factory Mehr als **5,2 Mio. Mal** wurde **2020** an den Kassen der Kantinen der Volkswagen AG bezahlt.

Autostadt **49.889** kontaktlose **Fahrzeugauslieferungen** gab es im KundenCenter der Autostadt während des eingestellten Parkbetriebs von Anfang November 2020 bis zum 26. Mai 2021.



IK **469** Artikel mit Bezug zu Covid-19 wurden bislang im Volkswagen Net veröffentlicht.

In 12 interaktiven „Sofatouren“ auf dem **Autostadt-Instagram-Kanal** konnten die Ausstellungen und Pavillons der Autostadt seit Pandemiebeginn besichtigt werden.

2019 lag die Zahl bei über **12,5 Mio.**

Über **2.500** Bestellungen hat die **Service Factory** in Wolfsburg seit Dezember 2020 nach Hause geliefert.

4.300 **Genusspakete für zuhause** haben Mitarbeitende und Gäste zwischen November 2020 und Ende Mai 2021 in den Autostadt-Restaurants bestellt.



Vertrieb und Finanzen:

Christian Dahlheim (Leiter Konzern Vertrieb) und Arno Antlitz (Konzern Vorstand Finanzen & IT) erklären im 360° Interview, wie sich die Pandemie auf Autoverkäufe und die Zahlen von Volkswagen ausgewirkt hat.

Das sagt Christian Dahlheim:

Wie hat sich der Fahrzeugabsatz während der Corona-Pandemie entwickelt?

Es fing damit an, dass wir im Februar 2020 in China infolge des harten Lockdowns einen dramatischen Abfall von bis zu 80 Prozent gegenüber dem Vorjahr hatten. Zeitversetzt hatten wir dasselbe Szenario in Europa in ungefähr vergleichbarer Größenordnung. In den USA, in Südamerika und in anderen Regionen war der Einbruch zwar deutlich, aber weit weniger dramatisch. Dort hatten wir keinen so harten Lockdown wie in China und Europa. Ab Herbst kam dann die dritte und die vierte Corona-Welle. Da war die Vertriebssituation deutlich besser, obwohl wir teilweise sogar härtere Lockdowns hatten. Zum Ende des Jahres 2020 lagen wir so trotz der dramatischen Einbrüche in der ersten Jahreshälfte nur rund 15 Prozent unter dem Vorjahr.

Warum lief es für Volkswagen während der zweiten und dritten Corona-Welle besser als zu Beginn der Pandemie?

Im Unterschied zum ersten Lockdown haben wir gelernt, mit der Situation umzugehen. Über kontaktlose Auslieferungskonzepte konnten unsere Händler Autos ausliefern, obwohl sie geschlossen waren. Des Weiteren haben wir die digitalen Bestellmöglichkeiten für die Kunden ausgebaut. Die Pandemie hat den Online-Handel mit Autos mindestens um zwei Jahre

beschleunigt. Im Konzern hat das auch geholfen, manche Partikularinteressen abzubauen und gemeinsam an einem Strang zu ziehen.

Wie laufen die Fahrzeugverkäufe denn momentan?

China und Nordamerika liegen mit Blick auf April und Mai diesen Jahres sogar auf und teilweise über dem Niveau von 2019. Gerade in Nordamerika haben wir durch die erfolgreiche Impfkampagne eine sehr große Nachfrage mit einem Plus bei den Auslieferungen von 48 Prozent, ein richtiger ökonomischer Boom. In Europa ist das Geschäft immer noch schwächer als im Jahr 2019, aber es nähert sich aktuell noch mit einem Minus von ca. zehn Prozent langsam dem Niveau vor der Krise an. Wir konnten die Effekte des letzten Lockdowns hier gut, aber nicht vollständig abfedern. Darüber hinaus sehen wir natürlich auch Effekte der Halbleiter-Krise. Bei den Bestellungen sind wir dagegen schon fast wieder auf dem Level von 2019.

Die Märkte erholen sich. Wo läuft es denn besonders gut?

Der chinesische Markt ist absolut als auch von der Wachstumsdynamik her sehr gut (Gesamtmarkt +37 %). Wir haben eine starke Nachfrage, können die Autos aber mangels Halbleiter nicht in dem Umfang bauen, wie wir uns das wünschen. Der Premiummarkt entwickelt sich überall gut (+35 %), insbesondere in China (+41 %). Der Volumenmarkt ist momentan noch ein bisschen schwieriger (+34 %).

Schauen Sie mit Blick auf die nächsten Monate dennoch optimistisch in die Zukunft?

Ja, die Nachfrage bei den Kunden ist ungebremst, aus der Nachfrage-Krise sind wir längst raus. Wir haben jetzt eine Herausforderung bei den Auslieferungen. Und hier wirkt die Halbleiter-Krise viel stärker als die verbleibenden Auswirkungen der Corona-Pandemie. Wir können momentan nicht so viele Autos bauen, wie wir verkaufen könnten. Das werden wir mittelfristig lösen und erwarten damit auch eine deutliche Erholung bei den Auslieferungen. •

So ist die Lage

Das sagt Arno Antlitz:

Was bedeutet die Vertriebssituation für die Finanzen des Konzerns?

Der Konzern ist auch finanziell stark ins Jahr gestartet. Im ersten Quartal hat sich das operative Geschäft deutlich besser entwickelt als im Vorjahreszeitraum, der durch Covid-19 belastet war. Unsere operative Marge von 7,7 Prozent kann sich auch im Wettbewerbsvergleich sehen lassen und wir haben einen sehr guten Cashflow generiert. Das gute Ergebnis ist im Wesentlichen auf das starke Pkw-Geschäft zurückzuführen, insbesondere in den Markengruppen Premium und Porsche, die von der Markterholung sowie dem starken Produkt-Momentum profitiert haben. Aber auch die Marke Volkswagen und Financial Services sind gut in das Jahr gestartet.

Wie ist die finanzielle Lage des Konzerns im Vergleich zur Zeit vor der Pandemie?

Wir sind finanziell robust aufgestellt, operativ gut unterwegs und strategisch klar ausgerichtet. In der Pandemie haben wir Kosten- und Investitionsdisziplin bewiesen und damit unsere Widerstandsfähigkeit weiter erhöht.

Was haben wir unternommen, um während der Pandemie die Ausgaben zu reduzieren?

Wir haben alle kurzfristigen Ausgaben auf den Prüfstand gestellt und die Notwendigkeit und Dringlichkeit ihrer Umsetzung bewertet. So haben wir Themen identifiziert, die zu einem späteren Zeitpunkt oder in kleinerem Umfang als zunächst geplant umgesetzt werden. Einige Umfänge konnten wir ganz streichen. Die Ausgaben für Reisen oder Messen haben sich pandemiebedingt ohnehin deutlich reduziert. Wichtig ist: Wir haben bei allen unseren Entscheidungen keinerlei Kompromisse an der Zukunftsfähigkeit unseres Unternehmens gemacht und fortgesetzt in strategische Kernthemen wie Elektrifizierung und Digitalisierung investiert.

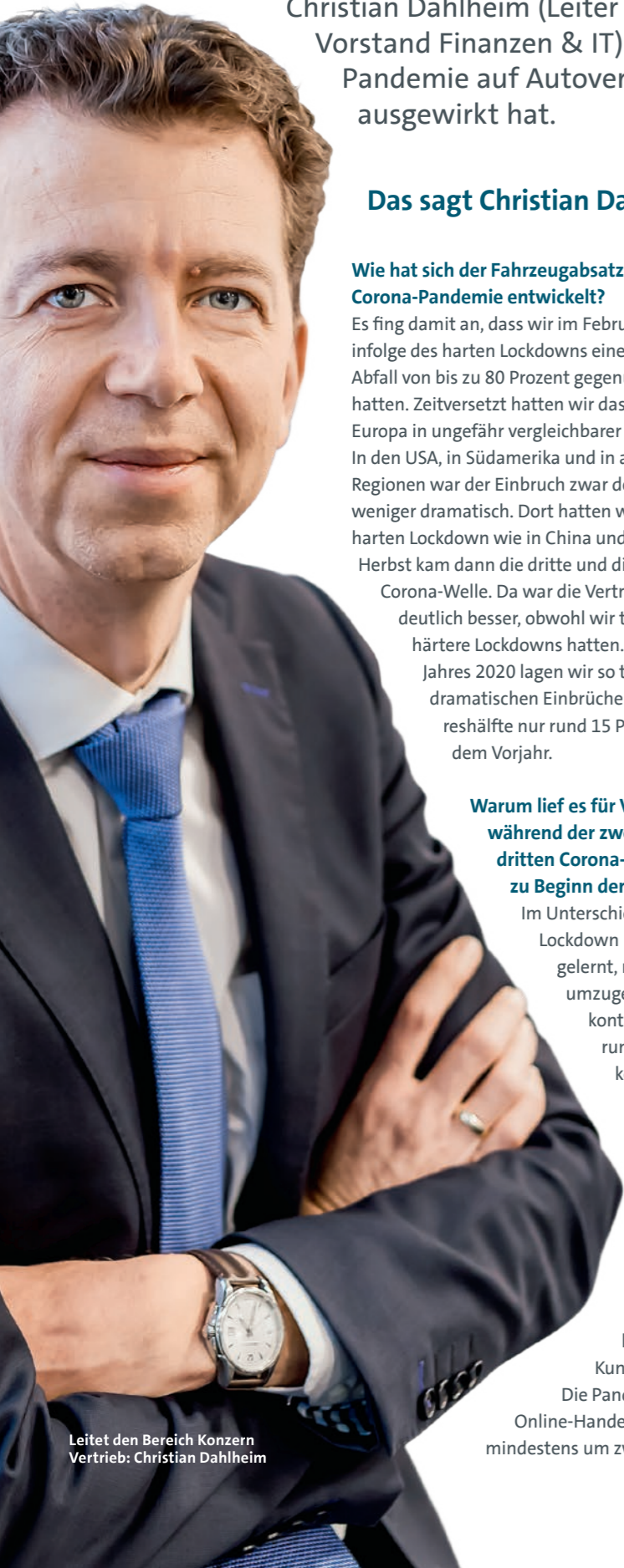
Werden wir uns künftig finanziell einschränken müssen, um die Kosten der Pandemie wieder auszugleichen?

Die Transformation unseres Unternehmens Richtung Elektromobilität und vor allem Digitalisierung erfordert in den nächsten Jahren hohe Investitionen. Um diese leisten zu können, wird hohe Kosten- und Investitionsdisziplin notwendig sein. Wir müssen die Mittel für unseren Umbau selbst generieren. Mit unseren Programmen zur Reduzierung der Fixkosten um fünf Prozent und der Materialkosten um sieben Prozent bis 2023 werden wir einen wichtigen Schritt machen, um das Unternehmen noch zukunftsfester aufzustellen. Grundvoraussetzung für ein robustes Geschäftsmodell sind aber unsere Produkte. Die hohe Kundennachfrage zeigt, dass wir erstklassige Autos bauen.

Sind Sie optimistisch, wenn Sie in die Zukunft schauen?

Seit der zweiten Jahreshälfte 2020 sehen wir eine deutliche Erholung unseres Geschäfts, die sich auch in diesem Jahr fortsetzt. Es ist uns gelungen, die Pandemie erfolgreich zu managen und ihre Auswirkungen zu begrenzen. Aktuell stellt die weltweite Halbleiterknappheit auch uns vor hohe Herausforderungen, aber wir rechnen mit einer Verbesserung der Lage im zweiten Halbjahr. Und wir konnten bislang die Einschränkungen durch die Halbleiterknappheit mit besseren Margen ausgleichen. Die gesamte Mannschaft leistet in dieser schwierigen Situation erstklassige Arbeit und wirkt bereichsübergreifend hervorragend zusammen.

Mit unseren starken Marken und ihren innovativen Produkten sind wir sehr gut aufgestellt, um die vor uns liegende Transformation erfolgreich zu gestalten. Gleichzeitig bauen wir im Rahmen unserer Strategie starke markenübergreifende Plattformen in Hardware und Software auf. Es gibt daher gute Gründe, optimistisch in die Zukunft zu blicken. •



Leitet den Bereich Konzern Vertrieb: Christian Dahlheim



Konzern Vorstand für Finanzen & IT: Arno Antlitz.

So arbeitet der Konzern-Krisenstab

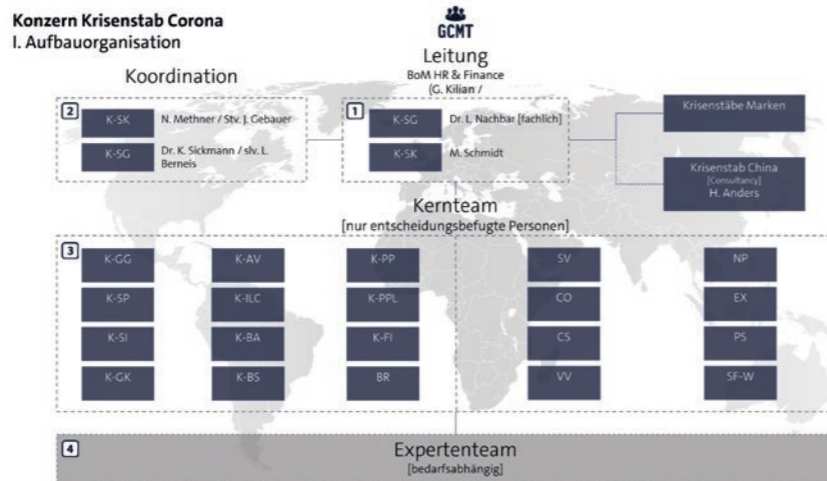
Nicolaus Methner und sein Team koordinieren die Treffen des Expertengremiums.



Behält den Überblick:
Nicolaus Methner,
Leiter Konzern
Krisenmanagement.

Der Konzern-Krisenstab unter Leitung von Michael Schmidt, Leiter Konzern Sicherheit, und Dr. Lars Nachbar ist das zentrale Gremium, in dem über Herausforderungen und Folgen der Corona-Pandemie für Volkswagen gesprochen wird. Rund 40 Experten aus allen Bereichen – unter anderem aus Personal- und Gesundheitswesen, Produktion, Vertrieb, Recht, Beschaffung, Logistik und Kommunikation – beraten in regelmäßigen Sitzungen via Skype und in enger Abstimmung mit dem Vorstand über die aktuelle Lage. Personalvorstand Gunnar Kilian und Einkaufsvorstand Murat Aksel stehen dem Entscheidungsgremium vor. Um möglichst effektiv arbeiten zu können, tagen Konzern-Krisenstab und der Krisenstab der Marke Volkswagen gemeinsam. Ziel ist es, wichtige Informationen weiterzugeben und alle miteinander zu vernetzen. Von Anfang an mit dabei: Nicolaus Methner, Leiter Konzern Krisenmanagement, der bis heute alle Treffen koordiniert und mit seinem Team die Informationsversorgung der konzernweiten Krisenmanagementorganisation übernimmt.

1,5 Jahre Ausnahmezustand – wie würden Sie die vergangenen Monate zusammenfassen?
Spannend, zeitintensiv, lehr- und erfahrungsreich und manchmal schlichtweg nervig ...



Warum?

Die lange Zeit, in der wir in unterschiedlicher Intensität im Krisenmodus laufen, verlangt allen unmittelbar und mittelbar betroffenen Kolleginnen und Kollegen, aber auch der gesamten Belegschaft und den Angehörigen viel ab.

Wie erleben Sie die Zusammenarbeit aller Beteiligten?

Herausragend sind das hohe Maß an Kollegialität, die Unermüdlichkeit und der Wille, gemeinsam diese außergewöhnliche Krise meistern zu wollen. Die Zusammenarbeit über alle Fachbereiche und Gesellschaften hinweg und auch zwischen Arbeitgeber- und Arbeitnehmerseite war immer konstruktiv und zielorientiert. Silodenken gibt es nicht.

Was waren die größten Herausforderungen?

Als allererstes definitiv der Umstand, dass es sich um eine globale Krise handelt. Aus ganz persönlicher Sicht war es sicherlich die Rückführung von gut 2.000 Mitarbeitern und ihren Angehörigen aus zig Ländern. Das war eine Riesenherausforderung für meinen Fachbereich zusammen mit den betroffenen Gesellschaften, Global Assignments, den jeweiligen Sicherheitsorganisationen und dem AirService, die in Summe gut funktioniert hat.

Was machen Sie, wenn die Pandemie überstanden ist?

Was ich am meisten vermisse, ist die Freiheit zu reisen. Leider wird es wohl noch einige Zeit dauern, bis wir wirklich halbwegs frei über unsere Reiseziele entscheiden können, ohne uns oder andere zu gefährden. Wenn es wirklich so weit ist, möchte ich mit meiner Familie endlich mal wieder in die USA reisen. •

Wie hat sich die Pandemie auf unseren Job ausgewirkt?

Hier erzählen zwölf Beschäftigte aus verschiedenen Standorten über ihre Erfahrungen der vergangenen Monate.



David Lehberg,
Meister
Instandhaltung
Batteriesystem-
fertigung, Halle
23, Braunschweig



Antje Poling,
Impfhelferin im
Fahrzeugwerk Zwickau

„Dass jetzt so viele Termine per Video durchgeführt werden, hat Vorteile: Wegezeit entfällt und man schafft mehr, auch wenn ein bisschen der persönliche Kontakt fehlt. In der Fertigung sind die entzerrten Pausenzeiten super, weil sich jetzt nicht alles an den Versorgungsstationen drängt. Gefühlt gibt es dadurch mehr Pause. Durch Corona haben wir einiges verändert, das wir auch beibehalten sollten.“

„Normalerweise arbeite ich in der Gasrackfertigung in St. Egidien. Als Freiwillige gesucht wurden, um die Impfkampagne zu unterstützen, habe ich mich sofort gemeldet. Ich bin gelernte Altenpflegerin und freue mich, wieder im medizinischen Fachbereich tätig sein zu können. Anderen zu helfen, macht mich stolz. Wir Impfhelfer sind mittlerweile zu einem starken Team zusammengewachsen und können uns jederzeit aufeinander verlassen. Von Anfang an haben wir Hand in Hand gearbeitet und uns gegenseitig unterstützt.“



Arne Jansen,
Teamsprecher und
MEB-Multiplikator
im Werk Emden



Florian Havekost,
Maschinenbediener,
VR6-Motor-
mechanische
Fertigung, Salzgitter

„Als MEB-Multiplikator bereite ich mich gemeinsam mit meinen Teamkolleginnen und -kollegen auf die Fertigung des ID.4¹ in Emden vor – aktuell zum Beispiel in den 3P-Workshops in einer Mischung aus Präsenz- und Online-Besprechung, damit nicht zu viele Leute zusammenkommen. Vor Ort an der Trainingskarosse arbeiten wir nur in Kleingruppen. Das ist viel Aufwand und für uns alle eine Herausforderung, da wir alle auf demselben Stand halten müssen. Jedoch haben wir uns als Team sehr gut eingespielt, wir kommen gut voran und bereiten uns gemeinsam – wenn auch mit Abstand – auf den ID.4 und damit auf die Zukunft unseres Standorts vor. Darauf kommt es doch an!“

„In meinem Bereich der mechanischen VR6-Motorenfertigung arbeiten wir in Schichten. Wir machen normalerweise immer eine Übergabe an die Kollegen der nachfolgenden Schicht. In Corona-Zeiten sind diese persönlichen Übergaben nicht möglich. Da galt es, flexibel zu sein. Schnell haben wir Lösungen gefunden. Per Telefon und digitaler Austauschmöglichkeiten standen wir mit unseren Kollegen der jeweiligen anderen Schicht in engem Kontakt. Das klappte wirklich gut, und wichtige Infos konnten wir so weitergeben, obwohl wir uns nicht wie sonst persönlich gegenüberstanden.“



Marcus Gröger,
Karosserieentwickler und
Projektleiter in der Abteilung
Karosseriestruktur, Osnabrück

„In den vergangenen Monaten hat sich unser Arbeitsalltag stark und schlagartig gewandelt. Aus den anfänglichen Herausforderungen dieser schnellen Transformation ist mittlerweile ein neues Bewusstsein dafür geworden, wie gute Zusammenarbeit funktioniert. Die mobile Arbeit macht den Stellenwert von guter Kommunikation, Vertrauen und Transparenz deutlich. Gemäß dem Motto ‚never waste a good crisis‘ hoffe ich, dass dieses neue Verständnis und das aufgebaute Vertrauen eine große Rolle spielen, wenn wir unsere Arbeitsweisen nach der Rückkehr ins Büro überdenken und neu gestalten.“



Claudia Bührig,
Produktmarketing,
Abteilung Launch
Management, Wolfsburg

„Die Corona-Pandemie war schon ein harter Einschnitt. Von heute auf morgen waren die Kitas und Schulen zu, man selbst saß im Homeoffice und es gab eine große Verunsicherung. Mit der Zeit hat sich aber alles sehr gut eingespielt. Das gemeinsame Arbeiten mit Collaboration Tools wie Teams hat sich bei uns in kürzester Zeit zum Standard entwickelt. Jeder kann, egal von welchem Ort, mitarbeiten. Dadurch werden einzelne Projekte sogar beschleunigt. Gerade für berufstätige Eltern ist das ein großer Gewinn und bietet einfach viel mehr Flexibilität. Es hat aus meiner Sicht aber auch den Nachteil, dass oft der persönliche Kontakt, teilweise auch der Blickkontakt fehlt, der helfen kann, Themen oder Meinungen richtig einzuschätzen. Bei uns im Team machen wir das Beste aus der Situation – zweimal in der Woche haben wir zum Beispiel einen Morning Call, der die Kaffeerunde im Büro ersetzt.“



Melanie Maue, Kraftwerksplanerin bei
der VW Kraftwerk GmbH in Wolfsburg

„Zu Beginn der Pandemie war die Unsicherheit groß. Man darf nicht vergessen, dass wir sowohl die Energieversorgung am Standort sichern als auch Wärme für die Stadt Wolfsburg liefern. Meine Kollegen haben daher einen zweiten Leitstand eingerichtet: Falls ein Team ausfällt, konnte jederzeit das andere einspringen. Hinzu kommt, dass wir gerade unsere beiden Heizkraftwerke auf Erdgas umstellen, für uns eines der größten Projekte der vergangenen Jahrzehnte. Ich persönlich habe viel im Homeoffice gearbeitet und mich dort unter anderem um den Brandschutz unserer neuen Gas- und Dampfturbinenanlage im Kraftwerk Süd gekümmert. Früher hätte man das mit allen Partnern direkt vor Ort gemacht, jetzt mussten wir uns häufiger per Teams abstimmen. Das war nicht immer einfach, aber es hat auch funktioniert. Ich finde, wir haben das bislang gut gemeistert. Und darauf bin ich stolz.“



Jonas Liebert, Mitarbeiter
in der Wagenfertigstellung
Halle 12 (Finish Linie) im
Werk Wolfsburg

„Seit der Pandemie rotieren wir in unserem Team nicht mehr, sondern haben einen fest zugewiesenen Arbeitsplatz, um mögliche Ansteckungen zu vermeiden. Das ist nicht schlimm, die Arbeit an den unterschiedlichen Fahrzeugen ist trotzdem abwechslungsreich. Dass wir seit Corona mehr Abstand halten, finde ich persönlich gut. Die Hygienemaßnahmen sollten weiterhin eingehalten werden.“



Maiko Bartkowiak,
Pilothalle, Volkswagen
Nutzfahrzeuge, Hannover

„Da wir in mehreren Bereichen der Lackiererei unterwegs sind, ist grade in unserem Job als Qualitätsregelkreiswerker höchste Vorsicht oberstes Gebot. Wir möchten weder Arbeitskolleginnen und -kollegen noch die eigene Familie in Gefahr bringen, deshalb desinfizieren wir stetig unseren Arbeitsplatz und waschen uns extrem häufig die Hände. Es ist sehr mühsam und anstrengend, überall eine Maske tragen zu müssen. Doch um das Wohl aller zu schützen, bleibt das leider unumgänglich.“

„Vorsicht ja, Angst nein: Das war von Anfang an mein Leitsatz. Ich arbeite in der Fahrzeugbegleitung beim ID. BUZZ¹ und T² und habe dadurch sehr viel Kontakt und Austausch mit Kolleginnen und Kollegen. Aber plötzlich waren viele im Homeoffice, alles lief nur noch digital. Das ganze Zwischenmenschliche fiel weg; wir sprachen nur noch über Themen, die tatsächlich arbeitsrelevant waren. Das fand ich sehr schwer. Dafür nehmen die Menschen nun auch im Job mehr Rücksicht aufeinander. Das wiederum äußert sich in größerer Wertschätzung dem Einzelnen gegenüber.“



Kenan Celik, Lackiererei,
Volkswagen Nutzfahrzeuge,
Hannover



Sophie-Marija Krähling,
Head of Brand Strategy &
Events bei CARIAD, Berlin

„Anfang 2020 habe ich die Aufgabe übernommen, ein markenübergreifendes Projektteam aufzustellen. Ziel war es, die Markenstrategie, das Branding und die Kommunikation für die neue

Softwareeinheit CARIAD zu entwickeln. Dann kam die Pandemie. Was wir im Homeoffice anfänglich sehr vermisst haben, war das Gefühl der unmittelbaren physischen Zusammenarbeit. Nach einer kurzen Zeit der Umstellung wurden aber alle Facetten im Remote-Modus immer selbstverständlicher. Unser Learning: Gegenseitiges Vertrauen, ein starkes Wirgefühl und eine hohe Outputorientierung können auch im digitalen Raum entstehen und wirken, weil das hohe Engagement der einzelnen Teammitglieder das Fundament dafür ist. Dank dessen und unterstützt durch viel transparente Kommunikation ist ein Spirit entstanden, der auch nach Abschluss des Projekts weiter innerhalb von CARIAD wirken wird.“



Sina Kerßens,
Oberflächen-
bearbeiterin
Karosseriebau,
Premium Parts
Bentley, Osnabrück

„Ich wünsche mir, dass das Team auch künftig so achtsam miteinander umgeht, wie wir es in der Pandemie gelebt haben. Wir können weiterhin Abstand halten und aufs Händeschütteln verzichten. Denn dadurch ist es bei uns zu weniger Ausfällen im Team durch Erkältungen gekommen. Freizeit- und Urlaubsansprüche waren besser planbar. Weiterhin führte es dazu, dass keine hohe Teambelastung durch Unterbesetzungen entstanden ist.“

Dr. Lars Nachbar: „Wir versuchen, die Krise zu managen“

Der Leiter Konzern Gesundheitswesen und Arbeitsschutz spricht im 360° Interview darüber, wie das Virus seine Arbeit verändert hat.



Dr. Nachbar, Sie sind Experte. Wie geht es weiter mit Corona?

Es bleibt der Blick in die Glaskugel. Fakt ist: Wir haben weiterhin keine stabile Situation. Nur ein Teil der Bevölkerung ist geimpft. Es tauchen immer neue Virusvarianten auf. Aktuell haben wir glücklicherweise eine niedrige Inzidenz, die jedoch gepaart ist mit teilweise sehr schnellen Lockerungsschritten und dem verständlichen Wunsch nach mehr sozialem Miteinander. Das alles zusammen macht eine Vorausschau schwierig. Wir haben drei Bausteine, mit denen wir die Situation beeinflussen können: 1. Impfen, 2. Testen und 3. die

bekanntesten Maßnahmen – Abstand halten, Maske tragen, Hygiene einhalten und Lüften. Ziel ist es, durch das Impfen und Testen die Inzidenzen so niedrig zu halten, dass die Schutzmaßnahmen – die wir wohl alle als stärksten Eingriff empfinden – gelockert bleiben können.

Was bedeutet das für die Beschäftigten im Büro und in der Produktion?

Mobile Arbeit – da, wo sie möglich ist – wird weiterhin eine große Rolle spielen. Kolleginnen und Kollegen, die vor Ort präsent sein müssen, werden weiterhin Masken tragen. Darüber hinaus wird sich die Situation normalisieren, weil Impfungen greifen. Aber: Masken werden uns weiterhin erhalten bleiben und wir dürfen beim Testen nicht nachlassen.

Akzeptieren die Beschäftigten die Maßnahmen?

Der allergrößte Teil der Kolleginnen und Kollegen hält die Regeln wirklich vorbildlich ein. Das ist der Grund, warum wir bei Volkswagen bisher so gut durch die Pandemie gekommen sind. Das ist eindeutig ein Verdienst der Beschäftigten.

Erinnern Sie sich noch, wann alles begann?

Ja klar. Am 2. Januar 2020 bekam ich morgens um 4 Uhr einen Anruf aus China. Dort hatte man Probleme mit einem neuartigen Virus. Hier bei uns in Deutschland war das Thema noch völlig unbekannt. Mit dem ersten Infizierten bei einem Zulieferer in Süddeutschland kam es dann Ende Januar wie ein Hammer Schlag auch zu uns.

Wie hat Corona die Arbeit im Gesundheitswesen und im Arbeitsschutz verändert?

Im Gesundheitswesen der Volkswagen AG arbeiten etwa 450 Kolleginnen und Kollegen – inklusive Arbeitsschutz. Corona hat das gesamte Team extrem herausgefordert. Unser klassisches Geschäft lief in geregelten Arbeitsprozessen ab. Jetzt sieht der Alltag völlig anders aus: Jeder übernimmt Aufgaben, die zuvor für uns alle überhaupt keine Rolle gespielt haben. Medizinische Helferinnen arbeiten im Test-Container, Sanitäter sitzen an der Telefon-Hotline und ich spreche mit Impfstoffherstellern. Es gibt plötzlich Fragen, auf die es einfach noch keine Antworten gibt. Ich möchte hier gern die

Leistungen aller hervorheben. Nur eines von vielen Beispielen: Dr. Kai Sickmann, unser Leiter Gesundheit International, konnte dank seiner großen Erfahrung bei Epidemien viele Richtungsentscheidungen anstoßen, die sich bis heute als richtig erwiesen haben. So hat Volkswagen bereits Masken eingekauft, als diese in Deutschland noch gar nicht im Fokus standen.

Wie sieht jetzt im Zeichen von Corona Ihr eigener Arbeitsalltag aus?

Corona kennt keine Pause und so geht es gerade auch mir. Ich versuche, diese Krise zu managen, und freue mich sehr, dass man mir das zutraut. Jeder Tag beginnt um 5.30 Uhr mit dem Blick aufs Smartphone und endet um 23.30 Uhr auch so. Auch am Wochenende und im Urlaub ist das kaum anders. Meine Familie bezeichnet mich schon als „Handy-Junkie“. Aktuell entspannt sich die Lage zum Glück.

Waren Sie eigentlich in der Pandemie immer vor Ort hier bei Volkswagen?

Als Arzt kann man in so einer Situation kaum mobil arbeiten. Deshalb war und bin ich immer vor Ort.

Welches Feedback bekommen Sie von den Beschäftigten?

Die Menschen sind unendlich dankbar für das, was wir tun. Das ist belohnend für das gesamte Team und motiviert uns sehr.

Sind Sie eigentlich schon geimpft?

Ja, Mitte Juni habe ich meine zweite Impfung bekommen. Mir war es ganz wichtig, dass vor mir zunächst unser gesamtes medizinisches Personal ein Impfangebot bekommt.

Und welcher Impfstoff?

Die erste Impfung mit AstraZeneca, die zweite mit BioNTech. Ich habe also eine sogenannte heterologe Impfung erhalten.

Hatten Sie eigentlich Angst vor Corona?

Als Arzt bin ich Profi und weiß genau, wie ich mich schützen muss. Ich nehme Corona sehr ernst, Angst habe ich keine.

Letzte Frage: Wann ist die Pandemie vorbei?

Die nächsten zwei bis drei Jahre wird uns das Thema noch begleiten – in immer kleiner werdender Form. Irgendwann wird Covid-19 vergleichbar mit einer „normalen“ Grippe sein. •



DR. LARS NACHBAR

geb. 17.03.1973

1993 bis 2000
Medizinische Hochschule Hannover, Studium der Humanmedizin

2000 bis 2006
Klinische Tätigkeit und Weiterbildung zum Facharzt für Innere Medizin, Schwerpunkte Rettungsmedizin, Sportmedizin

2006 bis 2008
Audi AG – Gesundheitsschutz Ingolstadt

2009
Facharzt für Arbeitsmedizin

2009 bis 2015
Volkswagen AG – verantwortlich für verschiedene arbeitsmedizinische Betreuungsbereiche am Standort Wolfsburg

2015 bis 2016
Volkswagen AG – Leiter Gesundheitswesen Wolfsburg

2017 bis heute
Volkswagen AG – Leiter Konzern Gesundheitswesen und Arbeitsschutz

Kampf gegen Corona: Blick hinter die Kulissen

Covid-19 hat den Arbeitsalltag der Beschäftigten im Konzern Gesundheitswesen auf den Kopf gestellt. Jede Phase bringt auch neue Aufgaben mit sich.

Masken, Schutzanzüge, Hygiene- und Abstandsregeln, Test- und Impfzentren: Die Corona-Pandemie fordert Volkswagen heraus. Eine ganz neue Bedeutung haben seit Anfang 2020 Konzern Gesundheitswesen und Arbeitsschutz. Hier müssen die Beschäftigten immer wieder auf Neue Antworten auf Fragen finden, die zuvor niemand gestellt hat, und Aufgaben erledigen, die es vorher gar nicht gab.



Tomas Borm: Er muss sich in der Pandemie mit vielen neuen Themen befassen – von Masken bis Impfstoff.

Tomas Borm, Leitung Organisation und Projekte, erinnert sich noch genau an den Beginn der Pandemie. Seine Aufgabe damals: 100 Millionen Masken und andere Hilfsgüter für die Bundesregierung in

„Die Pandemie zeigt immer wieder aufs Neue: Ohne Teamarbeit geht es nicht.“

Tomas Borm

China organisieren. „Prozesse oder Checklisten gab es nicht, dafür einen tollen Spirit in unserer Projektgruppe“, erzählt Borm. Mit Kollegen aus Beschaffung und Logistik, die er vorher gar nicht kannte, setzte er den Plan in die Tat um. „Aus diesem ersten Corona-Projekt habe ich persönlich viel Positives mitgenommen. Die Pandemie zeigt: Ohne fachbereichsübergreifende Teamarbeit geht es nicht.“

In den vergangenen Monaten brauchten Borm und seine Kollegen einen langen Atem, um das Thema

Impfen bei Volkswagen gut aufzustellen. Die wichtigste Frage: Wie viele Impfdosen stehen zur Verfügung? „Der komplizierte Bestellprozess des Impfstoffs macht das Thema derzeit schwer planbar“, erklärt Borm. Nur von Woche zu Woche kann geordert werden, jeder Arzt muss dafür ein Rezept ausstellen. Berücksichtigt wird nur, wer sich fristgerecht meldet. „Damit wir alle Kapazitäten nutzen, läuft der Prozess zentral. Wenn wir nicht ganz exakt arbeiten, kann das dazu führen, dass

wir weniger Mitarbeiter impfen können.“ Zu Beginn der Pandemie drehte sich plötzlich alles um das neuartige Virus. Der Lockdown in ganz Deutschland verdeutlichte die Tragweite. Eine wichtige Kernfrage für Volkswagen: Wie kann das Unternehmen die Arbeitsplätze so sicher wie möglich gestalten und dabei weiterhin Autos produzieren? Konzernweit haben Arbeitsgruppen, zu denen ganz unterschiedliche Fachbereiche gehören, gemeinsam Lösungen erarbeitet.

Mit dabei war auch Jakob Lang, Werkarzt in Halle 12 am Standort Wolfsburg. „Mittlerweile kennen wir die Krankheit ganz gut, aber ist es wichtig, immer auf dem aktuellsten Stand zu sein“, sagt der Mediziner. Seine Empfehlungen – zum Beispiel zum Thema Lüften – sind in die sogenannten Corona Standard Operating Procedures (SOP), auch bekannt als 100-Punkte-Plan,

eingeflossen. Außerdem hat er das Hygienekonzept für das Wolfsburger Impfzentrum in Hafen 1 mitentwickelt. Rund 80 Prozent seiner Arbeit bestimmt das Coronavirus. „Da ist ein enormer Fokus drauf und wir können uns sinnvoll einbringen, um die Menschen im Unternehmen zu schützen und die Produktion unter sicheren Bedingungen zu ermöglichen.“

Jakob Lang: Das Virus bestimmt die Arbeit des Werkarztes, rund 80 Prozent sind Corona-Themen.



Mit dem 100-Punkte-Plan hat Volkswagen gute Antworten auf zentrale Fragen gefunden – er gilt als Maßstab in der deutschen Industrie. Die Regelungen stehen permanent auf dem Prüfstand, werden bei Bedarf mit behördlichen Vorgaben angepasst. Gesetzestexte, Datenschutzverordnungen und Unternehmensrichtlinien gehören daher genauso wie die medizinischen Fakten auf den Schreibtisch von Dr. Timm Kappenberg, Leiter Gesundheitswesen Südstraße am Standort Wolfsburg: „Die Pandemie ist eine massive Aufgabe mit sehr vielen Details. Die Veränderung in der täglichen Arbeit ist wirklich

gewaltig.“ Woher bekommt Volkswagen Desinfektionsmittel? Wie muss das Kontaktpersonenmanagement aufgestellt sein, um Ausbrüche in den Werken zu verhindern? Wie kann Volkswagen PCR-Tests für die Mitarbeiter realisieren? Auch damit hat sich Dr. Kappenberg befasst.

Dr. Timm Kappenberg: Er prüft regelmäßig die Maßnahmen, damit alle Regeln auf dem aktuellen Stand sind.



Die Aufgaben von Anne-Kathrin Hübner, Mitarbeiterin im Psychologischen Dienst, sehen auf den ersten Blick genauso aus wie vor der Pandemie. „Meine Handlungsfelder sind grundsätzlich dieselben geblieben, allerdings haben sie natürlich einen anderen Fokus bekommen. Das Corona-Virus hat viele neue Anforderungen an uns gestellt, für die wir eine Lösung finden mussten“, erzählt die Psychologin. Die wichtigsten: Welche zusätzlichen Angebote müssen wir schaffen, damit die Beschäftigten psychisch stabil durch die Krise kommen? Wie können wir gesund-

heitsbezogene Verhaltensweisen fördern? Ein Beispiel: Die Schutzmaßnahmen wurden im Herbst 2020 stark infrage gestellt. Um die Notwendigkeit zu verdeutlichen, hat Hübner internationale Studien ausgewertet und die Zahlen mithilfe des sogenannten Schweizer-Käse-Modells anschaulich aufbereitet. „Das erfreuliche Ergebnis ist auf einen Blick erkennbar: Die Wirksamkeit der Schutzmaßnahmen im Zusammenspiel ist sehr hoch“, sagt Hübner. „Das war ein wichtiges Signal, als die Akzeptanz und Motivation nachgelassen hatte.“

Anne-Kathrin Hübner: Die Psychologin analysiert, welche Zusatzangebote Beschäftigten in der Pandemie helfen.



Einen neuen Arbeitsplatz fanden Berith Schluck und Riccarda Suckut in den Test-Containern, die es seit Sommer 2020 an allen deutschen Standorten der Volkswagen AG gibt. Ihr Job: Abstriche für PCR-Tests bei den Beschäftigten nehmen. Mehr als 40.000 Mal wurde das Angebot bereits genutzt. Schluck ist staatlich examinierte Physiotherapeutin und arbeitet normalerweise im Wolfsburger

Riccarda Suckut: Sie nahm Abstriche für PCR-Tests und hilft mittlerweile im Volkswagen Impfzentrum in Wolfsburg.

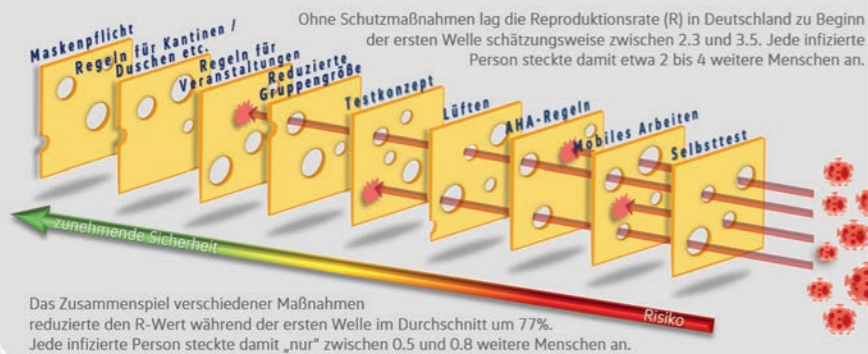


Berith Schluck: Die Physiotherapeutin unterstützte unter anderem in den Test-Containern, dort arbeitete sie in Vollschutz.



Reha-Zentrum, das während der Pandemie allerdings geschlossen ist. Suckut arbeitete neben ihren Diensten im Test-Container weiterhin als medizinische Fachangestellte in der Arbeitsmedizin in Halle 54. Die beiden Frauen sind froh über den Einsatz sowohl bei den Corona-Tests als auch ganz aktuell im Impfzentrum Hafen 1, wo sie ebenfalls unterstützen: „Hier können wir aktiv einen Beitrag leisten im Kampf gegen die Pandemie.“

Wirksamkeit von kombinierten Maßnahmen (Beispiele)



Die Kombination von Maßnahmen ist für den Infektionsschutz ausschlaggebend.

Wenden wir verschiedene Schutzmaßnahmen gleichzeitig an, sitzen die individuellen Schlupflöcher jeweils an anderen Stellen. So können die Viren zwar durchaus einige Barrieren passieren, in der Reihe der „Käsescheiben“ stoßen sie allerdings irgendwann auf Widerstand.

Impfen und Testen: Gesundheitswesen und IT finden schnelle Lösungen

Die Bereiche haben gemeinsam konzernweite Angebote für die Beschäftigten aufgebaut.



Testen und Impfen sind wichtige Säulen im Infektionsschutz bei Volkswagen. Gemeinsam haben Gesundheitswesen und IT Test- und Impfzentren im Konzern aufgebaut, um die Gefahr einer Ansteckung mit Covid-19 im Unternehmen einzudämmen. Den Auftrag, ein Testkonzept zu entwickeln, bekam Dr. Daniela Kirstein im März 2020. Sie ist Leitende Werkärztin am Standort Braunschweig. Zusammen mit einem 50-köpfigen Team stemmte sie das Projekt. „Dreimal täglich tauschten wir uns im Team aus. Nur dank des großen Einsatzes und der Motivation aller Bereiche konnten wir nach fünf Monaten die ersten Test-Container eröffnen“, sagt Dr. Kirstein. Die Mitarbeitenden des Gesundheitswesens in den Test-

Containern an den deutschen Standorten der Marke Volkswagen Pkw in Wolfsburg und Emden, der Volkswagen Komponente in Braunschweig, Salzgitter und Kassel, bei Volkswagen Nutzfahrzeuge in

Hannover und bei Volkswagen Sachsen entnehmen Testproben, die dann im Klinikum Wolfsburg analysiert werden. Volkswagen stellt die technische Ausrüstung zur Verfügung. Dr. Daniela Kirstein: „Das Labor ist darauf ausgelegt, bis zu 48.000 Tests im Monat auszuwerten. Zum Glück war dies bisher nicht nötig.“ Neben den Mitarbeitenden können sich an Volkswagen Standorten auch Bürgerinnen und Bürger der Region testen lassen, zum Beispiel in Braunschweig.



Dr. Daniela Kirstein entwickelte mit einem 50-köpfigen Team ein konzernweites Testkonzept.

Dazu arbeitet Volkswagen mit den Gesundheitsämtern zusammen.

Dr. Andree Hillebrecht, Leiter des Gesundheitswesens bei Volkswagen Nutzfahrzeuge, kümmert sich seit Dezember 2020 mit einer Projektgruppe um die Planung des konzernweiten Impfangebots – darunter die Infrastruktur und der Aufbau des Impfzentrums und das Impfschema. „Das Pilotprojekt mit dem Land Niedersachsen war eine gute Vorbereitung. So konnten wir noch vor Eröffnung unserer Impfzentren Anpassungen umsetzen“, berichtet Dr. Andree Hillebrecht. „Jetzt in die erleichterten

Gesichtern des Teams und der Impflinge zu blicken, ist die größte Belohnung nach der vielen Anstrengung.“

Technische Unterstützung bekommt das Gesundheitswesen durch die eigene IT-Administration und die Konzern IT.



Dr. Andree Hillebrecht verantwortet den konzernweiten Aufbau von Impfzentren.



Die größte Aufgabe zu Beginn: eine Informationshotline und eine eigens auf den Umgang mit Corona ausgelegte IT-Anwendung im Konzern etablieren. „Zusammen mit den IT-Administratoren im Gesundheitswesen haben wir eine Software gefunden, die den Anforderungen des Geschäftsbereichs entspricht. Diese hat unser Taskforce-Team schließlich in die Infrastruktur des Konzerns integriert“, erzählt Christian Heller, Leiter Konzern IT Personal & Organisation. Bei allen IT-Lösungen den Datenschutz zu bewahren, sei Kriterium und Herausforderung zugleich gewesen. „Mit dem gemeinsam entwickelten Buchungssystem für Tests und Impfungen haben wir Nutzern die höchstmögliche Flexibilität eingeräumt. Gleichzeitig kann das Gesundheitswesen je nach Auslastung die Buchungsoptionen steuern“, fasst Sascha Kunze, IT-Administrator im Gesundheitswesen, zusammen.

Wolfsburg als Blaupause für die anderen Standorte – das war der Ansatz von IT und Gesundheitswesen, um Test- und Impfkonzepte sowie Software schnellstmöglich zu erarbeiten und anschließend auf die anderen Standorte ausrollen zu können. „Inzwischen können 120.000 Mitarbeitende auf die Webseite zur Anmeldung für einen Test- oder Impftermin zugreifen“, sagt Christian Heller. „Und das durch die Taskforce in nur sechs Wochen einschließlich aller Freigaben durch die Gremien.“ In der 360° Volkswagen App haben sich seit Juni 2020 14.000 User über Covid-19 informiert – mit dem Diensthandy oder privaten Smartphone. Den Zugriff auf die Neuigkeiten und Test- und Impftermine stellen Dennis Belling, Product Owner der App, und sein Team sicher: „Da wir die App hausintern mit dem Software Development Center Wolfsburg entwickeln, war es technisch einfach und schnell umzusetzen.“

Trotz sinkender Inzidenzwerte beschäftigen sich die Bereiche weiterhin mit Covid-19. „Mit einer vierten Welle zu Herbstbeginn müssen wir rechnen. Darum halten wir unser Testengagement aufrecht. Nur wenn sich möglichst viele Menschen impfen lassen, können wir eine Herdenimmunität erreichen“, sagt Dr. Daniela Kirstein. Parallel arbeitet die IT daran, die Digitalisierung im Gesundheitswesen weiter voranzutreiben. Sascha Kunze: „Der digitale Impfpass ist unser nächstes Projekt.“

Wolfsburg als Blaupause: Wie in Hafen 1 haben Gesundheitswesen und IT Impfzentren an allen deutschen Standorten aufgebaut.

Sascha Kunze, Karsten Greinert und Kerstin Schulz (von links) aus der Gesundheitswesen IT bauten mit der Konzern IT unter anderem die technische Infrastruktur hinter der Webseite für Test- und Impftermine auf.



Christian Heller und die Taskforce der Konzern IT integrierten die neue Software in die Infrastruktur des Konzerns.



Dennis Belling stellte mit seinem Team den Zugang zu Covid-19-Informationen über die 360° Volkswagen App sicher.



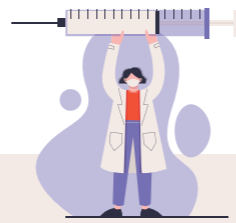
Edyta Zarecka, Managing Director für Personal, IT und Organisation bei Sitech Sp. z o.o.

Sitech bietet in Polen Impfung und Gesundheitskontrolle für Genesene

Alle Sitech Kolleginnen und Kollegen in Polen, die sich gegen das Coronavirus impfen lassen möchten, haben fast vollständig ihre Impfung bereits erhalten. Darüber hinaus bietet das Unternehmen eine Gesundheitskontrolle für alle an, die nach einer Covid-19-Infektion wieder genesen sind. Dabei werden potenzielle Langzeitfolgen untersucht. „Jeder Betroffene kann sich während der Arbeit in unserer Ambulanz im Werk testen lassen oder einen Spezialisten konsultieren. Das alles schaffen wir nur gemeinsam als starkes Team,“ betont Edyta Zarecka, Managing Director für Personal, IT und Organisation bei Sitech Sp. z o.o.

Volkswagen Chattanooga: Impfzentrum durch Bundesstaat zertifiziert

Die Volkswagen Werkklinik in Chattanooga wurde im März 2021 als Covid-19-Impfstelle des Bundesstaates Tennessee zertifiziert. „Ich finde es großartig, dass Volkswagen uns Beschäftigte gegen Covid-19 impft“, sagt Mitarbeiter Anthony Burt. Die Klinik bietet Moderna-Impfstoff für alle Mitarbeitenden und Vertragspartner an. Um die Zertifizierung zu erhalten, musste die Klinik viele Anforderungen erfüllen – von Verteilungskapazität über spezielle Ausrüstung bis zu einem Ultra-Tiefkühlschrank für den Impfstoff. Bis zum 18. Juni haben mehr als 850 Personen ihre Covid-19-Impfung in der Fabrik erhalten.



Volkswagen Slovakia: Impf-Pilotprojekt startet erfolgreich



Sebastian Krapoth, Personalvorstand von Volkswagen Slovakia, und der slowakische Gesundheitsminister Vladimír Lengvarský (von links) waren beim Start des Pilotprojekts vor Ort.

Im Juni veranstaltete Volkswagen Slovakia ein Pilotprojekt zum Impfen gegen Covid-19 auf dem Werkgelände in Bratislava. Anwesend waren auch Personalvorstand Sebastian Krapoth und der slowakische Gesundheitsminister Vladimír Lengvarský. Als einer der größten Arbeitgeber der Slowakei kooperierte Volkswagen mit der Landesregierung, um am Standort Impfungen anbieten zu können. Damit unterstützt das Unternehmen die Bemühungen des Landes, Herdenimmunität zu erreichen. Die Nähe zum Arbeitsplatz zählt zu den größten Vorteilen des freiwilligen Angebots.

Lamborghini impft am Hauptsitz

Lamborghini hat für seine und externe Mitarbeitende am Standort ein Impfzentrum am Hauptsitz in Sant'Agata Bolognese eröffnet. In Zusammenarbeit mit nationalen und internationalen Institutionen sowie wichtigen Unternehmen vor Ort ist das Impfzentrum entstanden. Hier impft fachlich ausgebildetes medizinisches Personal nach Anleitung des Gesundheitsministeriums. Bis Ende Juli 2021 sollen alle

Mitarbeitenden, die sich freiwillig für eine Impfung registriert haben, geimpft werden. Seit Beginn der Pandemie hat Lamborghini mehrere Initiativen ins Leben gerufen, um das Risiko einer Covid-19-Infektion zu verringern. Unter anderem engagierten sich die Mitarbeitenden ehrenamtlich und stellten Gesichtsmasken und Lungensimulatoren her.



Engagiert gegen Covid-19: Das Team des Impfzentrums von Lamborghini in Sant'Agata Bolognese.



„Gut für mich“ – Volkswagen Beschäftigte treiben online Sport

Gesundheitswesen, Audi BKK und Group Services haben ein gemeinsames Online-Sportprogramm für die Standorte entwickelt. Bei 360° berichten die Trainerinnen und Trainer von ihren Erfahrungen.

Als der Lockdown kam, mussten auch die Reha- und Fitnesszentren der Volkswagen Group Services an den Standorten den Betrieb einstellen. Die Lösung: ein digitales Sportangebot mit aktiven Pausen, Ernährungstipps, Ganzkörpertrainings und Entspannungsübungen. Das bietet „Gut für mich“.



NANCY JAHN, Diätassistentin und Physiotherapeutin Volkswagen Sachsen GmbH: „Die Ernährungstipps haben wir gleich als Online-Angebot eingeführt. In 15 Minuten geben wir einen kurzen Input zum Thema Ernährung. Die Kürze ist ein Vorteil, denn es fällt den Beschäftigten leicht, dabeizubleiben. Für uns ist es aber auch eine Herausforderung, das optimale Informationspaket zu schnüren. Unser Anspruch ist es, gesunde Ernährungstipps für das Homeoffice zu bieten.“



ANNICA BROSEL, Trainerin am Standort Kassel: „Sportlerinnen und Sportler lieben es, sich Herausforderungen zu stellen. In den Online-Kursen lernen die Trainierenden auch, auf ihr eigenes Gefühl zu vertrauen. Neu in ihren Körper hineinzuschauen. Früher konnte man sich einfach auf die Trainerin oder den Trainer verlassen; jetzt ist man während der Bewegung selbst noch mal mehr gefragt. Das erhöht Körpergefühl und Wahrnehmung und schult ein neues Selbstbewusstsein. So kann aus dem Online-Angebot auf Dauer, und in Kombination mit unserem Vorort-Training, ein großer Mehrwert entstehen.“



THORSTEN KUPFERNAGEL, Trainer am Standort Braunschweig: „Gut für mich‘ ist im Laufe der Monate immer größer geworden. Das macht uns als Trainern natürlich Spaß. Ich vermisse es, die Trainierenden zu sehen. Die Feedback-Schleife fehlt. Ich beginne deshalb jede Einheit mit den Worten: ‚Passt auf euch auf. Überfordert euch nicht, unterfordert euch nicht. Ich kann nicht dabei sein, um ein Auge auf euch haben.‘ Ich freue mich darauf, die Menschen auch wieder zu sehen. Doch bevor wir alle den ganzen Tag am Monitor hängen, ist das Online-Sportprogramm eine echte Alternative.“



Gut zu wissen:

Die aktuellen Kurspläne sind auf den Seiten des Gesundheitswesens und auf der Covid-19-Seite im 360° Volkswagen Net im Bereich "Allgemeine Tipps zur virtuellen und direkten Zusammenarbeit" zu finden. Wer teilnehmen möchte, klickt einfach im Kursplan zur jeweiligen Uhrzeit auf den Kurs und wird direkt zu Microsoft Teams weitergeleitet.



Mit hybrider Arbeit ins Büro der Zukunft

Ressortübergreifendes Projektteam Office 2025 bereitet den Einstieg in die hybride Arbeit vor.

Die Corona-Pandemie hat nicht nur Auswirkungen auf die Gesundheit der Belegschaft: Viele Büros bei Volkswagen stehen seit rund einem Jahr praktisch leer. Allein an den Standorten der Volkswagen AG arbeiten rund 55.000 Angestellte zuhause. „Auch wenn die Pandemie eines Tages überstanden ist, werden nicht alle Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen Vollzeit zurück ins Büro kommen. Diese Entwicklung bietet die Chance, alternative Arbeitsmodelle auszuprobieren, unabhängig von Ort, Zeit oder Vertragsverhältnis“, erklärt Personalvorstand Gunnar Kilian.

Wie die Büroarbeit bei Volkswagen zukünftig aussehen kann, wird in den kommenden Monaten in Modellversuchen ausprobiert. Das ressortübergreifende Projektteam Office 2025, geleitet aus dem Personalwesen, hat sich in enger Zusammenarbeit mit dem Betriebsrat aufgemacht, diese Vision konkret zu machen. Gemeinsames Ziel: Mit einer hochwertigen und beschäftigten-orientierten Büroumgebung und der geeigneten technischen Ausstattung für mobiles Arbeiten hybride Arbeit samt Desk Sharing ermöglichen. „Wir wollen Modelle erstellen, die im Zusammenspiel von Mensch, Raum und Technik zu mehr Offenheit, Transparenz, Arbeitszufriedenheit und auch zu mehr Produktivität führen können. Auf dem Weg dorthin wollen wir alle Interessierten mitnehmen“, sagt Melanie Kirsch, Leiterin des Projekts und der Abteilung Innovation & Soziale Nachhaltigkeit.

Wie die Büroarbeit bei Volkswagen zukünftig aussehen kann, wird in den kommenden Monaten in Modellversuchen ausprobiert. Das ressortübergreifende Projektteam Office 2025, geleitet aus dem Personalwesen, hat sich in enger Zusammenarbeit mit dem Betriebsrat aufgemacht, diese Vision konkret zu machen. Gemeinsames Ziel: Mit einer hochwertigen und beschäftigten-orientierten Büroumgebung und der geeigneten technischen Ausstattung für mobiles Arbeiten hybride Arbeit samt Desk Sharing ermöglichen. „Wir wollen Modelle erstellen, die im Zusammenspiel von Mensch, Raum und Technik zu mehr Offenheit, Transparenz, Arbeitszufriedenheit und auch zu mehr Produktivität führen können. Auf dem Weg dorthin wollen wir alle Interessierten mitnehmen“, sagt Melanie Kirsch, Leiterin des Projekts und der Abteilung Innovation & Soziale Nachhaltigkeit.

in enger Zusammenarbeit mit dem Betriebsrat aufgemacht, diese Vision konkret zu machen. Gemeinsames Ziel: Mit einer hochwertigen und beschäftigten-orientierten Büroumgebung und der geeigneten technischen Ausstattung für mobiles Arbeiten hybride Arbeit samt Desk Sharing ermöglichen. „Wir wollen Modelle erstellen, die im Zusammenspiel von Mensch, Raum und Technik zu mehr Offenheit, Transparenz, Arbeitszufriedenheit und auch zu mehr Produktivität führen können. Auf dem Weg dorthin wollen wir alle Interessierten mitnehmen“, sagt Melanie Kirsch, Leiterin des Projekts und der Abteilung Innovation & Soziale Nachhaltigkeit.

Pilotversuche starten im Herbst

Im ersten Schritt wird es ab Herbst gesteuerte Pilotversuche und Möglichkeiten für eigene Umset-

zungsprojekte aus Fachbereichen geben. Schon jetzt wollen mehr als 40 Bereiche aus dem gesamten Unternehmen mitmachen. Die Pilotversuche koordinieren Personalwesen und Betriebsrat gemeinsam durch ein sogenanntes Quality Gate. Fachbereiche, die vom Prinzip „Ein Mitarbeiter – ein fester Schreibtisch“ abweichen wollen, müssen im Quality Gate nachweisen, dass sie hohe Qualitätsstandards einhalten. Erst dann gibt es eine Freigabe für den Projektbeginn und die Workshops mit den Teams zur Gestaltung der Büros und der hybriden Arbeit. Zusätzlich soll es nach dem Werksurlaub eine Mitarbeiterbefragung zu dem Thema geben. „Wir wollen hybride Modelle auf den Weg bringen, mit denen die Arbeitszufriedenheit, die Flexibilität und die Produktivität der Beschäftigten steigen. Allen muss klar sein, dass Office 2025 kein alleiniges Projekt für Abmietungen ist“, sagt Kirsch.

Auch der Betriebsrat unterstützt das Projekt: „Mit Kreativität und Einsatzbereitschaft haben viele Kolleginnen und Kollegen in der Corona-Zeit dafür gesorgt, dass die mobile Arbeit bei Volkswagen funktioniert und ein Erfolgsmodell ist. Wir als Betriebsrat begrüßen die Suche nach neuen Modellen für die zukünftige Arbeit und unterstützen Erprobungen dazu. Selbstverständlich werden wir niemandem einen Schreibtisch wegnehmen. Für uns ist übrigens auch klar, dass wir über diesem Projekt nicht vergessen, auch die Arbeitsbedingungen in der Produktion weiter zu verbessern. Zum Beispiel über flexible Arbeitsmodelle wie die Agile Produktion“, sagt Betriebsratsvorsitzende Daniela Cavallo. •



Melanie Kirsch, Leiterin des Projekts

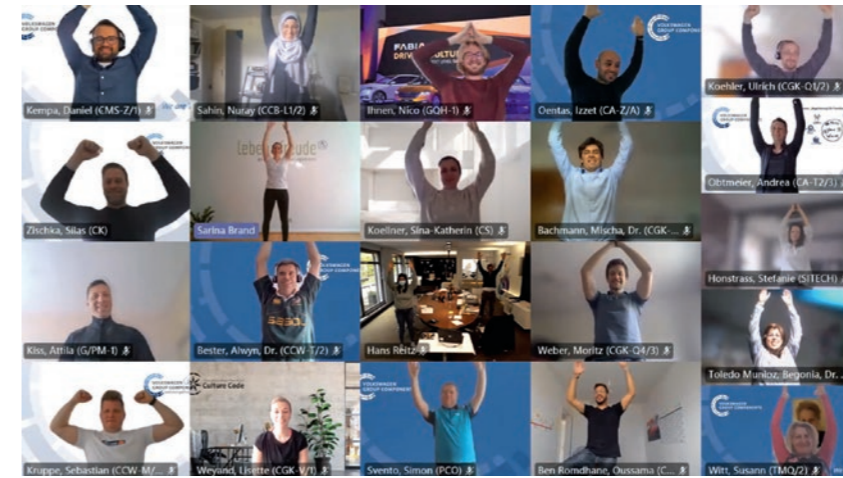


Moderne Raumkonzepte: Sie sollen die Diskussion und den Austausch fördern.



Wolfsburg Halle 6: Hier hat Group Components bereits ein Open-Space-Konzept umgesetzt.

Transform Minds der Komponente erarbeiten Tipps für das „New Normal“



Sportlich: Auf ihrer Learning Journey haben die Transform Minds auch Dehnungs- und Atemübungen für die physische sowie psychisch-mentale Gesundheit gemacht.

Unter dem Motto „New Normal“ haben sich die 30 internationalen Teilnehmerinnen und Teilnehmer des Change-Programms „Transform Minds“ der Volkswagen Group Components mit den Corona-bedingten Veränderungen des Arbeitsalltags beschäftigt: Wie können Arbeit und Gesundheit in Corona-Zeiten und darüber hinaus ein Team werden?

Bestandteile der Learning Journey waren zum einen interne Impulse der SEAT-Kollegen zu Maßnahmen für die Gesunderhaltung und Corona-Prävention. Zum anderen gab es auch externe Impulse zu den Themen „Achtsamkeit und Gesunderhaltung“ und „menschliche Bionik“ sowie Tipps für konkrete Dehnungs- und Atemübungen. Das Ergebnis des informativen Tages: eine spannende Reflexion des Arbeitens in Corona-Zeiten und eine Ideensammlung für einen gesunden Arbeitsalltag im „New Normal“.

Und das sind einige Tipps:

- Das „New Normal“ braucht auch neue Regeln: Besprechen Sie zusammen im Team, was neu gedacht oder angepasst werden muss (z. B. Termine, Rücksprachen oder Austauschmöglichkeiten).
- Arbeitszeiten: Diese sollten im Team klar festgelegt werden. Sprechen Sie ab, wer wann arbeitet.
- Pausen: Sie dienen der Erholung. Legen Sie Zeiten fest, zu denen Sie nicht erreichbar sind.
- Meeting-Kultur: Definieren Sie die genaue Dauer eines Termins und bereiten Sie ihn entsprechend vor. Das erhöht die Effektivität der Termine.
- Zeitpuffer: Häufig reiht sich ein Termin an den anderen. Planen Sie Ihre Termine mit Zeitpuffern. So kann ein Termin statt 30 Minuten nur 25 Minuten dauern.

Konzernlogistiker arbeiten zukünftig hybrid

Ein Wegweiser hilft, sich in der hybriden Arbeitswelt zu orientieren, und unterstützt die Teams mit Leitfragen bei der individuellen Gestaltung ihrer Zusammenarbeit nach der Pandemie.

Auf der Wiki-Seite „Wegweiser hybride Zusammenarbeit“ begrüßen Simon Motter, Geschäftsführer der Konzernlogistik, und Dirk Wagner vom Betriebsrat die Konzernlogistiker mit einer gemeinsamen Videobotschaft. Sie leiten damit eine neue Phase der Zusammenarbeit ein. Die Botschaft ist eindeutig: Auf der Basis von Vertrauen und Verantwortung wird allen mehr Flexibilität ermöglicht. Um die Chancen der hybriden Arbeit zu nutzen, sind Selbstverantwortung jedes Einzelnen, Transparenz im Team und Führungskräfte mit Vorbildfunktion wichtige Erfolgsfaktoren. Jedes Team und die Bedürfnisse seiner Mitglieder sind einzigartig. Jedes Team gestaltet deshalb die hybride Arbeit für sich selbst und reflektiert seine Erfahrungen regelmäßig.



Um die Teams dabei bestmöglich zu unterstützen, entstand der Wegweiser. Mit zahlreichen Impulsfragen und Beispielen hilft er den Teams, die Thematik aus unterschiedlichen Blickwinkeln zu betrachten, um für sich den richtigen Weg zu finden. Der Wegweiser wird schrittweise erweitert und ist konzernweit nutzbar.

7 Thesen

von Gunnar Kilian
zur Arbeitswelt
nach Corona

„Corona hat den Wandel der Arbeitswelt massiv beschleunigt und die Rolle verantwortungsvoller Arbeit im HR-Bereich nachhaltig verändert“, schreibt Gunnar Kilian, Personalvorstand der Volkswagen AG, im Karrierenetzwerk LinkedIn. In **sieben Thesen** fasst er zusammen, welchen Einfluss die Pandemie auf das Personalwesen hatte und hat.

1. Das Personalwesen bewährt sich als Krisenmanager.
2. Covid-19 ist der Digitalisierungsschub für die Arbeitswelt.
3. Das Büro, wie wir es kennen, wird es nicht mehr geben.
4. New Normal braucht New Leadership.
5. Kompetente Mitbestimmung ist ein Muss für eine erfolgreiche Zukunft.
6. Covid-19 ist die steilste Lernkurve unseres Lebens.
7. Die Bedeutung des Personalwesens erreicht ein neues Level.

Gunnar Kilian
Mitglied des Vorstands der Volkswagen AG,
Geschäftsbereiche „Personal“ und „Truck & Bus“

Audi BKK

Eine für alle.

Zusammen gut versichert.



audibkk.de/gesundheitspartner



Zuhören ist unsere
stärkste Leistung.

„Das Wissen aus der Pandemie hilft uns heute bei der Halbleiter-Krise“

Thomas Hegel Gunther aus der Produktionssteuerung und Logistik über Arbeiten im Corona-Modus und was er aus dem „Kraftakt Wiederanlauf“ gelernt hat.



Hat am „100-Punkte-Plan“ mitgearbeitet: Thomas Hegel Gunther

Produktionsstätten sowie in Portugal, Spanien, Russland und Südafrika. Im Laufe des Mai nahmen die USA, Argentinien, Brasilien und Mexiko wieder die Produktion auf.

Herr Hegel Gunther, wie hat die Produktion und Logistik den Wiederanlauf vorbereitet?

Wir haben gemeinsam mit Lars Nachbar aus dem Gesundheitswesen, mit den Werken, aber auch mit Kolleginnen und Kollegen des Konzerns intensiv daran gearbeitet, wie man die Produktion unter Corona-Bedingungen sicher macht. Das war eine große Herausforderung, weil man zu Beginn der Pandemie nicht so viel wusste über Corona. Klar war: Wir müssen im Werk die Möglichkeiten der Ansteckung so weit wie nur möglich reduzieren. Mit dem Produktionsvorstand haben wir Maßnahmen entwickelt, die in einem 100-Punkte-Plan zusammengefasst wurden. Eingeflossen sind dort viele Maßnahmen und Ideen aus den Werken oder aus anderen Marken, die sehr gute Vorschläge beigesteuert haben. Diese Maßnahmen hatten teilweise empfehlenden Charakter und teilweise verpflichtenden Charakter für unsere Werke international – je nach Corona-Lage vor Ort. Zu dem Zeitpunkt hatten wir täglichen Austausch mit allen Werkleitern der Marke Volkswagen und den verantwortlichen Teams vor Ort.

Wie sind Sie bei der Arbeit am 100-Punkte-Plan vorgegangen?

Grundlage war der Rat der Medizinerinnen und Mediziner um Lars Nachbar. Seine Empfehlungen



Hoher Besuch: Zum Wiederanlauf im Werk Pacheco kam Argentinien's Präsident Alberto Ángel Fernández (Mitte).

Als die Corona-Pandemie zu Jahresbeginn 2020 auch Deutschland zunehmend erfasst hatte, schloss Volkswagen Pkw ab Mitte März seine Werke. Thomas Hegel Gunther aus dem Bereich Produktionssteuerung und Logistik ist Mitglied im Krisenstab des Konzerns. Er und sein Team hatten in den drei Wochen der Produktionsruhe genauso Hochbetrieb wie viele andere Werke und Bereiche auch. Wie machen wir die Produktion unter Corona-Bedingungen sicher? Hegel Gunther und sein Team erarbeiteten in enger Zusammenarbeit mit dem Gesundheitswesen, den Werkleitern und den Marken im Konzern einen Plan für den Neustart der Produktion. Heraus kamen 100 Maßnahmen, die das Arbeiten unter Corona-Bedingungen sicher machen sollten. Im Fokus des „100-Punkte-Plans“: die Gesundheit der Beschäftigten. Nach intensiver Vorbereitung fuhr Volkswagen dann ab Mitte April die Werke der Marke sukzessive wieder an. Los ging es in Zwickau und Bratislava (Slowakei). Danach startete der Wiederanlauf in den übrigen deutschen



Wiederanlauf in Zwickau: Dieses Werk fuhr neben Bratislava als erstes wieder hoch.

Neustart bei Volkswagen in Emden: Alle Werke haben Ideen für sicheres Arbeiten unter Corona-Bedingungen eingebracht.

waren maßgeblich. Kernaufgabe war es, die Begegnungen zwischen den Menschen im Werk überall zu reduzieren. Deswegen haben wir die täglichen Wege der Beschäftigten nachvollzogen. Dabei haben wir geschaut, wo Ansteckungen in der Produktion, in den Pausenräumen, den Kantinen, beim Hin- und Rückweg passieren könnten. Wir haben dann im Verlauf immer wieder einzelne Maßnahmen angepasst, weil die Ansteckung besser erforscht war. Zunächst hatten wir beispielsweise die Personenzahl in Aufzügen auf zwei Leute beschränkt, später haben wir sie auf eine Person pro Fahrstuhl reduziert.

Mittlerweile arbeiten wir seit über einem Jahr im Corona-Modus. Wie hat das bisher in der Produktion der Marke funktioniert?

Den 100-Punkte-Plan haben wir nach bestem Wissen und Gewissen gemacht. Er ist eine Art Leitplanke für das Unternehmen, unsere Fabriken und auch für unsere Lieferanten, die viele der Maßnahmen übernommen haben. In Summe ist alles strukturiert und gut gelaufen. Ich habe einen großen Teamspirit empfunden, alle Marken und der Konzern haben am Plan und seiner Umsetzung konstruktiv mitgearbeitet. Insbesondere hat auch der Krisenstab eine wirklich gute Arbeit gemacht. Und die enge Zusammenarbeit mit den Werken hat sehr geholfen, schnell Lösungen zu finden. Die Planung des Wiederanlaufs war eine große Herausforderung, denn wir wussten zu Beginn nicht, welche Werke wir wann wieder öffnen können. Und dem ging eine spontane Vollbremsung der Produktion voraus. Wir haben uns in der Zeit nach dem Wiederanlauf dann darauf konzentriert, die Autos zu bauen, die wir in den Märkten zu dem Zeitpunkt gut absetzen konnten. Normalerweise arbeiten wir die Auftragseingänge chronologisch ab. Jetzt mussten wir neu überlegen, welche Märkte geöffnet sind, um unsere Fahrzeuge abzusetzen. Das war ein Kraftakt, der sich gelohnt hat. Wir konnten die Märkte als P-Familie gut versorgen und die Liquidität der Marke Volkswagen verbessern.

Was haben Sie persönlich aus dem „Kraftakt Wiederanlauf“ gelernt und was kann Volkswagen aus dieser Zeit mitnehmen?

Auch in einer unsicheren Situation mit volatilen Rahmenbedingungen ist es wichtig, einen Plan zu machen. Den sollte man so flexibel gestalten, dass man ihn schnell auf veränderte Bedingungen anpassen kann. Wir sind so als Unternehmen flexibler geworden. Volkswagen hat in dieser Zeit viel gelernt, was uns heute bei der Bewältigung der Halbleiter-Krise hilft. Die Kolleginnen und Kollegen haben vor Ort und im Homeoffice in schwieriger Zeit sehr gute Arbeit geleistet. ●



Corona-Unterweisung im Werk Wolfsburg: Die Informationskette in der Krise hat gut funktioniert.



Das ist der „100-Punkte-Plan“

Volkswagen hat mit einer Betriebsvereinbarung standortübergreifende Maßnahmen für ein sicheres Arbeiten in der Corona-Pandemie festgelegt. Das Ziel: Neuinfektionen in den Werken vermeiden. Der Maßnahmenkatalog gliedert sich in vier Phasen und umfasst konzernweit rund 100 Einzelpunkte. So sollen die Kontakte zwischen den Beschäftigten an Orten

wie in den Hallen, Pausenräumen, den Kantinen und den Toren minimiert werden. Dafür sorgt unter anderem ein ausgeklügeltes Wegesystem in den Werken mit Abtrennungen, Aufklebern, Absperrbändern und Hinweisschildern. Dort, wo der Mindestabstand von 1,5 Metern nicht eingehalten werden kann, müssen die Beschäftigten einen Mund-Nasen-Schutz tragen.

Sie haben die Produktion „Corona-sicher“ gemacht

Vier Beschäftigte aus Wolfsburg blicken zurück auf ihren Job rund um den Wiederanlauf im Frühjahr 2020.



Ingo Jahns, Volkswagen, Haus- und Hofmeisterei

Ich habe mich um die Desinfektionsspender im Werk gekümmert. Es gab dafür keine Standardlösung. Also haben wir an die Handspender in einer Nacht-und-Nebel-Aktion rund 500 Ständer montiert. So konnten wir alle Haupteingänge und die Wachen mit Spendern ausstatten. 300 davon haben wir selber aufgestellt. Die anderen 200 Spender haben sich die Fachbereiche selber abgeholt. Insgesamt war das eine turbulente Zeit im Frühjahr vor dem Wiederanlauf. Aber im Werk habe ich mich immer sicher gefühlt.

Dafür haben wir alle auch viel getan. Ich hatte im Unternehmen ein beruhigteres Gefühl als außerhalb der Firma. Wir haben noch heute tagtäglich mit den Spendern zu tun, denn sie müssen alle gereinigt und nachgefüllt werden. Zudem gehen die Spender immer mal wieder kaputt, müssen also repariert werden. Andere stehen dort, wo sie nicht stehen sollen, und die versetzen wir dann wieder an ihre festgelegten Orte. Außerhalb von Corona bin ich zuständig für die Straßen und Wege, die Grünflächen, den Winterdienst und auch die Schädlingsbekämpfung im Werk.“



Die Zeit rund um den Wiederanlauf war hart, aber ich habe das gerne gemacht und konnte mir meine Arbeitszeit selber relativ frei einteilen. Es war eine lehrreiche Zeit, in der ich viel Verantwortung übernehmen konnte. Meine Kolleginnen und Kollegen aus der Schilderwerkstatt waren in Kurzarbeit.

Den Betrieb vor Ort habe ich alleine gestemmt. Mein Job war und ist es nach wie vor, Hinweisschilder und Aufkleber aller Art, nicht nur in der Corona-Zeit, zu bestellen und an die Fachabteilungen auszugeben. Das macht unsere Abteilung für alle deutschen Volkswagen Standorte. Mein Telefon ist in dieser Zeit heiß gelaufen. Ich habe allein rund 60 Kilometer gelb-schwarzes Klebeband bestellt. Da ist auch weiterhin ständig Bedarf, weil beispielsweise die Aufkleber immer wieder erneuert werden müssen.“



Sandra Dreyer, Volkswagen, Schilderwerkstatt



Martin Drewitz, Volkswagen, Gebäudeinstandhaltung

Es ging gefühlt von 0 auf 100 los mit Corona. Das war eine sehr spannende Zeit. Wir haben viel aus dem Bauch heraus gemacht. Unser Job war es, dafür zu sorgen, dass die Kollegen im Werk Abstand zueinander halten. Wie müssen Aufkleber und Plakate aussehen, die das für alle verständlich machen? Am Ende hatten wir rund 15 verschiedene Varianten. Insgesamt waren das 15.000 Stück überall im Werk. Ich habe in der Zeit vor dem Wiederanlauf intensiv mitgearbeitet und geholfen, Plakate zu kleben und Aufkleber unter anderem in den Verwaltungshochhäusern anzubringen. Die müssen wir heute auch immer wieder erneuern, weil die sich mit der Zeit gerade draußen abnutzen. Das gilt insbesondere für die Aufkleber auf dem Boden.

In den Kantinen haben wir zudem Tische und Stühle abgeklebt, um dort die Personenzahl zu beschränken. Wir haben auch die Metallkreuze auf den Sitzbänken gebaut und befestigt. Die sollen dafür sorgen, dass nicht mehr als zwei Leute auf einer Bank sitzen. Vor Corona habe ich mich im Kern mit der Instandhaltung von Dingen beschäftigt, insbesondere die Hauptaufgabe von der Schweißtechnik. Überall dort, wo Metall geschweißt werden muss, bin ich im Einsatz. Mittlerweile mache ich wieder zu 80 Prozent diese Aufgaben.“



Christian Hoppe, Sitech, Instandhaltung Wolfsburg

Wir haben einen Handschuhautomaten in Zeiten der Pandemie für die Ausgabe von Mund-Nasen-Schutzmasken und Antigen-Schnelltests umprogrammiert. Den Automaten mit einer Kapazität von insgesamt 470 Fächern konnten wir innerhalb einer Woche kurzfristig und ohne weitere Zusatzkosten umfunktionieren.

Durch das Scannen ihres Mitarbeiterausweises können die Beschäftigten der Produktion seit letztem Jahr ein Wochenkontingent an Einwegmasken und seit einigen Wochen auch Corona-Schnelltests entnehmen. Diese Maßnahme entlastet organisatorisch vor allem unsere Meisterschaften bei der Verteilung der Masken und Schnelltests.“



Anchieta, Brasilien

Gemeinsame Arbeit am Wiederanlauf: Teams der internationalen Volkswagen Standorte haben die Maßnahmen aus dem 100-Punkte-Plan auf die Corona-Lage vor Ort abgestimmt.



Pamplona, Spanien

Ein Wiederanlauf, viele Sprachen: Die Kolleginnen und Kollegen der Standorte haben eigene Hinweisschilder in den Landesprachen entwickelt.

Sicher arbeiten: So klappt es im direkten Bereich

Abstand halten, Hygieneregeln einhalten, Masken tragen. An der Linie und in den Werken musste sich einiges ändern, damit die neuen Corona-Regeln eingehalten werden können. 360° zeigt Beispiele aus den Standorten.

Trennwände

Der Empfangstresen der Gläsernen Manufaktur in Dresden: Dank Plexiglasscheibe Corona-sicher für Beschäftigte und Gäste.



Schnelltests

Ausgabe im Werk Wolfsburg: Jeder Beschäftigte im direkten Bereich erhält zwei Tests pro Woche.



Händewaschen

In Wolfsburg: Zusätzliche Waschbecken an den Linien, die auch nach Corona bestehen bleiben werden.



Folien

In der Golf Türvormontage in Halle 54 in Wolfsburg bieten Folien zusätzlichen Schutz.



Laufwege

In den Spindbereichen im Werk Kassel sorgen vorgeschriebene Laufwege für weniger Getummel zum Schichtwechsel.



Einbahnstraßen

Im Werk in Osnabrück wurden Treppenhäuser und Laufwege zu Einbahnstraßen, um Abstände einzuhalten.



Abstand

Enge vermeiden auch beim Händewaschen. Im Werk Baunatal wurden mobile Trennwände installiert.



Hinweisschilder

Nicht nur in Dresden: Markierungen erinnern an Mindestabstand und vorgeschriebene Laufrichtungen.



Aufkleber

Kleine Zeichen, große Wirkung: Corona-Netiquette für ein sicheres Miteinander in der Gläsernen Manufaktur in Dresden.



„Geschwindigkeit und Stabilität schließen sich nicht aus“

Arne Meiswinkel, Leiter Personalgrundsätze & Steuerung, gibt Antworten auf die Frage, was wir aus der Corona-Pandemie für die Zukunft von Volkswagen lernen können.

Herr Meiswinkel, Ende Februar 2020 ist das erste Personaltelegramm an Führungskräfte gegangen, um sie über den Umgang mit einem neuartigen Virus namens Covid-19 zu informieren. Wie haben Sie die 16 Monate seitdem erlebt?

Es war für alle Beteiligten eine intensive, arbeitsreiche und sehr oft herausfordernde Zeit. Es war aber auch eine Zeit, in der Volkswagen gezeigt hat, dass wir schnell und flexibel sein können. Wir können uns in kürzester Zeit auf veränderte Rahmenbedingungen einstellen und praxisorientierte Lösungen finden. Wir sind eben nicht nur der Tanker, für den uns viele halten, sondern können auch ein Schnellboot sein. Das haben wir gleich zu Beginn der Pandemie eindrucksvoll bewiesen.

Nennen Sie ein Beispiel.

Wir konnten in rekordverdächtiger Zeit eine Betriebsvereinbarung abschließen, die den Wiederanlauf nach der Kurzarbeit ermöglichte. Darin waren unter anderem ein Tagesablauf für Beschäftigte mit Hygieneregeln und unser 100-Punkte-Plan enthalten, der in der Industrie zum Maßstab geworden ist. Unser Umgang mit der mobilen Arbeit in der Pandemie ist ein weiteres Beispiel für unser schnelles und flexibles Handeln. Wir haben gemeinsam technische Hürden sowie Vorbehalte überwunden, neue Modelle der Kollaboration entwickelt, Führungsaufgaben neu gedacht und Zusammenarbeit neu gelebt. Das war ein Kraftakt der gesamten Mannschaft, denn die Erkenntnislage war anfangs so volatil wie nie zuvor.

Wie wurde das gelöst?

Die Arbeit des Konzernkrisenstabes, der mittlerweile 82-mal getagt hat, steht dafür exemplarisch. Wir haben Abstimmungswege verschlankt und unsere Umsetzungs- und Veränderungsfähigkeit dadurch massiv erhöht. Einer der Erfolgsfaktoren war, dass wichtige Entscheider ganz früh zusammenkamen. So konnten wir Beschlüsse des Konzernvorstands und des Gesamtbetriebsausschusses bereichsübergreifend sehr gut vorbereiten. Diese effektive Art der Zusammenarbeit müssen wir für weitere Zukunftsprojekte von Volkswagen nutzen. Die Transformation, in der wir uns befinden, braucht Geschwindigkeit sowie Veränderungsbereitschaft und Corona hat gezeigt, dass wir das können.

Und wie erreicht man das?

Indem wir diesen besonderen Geist gerade aus der Anfangszeit der Pandemie weiter leben. Ich denke beispielsweise daran, wie

schnell wir die Werke heruntergefahren haben, als das notwendig war. Und wie strukturiert und vorausschauend wir das Wiederhochfahren fast parallel dazu gemanagt haben. Oder wie wir die Kurzarbeit gemeinsam sauber umgesetzt haben. Gesundheitswesen, Rechtswesen, Konzernsicherheit, die gesamte Produktion, der Betriebsrat und wir als Personalwesen, um nur einige zu nennen, haben in dieser Ausnahmesituation wie eine Einheit gearbeitet. Wir haben Silodenken aufgebrochen und an das große Ganze gedacht. Es war diese Ausnahmesituation, die unseren Blick geweitet hat.

Nicht nur die Entscheider haben Verantwortung übernommen.

Nein, es war unsere gesamte Mannschaft, und darauf können wir stolz sein. Unsere Beschäftigten haben die Maßnahmen umgesetzt sowie mitgetragen und damit auch Verantwortung übernommen. Nicht zuletzt deshalb ist Volkswagen so gut durch diese Sondersituation gekommen, insbesondere was das Infektionsgeschehen angeht. Und deshalb schauen unsere Tochtergesellschaften, die von unserer Vorarbeit profitieren konnten, aber auch viele von außerhalb jetzt wieder mit Anerkennung auf unser Unternehmen. Viele orientieren sich wieder an Volkswagen.

Gibt es einen Faktor, der das begünstigt hat?

Unsere ganz bewusst offensive und transparente Kommunikation ist ein elementarer Baustein. Wir haben viele Verteiler aufgebaut, um unsere Kolleginnen und Kollegen möglichst umfänglich direkt mit Nachrichten in ihrem Posteingang zu erreichen, und auch Informationen in unseren Personaltelegrammen ganz bewusst an die gesamte Belegschaft verteilt sowie im 360° Volkswagen Net allen zur Verfügung gestellt.

Welche Erkenntnisse haben Sie daraus gewonnen?

Die Akzeptanz der Regelungen hat sich signifikant erhöht, weil wir sie klar beschrieben haben und sie damit nachvollziehbar waren. Dabei war uns auch Stabilität wichtig. Statt auf Aktionismus haben wir ganz darauf gesetzt, abwägend zu agieren. Dabei hatte und hat die Gesundheit unserer Belegschaft oberste Priorität. Gleichzeitig konnten wir unseren Geschäftsbetrieb aufrechterhalten. Das ist eine wichtige Erkenntnis für die Zukunft: Wir brauchen Veränderung und Geschwindigkeit. Wir brauchen aber auch Stabilität. Ich bin überzeugt: Diese Balance ist ein Wegweiser für die Gestaltung der Arbeitswelt nach Corona. •



ARNE MEISWINKEL

Arne Meiswinkel (52) ist seit März 2020 Generalbevollmächtigter der Volkswagen AG. Zudem verantwortet er seit 2016 für die gesamte Volkswagen AG und den Konzern die Personalgrundsätze und die HR-Compliance. Der Diplom-Kaufmann arbeitet seit 19 Jahren im Volkswagen Konzern. Seine Berufslaufbahn begann er 1995 beim Arbeitgeberverband Stahl. Nach einer weiteren Station im Maschinenbau übernahm er 2002 eine verantwortliche Funktion im Bereich Labour Relations bei Volkswagen in Wolfsburg. Nach seiner Tätigkeit als Referent beim Konzernvorstand Personal und Organisation folgten Funktionen als Personalleiter des Werks Braunschweig und als Geschäftsführer Personal der Volkswagen Sachsen GmbH. 2012 wurde Meiswinkel Leiter Personalpolitik und Industrial Relations der Marke Volkswagen Pkw.



Arne Meiswinkel ist stolz darauf und dankbar dafür, was die Volkswagen Mannschaft in dieser Krise meistert.

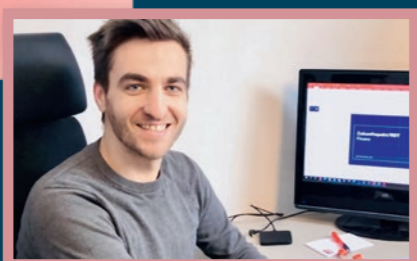
Neue Schritte gewagt



Während der Pandemie haben sich viele Beschäftigte beruflich verändert: Sie sind neu im Unternehmen gestartet, haben den Standort gewechselt, eine neue Aufgabe übernommen oder sich nahezu ausschließlich virtuell qualifiziert. Hier berichten sie, wie sie ihre berufliche Veränderung erlebt haben.

Domenico Gallo ist im März 2020 ins Controlling der Marke Volkswagen in Wolfsburg gewechselt:

„Meine neuen Kollegen habe ich etwa eine Woche im Büro sehen können, bevor es mit der mobilen Arbeit losging. Mein Vorgänger hatte mich zum Glück schon gründlich eingearbeitet, sodass mein Start ganz gut gelungen ist. Dennoch ist es schon eigenartig, beinahe alle Prozesspartner nur über Skype/ Teams kennen-



zulernen und mit ihnen zu interagieren. Es brauchte eine Weile, bis ich mich daran gewöhnt hatte. Zumal ich das direkte Gespräch bevorzuge und damit die Erweiterung des Netzwerks virtuell deutlich schwerer fallen, ist nicht zuletzt eine Erkenntnis aus der langen Phase im Homeoffice. Das war auch im Rahmen der Seminarreihe so. Auch die angebotene ‚digitale Kaffeeküche‘ konnte die abendlichen Gespräche vor Ort nicht ersetzen. Dennoch bin ich froh, dass die Personalentwicklung während der Corona-Zeit nicht ausgesetzt wurde.“

nicht so gerne zum Hörer greife. Da musste ich mich vollständig umstellen. Auch die Gespräche zwischen Tür und Angel fehlen mir. Es braucht viel Kreativität, um ein Teamgefühl nur über das Medium Videokonferenz aufrechtzuerhalten.“

Alexander Stüssel ist nach seinem Studium ins Werk Kassel zurückgekehrt, wo er sich seit April um Digitalisierungsprojekte kümmert:

„Am ersten Tag im neuen Job habe ich meinen Laptop und eine Einweisung bekommen und war ab Tag zwei durchgängig im Homeoffice. Sich als Berufsanfänger rein virtuell in völlig neue Themen einzuarbeiten, war nicht immer einfach. Eine Hürde war es beispielsweise, bei kleinen Anliegen nicht direkt auf jemanden zugehen zu können, sondern immer anrufen zu müssen. Viele sind durchgetaktet mit Terminen und es ist oft schwer, jemanden zu erreichen. Eine große Hilfe war und ist bis heute mein Chef. Trotz vollen Terminkalenders hat er sich viel Zeit für meine Einarbeitung genommen. Aktuell machen wir das Beste aus der Situation und sind trotz Homeoffice ein eingespieltes Team. Dennoch freue ich mich schon auf den Büroalltag im Werk.“



Alexander Kürschner aus der Konzern-Qualität hat im März 2021 den Entwicklungsweg ins Management eingeschlagen:

„Ich hatte große Bedenken, am Managemententwicklungsprogramm rein virtuell teilzunehmen, schließlich dienen die darin enthaltenen Bausteine zur Vorbereitung auf die kommende Rolle als Manager. Doch durch die abwechslungsreiche Gestaltung der Seminare mit Breakout-Sessions, Abstimmungstools etc. wurden die Inhalte lebhaft transportiert und ich konnte viel lernen und meine persönliche Situation gut reflektieren. Dass der persönliche Austausch und damit die Erweiterung des Netzwerks virtuell deutlich schwerer fallen, ist nicht zuletzt eine Erkenntnis aus der langen Phase im Homeoffice. Das war auch im Rahmen der Seminarreihe so. Auch die angebotene ‚digitale Kaffeeküche‘ konnte die abendlichen Gespräche vor Ort nicht ersetzen. Dennoch bin ich froh, dass die Personalentwicklung während der Corona-Zeit nicht ausgesetzt wurde.“



Kurt Georg Dörpinghaus aus dem Industrial Engineering im Werk Pacheco wurde im Dezember 2020 für zwei Jahre nach Wolfsburg entsendet:

„Sich in Corona-Zeiten in einem neuen Land einzuleben, war nicht einfach. Zumal es im Lockdown in Wolfsburg auch noch kaltes Wetter mit Rekordschneefall gab und die Wintertage kurz und dunkel waren – während in Buenos Aires Hochsommer war. Mit Blick auf das Arbeiten von zuhause aus hat sich für mich seit dem Frühjahr 2020 nichts Wesentliches verändert. Denn auch in Argentinien hatten wir damals einen Lockdown. Der große Unterschied ist jedoch, dass ich jetzt in einem neuen Team mit vielen neuen ‚Stimmen‘ arbeite. Ich hatte das Glück, noch Anfang Dezember viele von ihnen persönlich kennenzulernen. Sie haben mich herzlich empfangen und mir das Gefühl gegeben, zuhause zu sein. Ich hoffe, ich kann sie bald wieder treffen!“



Anika Bötzel führt seit August 2020 eine Unterabteilung in der Technischen Wettbewerbsanalyse der Gesamtfahrzeugentwicklung:

„Meine Unterabteilung aus dem Homeoffice heraus zu leiten, ist für mich Führung wie normalerweise auch. Aber natürlich läuft die Kommunikation etwas anders als sonst. Oft fehlen in den Videokonferenzen die Emotionen und die Reaktionen auf das Gesagte. Distanz entsteht in Terminen, wo einer ins ‚Dunkle‘ spricht und alle ihre Mikros ausgeschaltet haben. Das fühlt sich für mich auch nach mehr als einem Jahr Homeoffice immer noch merkwürdig an. Was mir wirklich fehlt, sind die Rituale, die man sonst im Team hat – zum Beispiel gemeinsam in die Kantine zu gehen oder sich mal abends auf eine Pizza zu treffen. Ich glaube, in Zukunft macht es die gute Mischung aus Online- und Vor-Ort-Arbeit. Das Arbeiten im Homeoffice funktioniert sehr gut und ist effizient, aber das Team auch mal persönlich zu treffen ist einfach nicht zu ersetzen.“

Sophie Ochmann hat im Herbst 2020 eine Ausbildung zur Werkzeugmechanikerin im Werk Wolfsburg begonnen:



„Mein Ausbildungsstart war aufregend und durchwachsen. Leider gab es nicht wie in den vorherigen Jahren die große Begrüßung in der Volkswagen Arena, aber es wurde versucht, den Einstieg so ‚normal‘ wie möglich zu gestalten. Dass in diesen turbulenten Zeiten aber nichts ‚normal‘ ist, habe ich besonders stark gemerkt, als wir kurz vor Weihnachten ins Homeoffice geschickt wurden – für einen gewerblich-technischen Beruf eigentlich unmöglich. In dieser Zeit lag der Schwerpunkt auf den theoretischen Inhalten, die ich bei der Wiederaufnahme meiner praktischen Tätigkeiten anwenden konnte. Geholfen haben meine Ausbilder, die immer offen für Fragen und Probleme waren, und das von Volkswagen gestellte iPad, über das ich mich super mit den Ausbildern und den anderen Azubis aus meiner Klasse austauschen kann.“



Nicole Debowski begann im Mai 2020 als Doktorandin im Ideation:Hub der Group IT in Wolfsburg:

„In Corona-Zeiten als Doktorandin bei Volkswagen und der Uni Hamburg einzusteigen hat mir vor allem eins gezeigt: dass alle meine Aufgaben auch digital zu erledigen sind. Recherche, qualitative Befragungen – alles kein Problem über Teams und Netzwerke im Internet. Das Netzwerken mit anderen Doktorandinnen und Doktoranden sowie Events fehlen mir natürlich – nichtsdestoweniger können wir uns über das Volkswagen Doktorandenkolleg auch sehr gut online vernetzen. Dort kümmern wir uns darum, mit unseren Kompetenzen und unserer Innovationskraft im Konzern sichtbar zu werden. Das erleichtert es gerade am Anfang, neue Leute kennenzulernen und im Konzern anzukommen.“

Erik Cichon startete im Januar 2020 nach zwei Jahren Auslandserfahrung in der Technischen Entwicklung der Marke Volkswagen:



„Nach meiner Zeit in Chattanooga bei Volkswagen Group of America stieg ich neu in der Technischen Entwicklung in Wolfsburg ein. Die ersten Wochen im Werk erledigte ich Organisatorisches, kurz danach ging es auch schon ins Homeoffice. Das hat die Einarbeitung erschwert. In unserem Bereich gibt es neben den Standardprozessen oft gesetzliche Neuerungen, auf die wir flexibel reagieren müssen. Zum Glück habe ich ein super Team, auf das ich auch online immer zugehen kann. Mein Prozessmaster hilft mir heute noch, Vorgänge besser zu verstehen und zu bewerten, damit ich meine Arbeit bestmöglich erledigen kann. Trotzdem freue ich mich darauf, wieder ins Büro zu gehen und meine Kollegen persönlich zu treffen.“



Esther Neumeyer wechselte im November 2020 nach der Elternzeit ins Personalwesen des Werks Kassel:

„Die größte Veränderung waren für mich die neue Art der Zusammenarbeit über Skype bzw. Teams und der Austausch fast ausschließlich am Bildschirm. Vorher war mein Arbeitsalltag stark von einer Präsenzkultur und Vor-Ort-Terminen geprägt. Das war zu meinem Neustart eine ziemliche Umstellung. Gerade zu Anfang hatte ich viele Fragen, zum Beispiel zu Prozessabläufen. Dank meines Netzwerks konnte ich die eine oder den anderen schnell erreichen und kam so gut in die Themen. Bei Gesprächen mit neuen Ansprechpartnern half es, die Kamera einzuschalten. Alles in allem hat uns die Pandemie gezwungen, uns schneller mit der Digitalisierung auseinanderzusetzen und sie in den Arbeitsalltag zu integrieren.“

„Zu erleben, wie sich Familien am Flughafen wiedersehen, ist einfach großartig“



Anne Cockwell

Kai Sickmann

Rund 4.000 Konzernbeschäftigte sind als sogenannte Foreign Service Employees (FSE) im weltweiten Einsatz. Wie gehen sie mit der besonderen Corona-Situation fernab der Heimat um und wie hat das Unternehmen auf deren besondere Situation reagiert? Darüber sprechen Anne Cockwell, Leiterin Global Assignments im Personalwesen, und Kai Sickmann, Leiter Gesundheit International.

Was kam auf Sie konkret zu, als es Anfang 2020 mit Corona losging?

Kai Sickmann: Bei uns im Gesundheitswesen ging es genau am 1. Januar 2020 los. Ein Kollege von Audi rief mich an und fragte, ob wir schon von diesem neuen Virus in China gehört hätten. Global Assignments, Konzern Sicherheit, Gesundheit International und Kommunikation haben sich dann relativ schnell zu einer Taskforce zusammengeschlossen.

In den ersten Monaten ging es sehr konkret beispielsweise um Masken. Zunächst waren sie in China

knapp. Deshalb haben wir in einer gemeinsamen Aktion mit Global Assignments Masken beim AirService am Braunschweiger Flughafen eigenhändig verpackt und für die FSE und lokal Beschäftigten nach China geschickt.

Anne Cockwell: Und später haben wir Hilfsmittel von dort erhalten, weil wir sie in Deutschland brauchten. In der gesamten Zeit hat sich gezeigt, dass der Konzern eine tolle Infrastruktur hat. Mit einem konzernweit aufgestellten Gesundheitswesen, Sicherheitsteams und Global-Assignment-Organisationen in den

einzelnen Regionen. Das ist ein riesiges Pfund, mit dem das Unternehmen wuchern kann.

Was benötigen die FSE am meisten?

Kai Sickmann: Jede Phase der Pandemie hat ihre eigenen Themen. Aktuell ist es das Impfen. FSE stellen sich aber auch die Frage, ob sie in der jeweiligen Lage im Gastland vor Ort ausreisen müssen oder vor Ort bleiben können.

Anne Cockwell: In so einer Pandemie sind Grundbedürfnisse wie körperliche Unversehrtheit, Gesundheit und Sicherheit auch der Familien zentral. Insbesondere wenn ich an Indien, Mexiko und weitere Länder denke, die von den FSE zeitweise verlassen werden mussten.

Kai Sickmann: Im Mittelpunkt steht sicher auch die Information. Da haben wir im vergangenen Jahr hervorragend zusammengearbeitet. Sowohl was globale Informationen, aber auch individuelle Fragen angeht. Wir hatten beim Gesundheitswesen eine international erreichbare Hotline eingerichtet und haben die Leute sehr individuell beraten.

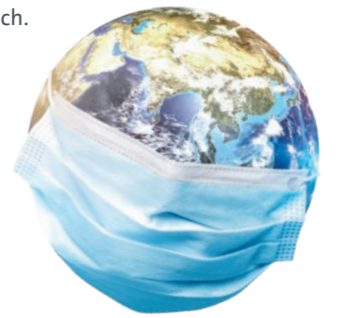
Anne Cockwell: Es gab FSE, die keinen Abschied von sterbenden Familienangehörigen nehmen konnten, oder Väter, die nicht bei der Geburt ihres Kindes dabei sein konnten. Bei einer Ausreise mussten Kinder ihr gewohntes Umfeld von jetzt auf gleich hinter sich lassen. Wir haben versucht, diese ganz individuellen Situationen zu begleiten. Auch Rücktransporte von an Covid-19 Erkrankten nach Deutschland waren dabei.

Kai Sickmann: Weil wir für Flüge der FSE auch auf unsere eigenen Testkapazitäten zurückgreifen konnten, war es Familien im vergangenen Jahr bei Charterflügen beispielsweise aus Russland überhaupt erst möglich, das Land mal für zwei oder drei Wochen zu verlassen.

Gibt es einen erfreulichen Moment der vergangenen Monate, der Ihnen besonders in Erinnerung bleibt?

Anne Cockwell: Ein Film aus China wird mir ewig in Erinnerung bleiben. Er zeigt, wie Familien nach langer Trennung wieder zusammengekommen sind und sich in den Armen liegen.

Kai Sickmann: Das geht mir ganz ähnlich. Mitzerleben, wie sich Familien am Flughafen in Braunschweig wiedersehen, ist einfach großartig.



Und welche Herausforderung war bislang die größte?

Anne Cockwell: Herausfordernd ist die Länge dieser Ausnahme-situation. Sobald in einem Land die Kurve abflacht, entsteht in einer neuen Region ein Hotspot. Das ist auch für die Teams in allen Marken eine Dauerbelastung. Sie müssen sich permanent gegenseitig informieren und abstimmen. An dieser Stelle ein großes Lob und Dankeschön an alle, die auf diesem hohen Level der Dauerbelastung unterwegs sind.

Kai Sickmann: Die ersten Monate waren dabei sicher am herausforderndsten. Alles war neu und in einer Dimension, die sich die Menschheit bislang nicht vorstellen konnte.

Welche Maßnahmen werden auch über Corona hinweg Bestand haben?

Anne Cockwell: Die Krise hat uns gezeigt, wo wir in puncto Digitalisierung noch besser werden müssen. Wir arbeiten jetzt gemeinsam mit den Marken und anderen Prozessbeteiligten an Lösungen für die Zukunft.

Ich hoffe auch, dass wir das bereichsübergreifende Verständnis und die Zusammenarbeit über die Corona-Zeit hinaus mitnehmen.

Kai Sickmann: Ich denke, die gute Zusammenarbeit zwischen den Abteilungen wird bestehen bleiben.

Auch unser Lagezentrum im Gesundheitswesen ist inzwischen dauerhaft verankert. Aktuell kümmert es sich natürlich um Corona. Danach werden wir dort Infektionsgeschehen auch unabhängig davon beobachten. Ziel ist es, uns rechtzeitig darauf einzustellen, wenn wieder etwas droht. •

Leitet das Konzern Personalwesen Management und ist vom Teamwork über Abteilungs-, Hierarchie- und Ländergrenzen hinweg begeistert:

ARNE PULS

Die Corona-Krise zwingt uns in allen Lebens- und Arbeitsbereichen seit über einem Jahr zu einem Höchstmaß an Flexibilität. Mein Dank geht an eine tolle Mannschaft, die teamübergreifend auf die sich täglich wandelnden Rahmenbedingungen reagiert.

Konnte bislang während der Corona-Pandemie an seinem Einsatzort bei Volkswagen in Tianjin/China als Leiter der Akademie bleiben: HENDRIK MICHAEL

Als China im Februar 2020 in den Lockdown ging, habe ich bis in den Mai 2020 ausschließlich im Homeoffice gearbeitet. Seit Sommer 2020 jedoch wieder komplett im Unternehmen. Wir haben in Tianjin inzwischen aber die mobile Arbeit eingeführt. Im Mai und Juni diesen Jahres wurden wir geimpft. Innerhalb Chinas können wir damit fast problemlos reisen. Die Reisebedingungen nach Deutschland sind aber sehr komplex. Volkswagen hat Charterflüge für FSE und deren Familien organisiert. Bei der Rückkehr nach China mussten wir eine Quarantäne von zwei Wochen in einem Hotel und einer Woche zu Hause einhalten. Unter diesen Bedingungen werden wir nicht reisen, sondern die Schönheit Chinas genießen. Besonders freut mich der regelmäßige Austausch mit meinem Vorgesetzten und auch dem Betriebsrat in Deutschland. Sie fragen regelmäßig, wie es meiner Familie und mir vor Ort geht. Das motiviert ungemein.



Musste aus seinem Einsatzort bei Volkswagen in Pune/Indien im vergangenen Jahr zweimal evakuiert werden: Revisionsleiter SEBASTIEN BIART

Das erste Mal musste ich Pune Ende März 2020 verlassen. Damals wurden alle FSE und ihre Familien aufgrund der unsicheren Entwicklung in Indien kurzfristig mit einem Charterflug nach Europa zurückgebracht. Ende Oktober 2020 durfte ich zunächst ohne Familie nach Indien zurückfliegen. Im Mai 2021 mussten wir Indien dann wieder verlassen, da die Gesundheit der FSE und ihrer Familien nicht gewährleistet werden konnte. Größte Herausforderung der mobilen Arbeit aus Europa für meinen

Standort in Indien war, den persönlichen Kontakt mit dem Team in Indien zu bewahren. Deswegen bin ich aufgrund der Zeitverschiebung immer ganz früh aufgestanden, um für die Kollegen in Indien ansprechbar zu sein.



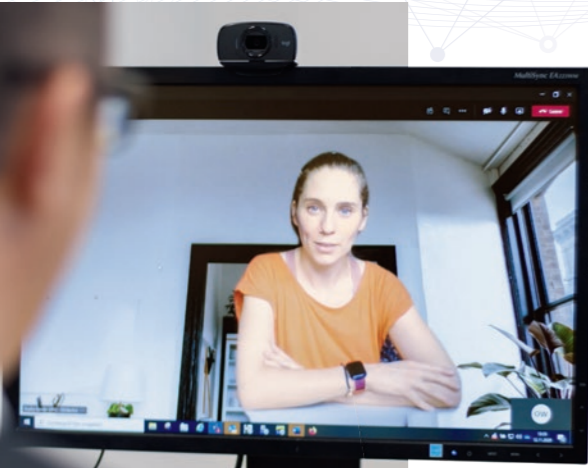
Ist in den vergangenen Monaten von Volkswagen in Poznań/Polen zum Leichtmetallzentrum Schwenklager in Braunschweig gekommen: BEATA FOITOR

Entsendung ... super! Aber in der Corona-Zeit?! Solche Gedanken gingen mir durch den Kopf. Trotzdem haben meine Familie und ich uns dafür entschieden. Der Anfang war schwer ... neues Land, neue Kollegen, Homeoffice und noch 14 Tage in Quarantäne mit einem kleinen Kind.

Aber meine Kollegen haben mich sehr unterstützt. So konnte ich gut in die Arbeit eintauchen. Bis heute gibt es noch Dinge, die ich lerne, weil viele Themen und Prozesse anders geregelt sind. Aber das finde ich spannend. Man lernt, wie man auf unterschiedliche Arten und Weisen gut arbeiten kann.



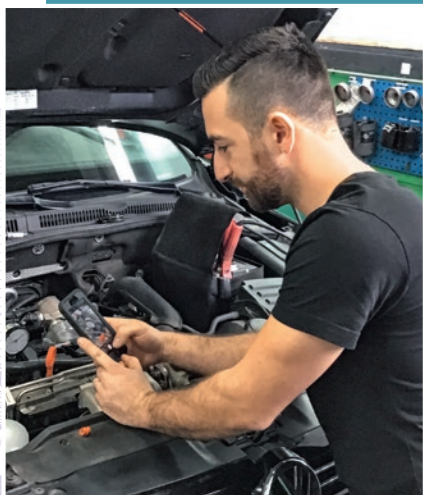
Autohäuser in Deutschland gehen neue Wege in der Krise



Sehr erfreulich: Viele Kunden begrüßen das Angebot von digitalen Verkaufsgesprächen über Microsoft Teams.

ROBERTO DE NOVELLIS aus dem Haus Held & Ströhle am Standort Wiblingen bei Ulm

„Für uns als Beschäftigte hat sich vor allem die Nähe zum Kunden verändert. Mit neuen Prozessen für die Fahrzeugannahme und -abholung kann der Kunde sein Fahrzeug zur Werkstatt bringen und abholen ohne direkten Kontakt zu uns. In der Pandemie schneller umgesetzt wurde die CROSS-Cam, eine digitale Werkstatt-App für die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sowohl der Werkstatt als auch des Servicebereichs. Ein echtes Highlight. Die Kommunikation zwischen uns als Mechanikern und den Serviceberatern hat sich durch CROSS-Cam total verbessert. Über unsere iPhones wählen wir die App aus. Alle Auftragsdetails sind hier abgebildet. Finden wir bei einer Inspektion unerwartete Schäden, können wir diese über die App abfotografieren und direkt den Serviceberater per Mail informieren. Einen so schnellen Austausch zwischen den Abteilungen gab es vorher nicht. Der Serviceberater ist in der Lage, das Foto sofort mit dem Kunden zu teilen. Und der kann direkt entscheiden, ob er den Schaden reparieren lassen möchte. Wenn ja, wird der Auftrag einfach erweitert. Die App ist eine Revolution in Sachen Zeitersparnis. Während die Kolleginnen und Kollegen aus dem Service die Kunden kontaktieren, kann ich weiter am Fahrzeug arbeiten. Das hat auch Vorteile für den Kunden. Die Arbeitszeit verringert sich und er kann sein Fahrzeug zeitnah abholen. Ist die Reparatur beendet, wird der Auftrag mit allen Leistungen, Informationen und Fotos im System abgelegt. Mithilfe der App ist auch hier die Auftragsabwicklung komplett ohne jeglichen Kundenkontakt möglich.“



Die Arbeit im Autohaus lebt vom direkten Austausch mit den Kunden. Was aber tun, wenn der plötzlich nicht mehr stattfinden kann? Beschäftigte der konzerneigenen Handelsgruppe Volkswagen Group Retail Deutschland berichten über neue digitale Lösungen.



Günter Hermann, Geschäftsführer Finanz und IT der Volkswagen Group Retail Deutschland

Mit Beginn der Pandemie haben wir als Handelsorganisation völliges Neuland betreten. Wir haben sehr schnell ein Krisenmanagement entwickelt, uns täglich ausgetauscht und eine Corona-Taskforce eingesetzt, um Notfallpläne und Hygienekonzepte für unsere Autohäuser auszuarbeiten.

Der erste Lockdown im Frühjahr 2020 traf besonders hart die Werkstätten, unser Kerngeschäft. Natürlich wurde auch der Verkauf von Neu- und Gebrauchtwagen durch die Schließung unserer Schauräume stark eingeschränkt. Durch Einsatzpläne im Werkstattbereich konnten wir dennoch die Mobilität aller systemrelevanten Gruppen wie Polizei, Feuerwehr oder Taxi-Service sicherstellen.

Überall dort, wo es möglich war, arbeiten unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter im Homeoffice. Für uns war dies sozusagen ein Echtzeitversuch. Es ist uns gut gelungen, das operative Geschäft weiterzuführen.“

HARALD PELLET Audi München GmbH, Audi Zentrum Albrechtstraße

„Zu Beginn der Pandemie haben wir nach neuen Möglichkeiten gesucht, wie wir unsere Kunden auch während des Lockdowns und mit geschlossenen Verkaufsräumen Beratungen zum Neuwagenkauf anbieten können. Im Eilverfahren konnten wir Verkäufer auf ein digitales Angebot zugreifen. Ab dann liefen die Gespräche über Microsoft Teams und schon konnte per Videokonferenz beraten werden. Autokauf ist in erster Linie Vertrauenssache, da war es schön, sich zumindest digital gegenseitig in die Augen sehen zu können. Sowohl wir Verkäufer als auch die Kunden waren dankbar, diese Möglichkeit der Online-Termine zu haben. Viele Kunden nutzen dieses Angebot nach wie vor. Ich bin sicher, das wird uns auch erhalten bleiben.“

Vertrieb Europa: Taskforce-Modus mit den Importeuren

Als die Corona-Pandemie Europa erreichte, mussten die Business Manager im Vertrieb Europa flexibel reagieren – immer im engen Schulterschluss mit ihren Partnern bei den Importeuren.

Im Vertrieb Europa hat jeder Importeur der Marke Volkswagen Pkw einen zentralen Ansprechpartner. So ziemlich alle vertrieblichen Belange des Marktes werden mit diesem Business Manager besprochen und geplant. Als das Virus nach Europa kam, begann für den Vertrieb eine intensive Phase mit vielen Herausforderungen.



Nina Schanda, Business Managerin Österreich

„Wir haben die Kommunikation sofort intensiviert und auf Skype und Teams umgestellt. Obwohl seit Monaten keine Dienstreisen stattfinden können, habe ich so meine Partner beim Importeur noch mal besser kennengelernt, mit gegenseitigem Blick in unsere Wohn- und Arbeitszimmer. Anfangs der Pandemie stand der Markt Österreich nahezu still. Dann griffen die digitalen Lösungen des Importeurs unter dem Motto ‚Einfach alles – und alles einfach online‘.“



Anna Trauter, Business Managerin Schweden

„In Schweden gab es zwar keinen offiziellen Lockdown, aber auch hier integrierten die Händler Online-Verkauf und Fahrzeugauslieferung vor die Haustür in ihr Angebot. Unsere ID Modelle sind im Markt sehr erfolgreich angelaufen. Digitale Trainings haben den Handel gut vorbereitet. Außerdem hat sich der Importeur über Social Media kreative Formate einfallen lassen, zum Beispiel eine Snapchat-Kampagne für den ID.3¹.“



Christopher Hunstiger, Business Manager Polen

„In Polen verdient der Handel einen Großteil seiner Marge über Neuwagenverkäufe, deswegen ist es umso wichtiger, hier gezielte Maßnahmen zu ergreifen. Um den Kunden zusätzlich Kaufanreize zu bieten, konnte der Importeur auf Möglichkeiten von besonderen Finanzierungsangeboten zugreifen. Das war Bestandteil eines Stützungsprogramms, das seitens Vertrieb Europa übergreifend für alle Märkte ausgearbeitet wurde. Wichtige Absprachen und auch Händlerkonferenzen haben problemlos digital stattgefunden. Hier sind auch für die Zukunft hybride Konzepte denkbar. Den persönlichen Kontakt zu dem Importeur ersetzt die digitale Zusammenarbeit aber nicht.“



Manuel Müntjes, Business Manager Niederlande

„Mit ID.3¹ und ID.4² haben wir eine der größten Markteinführungen in der Geschichte von Volkswagen in den Niederlanden absolviert – und das unter erschwerten Corona-Bedingungen. Wir haben von Anfang an in den Krisenmodus geschaltet, pragmatisch und flexibel. Unsere Kunden sind sehr technologieaffin, was den Einsatz von digitalen Medien, Video-Tutorials oder Online-Verkaufsberatung erleichtert. Interessant in der Zusammenarbeit mit dem Importeur ist, dass der digitale Raum leichter zugänglich ist. Es werden agil und schnell neue Lösungen geschaffen. Mehr Teilnehmer können gleichzeitig und direkter informiert werden.“



Jörg Michelsen, Business Manager Frankreich

„Frankreich ging im März letzten Jahres zum ersten Mal in den harten Lockdown. Das fiel genau in die Markteinführung des neuen Golf. Dass die geplanten Events ausgefallen sind, hat dem Handel wehgetan. Sehr schnell sind daraus aber Konzepte entstanden, die bei den Markteinführungen von ID.3¹ und ID.4² geholfen haben – zum Beispiel Online-Präsentationen beim Händler und digitale Verkaufsgespräche. Herausfordernd war auch die Planung der Logistik und Produktion, die in der Regel wochenlangen Vorlauf braucht. Mehr Kommunikation und noch engere Verzahnung haben dazu beigetragen, diese Zeit bisher zu meistern.“

¹ID.3: Stromverbrauch kombiniert in kWh/100 km (NEFZ): 15,4–14,5; CO₂-Emission in g/km: 0; Effizienzklasse: A+

²ID.4: Stromverbrauch kombiniert in kWh/100 km (NEFZ): 16,9–15,5; CO₂-Emissionen kombiniert in g/km: 0; Effizienzklasse: A+



Media Drives und Premieren: Fahrzeugpräsentationen unter erschwertten Bedingungen

Weltpremieren und Journalistenfahrveranstaltungen fanden auch in den vergangenen Monaten während der Pandemie statt.

Organisation und Durchführung von Events unter strengen Vorgaben des Gesundheitsschutzes sind eine besondere Herausforderung. Martin Hube, Pressesprecher Produktkommunikation, und Christian Genz, Projektleiter Global Media Events, berichten von ihren Erfahrungen.

Hube: „Während der Pandemie war ich an drei International Media Drives beteiligt. Zuletzt haben wir Journalisten im südniedersächsischen Nörten-Hardenberg die Möglichkeit gegeben, unseren neuen ID.4 GTX¹ zu fahren.“ Die Resonanz der Gäste war hervorragend, sagt Hube: „Die Medienvertreter waren begeistert vom Auto, aber auch von der Veranstal-

tung selbst. Unsere Gäste haben sich sicher gefühlt.“

Der Aufwand für erfolgreiche Veranstaltungen ist in Zeiten von Corona für alle Beteiligten noch einmal größer. „Nicht vorhersehbare Inzidenzen und sich verändernde Vorgaben für die Durchführung von Events machen langfristige Planungen fast unmöglich. Die Journalisten kommen normalerweise aus der ganzen Welt zu unseren Fahrveranstaltungen. Reisebeschränkungen sorgten dafür, dass einige Gäste drei Tage vor ihrer geplanten Anreise nicht wussten, ob sie kommen dürfen“, sagt Hube.

Auch die Auswahl eines geeigneten Veranstaltungsortes ist herausfordernd. „Wir benötigen mehr Platz, damit die



Martin Hube
Pressesprecher
Produktkommunikation



Mit Abstand: Martin Hube (links) und Journalist Dietmar Stanka bei einem Videodreh.

Abstände zwischen den Gästen eingehalten werden können – auch wenn wir die Teilnehmerzahl pro Tag bereits reduziert haben. Viele Hotels und Gastronomiebetriebe hatten wegen Corona seit Monaten geschlossen, nutzten die Zeit für Renovierungen oder mussten Personal aus der Kurzarbeit zurückholen. Auch dank der hervorragenden Unterstützung der Kollegen von der Driving Experience konnten wir diese Veranstaltung so umsetzen, dass die Medienvertreter professionell arbeiten konnten“, sagt Martin Hube.

„Der Volkswagen Air Service am Flughafen Braunschweig war unser Startpunkt der Veranstaltung, die Kollegen dort haben das alles perfekt organisiert: Hier gab es sogar einen freiwilligen Schnelltest für unsere Gäste, der häufig genutzt wurde – und glücklicherweise immer negativ war. Nach jeder Fahrt eines Journalisten müssen unsere Testwagen desinfiziert werden – ebenso die Tische und Stühle in unserem Briefingraum. Snacks, die unsere Gäste für ihre Touren in die Autos gereicht bekommen, müssen vorher einzeln verpackt werden. Und für den Ausschank von Getränken benötigen wir Personal, damit nicht mehrere Personen

hintereinander die gleiche Kaffeekanne anfassen“, sagt Pressesprecher Hube.

Sein Fazit: „Es war viel Arbeit, aber sie hat sich gelohnt. Die Medienvertreter und auch wir haben uns gefreut, einander persönlich wiederzusehen. Unsere Autos persönlich zu erleben, ist für die Journalisten einfach wichtig.“

Weltpremiere des ID.4 GTX

Einige Wochen vor dem Media Drive fand die Weltpremiere des ID.4 GTX in Berlin statt. Zunächst für bis zu 50 Gäste vor Ort geplant, konnte die Veranstaltung wegen der Corona-Situation ausschließlich online stattfinden. Verantwortlich für das Event war Christian Genz: „Auch für uns war eine langfristige, verbindliche Planung nicht möglich. Das war die größte Herausforderung.“

Ein rein digitales Event unterscheidet sich bei Organisation und Umsetzung sehr von einer Premiere mit Gästen. Genz: „Ursprünglich war eine Tribüne geplant, auf der die Gäste während der Veranstaltung Platz nehmen sollten. Die war kurzfristig nicht mehr nötig, weil die Regeln in Berlin keine Präsenzveranstaltungen erlaubten. Das



Weltpremiere: Christian Genz mit dem ID.4 GTX.

entworfene Wegeleitsystem wurde überflüssig. Auch die Architektur in der Halle, Kameraoptiken und Beleuchtung mussten für eine Online-Übertragung angepasst werden.“

Am Ende ist aber auch Christian Genz zufrieden: „Alle Beteiligten hätten sich gefreut, Gästen vor Ort unseren ID.4 GTX zu präsentieren und das Erlebnis einer spektakulären Premiere zu ermöglichen. Die Rückmeldungen zu unserer Online-Veranstaltung waren aber großartig. Die Arbeit hat sich wirklich gelohnt.“ ●

Die Autos der Zukunft: Wolfgang Müller-Pietralla neben einem Modell, das neue Formen der Mobilität zeigt.

INTERVIEW

„Das eigene Auto ist in der Pandemie wichtiger geworden“

Zukunftsforscher Wolfgang Müller-Pietralla im Interview

Herr Müller-Pietralla, könnte die Corona-Pandemie unsere Mobilität langfristig verändern?

Es gibt bereits verschiedene Untersuchungen zu den Auswirkungen der Pandemie auf unsere Mobilität. Zuletzt haben wir interessante Daten über das Mobilitätsverhalten in Metropolen wie Chicago, Mumbai, Madrid und Peking bekommen. Wir sehen dort, dass Autofahren für die Menschen wichtiger geworden ist. Gleichzeitig wird sehr deutlich, dass die Leute gerne zu Fuß oder mit dem Fahrrad unterwegs sind. Das ist ein Trend, der bis zum Jahr 2030 noch deutlich zunehmen wird, denn Gesundheit hat eine immer größer werdende Bedeutung für die Menschen. Wir sehen in den Untersuchungen auch, dass das Homeoffice auch langfristig einen viel größeren Stellenwert einnehmen wird. Wir werden künftig in den Städten deshalb spürbar weniger Pendler haben. Auch der Online-Handel hat enorm zugenommen. Weniger Menschen fahren in die Innenstädte, um dort einzukaufen. Das sind Tendenzen, die es vor Corona schon gab, die sich durch die Pandemie aber noch mal klar verstärkt haben.

Was bedeuten diese Trends für Volkswagen und was macht das mit unseren Städten?

Manche Städte haben auf die größere Anzahl an Fahrradfahrern und Fußgängern

bereits reagiert und die Rad- und Fußgängerwege ausgebaut. Teilweise wurden dafür auch ganze Straßen umfunktioniert. Ich glaube, dass das nicht wieder zurückgedreht wird. Das bedeutet für uns als Automobilhersteller nicht unbedingt, dass wir weniger Autos absetzen werden. Auch in der Pandemie hat die Nachfrage nach Autos insgesamt nicht nachgelassen. Dieser Mobilitätstrend geht ganz klar zulasten der öffentlichen Verkehrsmittel, nicht zulasten des Autos. Autofahrten nehmen insgesamt zu. Das liegt auch daran, dass wir heute sehr gut wissen, dass bereits wenige Corona-Infizierte in vollen Bussen und Bahnen anstecken. In den großen Metropolen lassen sich die Mindestabstände in öffentlichen Verkehrsmitteln zu den Stoßzeiten überhaupt nicht einhalten. Auf der anderen Seite darf man auch nicht vergessen: Viele Menschen auf der Welt können sich kein eigenes Auto leisten. Insgesamt könnte das Verkehrsaufkommen in den Städten zurückgehen. Das trägt auch dazu bei, dass wir die Klimaziele besser erreichen können. Für uns als Fahrzeughersteller heißt das auch, dass wir künftig noch mehr Anstrengung in den Schutz von Fußgängern und Radfahrern im Straßenverkehr investieren müssen.

Wie könnte sich die Nutzung von Mobilitätsdienstleistungen wie Carsharing durch die Pandemie verändern?

Fahrgemeinschaften, Carsharing oder Taxi- und Ride-Hailing-Dienste haben aktuell sowohl an Nutzung als auch an Präferenz verloren und müssen nun das Vertrauen der Kunden zurückgewinnen.

Attraktiv bleibt für viele Menschen aber die Vorstellung, mit wenigen Insassen in einem Auto gefahren zu werden – in welcher Form auch immer, beispielweise in selbstfahrenden Autos.

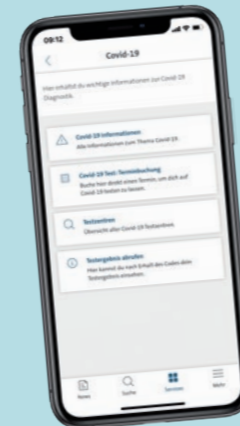


Studien zeigen: Das Auto ist und bleibt für die meisten Menschen im Alltag wichtig. Elektromobilität gewinnt dabei immer mehr Attraktivität.

Obwohl die Pandemie zu einem Rückgang der Nutzung von Shared Mobility geführt hat, erwarten wir, dass sich diese nach der Krise wieder erholen wird. Und die Verbreitung von Shared-Mobility-Diensten wie Uber und Taxify zeigt, dass darin noch viel Potenzial steckt. •

„Wir wollen nah an die Beschäftigten“

Durch Homeoffice und Kurzarbeit: Die Pandemie hat die Kommunikation zwischen Unternehmen und Beschäftigten verändert. Die Interne Volkswagen Kommunikation hat in den vergangenen Monaten Neues gewagt.



Wie geht Kommunikation in der Krise? Ein lebendiges Intranet und eine App sind wichtig. Das belegen rund 300.000 Klicks pro Tag allein auf der Startseite im 360° Volkswagen Net und rasant gestiegene Nutzerzahlen der 360° Volkswagen App: Vor Corona waren 27.000 Beschäftigte in der App, heute sind es 68.000. „Mit Net und App haben wir digitale Kanäle, mit denen wir nah an den Beschäftigten sind“, sagt Dirk Borth. Gemeinsam mit Jörg Lünsmann leitet er die Interne Kommunikation für Konzern und Marke (K-SE-I). Dabei geht's auch um Service rund um Corona: Wer will, meldet sich per App betriebsintern zum Impfen an – und findet im 360° Volkswagen Net alles rund um Covid-19. Lünsmann: „Das Wichtigste für gute Kommunikation in der Krise ist ein gutes Netzwerk der Kommunikatoren aus Fachbereichen, Standorten und Marken. Ohne die Kolleginnen und Kollegen geht nichts!“

Information steht an erster Stelle

Schnelligkeit ist Trumpf! Alles Wissenswerte liefert ein Covid-19-Newsticker im 360° Volkswagen Net. Auf der Covid-19-Themenseite finden sich die gesamten aktuellen Regelungen, die bei Volkswagen gelten. Ein kleines Grafik-Team erstellte Poster, Plakate, Icons und ein Booklet „Zusammen gegen Corona“ mit den wichtigsten Tipps und Regeln.

Neue Formate: Video, Audio und Magazin

Kommunikation trotz Kontaktbeschränkungen – nicht einfach. Braucht es zum Beispiel für einen Videodreh für gewöhnlich viele Menschen hinter den Kulissen, geht es jetzt auch anders: Ein Mini-Team der Internen Kommunikation ist in der Krise vor Ort. Dreh, Ton, Schnitt und



Beinahe rund um die Uhr über Teams im Austausch: das Team der Internen Kommunikation.

Feinschliff funktionieren unter Einhaltung aller Corona-Regeln. Neue Formate sind entstanden. Zum Beispiel Podcasts wie „Kilians Update“ und wöchentliche Audio-News. Inzwischen gibt's im Team sogar Nachrichtensprecher am Mikrofon. Neu sind auch die gedruckten 360° Magazine. Die Themen bisher: „E-Mobilität“, „Nachhaltigkeit“, „Beschäftigung im Wandel“ sowie „Fußball-Europameisterschaft“ – und eben dieses „Corona“-Heft.

Beschäftigte kommen zu Wort

Fast alle Kolleginnen und Kollegen der Internen Kommunikation sind in mobiler Arbeit – sie ist digitaler geworden. Dabei entstanden Geschichten und Serien mit Beschäftigten im Mittelpunkt. Beispiele: „Ich hatte Corona“ und „Ein Anruf bei ...“. Dass sie einen Nerv trafen, belegen zahlreiche Kommentare unter den Beiträgen in Net und App.



Wie geht's weiter?

Die Interne Kommunikation bleibt Treiberin des Wandels, motiviert Beschäftigte und fördert hierarchieübergreifend den Austausch. Daran ändert auch Corona nichts! •

Corona: Kollege lag im Koma und verlor sein Gehör

Hartmut Blum vom Standort Wolfsburg hat ein Horrorjahr 2020 hinter sich. Er warnt vor Corona und appelliert auch an die Kollegen bei Volkswagen, nicht leichtsinnig zu werden und sich impfen zu lassen.

Weil das Virus die Sinneshärchen im Ohr zerstört hat: Hartmut Blum kann nur dank eines Implantats wieder hören.

Hinter Hartmut Blum liegt das schlimmste Jahr seines Lebens: Der Mitarbeiter des Standorts Wolfsburg erkrankte im März 2020 an Corona und überlebte das Virus nur knapp. Noch heute kämpft der Beschäftigte aus der Regionalstrategie und

-steuerung Südamerika mit den Folgen: Vor allem ist er taub und kann nur dank eines Implantats hören. Seine Geschichte erzählt der 61-Jährige, um zu warnen: „Corona ist eine tückische Krankheit – auch für Menschen ohne Vorerkrankungen wie mich.“

Mitte März 2020 in Blums Büro in Wolfsburg: Kollegen kommen herein, fangen sofort an zu schwitzen und fragen: „Wieso ist die Heizung so hochgedreht? Ist dir kalt?“ Ja, Hartmut Blum ist kalt. Sehr kalt. Als ihm einen Tag später auch noch übel wird und er sich schlapp fühlt, geht er zu seinem Hausarzt. Der attestiert ihm einen grippalen Infekt.

Zwei Tage später: Der Mitarbeiter kommt kaum noch aus dem Bett. Seine Stimme ist weg, er ist kurzatmig. Seine Frau ruft den ärztlichen Bereitschaftsdienst. Die Diagnose des Mediziners: grippaler Infekt. „Meine Frau hatte damals schon den Verdacht, dass ich Covid-19 habe“, erinnert sich Hartmut Blum.

Als es ihm zwei Tage später noch schlechter geht und er kaum noch atmen kann, sagt sich seine Frau endgültig: So habe ich meinen Mann noch nie gesehen – hier stimmt etwas nicht! Sie ruft einen Notarzt. Per Rettungswagen kommt Blum ins Krankenhaus seines Wohnorts Gifhorn, rund 25 Kilometer von Wolfsburg entfernt. „Erinnern kann ich mich daran nicht mehr. Ich war viel zu schlapp, habe nur geschlafen.“ Damals, gibt er zu bedenken, nahm die Pandemie in Europa erst ihren Lauf. „Man wusste wenig über Corona. Und es gab kaum Möglichkeiten zu testen.“

Dann wird ein Test gemacht. Das Ergebnis: positiv. Und auch seine Frau und seine beiden Kinder hat es erwischt: Auch bei ihnen wird das Virus nachgewiesen. Während es seiner Familie gut geht, kämpft Hartmut Blum um sein Leben. Aus Gifhorn ist er in die Medizinische Hochschule Hannover (MHH) verlegt worden, in eine neu eingerichtete Station für Covid-19-Patienten. „Dort war ich der zweite schwere Corona-Fall überhaupt.“

An Beatmungsgeräte angeschlossen, liegt er in Bauchlage im künstlichen Koma. Besuchen darf ihn niemand, telefonisch hält seine Familie Kontakt zu den Ärzten. „Sie haben meiner Frau und meinen Kindern immer Mut gemacht, dass ich es trotz der

Entzündungen in beiden Lungenteilen schaffen kann und überleben werde. Es sah überhaupt nicht gut aus.“ Zwölf Tage dauert es, bis sich Blums Gesundheitszustand so sehr gebessert hat, dass er nicht mehr beatmet werden muss.

Seine Leidenszeit ist damit aber längst nicht zu Ende. Denn: Nach dem Erwachen aus dem Koma hört er nichts mehr. „Es fing an mit einem fürchterlichen Geräusch. Es war, als würde ein Hubschrauber genau neben mir starten.“ Die Hoffnung, dass das Gehör wieder funktioniert, ist einen Tag später völlig dahin. „Ein Arzt stand neben mir und gab mir ein Handy. Meine Frau war dran. Ich habe sie nicht verstanden.“ Ein Neurologe stellt fest: Hartmut Blum ist beidseitig taub. Außerdem ist er entkräftet, hat zwölf Kilogramm innerhalb von zwölf Tagen abgenommen. „Ich konnte nicht einmal allein aus einer Schnabellasse trinken und musste wieder lernen zu gehen.“

Als sich der Patient halbwegs erholt hat, unter anderem im Gifhorer Krankenhaus, geht es zurück in die MHH. Auf dem Weg dorthin hält die Besatzung des Krankentransportwagens auf einem Parkplatz und öffnet die Türen, damit er seine Frau und seine beiden Kinder sehen kann. „Das war ein sehr emotionaler Moment, den wir nie vergessen werden.“ In Hannover versuchen

die Ärzte, Hartmut Blums Gehör zu retten. Die gute Nachricht: Der Hörnerv ist intakt, deshalb können sie ein Implantat ins rechte Ohr einsetzen. Der Eingriff gelingt, Blum geht es ein wenig besser. Den Ärzten zufolge steht fest: „Die Corona-Viren haben vermutlich die Sinneshärchen in der Hörschnecke zerfressen.“

Ende April 2020 wird Blum aus dem Krankenhaus entlassen und wartet auf einen Platz in der Reha. Um fit zu werden, fährt er Rad – und stürzt. Mittelhandknochen und Schlüsselbein sind gebrochen. Doch auch von diesem Rückschlag erholt er sich. Nach dem Werksurlaub beginnt die Reintegration. Seit August vergangenen Jahres arbeitet er aus dem Homeoffice wieder in Vollzeit.

Was den Beschäftigten freut: „Es haben unglaublich viele Kollegen aus Wolfsburg und Südamerika Genesungswünsche geschickt – das hat gutgetan.“ Sein großer Wunsch: dass das Virus besiegt wird. „Dafür darf aber niemand leichtsinnig werden, und es müssen sich alle bitte immer an die gültigen Abstands- und Hygieneregeln halten.“ Außerdem appelliert Hartmut Blum auch an die Kollegen, sich gegen Corona impfen zu lassen, damit das normale Leben endlich dauerhaft zurückkehrt: „Impfen geht jetzt ja auch im Volkswagen Gesundheitswesen.“ •

So hilft Volkswagen Menschen auf der ganzen Welt



Soziales Engagement gehört zur DNA von Volkswagen. Das hat sich in der Corona-Krise einmal mehr bestätigt. Auf dieser Doppelseite zeigt 360° ausgewählte Beispiele für Hilfe im Großen wie im Kleinen auf der ganzen Welt.

Spende: Medizinisches Material im Wert von 40 Millionen Euro

Medizinisches Material, das der Volkswagen Konzern im Rahmen seiner Corona-Hilfen spendet, ist im Juli 2020 vollständig in Deutschland angekommen. Insgesamt umfasst die Spende knapp zehn Millionen Schutzmasken, sechs Millionen Paar Einweghandschuhe, 300.000 Schutzanzüge, 200.000 Schutzbrillen, 10.000 Infrarot-Messpistolen und 250.000 Liter Desinfektionsmittel. Der Volkswagen Konzern hatte Mitte März in China medizinische Ausrüstung bestellt, um sie Ärzten und Krankenhäusern in Deutschland zur Verfügung zu stellen. Der Gesamtwert der Güter beträgt rund 40 Millionen Euro. Darüber hinaus organisiert und liefert der Konzern entsprechend einer Rahmenvereinbarung mit dem Bundesgesundheitsministerium medizinische Materialien, die der Bund bestellt hat.

Freistellung für Arbeit im Gesundheitswesen

Die Volkswagen AG stellt ab März 2020 Beschäftigte mit medizinischer Qualifikation für bis zu 15 Arbeitstage frei und zahlt ihr Entgelt fort, wenn sie sich freiwillig im öffentlichen Gesundheitswesen engagieren. Zur Zielgruppe zählen Ärzte, Notfallsanitäter, Rettungsassistenten und -sanitäter sowie Krankenpflegekräfte und Praxispersonal, das an den deutschen Standorten der Volkswagen AG arbeitet. Zusätzlich zu Beschäftigten, die bei Volkswagen hauptberuflich in diesen Berufsfeldern tätig sind, sollen bei Bedarf auch Beschäftigte freigestellt werden, die über entsprechende medizinische Qualifikationen verfügen und sich beispielsweise ehrenamtlich als Rettungskräfte engagieren.



Hilfe für Lkw-Fahrer

Die Traton Group und ihre Marken wollen im April 2020 durch gezielte Hilfsaktionen zur Überwindung der Corona-Krise beitragen. So unterstützt Traton zum Beispiel den Verein „DocStop für Europäer“, der für eine Verbesserung der medizinischen Versorgung und der Arbeitsbedingungen von Bus- und Lkw-Fahrern sorgt, wenn diese während der Pandemie in ihren Fahrzeugen unterwegs sind. Scania und MAN Truck & Bus initiieren darüber hinaus eigene Hilfsaktionen: Scania hat unter anderem Schutzmasken an schwedische Krankenhäuser gespendet. Zudem verteilen in der Aktion „MAN übernimmt Verantwortung“ Mitarbeiter von MAN Truck & Bus für den Verein „Lichtblick“ ehrenamtlich Lebensmittelpakete an Bedürftige im Raum München.



Lebensmittel für die Tafel

Die Betriebsrestaurants bei Volkswagen sind ab Mitte März 2020 aufgrund der Corona-Krise geschlossen. Im Kühlhaus der Wolfsburger Zentralküche stapeln sich die Lebensmittel, darunter Zehntausende Portionen an verzehrfertigen Gerichten. Einen Großteil spendet Volkswagen an die Gifhorner Tafel, zum Beispiel 6.000 Portionen Bolognesesauce, 5.000 Portionen Nudeln und 700 Liter Hochzeitssuppe (das entspricht etwa fünf gefüllten Badewannen).



Unterstützung für Wolfsburger Gesundheitsamt

Volkswagen und die Stadt Wolfsburg arbeiten ab November 2020 bei der Erkennung von Corona-Fällen noch enger zusammen: Der Testcontainer am Tor Ost kann auch vom städtischen Gesundheitsamt genutzt werden. Dies bedeutet für die Verfolgung und vor allem für die frühzeitige Unterbrechung von neuen Infektionsketten eine wirksame Unterstützung.

Fast 664.000 Euro für Kinder in Not

Die Volkswagen Belegschaft hilft im September 2020 den Ärmsten der Armen: Die Beschäftigten an den deutschen Standorten spenden 663.983 Euro für die Corona-Nothilfe von „terre des hommes“. Zu der Spendenaktion hat der Vorstand aufgerufen. Mit dem Geld finanziert das Kinderhilfswerk medizinische und soziale Projekte an Volkswagen Standorten in Brasilien, Mexiko, Indien und Südafrika (Uitenhage). Die jährliche Spendenaktion für „terre des hommes“ hat bei Volkswagen Tradition: So verzichteten die Mitarbeiter erstmals im Mai 1998 zu Gunsten der Hilfsorganisation auf einen Stundenlohn. Seitdem sind rund 25 Millionen Euro gespendet worden.

Krankenhaus-Bau in Südafrika

Die Volkswagen Group South Africa baut im Juni 2020 ihre ehemalige Fabrik in Neave in ein temporäres Krankenhaus zur Behandlung von Covid-19-Patienten um. Nach lediglich siebenwöchiger Umbauzeit wird der erste Teilbereich des Krankenhauses an die staatliche Gesundheitsbehörde übergeben. Das Hospital bietet im Bedarfsfall Kapazitäten für die Behandlung von 1.485 Patienten. Nach Abschluss der gesamten Bauphase wird die 66.000 Quadratmeter große Einrichtung mehr als 3.300 Patienten aufnehmen können. Das Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung stellt 5,2 Millionen Euro zur Verfügung. Volkswagen Südafrika spendet zusätzlich 1,3 Millionen Euro und koordiniert die Einrichtung des Krankenhauses sowie die Beschaffung von Schutzausrüstung für Mitarbeiter von regionalen Krankenhäusern und Covid-19-Testzentren.

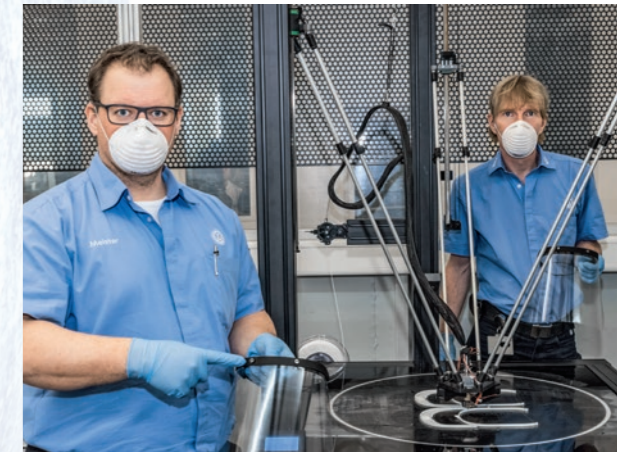


Fünf Millionen Euro für Flüchtlinge

Siemens und der Volkswagen Konzern spenden im September 2020 gemeinsam fünf Millionen Euro als humanitäre Soforthilfe für geflüchtete Menschen in Moria. Nach dem Großbrand in dem Flüchtlingslager auf der griechischen Insel Lesbos hat sich die Situation der Menschen dramatisch zugespitzt. Sie sind notdürftig auf griechischen Marineschiffen und in provisorischen Zelten untergebracht. Die Mittel erhält das Deutsche Rote Kreuz, um damit die umfassenden Hilfsaktionen der internationalen Rotkreuz- und Rothalbmond-Bewegung für geflüchtete Menschen in Griechenland zu unterstützen.

Produktion von Gesichtsschilden

Der Volkswagen Konzern hat im Rahmen der Corona-Krise im April 2020 begonnen, Halterungen für Gesichtsschilder im 3D-Druck-Verfahren zu produzieren. Dies ist Teil einer Initiative mit Airbus und dem 3D-Druck-Netzwerk „Mobility goes Additive“. Gedruckt wird in den großen 3D-Druck-Zentren in Wolfsburg sowie Ingolstadt und auch an weiteren Standorten der Marken Audi, Bentley, Bugatti, MAN Truck & Bus, Porsche, Volkswagen sowie bei Volkswagen Group Components und Volkswagen Motorsport.



Eine Million Euro für Flüchtlinge

Der Volkswagen Konzern spendet im April 2020 eine Million Euro für die Sofort- und Nothilfe für die von der Corona-Pandemie bedrohten Flüchtlinge in Syrien, der Türkei und Griechenland. Die finanziellen Mittel erhält das Deutsche Rote Kreuz (DRK), das die Hilfe mit den nationalen Organisationen des Roten Kreuzes und des Roten Halbmonds organisiert und durchführt.

Flexibel reagiert

Volkswagen Service Factory: Die rund 2.800 Beschäftigten des internen Dienstleisters haben während der Pandemie viel Kreativität und Zusammenhalt bewiesen.

3 Fragen an

Zenab Ataman, Geschäftsführerin der Service Factory



Wie ist die Service Factory bislang durch die Pandemie gekommen?

Im Großen und Ganzen sind wir bisher erstaunlich gut durch die Zeit gekommen. Unsere Beschäftigten haben in dieser Situation sehr flexibel reagiert, dafür möchte ich mich bei all meinen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern ausdrücklich bedanken. Eine große Herausforderung war unter anderem die Sicherstellung der Versorgung unserer Belegschaft, die nicht im Homeoffice war. Das Arbeiten unter den Hygienevorgaben war eine gewaltige Aufgabe, die unsere Kolleginnen und Kollegen vorbildlich gelöst haben. In einigen Bereichen mit Unterbeschäftigung mussten wir dagegen mit Kurzarbeit reagieren. Zusammengefasst sind wir nur so gut durch die Pandemie gekommen, weil wir die damit verbundenen Herausforderungen schnell angenommen und bereichsübergreifend super zusammengearbeitet

haben. Und viel daraus gelernt haben wir auch: Wir sind jetzt flexibler und digitaler unterwegs.

Worauf sind Sie besonders stolz?

Darauf, wie gut wir diese schwierige Zeit gemeistert haben. Zum einen haben wir durch Flexibilität und Einsatzbereitschaft den erforderlichen Betrieb aufrechterhalten, zum Beispiel bei der Unternehmenssicherheit und Teilen der Gastronomie. Zum anderen haben wir die Zeit auch genutzt, um Veränderungen und nachhaltige Initiativen umzusetzen. Hier fallen mir spontan der Lieferservice, der Ausbau der privaten Vermietung unserer Fahrzeugpoolflotte oder auch unser Projekt „zweitwerk“ ein. Nicht zu vergessen: Nach dem Betriebsrestaurant „Nordwind“ am Standort Hannover stellen wir auch das Betriebsrestaurant im Markenhochhaus am Standort Wolfsburg auf ein rein vegetarisches Angebot um. Wir haben also nicht nur unser Tagesgeschäft mit Bravour gemeistert, sondern auch unser Angebot für die Beschäftigten weiterentwickelt. Darauf können wir gemeinsam stolz sein.

Wie geht's nach dem Werksurlaub weiter?

Das hängt sehr von der Entwicklung der Pandemie und den damit verbundenen Auflagen ab. Ich hoffe, dass wir nach dem Werksurlaub – auch dank der Impfkampagne von Volkswagen – wieder mehr in Richtung Normalität gehen und unter den dann geltenden Hygienemaßnahmen wieder vor Ort zusammenkommen können. •

Wie die Currywurst der Pandemie trotzt

Seit 1973 wird die Currywurst bei Volkswagen hergestellt, rund 25.000 täglich, mehr als sieben Millionen pro Jahr. Doch mit der Pandemie schlossen die meisten Betriebsrestaurants oder schränkten ihr Angebot ein. Und die Currywurst? Statt Absatzeinbruch sorgte sie für eine stabile Auftragslage in der hauseigenen Fleischerei.



Der Lebensmitteleinzelhandel habe von der Schließung der Gastronomie und dem Homeoffice vieler Menschen profitiert, sagt Bernd Huneke: „Die Menschen haben vermehrt Essen und Getränke im Supermarkt eingekauft – auch unsere Currywurst.“ Huneke ist seit über 30 Jahren in der Gastronomie bei Volkswagen tätig. Seit 2007 kümmert er sich um den externen Vertrieb der Produkte. Während seiner Trainerzeit bei der Frauenfußballmannschaft des VfL Wolfsburg lernte er Günther Bahrs, den Geschäftsführer mehrerer Edeka-Filialen in Wolfsburg, kennen und legte gemeinsam mit ihm den Grundstein für die Kooperation von Volkswagen und Edeka. Huneke: „Wir wollten nach dem Umbau der Fleischerei die Anlagen besser auslasten und suchten nach einem strategischen Partner, der in Sachen Symbiose und Wertigkeit zu Volkswagen passt.“

Was klein anfang, ist heute ein Millionen-geschäft. Knapp sieben Millionen Currywurst – und damit nur etwas weniger als im Vorjahr – stellten die 28 Beschäftigten der Fleischerei im Corona-Jahr 2020 her. Über 80 Prozent davon wurden abseits der Werk-gelände von Volkswagen verkauft. Wichtigster externer Absatzmarkt ist Edeka. Insbesondere



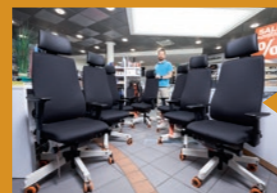
Kümmert sich um den externen Vertrieb der Produkte: Bernd Huneke.

in der Region Hannover-Minden, die rund 1.000 Märkte von der holländischen bis zur polnischen Grenze umfasst, kommt das Volkswagen Originalteil – so steht es auf jeder Currywurst – gut an. Hinzu kommen Autohändler sowie viele kleine Partner auf der ganzen Welt. Neben der berühmten Currywurst wurden auch der Gewürz-ketchup, die Suppen aus der Zentralküche und der Currywurst-Hotdog stärker nachgefragt als je zuvor.

An den Arbeitsabläufen in der Fleischerei habe sich dank des boomenden externen Geschäfts nicht viel verändert. Statt sonst beliebter Produkte wie Bouillon- oder Fleisch-wurst wurden mehr Currywürste hergestellt. Huneke: „Unsere Kernkompetenz ist die Mitarbei-terversorgung. Die ist für uns das A und O. Aber natürlich waren wir froh, dass uns das externe Geschäft während der Pandemie so gut über Wasser gehalten hat.“ Huneke und seine Kollegen aus dem Gastro-Team der Service Factory vermuten, dass sich mit der schrittweisen Lockerung der Regeln in den Werken das Geschäft wieder hin zu den Betriebsrestaurants verlagern wird. „Wir sind gut gerüstet, wenn die Leute zurück ins Werk kommen. Das externe Geschäft behalten wir im Auge, fahren aber auf Sicht. Bei neuen Produktideen prüfen wir immer auch die Lieferfähigkeit und bieten sie unseren externen Partnern an.“ •



Die Druckerei produzierte die Impfanschreiben für ca. 130.000 Beschäftigte der Marken Volkswagen und Volkswagen Nutzfahrzeuge.



Der Volkswagen Shop and more verkaufte über 700 Bürodrehstühle an Beschäftigte, die mobil von zuhause arbeiten.

Das Bilderfabrik Fototeam und die Produktkommunikation realisierten Corona-konforme Pressevents für die Welt-premieren von Golf Variant und ID.4⁵ im Studio.



Die Digitale Bilderfabrik versorgte einige Marken mit vollkonfigurierbaren Fahrzeugdarstellungen.



Das Volkswagen-eigene Start-up „zweitwerk“ eröffnete seinen ersten Showroom. Es stellt aus Ausschuss- und Überhang-materialien neue Designobjekte her.



Die Wolfsburger Werk-feuerwehr unterstützte das Gesundheitswesen, unter anderem indem sie ein Fahrzeug zu einem Infektionskrankentrans-transportwagen umrüstete.

Der Lieferservice bringt die Tagesgerichte und „Nimm's mit“-Produkte aus der Zentralküche zu den Beschäftigten nachhause.



Der Mobilservice stellt die Fahrzeuge aus seinem Fahrzeugpool nun jederzeit auch zur privaten Miete bereit. 130 der insgesamt 350 Geschäftsfahrzeuge sind bereits ein ID.3⁴ oder ID.4⁵.

¹Arteon R Shooting Brake: Kraftstoffverbrauch in l/100 km (NEFZ): kombiniert 7,9–7,7; CO₂-Emission (kombiniert) in g/km: 181–177; Effizienzklasse: D–C | ²Polo: Kraftstoffverbrauch in l/100 km (NEFZ): kombiniert 4,8–3,1; CO₂-Emission (kombiniert) in g/km: 110–90; Effizienzklasse: B–A+ | ³ID.4 GTX: Stromverbrauch in kWh/100 km (NEFZ): 16,3 (kombiniert); CO₂-Emission in g/km: 0; Effizienzklasse: A+

⁴ID.3: Stromverbrauch in kWh/100 km (NEFZ): 15,4–13,1 (kombiniert); CO₂-Emission in g/km: 0; Effizienzklasse: A+ | ⁵ID.4: Stromverbrauch kombiniert in kWh/100 km (NEFZ): 16,9–15,5; CO₂-Emissionen kombiniert in g/km: 0; Effizienzklasse: A+

Sie packten die Schutzpakete für die Belegschaft: die Kommunikationstrainees (von links) Nosiphelele Tsotsa, Litakazi Matikinca und Phiwokuhle Makhaza.



Mund-Nase-Schutzmaske
Disposable Medical Mask

Volkswagen in Südafrika

Seit fast genau 70 Jahren werden in Südafrika Volkswagen gebaut. Im Werk Kariega, früher Uitenhage, lief der erste Käfer am 31. August 1951 vom Band. Das war die Geburtsstunde der Volkswagen Group South Africa (VWSA). Heute bauen etwa 4.000 Mitarbeiter bei der VWSA den Polo. Der kleine Kompakte wird von Kariega aus in alle Welt exportiert. Für den südafrikanischen Markt fertigen die Mitarbeiter dort auch den Polo Vivo, die überarbeitete Version des Polo der fünften Generation. Polo Vivo und Polo führen die Verkaufsstatistiken in Südafrika seit vielen Jahren an. Volkswagen ist seit 2010 Marktführer im Pkw-Segment.

Sommerpause mit Care-Paketen und Tests

Südafrika: Rund 4.000 Mitarbeiter durchlaufen Tests vor Wiederanlauf

Pandemie-Zeiten im Werk Kariega (ehemals Uitenhage) und die Sommerpause steht bevor – wie soll aber die Fertigung am Ende der Sommerferien sicher für die Mitarbeiter wieder anlaufen? Sats Ranchod stand mit seinem Team aus der Personalabteilung und dem Gesundheitswesen vor dieser Herausforderung – eine Aufgabe wie diese hat es bei der Volkswagen Group South Africa (VWSA) noch nie gegeben. Ehe die Beschäftigten im Januar – da ist Hochsommer auf der Südhälfte der Erde – wieder an die Arbeit gingen, sollte jeder Mitarbeiter auf das Coronavirus getestet werden.

Ranchods Aufgabe war es, Tests für rund 4.000 Menschen zu organisieren. „Wir haben es als Mammutaufgabe gesehen und potenziell mit viel Gegenwind gerechnet“, erinnert er sich. Doch diese Befürchtungen schlugen bald ins Gegenteil um: Die Mitarbeiter waren schnell von dem Vorhaben überzeugt und mit an Bord. „Was mich wirklich berührt hat, war die Bereitschaft unserer Mitarbeiter, so kooperativ mitzumachen. Sie haben sich sehr gut an die Zeitpläne gehalten und standen uns ohne zu murren

bereit. Die niedrige Inzidenzrate war ein Spiegelbild all der Arbeit, die wir zusammen mit unseren Produktions- und Kommunikationskollegen zuvor geleistet hatten, um unsere Mitarbeiter über die Schutzmaßnahmen aufzuklären.“

Die Bereitschaft der Mitarbeiter, sich testen zu lassen, war groß

Vor der Sommerpause hatte die VWSA Kommunikationsabteilung für jeden Mitarbeiter des Unternehmens ein Corona-Schutzpaket zusammengestellt. Es enthielt Mund-Nasen-Schutzmasken, einen halben Liter Desinfektionsmittel, eine Corona-Infobroschüre mit Ratschlägen für die Prävention und ein pandemiebezogenes Malbuch sowie Bleistifte für Kinder.

Die Tests der rund 4.000 Beschäftigten gingen nach dem Jahreswechsel reibungslos über die Bühne. Schließlich kamen nur 69 Corona-Fälle zutage, also nur knapp zwei Prozent der Belegschaft – und das zu einer Zeit, als die zweite Infektionswelle in Südafrika auf dem Höhepunkt war.

Ranchod zog für sich persönlich eine positive Bilanz. Der Personaler betonte, wie erfüllend die Aufgabe für ihn gewesen sei. Es ging ja auch um viel – den Schutz und die Gesundheit von Kollegen und ihrer Angehörigen. •



Serientests nach der Sommerpause: Am Test-Container hatte die Sister Nonceba Mdaka – von allen nur „Sister Nonnie“ genannt – immer ein freundliches Wort für die Mitarbeiter.

Die Vision vom keimfreien Auto

Team aus Technischer Einwicklung will das Infektionsrisiko im Auto weiter verringern.

Reine Luft im Innenraum – dafür sorgt heute vom up! bis zum Touareg der Aktiv-Kombi-Filter. Er mindert die Belastung durch Pollen, Bakterien, Feinstaub oder Stickstoffdioxide. Aber geht das auch bei Viren wie SARS-CoV-2? Das untersucht ein Team aus der Technischen Entwicklung. Es wird von Thomas Drescher geführt. Er leitet die Vorentwicklung und Fahrzeugbeurteilung im Bereich Aufbauentwicklung. Der 54-jährige sagt: „Wir haben schon im ersten Lockdown im März 2020 überlegt, was wir gegen Viren und Bakterien tun können, um Menschen im Auto noch besser gegen eine Corona-Infektion zu schützen.“

So entstand das Viren-Team aus Forschern, Entwicklern und Innovationsexperten, Materialwissenschaftlern und einem Arzt. Zwei Dinge treiben sie um: die Desinfektion von Oberflächen gegen Tröpfcheninfektion und die Reinigung der Luft im Innenraum gegen die Aerosol-Übertragung von SARS-CoV-2.

Keine leichte Aufgabe. Denn im Auto gibt es neben einer Vielzahl unterschiedlichster Oberflächen wie Stoff, Leder, Kunststoff oder Glas auch jede Menge Stellen, die die Insassen berühren. Vom Lenkrad über den Schaltknopf bis hin zu Armaturen, Blenden, Bildschirmen, Blinkern und Tastern. Nicht zu vergessen sind die Tankklappe oder die Türgriffe.

Für all das sucht das Viren-Team Lösungen. Zum Beispiel antimikrobielle Oberflächen, die Viren oder

Bakterien bekämpfen. Auch beim Thema saubere Luft setzt das Team auf Technologie. Tests für einzelne Baugruppen laufen, ein Vorentwicklungsprojekt ist aufgesetzt. Drescher erklärt: „Uns ist wichtig, dass wir nur Maßnahmen erarbeiten, die eine echte Wirkung für Kunden haben.“ Placebos oder eine nur gefühlte Sicherheit vermeiden sie. Nur durch einen Mix verschiedener Maßnahmen lasse sich das Infektionsrisiko verringern. Durch Einzelmaßnahmen nicht. „Deshalb verfolgen wir genau, was es hier Neues gibt.“ Schließlich gehe es darum, die Kunden noch besser zu schützen. •



Keimfreies Auto: Das Viren-Team um Thomas Drescher setzt auf antimikrobielle Oberflächen, die Viren oder Bakterien bekämpfen.

Thomas Drescher am ID.4: Nur ein Maßnahmenmix vermindert das Infektionsrisiko.



*ID.4: Stromverbrauch kombiniert in kWh/100 km (NEFZ): 16,9–15,5; CO₂-Emissionen kombiniert in g/km: 0; Effizienzklasse: A+



Daniela Cavallo,
Vorsitzende
des Gesamt-
und Konzern-
betriebsrats der
Volkswagen AG

„Der Kontakt zu den Beschäftigten ist wichtiger denn je“

Hier spricht die Gesamt- und Konzernbetriebsratsvorsitzende Daniela Cavallo über ihre Erfahrungen in der Corona-Pandemie.

„Achtung, bitte verzichtet bei der Arbeit auf Händeschütteln und Umarmungen. Und wer sich nach einer Auslandsreise unwohl fühlt, sollte zügig einen Arzt aufsuchen.“ Diese überholt wirkenden Ratschläge stammen aus der März-Ausgabe 2020 der Betriebsratszeitung MITBESTIMMEN!. Da waren in China nach der ersten Corona-Welle gerade wieder die Werke angelaufen, Deutschland und Europa wappneten sich dagegen erst für das neuartige Virus. Mit dem erzwungenen Aufschieben von Betriebsversammlungen hat der Betriebsrat seitdem auf viele Kanäle gesetzt, um die Beschäftigten rund um die Themen der Mitbestimmung auf dem Laufenden zu halten. Ein kleiner Überblick.

Plötzlich gab es keine Betriebsversammlungen mehr – die wichtigste Großveranstaltung im Werk für Belegschaft und Betriebsrat. Der enge Kontakt zu unseren Beschäftigten ist in einer Krise wichtiger denn je. Deshalb haben wir so-

fort überlegt, wie wir weiterhin alle Kolleginnen und Kollegen erreichen.

In der Pandemie hat der Betriebsrat dann zum Beispiel seine ersten Podcasts aufgenommen. Hinzu kamen und kommen Videobotschaften, BR-Dialoge im Online-Format, Livesendungen, mehr Inhalte im Intranet, verstärkte Präsenz bei Instagram, die bekannten Formate von Zeitung und Extrablättern in Print und Digital, die großen Digitalen Belegschaftsinformationen und nicht zuletzt das unermüdliche Engagement der Betriebsratsmitglieder und Vertrauensleute.

„Wir haben viel geschafft. Und trotzdem sage ich: Richtig in Ordnung ist für mich alles erst wieder, wenn wir uns zu Tausenden bei der nächsten Betriebsversammlung treffen.“

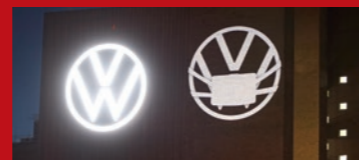
Da haben wir viel geschafft. Und trotzdem sage ich: Richtig in Ordnung ist für mich alles erst wieder, wenn wir uns zu Tausenden bei der nächsten Betriebsversammlung in Halle 11 treffen. Ob das dieses Jahr schon klappt, ist schwer einzuschätzen. Sonst hoffentlich 2022 – das haben wir alle uns nach den Entbehrungen und Einschränkungen einfach verdient.“ •



Digitale Belegschaftsinfo: Weil Betriebsversammlungen in der Pandemie nicht möglich sind, sendete der Betriebsrat etliche Inforunden per Video an Zehntausende Beschäftigte (wie hier mit Daniela Cavallo und Jens Rothe aus Sachsen).



BR-Dialog – der geht auch digital: Betriebsrat Franco Garippo und vier Gäste sitzen mit Abstand im Büro, per Teams sind Dutzende Beschäftigte für das Gespräch zugeschaltet.



Motivation für den Wiederanlauf: Der Betriebsrat projizierte nach dem ersten Lockdown per Hochleistungsbeamer Botschaften zum Neustart der Produktion an die Kraftwerksfassade in Wolfsburg.

Aufschwung der digitalen Teamarbeit



Noch niemals zuvor haben so viele Beschäftigte gleichzeitig mobil auf die Systeme von Volkswagen zugegriffen. Eine intensive Zeit für die Group IT und ein Push für Microsoft Teams, Skype und Co.

VPN oder Virtual Private Network heißt der gesicherte Zugang zur Volkswagen Systemwelt für Beschäftigte in mobiler Arbeit – ähnlich wie eine Sicherheits-schranke, die passiert wird. Beim Knotenpunkt am Standort Wolfsburg¹ zum Beispiel checkten vor der Corona-Zeit täglich durchschnittlich 3.500 Beschäftigte gleichzeitig über VPN ein. „Plötzlich ging im März 2020 ein Großteil der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter des indirekten Bereichs in mobile Arbeit. Der Ansturm auf die VPN-Zugänge stieg drastisch an“, sagt Mario Müller, Leiter IT Integration & Services. „Wir haben dann in kurzer Zeit VPN-Gateways nachgerüstet sowie Kapazitäten in unseren Netzwerken hochgesetzt. So verbesserte sich auch die Performance von digitalen Tools wie Skype und Teams, die viel stärker genutzt werden als vorher. Ich bin stolz auf die Group IT, dass wir diese intensive Phase gut gemeistert haben.“



Mario Müller,
Leiter IT Integration
& Services

Seit Monaten greifen im Knotenpunkt Wolfsburg durchschnittlich 47.000 Beschäftigte gleichzeitig über VPN zu – ohne Probleme für die Volkswagen Infrastruktur. Noch signifikanter ist der Anstieg bei den IT-Tools für die digitale Zusammenarbeit. „Bei Skype for Business zum Beispiel verzeichnen wir über die Infrastruktur Wolfsburg ein konstant hohes Niveau von etwa 35.000 Audio- und Videostunden pro Tag.“

Vor der Pandemie war das weniger als ein Viertel davon“, so Müller.

Den größten Aufschwung verbucht aber Microsoft Teams. Seit der Einführung bei Volkswagen im November 2019 entwickelt sich die Kommunikations- und Austauschplattform zum zentralen Werkzeug digitaler Zusammenarbeit. Mario Müller: „Im Februar letzten Jahres liefen über Teams etwa 300 Online-Besprechungen und knapp 20.000 Chat-Nachrichten täglich. Mittlerweile sind wir bei 80.000 täglichen Online-Besprechungen mit rund 202.000 Audio- und Videostunden und etwa 800.000 Chat-Nachrichten – und das nur bezogen auf den Volkswagen Tenant².“

Die Einführung von Office 365 ist seit Kurzem erfolgreich abgeschlossen. Mittlerweile nutzen bei Volkswagen mehr als 500.000 Anwenderinnen und Anwender den modernen digitalen Arbeitsplatz von Microsoft. „Es kommen immer weitere Funktionen und Verbesserungen für Office 365. Auch Schulungsangebote haben wir zusammen mit der Group Academy ausgebaut. Und wir haben für unsere Nutzer neue Möglichkeiten zur Lösung von Problemen geschaffen – so kann der Enterprise Help Desk (EHD) mittlerweile auch per Chat erreicht werden“, sagt Mario Müller. „Corona hat für einen Schub der digitalen Teamarbeit bei Volkswagen gesorgt. Teams, Skype und Co. haben jetzt eine viel größere Akzeptanz.“ •



¹zentrale Infrastruktur in WOB, über die Zugriffe von Volkswagen, Bugatti und anderen Gesellschaften weltweit laufen

²Volkswagen Group Tenant: digitaler Zusammenschluss für Office 365 von Seat, Audi, Bugatti, Lamborghini, Ducati, Skoda, Bentley, Volkswagen Pkw und Volkswagen Nutzfahrzeuge



Organisierten die Testfahrten unter Corona-Bedingungen auf Seiten der Qualitätssicherung (von links): Carsten Famulla, Olaf Herz und Ellen Bruchmann.

Abnahmefahrten unter strengen Auflagen

Wie die Qualitätssicherung in der Pandemie den ID.3¹ und ID.4² testet

Corona bedeutete auch für das Team in der Qualitätssicherung in Wolfsburg eine Vollbremsung. Schnell musste es die Abnahmefahrten Corona-tauglich organisieren. Denn der Betrieb musste weitergehen, damit Fahrzeuganläufe und Freigaben bei ID.3, ID.4 und anderen Modellen nicht gefährdet wurden – allerdings jetzt nach strengen Hygiene- und Verhaltensregeln. „Die lange bewährten Prozesse kamen ins Rutschen, als es mit Covid-19 losging“, erinnert sich Ellen Bruchmann.

Die 53-jährige hält mit Stationskoordinator Olaf Herz und Carsten Famulla, dem Typbegleiter für den ID.4, die Fäden bei den Abnahmefahrten zusammen. Vieles mussten sie auf den Kopf stellen, um die Sicherheit und Gesundheit des Vorbereitungsteams aus Qualitätssicherung und Gesamtfahrzeugentwicklung zu schützen. Ihr Plan ging auf: Alle Fahrten fanden trotz Pandemie statt. In gut einem Jahr waren es 19 an der Zahl und es gab keinen Corona-Fall.

Die größten Veränderungen brachte der erste Lockdown im März 2020: „Die ersten Fahrten bedeuteten eine riesige Veränderung“, blickt Herz zurück. „Inzwischen hat sich das gut eingespielt.“ Die Abnahmefahrten finden jetzt rund um Wolfsburg statt, nicht mehr in Europa und Übersee.

Punkt für Punkt zog das Hygienekonzept in die Abnahmefahrten ein: morgens ein Corona-Schnelltest, dann die Arbeitsunterweisung nach den behördlichen Regeln und den Konzernvorgaben. An Bord sind da nur die Mitarbeiter, die unbedingt nötig sind. Ziel: Kontakte vermeiden, wo immer es geht.

Team hofft wieder auf kurze Abstimmungswege Anfangs war nur noch ein Fahrer im ID., vorher waren bis zu vier Personen im Auto gewesen. Seit Januar sind es zwei Mitarbeiter nach Schnelltest und mit Mund-Nasen-Schutz. Sie fahren die Modelle gut vier Stunden. Vor dem Wechsel der Autos müssen die Kontaktflächen im und am Wagen desinfiziert werden.

Nach Ende der Beurteilungsfahrt – auch das ist neu – entfernen sich die Teilnehmer von den Fahrzeugen. In einer Videokonferenz an ihrem Arbeitsplatz entsteht dann die Schwerpunktliste mit den Informationen für die Vorstände, die am nächsten Tag testen.

Nach dem herausfordernden Corona-Jahr blickt das Trio zuversichtlich nach vorn; sie hoffen auf mehr direkte Kontakte, kurze Abstimmungen im Büro und Fahrten ohne Maske. Typbegleiter Famulla: „Ich wünsche mir, dass das ganze Team besonders auf den Stationen wieder so eng zusammenarbeiten kann wie früher.“

Vernetzung in Zeiten von Corona

Die Technische Entwicklung setzt auf digitalen Dialog

Austausch und Vernetzung funktionieren auch digital. Wie gut, zeigt die Technische Entwicklung, die während der Corona-Zeit viele innovative Foren und Formate etablierte.

Ein gutes Beispiel ist der „Digitale Marktplatz“ des Fachbereichs Technische Konformität. Das zunächst als Präsenzveranstaltung geplante Format wurde wegen Corona kurzfristig umgestellt. Die digitale Premiere im Mai 2020 war der Beginn einer Erfolgsstory. Der „Digitale Marktplatz“ hat sich als Forum für fachliche und überfachliche Themen

Ebenfalls während der Pandemie etabliert wurde das digitale „New Challenge Café“. Dort informieren Expertinnen und Experten aus den TE-Fachbereichen aus erster Hand über spannende Themen und Einsatzmöglichkeiten innerhalb ihrer Bereiche. Schwerpunkt sind zukunftsweisende Aufgabenfelder, die im Rahmen der TE-Transformation entstanden sind.



„New Challenge Café“: Experten informieren über Aufgaben von morgen und die neuen Aufgaben in der TE-Transformation.



Stärker digital: die neuen Formate.

bestens bewährt. Zum Auftakt stellen Projektteams ihre Themen mit interaktiven Elementen kurz im Plenum vor. An virtuellen Marktständen haben die Teilnehmer anschließend Gelegenheit, die für sie interessanten Themen auszuwählen, mit den Arbeitsgruppen ins Gespräch zu kommen und eigene Anregungen einzubringen. Auch ein „Springen“ zwischen den Themen ist möglich. Den Abschluss bildet eine Feedbackrunde im Plenum. Andere Bereiche der TE ließen sich inspirieren und bieten ähnliche Formate an.

Ein weiteres Beispiel ist das digitale **Netzwerk-treffen des Teams „Kulturwandel und Vielfalt in der TE“**, das im Juni zum fünften Mal stattfand. Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer informierten sich via MS Teams über den Personalentwicklungsprozess und tauschten ihre Erfahrungen zur persönlichen Entwicklung in der Homeoffice-Zeit aus.

Auch in der Projektarbeit sorgte Corona für einen Digitalisierungsschub: So überführte etwa das TE-Vorseriencenter die bewährten wöchentlichen Pulse-Meetings mit allen Projektbeteiligten kurzerhand in eine virtuelle Version mit der „Pulse Board“-App.

Auf eine Mischung aus Information aus erster Hand und Austausch setzt der TE-Dialog zum Thema **„Zusammen gegen Corona“**. Neue Wege in der „Kommunikation auf Augenhöhe“ geht auch Entwicklungsvorstand Thomas Ulbrich. Neben dem Video-Podcast „Chefsache“ startete er Mitte Juni das **Dialogformat „Nachgefragt“**, in dem er sich mit Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern zu aktuellen Themen austauscht.



Dialog auf Augenhöhe mit Entwicklungsvorstand Thomas Ulbrich.



TE-Dialog: „Zusammen gegen Corona“ mit Egon Feichter, Leiter Strategie, Dietmar Albrecht, Leiter Personal, und Betriebsratskoordinator Gerardo Scarpino (von rechts).

¹ID.3: Stromverbrauch in kWh/100 km (NEFZ): 15,4–14,5 (kombiniert), CO₂-Emission in g/km: 0; Effizienzklasse: A+
²ID.4: Stromverbrauch kombiniert in kWh/100 km (NEFZ): 16,9–15,5; CO₂-Emissionen kombiniert in g/km: 0; Effizienzklasse: A+

Einkauf: Vernetzt auf der ganzen Welt

Die Beschaffer von Konzern, Marken und Regionen arbeiten in der Corona-Krise enger denn je zusammen. Für sie ist die Teamarbeit ein Schlüssel zum Erfolg.

Rund 500 Tage ist es her, da musste Volkswagen aufgrund von Corona zeitweise Werke schließen. Das Herunterfahren der Produktion und deren Wiederanlauf war auch für den Einkauf eine große Herausforderung – eine Herausforderung, die der Bereich gemeistert hat. Wie ist das gelungen, als in

Hochzeiten von Covid-19 ganze Volkswirtschaften in den Lockdown gingen?

„Ein Erfolgsgeheimnis ist der Mehrwert, den der Konzern schafft“, sagt Markus Elsässer aus der Beschaffung von Porsche und gleichzeitig Mitglied eines konzernweiten Teams, das sich im Einkauf um die Bewältigung der Corona-Krise kümmert. Er erklärt: „Gemeinsam haben die Beschaffungskollegen aus aller Welt Ländersteckbriefe mit Daten und Fakten zur Infektions- und Versorgungslage vor Ort erstellt. So wussten wir immer, wo zum

Beispiel die Lage kritisch ist und für uns durch den Ausfall von Lieferanten ein Engpass droht – und konnten entsprechend reagieren.“ Also zum Beispiel bei den anderen Marken oder Regionen fragen, ob sie mit Teilen aushelfen können. Oder einen externen Lieferanten in einer anderen, zurzeit von Corona nicht betroffenen Region beauftragen. Oder einen

alternativen Lieferweg finden, etwa vom Seeweg auf Luftfracht umsteigen, wenn Schiffe in Häfen nicht entladen werden können, oder von der Straße auf die Schiene, wenn lange Staus die Anfahrt verzögern. Alles schon da gewesen – alles schon gemeistert.

Wie? Das Wort „gemeinsam“ fällt immer wieder, wenn man mit den Mitgliedern des Projektteams spricht. „Alleine hätten wir es nicht geschafft. Die Teamarbeit und die starke Kommunikation untereinander waren der Schlüssel zum Erfolg“, sagt Kathrin Faradj aus dem Kapazitätsmanagement der Beschaffung der Marke Volkswagen: „Jeder hat jedem geholfen.“

Viel gelernt aus dem ersten harten Lockdown Und zwar nicht nur innerhalb des Einkaufs, sondern auch fachbereichsübergreifend, wie Alexander Hartung und Felix Hanske aus der Konzernbeschaffung betonen. Wenn ein Teil fehlt, müsse zum Beispiel die Technische Entwicklung sagen, ob ein Alternativteil eines anderen Lieferanten auch verbaut werden kann. Die Qualitätssicherung müsse es prüfen und die Logistik letztlich dafür sorgen, dass dieses Teil dort landet, wo es zum Autobau gebraucht wird. Das Fazit des Projektteams: „Das ging und geht schnell und Hand in Hand.“ Und das wiederum gibt den Einkäufern ein gutes Gefühl nach rund 500 Tagen Arbeiten unter Corona-Bedingungen. „Wenn Meldungen über ein verstärktes Infektionsgeschehen irgendwo auf der Welt kommen, werden wir sofort hellhörig. Wir wissen aber, was zu tun ist. Vor allem aus der Zeit des ersten harten Lockdowns haben wir viel gelernt.“ •



Kathrin Faradj



Felix Hanske



Alexander Hartung



Markus Elsässer

„Wir sind noch enger zusammengewachsen“

Als Chief Operating Officer steuert Olaf Korzinovski die Komponentenproduktion in über 60 Werken an 48 Produktionsstandorten weltweit. Wie er in seine neue (globale) Aufgabe trotz Pandemie gestartet ist und welche Corona-Nachwehen es in den Werken gibt, erklärt er im Interview.

Olaf Korzinovski, Chief Operating Officer Volkswagen Group Components



Herr Korzinovski, seit April sind Sie als COO der Volkswagen Group Components für die Produktion an weltweit 48 Standorten verantwortlich. Wie ist es Ihnen gelungen, trotz Kontakt- und Reisebeschränkungen die Teams an den Standorten kennenzulernen und sich in Ihre neue Rolle einzuleben?

Das war schon eine besondere Herausforderung! Mir hat geholfen, dass ich unsere Werke und viele der Teams vor Ort bereits gut kannte – das hat den rein virtuellen Kontakt erleichtert. Zwar ist der zwischenmenschliche Austausch bei digitalen Runden etwas schwieriger, aber durch die gute Zusammenarbeit mit den Kolleginnen und Kollegen konnte ich mir schnell einen Überblick über die Herausforderungen an den Standorten verschaffen. Ich freue mich sehr darauf, wenn wir uns wieder persönlich in den Werken treffen können, denn die Produktion lebt von Menschen, Prozessen und dem direkten Kontakt. Unser globales Produktionsnetzwerk und der intensive Austausch sind Stärken der Komponente – das wollen wir in Zukunft weiter ausbauen. Ein Beispiel ist die „PowerWerkstatt“, bei der wir Anfang Juli standortübergreifend Best Practices aus den Werken geteilt und die Menschen hinter den Themen miteinander vernetzt haben.

Die Corona-Pandemie hatte große Auswirkungen auf das Unternehmen. Im letzten Jahr kam es sogar zu Produktionsunterbrechungen. Welche Nachwehen spüren Sie davon noch in den Werken? Und wie stellen Sie sicher, dass wir trotz Corona bei der Transformation der Komponente nicht in Verzug geraten?

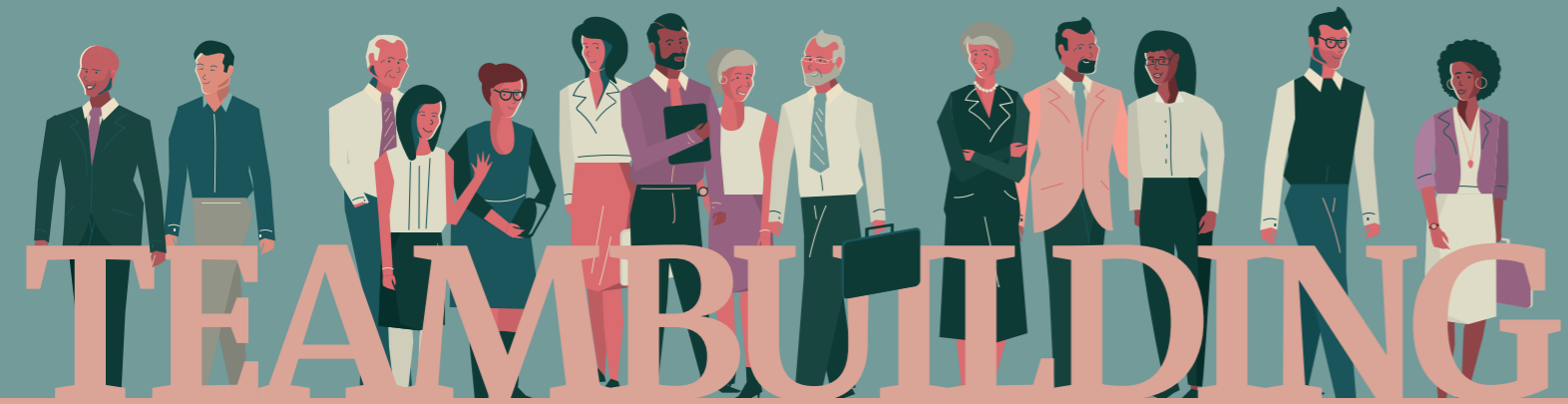
Gesundheit ist unser wichtigstes Gut. Deswegen sollten wir weiterhin achtsam bleiben und kein Risiko eingehen – auch wenn die Inzidenzen aktuell niedrig sind. Im vergangenen Jahr haben wir in unseren Werken schnell und angemessen auf die Situation reagiert. Die Maßnahmen haben uns auch in diesem Jahr gut durch die einzelnen Corona-Wellen gebracht. In dieser extrem herausfordernden Situation ist es uns gelungen, mit Flexibilität und Kreativität auf die

schwankenden Bedarfe in der Produktion zu reagieren und uns darauf einzustellen. Das war wirklich eine tolle Leistung unserer Kolleginnen und Kollegen! Die Transformation an den Standorten treiben wir weiter konsequent voran. Gerade durch Corona haben wir gelernt, dauerhaft mit Veränderungen umzugehen und Herausforderungen gemeinsam als Team anzupacken.

Wenn Sie an die Fertigung in den Werken denken und die Zusammenarbeit der Teams unter Corona: Was nehmen Sie mit aus dieser Zeit?

Wir sind noch enger zusammengewachsen. Diese Krisensituation hat mir einmal mehr gezeigt, was für ein starkes Team wir haben, das Herausforderungen mit Teamgeist und klugen Ideen angeht. Nach dem ersten Lockdown haben wir die Komponentenwerke in einem atemberaubenden Tempo wieder hochgefahren und gleichzeitig alles getan, um die Gesundheit unserer Teams zu schützen. Mit viel Eigeninitiative von allen Seiten ist es uns gelungen, den Fahrzeugbau kontinuierlich zu versorgen.

Parallel dazu haben wir weiter an Optimierungen und Effizienzmaßnahmen gearbeitet, um den Volkswagen-Weg fortzuführen – egal ob mit Online-Workshops oder hybriden Formaten. Ein Highlight war Mitte Juni die digitale SPEED+ Award Verleihung, bei der wir internationale Komponenten Teams ausgezeichnet haben, die trotz aller Herausforderungen wichtige Verbesserungsmaßnahmen in den Werken umgesetzt haben. Mein Fazit: Tolles Team – tolle Ideen – großartige Leistung! •



TEAMBUILDING

Mit Abstand zusammen

Corona hat herkömmliche Teambuilding-Maßnahmen so gut wie unmöglich gemacht. Viele Teams sind deshalb kreativ geworden. Wie sie mit Abstand trotzdem zusammen sein konnten, zeigen diese drei Beispiele.



Abteilungsleiter Sebastian Dreiskämper und Mitarbeiterin Evelin Eichhorn (links) freuten sich über das Wiedersehen mit dem Team.

Kommunikationsteam startet „Park & Meet“

Mit „Park & Meet“ hat das Team der Konzern-Kommunikations-Koordination ein Treffen unter Corona-Bedingungen organisiert. „Nach über einem Jahr im Homeoffice habe ich mir gewünscht, die Kolleginnen und Kollegen persönlich und ohne Bildschirm wiederzusehen“, sagt Leiter Sebastian Dreiskämper. Organisiert durch die Mitarbeiterinnen Ulrike Skoracki und Evelin Eichhorn, fand das Treffen der Abteilung auf dem Parkplatz der Autostadt statt. In Zweierpaaren parkten die Teammitglieder ihre Autos in einander entgegengesetzter Richtung. Bei heruntergelassenem Fenster auf der Fahrerseite und mit Mund-Nasen-Schutz war der Abstand groß genug, dass sie sich sicher unterhalten konnten. Ein Spiel mit Detektivfragen lockerte die Gespräche auf. Zudem suchte das Team nach Möglichkeiten, die CO₂-Emissionen des Treffens zu kompensieren. Nach vier Minuten Gesprächszeit ertönte ein Signal und die Teilnehmenden fuhren in die nächste Parkbucht. So lernten auch die neuen Teammitglieder jede Einzelne und jeden Einzelnen kennen. •

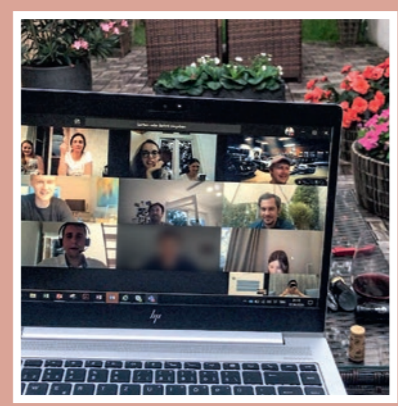
Experience-Marketing-Team trifft sich zur „Summer Session“

Mit der „Summer Session“ startete das Experience Marketing im Juni 2020 ein rein digitales Sommererevent – organisiert von Kollegen für Kollegen. „Wir wollten das Team in der herausfordernden Corona-Situation außer zu einem spaßigen und außerfachlichen Nachmittag auch zum Üben des Umgangs mit Microsoft Teams zusammenbringen. Viele Talente aus unserem Team hatten Lust, Workshops zu geben. So konnten wir von Kochen und Grillen über Yoga und Graffitisprühen bis hin zu Ganzkörpertraining verschiedene Schnupperstunden anbieten“, sagt Organisator Kay Kaaz. Jedes Team-



Kay Kaaz entwickelte mit einem dreiköpfigen Organisationsteam die „Summer Session“.

mitglied nahm an zwei der einstündigen Kurse teil. „Nach dem Event waren wir alle fit im Umgang mit den verschiedenen Funktionen von MS Teams“, sagt Kay Kaaz. „Inzwischen veranstalten wir die ‚Session‘ auch für fachliche Themen und auf Bereichsebene.“ •



Bei virtuellen Abendevents konnten sich die Beschäftigten ganz ungezwungen austauschen.

Consulting stärkt das „Wir-Gefühl“

Mit Online-Aktivitäten das „Wir-Gefühl“ ins Homeoffice bringen – das war das Ziel der Volkswagen Consulting während der

Corona-Zeit. Dazu organisierte ein internes Team unter anderem regelmäßige Mittagessenstermine und virtuelle Abendevents für die Kolleginnen und Kollegen, zum Beispiel Wine-Tastings, Krimidinner oder Activity-Spiele. „Weil jeder von uns an verschiedenen Projekten arbeitet, wollten wir es den Kolleginnen und Kollegen ermöglichen, sich auch projektübergreifend mal wieder zu sehen und ganz zwanglos miteinander zu sprechen“, berichtet Mitorganisatorin Denise Vero Zeug. Um das Teambuilding innerhalb der Volkswagen Consulting online und offline auch in Zukunft zu stärken, bereitet das Team zurzeit einen Teambuilding-Guide vor, der unter anderem die Projektteams bei der Planung und Durchführung zukünftiger Teambuilding-Aktivitäten unterstützen soll. Darin sollen auch die Erkenntnisse aus den Aktivitäten während der Corona-Zeit mit aufgenommen werden. •



A

AUTOSTADT

ENDLICH WIEDER SONNE TANKEN.

Verdeck öffnen für den Autostadt-Sommer: mit Beachclub, Livemusik, Riesenrutsche, Zipline, Cabrioausstellung und vielem mehr. Nur in Ihrer Autostadt in Wolfsburg.

VOM 16. JULI BIS ZUM 12. SEPTEMBER

autostadt.de

¹ Golf Life 1,5 | eTSI OPF: 110 kW (150 PS) 7-Gang-Doppelkupplungsgetriebe DSG | Super 95 | Kraftstoffverbrauch kombiniert: 4,7 l/100km und CO₂-Emission kombiniert: 107 g/km | Effizienzklasse: A | ² ID.4 1³¹: Stromverbrauch in kWh/100 km (NEFZ): 16,2 (kombiniert), CO₂-Emission in g/km: 0; Effizienzklasse: A+

So einfach wie noch nie einen Gebrauchtwagen privat (ver)kaufen!

Sicher und bargeldlos mit Vender –
dem neuen, innovativen Online-Service.



Mit Vender bist du beim privaten Gebrauchtwagen(ver)kauf immer auf der sicheren Seite. Mit garantierter Zahlung und digitalem Kaufvertrag. Und für den Käufer auf Wunsch mit einfacher Online-Finanzierung.



Digitaler Kaufvertrag



Sicheres Bezahlen



Einfache Finanzierung



vender.vwfs.de

VOLKSWAGEN
FINANCIAL SERVICES

THE KEY TO MOBILITY