



360° EMDEN

Die neue Ausgabe
der Mitarbeiter-Zeitung!



Sie füllen den Ideenspeicher:
eine der sieben Gruppen bei der Arbeit.



Brandstätter: Das ist der Plan für die Marke

Im großen 360°-Interview blickt Markenchef Ralf Brandstätter zurück auf das Erreichte und gibt einen Ausblick auf das, was kommt. Den Beschäftigten dankt er für ihren großen Einsatz.

→ SEITE 17

Hinweisgeber verhindert großen Schaden

Ein Hinweisgeber hat Volkswagen vor einem möglichen zweistelligen Millionenschaden bewahrt. Im dritten Quartal dieses Jahres gingen beim Hinweisgebersystem des Konzerns insgesamt 605 Hinweise auf potenzielle schwere Regelverstöße ein.

→ SEITE 2



Digitalisierung: So geht es voran

Auf drei Sonderseiten beschreibt 360°, wie die Digitalisierung bei Volkswagen voranschreitet, zum Beispiel in der Technischen Entwicklung und der Beschaffung, und welchen Beitrag die IT leistet. Dazu ein Gespräch mit Personalvorstand Gunnar Kilian und eine Vorstellung der neuen Programmschule 42 Wolfsburg.

→ SEITE 4-6



ID.3': Sicher durch Aluprofil

Erstmals mithilfe künstlicher Intelligenz: Sarah Brüggemann entwickelte mit ihren Kollegen Leichtbauteile für die Serie des ID.3.

→ SEITE 7

Sprintwoche in Emden: Mitarbeiter optimieren indirekte Strukturen

102 Teilnehmer diskutierten über bestehende Herausforderungen, neue Ideen und Lösungsansätze

Ende vergangenen Jahres wurde das Konzept einer Sprintwoche im Werk bereits erfolgreich erprobt. Damals lag der Fokus auf der agilen, fachbereichsübergreifenden Erarbeitung von Ideen zum Thema „Produktivität im direkten Bereich“.

Aufgrund der guten Erfahrungen, die man 2019 machte, entschied man sich dazu, das gleiche Konzept auch auf die indirekten Bereiche am Standort anzuwenden. In Zusammenarbeit mit dem Produktionssystem und Uwe Stöhr wurde nun eine zweite Sprintwoche von

Benjamin Ricklefs, Product Owner des Themas Optimierung indirekter Strukturen, organisiert. Anfang September kamen insgesamt 102 Teilnehmerinnen und Teilnehmer aus verschiedenen Gewerken unter Einhaltung der Corona-Auflagen zusammen – zum größten Teil

digital oder in Kleingruppen –, um eine Woche lang in fachbereichsübergreifenden Gruppen an bestehenden Herausforderungen, neuen Ideen und Lösungsansätzen im Rahmen der Optimierung des indirekten Bereiches zu arbeiten.

→ SEITE 30

Corona: An die Regeln halten!

Appell von Gunnar Kilian und Dr. Lars Nachbar: Darauf kommt es in der aktuellen Situation an

Weltweit steigen derzeit die Neuinfektionen mit dem Coronavirus stark an. Damit Volkswagen weiter gut durch die Krise kommt, ist es wichtig, dass sich alle konsequent an die Schutzmaßnahmen halten. „Im Kampf gegen die Pandemie müssen wir weiter gemeinsam handeln. Wir dürfen gerade jetzt in der Grippe- und Erkältungssaison nicht nachlässig werden“, appelliert Gunnar Kilian, Konzernvorstand Personal

und Truck & Bus, an die Beschäftigten. Um schnell, geordnet und ziel-sicher reagieren zu können, beobachtet der Konzernkrisenstab die aktuelle Lage genau – und zwar weltweit. Ziel ist es, ein sicheres Arbeitsumfeld zu schaffen und einen zweiten Lockdown zu vermeiden. Beitragen können dabei alle Beschäftigten, indem sie sich an die Regeln halten. „Auch wenn wir müde geworden sind, was die Maß-

nahmen angeht: Nur wenn wir die Disziplin aufbringen, uns an die Regeln zu halten, schaffen wir das gemeinsam“, sagt Dr. Lars Nachbar, Leiter Konzern Gesundheitswesen und Arbeitsschutz. Gunnar Kilian: „Das Einhalten der Regeln – auch in den Pausen, in den Teamräumen, in den Betriebsrestaurants, in den Raucherzonen und auf den Arbeitswegen – wird entscheidend dafür sein, wie erfolgreich wir durch diese Pandemie gelangen.“

Zentral bleibt die AHA-Regel: Abstand halten, Hygiene beachten und Alltagsmasken tragen. Und ganz wichtig: Beschäftigte mit Erkältungssymptomen bleiben zuhause. Treten Fieber, Husten oder andere Symptome am Arbeitsplatz auf, sollte schnellstmöglich unter der Nummer 05361/9-33-333 Kontakt zum Gesundheitswesen aufgenommen werden. Hier werden Termine für einen Test auf COVID-19 vergeben.

Alle wichtigen Schutzmaßnahmen hat die Redaktion zusammen-



Alles auf einen Blick: Auf einer Sonderseite hat die 360° Redaktion alle wichtigen Hinweise zusammengefasst.

gestellt. Weitere Infos – immer tagesaktuell – außerdem im 360° Volkswagen Net und in der 360° Volkswagen App.

→ SEITE 3



Schutzmaßnahmen einhalten: Personalvorstand Gunnar Kilian (links) und Dr. Lars Nachbar appellieren an die Beschäftigten.

Namen & Nachrichten



Wayne Griffiths ist neuer Vorstandsvorsitzender von Seat. Seine Ämter als CEO der Marke Cupra und als

Vorstand für Vertrieb und Marketing wird Griffiths bis auf Weiteres weiterhin ausführen. Herbert Diess, Aufsichtsratsvorsitzender von Seat, sagte: „Wayne Griffiths ist einer der qualifiziertesten Manager des Konzerns. In den vergangenen vier Jahren hat er den Absatz von Seat auf Rekordniveau getrieben und die Entwicklung der neuen Marke Cupra geleitet. Er hat meine volle Unterstützung, und ich bin überzeugt, dass er den erfolgreichen Kurs bei Seat fortsetzen wird.“ Griffiths kam 2016 als Vorstand für Vertrieb und Marketing zu Seat und hat das Unternehmen maßgeblich weiterentwickelt. In den vergangenen drei Jahren und bis zum ersten Quartal 2020 war Seat die am schnellsten wachsende Marke in Europa.



Thomas Zernechel, Leiter Konzernlogistik, verlässt das Unternehmen. Zernechel leitete die Konzernlogistik seit September 2004. In dieser Zeit entwickelte sich die Gesellschaft zu einem der größten Logistikdienstleister Europas mit mehr als 800 Mitarbeitern und zu einer starken und geschätzten Stimme im Konzern. Zernechel begann seine Arbeit für Volkswagen im Jahr 1979 mit der Ausbildung zum Technischen Zeichner.

Sein Nachfolger an der Spitze der Konzernlogistik wird **Simon Motter**. Er übernimmt die Position zum 1. Januar 2021. Bereits zum 1. November wechselt Motter in den Konzern und bereitet sich auf die Übernahme der Leitung vor. Der studierte Wirtschaftsingenieur ist derzeit Leiter Supply Chain bei Audi im Werk Ingolstadt. Zuvor leitete Motter bei Audi die internationale Logistik, die Betriebslogistik im Motorenwerk Győr und die Prozess- und Konzeptentwicklung in der Markenlogistik.



Tobias Bahr, Leiter Umwelt-Compliance der Konzernproduktion, hat zum 1. Oktober die Leitung der Umweltabteilung in der Konzernproduktion übernommen. Er folgt in dieser Funktion auf **Liendel Chang**, der Ende September im Rahmen einer Altersregelung das Unternehmen verlassen hat.



Kurt Michels, Chief Compliance Officer



„Dieser Fall verdeutlicht, dass schwere Regelverstöße dem Unternehmen und damit uns allen enorm schaden können“, sagt Kurt Michels, Group Chief Compliance Officer. „Unser Hinweisgebersystem hilft, Fehlverhalten schnell zu erkennen und

Digitale Belegschaftsinfo: Vorstand und Betriebsrat wenden sich an Beschäftigte

Starkes Signal in Zeiten von Covid-19: Zehn Videos in App und Net verfügbar - Reden von Herbert Diess und Bernd Osterloh

Betriebsrat und Vorstand haben sich erstmals in der Volkswagen Geschichte gemeinsam digital an die Belegschaft gewandt. Insgesamt zehn Videos wurden für das neue Format in der Autostadt Wolfsburg aufgezeichnet und im Anschluss für rund 120.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter über die Kanäle der Internen Kommunikation zur Verfügung gestellt. Im Fokus der Information, bei der die Beschäftigten im Vorfeld die Möglichkeit hatten, ihre Fragen einzureichen, standen die Entwicklung sowie die Fortschritte des Unternehmens im Corona-Jahr 2020.

In den zentralen Berichten des Betriebsrats und des Vorstands forderten der Gesamtbetriebsratsvorsitzende Bernd Osterloh und der Konzernvorsitzende Herbert Diess alle Beschäftigten auf, die Corona-Regeln weiterhin konsequent umzusetzen, um Volkswagen weiter erfolgreich durch das pandemiebedingte Krisenjahr zu steuern.

„Bei Volkswagen kommen wir vergleichsweise gut durch die Krise“,

so Diess in seiner Rede. Grund dafür sei das gute Krisenmanagement der Corona-Task-Force unter Leitung von Gunnar Kilian, das für stabile Lieferketten und ein reibungsloses Wiederhochfahren der Produktion gesorgt habe, und insbesondere auch die tägliche Disziplin der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in der Corona-Phase.

Der Gesamtbetriebsratsvorsitzende Bernd Osterloh bedankte sich bei allen Beschäftigten, die ihren Beitrag zur Bekämpfung der Ansteckungswelle leisten: „Wir achten aufeinander und nehmen Rücksicht aufeinander. Und jetzt heißt das eben Maske tragen und Abstand halten. Zusammenhalt hat unsere Belegschaften schon immer geprägt, da waren wir schon immer stark. ‚Ein Team – eine Familie‘, das gilt jetzt umso mehr. Und bis heute sind wir immer gestärkt aus Krisen hervorgegangen. Das schaffen wir auch dieses Mal.“

Gunnar Kilian, Vorstand Personal Volkswagen AG, sagte in einer der anschließenden Talkrunden: „Die Corona-Krise hat das Unternehmen und seine Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter vor besondere, nie dagewesene Herausforderungen gestellt. Dass unsere Produktion dank des 100-Punkte-Plans so zügig wieder anlaufen konnte ist eine besondere Teamleistung. Dafür möchte ich allen Kolleginnen und Kollegen im Namen des Vorstands nochmals herzlich danken. Auch aus wirtschaft-



Talkrunden: Vorstand und Betriebsrat im Dialog.



Sprachen zu den Beschäftigten: Bernd Osterloh und Herbert Diess.

licher Sicht ist es jetzt essentiell für Volkswagen, dass wir alle an den Maßnahmen festhalten, um das Jahr 2020 unter den gegebenen Corona-Umständen erfolgreich abschließen zu können.“

Hintergrund zum digitalen Format:

Die digitale Belegschaftsinformation ist eine Premiere in der Geschichte von Volkswagen. Das Ziel der digitalen Informations-Offensive ist es, die Beschäftigten aller deutschen Standorte in Corona-Zeiten weiterhin umfassend zu den zentralen Themen von Volkswagen zu informieren. Neben den Reden von Bernd Osterloh und Herbert Diess kann die Belegschaft über die Kanäle der Internen Kommu-

nikation insgesamt neun interaktive Talkrunden zu verschiedenen Themen verfolgen. Im Fokus dieser Gesprächsrunden standen dabei die aktuelle Geschäftslage, die Fortschritte bei der Transformation des Unternehmens in den Bereichen E-Mobilität und Digitalisierung sowie die Lage der Standorte der Marke Volkswagen Pkw, der Volkswagen Nutzfahrzeuge, der Komponente sowie den Volkswagen Financial Services AG.

Die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der deutschen Standorte haben über das Volkswagen Intranet 360° Zugriff auf alle Videos. Zudem steht die Digitale Belegschaftsinformation auch über die 360°-App auf mobilen Endgeräten zur Verfügung.

Hinweisgeber wendet möglichen Schaden von 33 Millionen Euro ab

Im dritten Quartal gingen beim Hinweisgebersystem 605 Hinweise auf potenzielle schwere Regelverstöße ein

Ein Hinweis an das Hinweisgebersystem hat Volkswagen vor einem möglichen Schaden von über 33 Millionen Euro bewahrt. Eine Führungskraft habe Leistungen bewusst falsch bewertet und verbucht. Der Hinweisgeber ermöglichte den Experten im Zentralen Aufklärungs-Office und der Konzernrevision, den Sachverhalt gründlich zu untersuchen und aufzuklären.

Weitere Informationen

Mehr zu diesem Hinweis und dem Ablauf der Untersuchungen erfahren Sie auf den Seiten der Compliance im 360° Volkswagen Net.

„Dieser Fall verdeutlicht, dass schwere Regelverstöße dem Unternehmen und damit uns allen enorm schaden können“, sagt Kurt Michels, Group Chief Compliance Officer. „Unser Hinweisgebersystem hilft, Fehlverhalten schnell zu erkennen und



Kurt Michels, Chief Compliance Officer

konsequent abzustellen. Jeder, der offen anspricht, was nicht in Ordnung ist – beim Chef, bei den richtigen Ansprechpartnern oder bei schweren Regelverstößen im Hinweisgebersystem –, handelt mutig und übernimmt Verantwortung für uns alle.“

Statistik zu eingegangenen Hinweisen

Im dritten Quartal erreichten das Hinweisgebersystem der



Bei Fehlern und Regelverstößen ist die Führungskraft der erste Ansprechpartner. Bei Unsicherheiten und Fragen rund um Compliance und den Code of Conduct hilft der InfoPoint Compliance unter compliance@Volkswagen.de beziehungsweise vwvn@Volkswagen.de. Bei einem Verdacht auf einen schweren Regelverstoß können Sie einen Hinweis über einen der Meldekanäle des Hinweisgebersystems abgeben.

Volkswagen AG insgesamt 605 Hinweise. Drei Viertel der Hinweisgeber reichten die Hinweise unter ihrem Namen ein, 25 Prozent machten von der Möglichkeit Gebrauch, Hinweise anonym oder mit einem Alias abzugeben.

• 327 (54 Prozent) Hinweise gingen direkt beim Zentralen Aufklärungs-Office von Volkswagen in Wolfsburg ein.

- Etwa 16 Prozent der Meldungen wurden online über die geschützte Seite <https://www.bkms-system.com/vw> abgegeben.
- Ombudsleute erhielten 6 Prozent der Hinweise.
- Bei der 24/7-Hotline (0800) 444 46300 kamen rund 11 Prozent der Hinweise an.
- Weitere rund 13 Prozent gingen indirekt über andere Stellen beim Zentralen Aufklärungs-Office ein.



Mach mit – bleib gesund!

COVID-19: Richtiges Verhalten

Sicher durch die Corona-Pandemie: Unternehmen und Betriebsrat legen erweiterte Regeln zum Schutz der Beschäftigten vor.



Selbsttest vor Arbeitsantritt

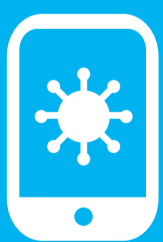
Gehen Sie NICHT zur Arbeit, wenn Sie mindestens eine der folgenden Aussagen mit Ja beantworten:

- Ich stehe unter Quarantäne.
- Ich gehöre zu einer freigestellten Risikogruppe und mir kann in der Phase 3 kein „gelb“ oder „grün“ klassifizierter Arbeitsplatz angeboten werden.
- Meine Körpertemperatur vor Aufnahme der Arbeit liegt gemessen über 37,8 Grad Celsius.
- Ich habe eine laufende Nase und/oder muss häufig niesen, ohne dass bei mir Allergien oder Heuschnupfen bekannt sind.
- Ich huste regelmäßig, der Hustenreiz kommt unerwartet und/oder ich bekomme neuerdings schlechter Luft und/oder fühle mich kurzatmig.
- Ich habe Anzeichen einer Erkältung mit Kopf-, Gelenk-, Gliederschmerzen und/oder fühle mich „grippig“.



Testzentren

Beschäftigte mit Corona-spezifischen Symptomen bleiben zuhause und informieren ihre Führungskraft! Wer nicht mobil arbeiten kann, kann sich telefonisch in einem der Testzentren der Volkswagen AG melden und freiwillig testen lassen. Ganz wichtig: Die Tests werden nur nach Anmeldung und Terminvergabe über die zentrale Rufnummer +49 5361 933 333 durchgeführt. Jeder Getestete kann mithilfe eines persönlichen QR-Codes in der Corona-Warn-App selbst checken, ob ein und welches Ergebnis vorliegt, und dann die nötigen Schritte einleiten.



Corona-Warn-App

Volkswagen unterstützt die Corona-Warn-App der Bundesregierung.

Ziel der App: Infektionsketten frühzeitig zu unterbrechen und so die Corona-Pandemie unter Kontrolle zu halten. Für dienstliche iPhones kann die App auch aus dem Volkswagen AppStore geladen werden.



Mobiles Arbeiten

Beschäftigte, die mobil arbeiten können und deren Anwesenheit im Betrieb nicht zwingend erforderlich ist, arbeiten zunächst bis zum 31. Dezember 2020 von zuhause. Diese Vorsichtsmaßnahme wird so lange beibehalten werden, bis abzusehen ist, dass sich das Infektionsgeschehen wieder beruhigt.



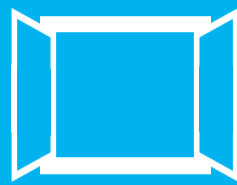
Anreise/Pendeln

Pendler, die mobil arbeiten können und aus deutschen Landkreisen mit stark erhöhten Fallzahlen (mehr als 100 Fälle pro 100.000 Einwohner innerhalb der vergangenen sieben Tage) pendeln, sollten nur zur Arbeit erscheinen, wenn es betrieblich zwingend notwendig ist und von den Vorgesetzten veranlasst wird. Pendler aus innerdeutschen Gebieten mit stark erhöhten Fallzahlen dürfen auch mit öffentlichen Verkehrsmitteln anreisen. Voraussetzung ist, dass sie während der Fahrt und auch beim Umsteigen eine Mund-Nasen-Schutzmaske tragen und die Abstandsregeln einhalten. Auf Fahrgemeinschaften sollte möglichst verzichtet werden. Empfehlung: Tragen von Mund-Nasen-Schutz in Fahrzeugen mit mehreren Personen.

AHA

AHA-Regel

Abstand, Hygiene, Alltagsmaske: Um das Infektionsrisiko so gering wie möglich zu halten, sollten Beschäftigte stets 1,5 Meter Abstand halten und sich in Räumen möglichst einzeln aufhalten. Auf Händeschütteln, Umarmungen sowie Pausen in größerer Runde sollte verzichtet und auf eine gute Handhygiene (Händewaschen, Desinfektion) geachtet werden.



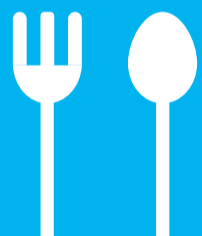
Lüften

Aerosole sind winzige Partikel, die sich im Raum bewegen und Coronaviren übertragen können. Durch regelmäßiges Lüften verringert sich die Konzentration dieser Partikel und somit auch die potenzielle Ansteckungsgefahr.



Busshuttle

In den werksinternen Shuttleverkehren gilt weiterhin die Pflicht zum Tragen von Mund-Nasen-Schutzmasken. Fahrgäste dürfen nur die hinteren Türen zum Ein- und Ausstieg benutzen. Um den Sicherheitsabstand zu gewährleisten, nehmen die Fahrer momentan nur eine reduzierte Anzahl an Personen mit.



Gastronomie und SB-Shops

In den Betriebsrestaurants sowie SB-Shops gilt weiterhin die Pflicht zum Tragen von Mund-Nasen-Schutzmasken. Abstandsregeln sind einzuhalten, Wegeführungen zu beachten. Das Sitzplatzangebot ist eingeschränkt.

Max. 10



Regeln bei Veranstaltungen

Veranstaltungen mit mehr als zehn Personen dürfen nur stattfinden, wenn sie durch einen TMK als zwingend erforderlich („business essential“) bestätigt und mit dem Gesundheitswesen abgestimmt worden sind. Das Rechtswesen (K-ILC-6) ist grundsätzlich über Präsenzveranstaltungen mit mehr als zehn Teilnehmern zu informieren, damit ggf. erforderliche behördliche Abstimmungen erfolgen können.



Kontaktpersonenmanagement

Im Vorfeld einer Veranstaltung muss ein kundiger Ansprechpartner für die Behörden für den Fall einer Infektionskettenermittlung benannt werden. Das Erstellen einer Teilnehmerliste nur zum Zwecke der Dokumentation für das Gesundheitsamt ist bei allen innerbetrieblichen Veranstaltungen datenschutzrechtlich nicht erlaubt. Handelt es sich aber um eine Veranstaltung, deren Personenkreis nicht bekannt ist, ist eine Einzelfallbetrachtung notwendig. Ist hier eine Anwesenheitserfassung geplant, ist das Rechtswesen einzubinden (K-ILC-6).



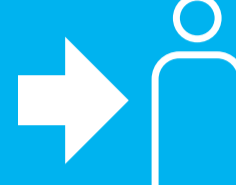
Dienst-/Erprobungsfahrten

Seit dem 1. September ist für Dienstfahrten innerhalb des Werkstandorts der TMS-Xera-Genehmigungsprozess nicht mehr notwendig. Dies gilt auch, damit Test- und Erprobungsfahrten der Forschung und Entwicklung bzw. Qualitätssicherung vereinfacht werden, die während eines Tages am Werkstandort starten, dort wieder enden und der Fahrtenbuchpflicht unterliegen. Während der Erprobungsfahrt darf kein Ziel mit anschließendem Businesskontakt angefahren werden.



Dienstreisen

Dienstreisen sollen weiterhin auf ein geschäftlich zwingend erforderliches Mindestmaß reduziert werden („business essential“) und sind nur mit aktiver Vorabgenehmigung durch den zuständigen Fachbereichsvorstand über das Travel-Management-System Xera möglich. Video-, Skype- und Teams-Konferenzen sind weiterhin vorrangig und intensiv zu nutzen. Dienstreisen innerhalb Deutschlands sind auch in Landkreise mit sehr hohem Infektionsgeschehen gestattet, wenn sie „business essential“ sind und die Corona-Schutz- und Hygienemaßnahmen eingehalten werden.



Externe Dienstleister

Dienstleister dürfen das Werkgelände immer dann betreten, wenn es betrieblich zwingend erforderlich ist. Es muss sichergestellt werden, dass die Dienstleister von den beauftragenden Einheiten auf die Corona-Schutzmaßnahmen im Werk hingewiesen werden, sodass sie sich regelkonform verhalten können. Es gilt auch hier der Vorrang mobiler Arbeit.



Private Urlaubsreisen

Beschäftigte sollten sich vor Antritt jedweder Inlands- oder Auslandsreise über den aktuellen Status (Auswärtiges Amt, RKI) des jeweiligen Gebiets, in das sie reisen möchten, informieren. Sowohl bestehende Reisewarnungen als auch die sich ggf. anschließenden landesrechtlichen Quarantäneregulungen sind bei der Planung privater Urlaubsreisen zu beachten.



Rückkehr aus Risikogebieten

Bei Rückkehr aus einem Risikogebiet im Ausland sind Beschäftigte verpflichtet, sich bei ihrer Führungskraft sowie bei ihrem zuständigen Gesundheitsamt zu melden. Wer sich dann aufgrund landesrechtlicher Regelungen in einer Quarantäne befindet, kann seine Tätigkeit zunächst nicht aufnehmen. Nach einer durch das Gesundheitsamt anerkannten Testung mit negativem Ergebnis wird derzeit (Stand: 30. Oktober 2020) keine Quarantäne angeordnet. In diesem Fall kann die Arbeit regulär aufgenommen werden.

Ausführliche Informationen zum Coronavirus, Tipps, Regeln und Schutzmaßnahmen stehen auf der Themenseite COVID-19 im 360° Volkswagen Net zur Verfügung.

42 Wolfsburg: Gunnar Kilian und Max Senges im Interview

Volkswagen Personalvorstand und der Leiter der neuen Programmierschule über das außergewöhnliche Ausbildungskonzept

Die neue gebührenfreie Programmierschule 42 Wolfsburg soll Anfang nächsten Jahres in der Wolfsburger Markthalle eröffnet werden. Schon jetzt läuft die erste Bewerbungsphase für die 600 Studienplätze.

Herr Kilian, warum setzt Volkswagen auf eine neue Programmierschule?

Kilian: Wir werden die Software in unseren Fahrzeugen künftig zu einem großen Teil selbst entwickeln. Aktuell liegt dieser Eigenanteil unter zehn Prozent. Bis 2025 wollen wir ihn jedoch auf 60 Prozent steigern. Dafür benötigen wir sehr gut ausgebildete Spezialisten. Durch die zunehmende Digitalisierung sind aber gerade diese IT-Fachkräfte weltweit sehr gefragt. Daher ist es sinnvoll, Talente verstärkt in Wolfsburg – vor der eigenen Haustür – auszubilden. Aus diesem Grund fördert Volkswagen mit dem Verein „42 Wolfsburg e.V.“ die Programmierschule mit 3,7 Millionen Euro im ersten Jahr und jährlich zwei Millionen Euro in den kommenden Jahren.

Was unterscheidet die neue Einrichtung von bestehenden Angeboten, etwa der Fakultät 73?

Kilian: Unsere Fakultät 73 bildet innerhalb von zwei Jahren Basissoftware-Entwickler aus, während die 42 Wolfsburg in vier Jahren vertiefte Programmierkompetenzen bietet. Dabei fokussiert sich die 42 Wolfsburg auf einen projektbasierten und progressiveren Lernansatz. Beide Angebote werden uns künftig helfen, den Bedarf an Top-Talenten zu decken. Die Fakultät 73 hat sich bereits als Erfolgsmodell erwiesen, vor allem bei Volkswagen Mitarbeitern war und ist das Interesse riesengroß. Die neue Programmierschule 42 Wolfsburg ist eine wertvolle Ergänzung für den Standort. Die Schule kooperiert mit der École 42, die ihren

Hauptsitz in Paris hat. Dank ihrer guten Ausbildung sind die Absolventinnen und Absolventen bereits heute sehr begehrt.

Herr Senges, wie würden Sie das Konzept der neuen Programmierschule beschreiben?

Senges: Im Mittelpunkt stehen selbstbestimmtes Lernen, gemeinschaftlicher Spaß und individueller Leistungsanspruch. Am Ende haben die Absolventen Softwareentwickler-Kompetenzen, die mit denen von Informatikstudenten mit Masterabschluss vergleichbar sind. Die Studierenden erhalten bei uns kein akademisches, wissenschaftliches Wissen, sondern werden zu Meisterprogrammierern, indem sie immer schwierigere (Lern-)Projekte umsetzen. Es gibt bei uns keine Seminare und Vorlesungen, keine Professoren, auch keinen staatlich anerkannten Abschluss – dafür aber auch keine Studiengebühren und keine altbackene Bürokratie und keine veralteten Lehrmaterialien. Bei uns bestimmen die Studierenden, wann und mit welchen Methoden sie lernen wollen.

Wer kann sich an der 42 Wolfsburg bewerben?

Senges: Bei uns zählen Talent und Können, nicht formale Vorbildung oder ein optimierter Lebenslauf. Programmierkenntnisse sind nicht erforderlich. Selbstständig zu lernen und logisches Denken sind die Grundvoraussetzungen, die man braucht,

um bei uns erfolgreich zu sein. Da das Studium auf Englisch läuft, sollte man die Sprache zumindest gut verstehen. In der Schule müssen die Studierenden zunächst die wichtigsten Felder moderner Programmierung durchschreiten. Hierzu zählen verschiedene Programmiersprachen, der Aufbau von Softwarearchitekturen und die Grundlagen des maschinellen Lernens.

Was ist das Besondere an der Schule?

Senges: Rund die Hälfte ihres Studiums verbringen die Studierenden in Praxis-einsätzen in Partnerunternehmen, ähnlich wie in klassischen dualen Studiengängen in Deutschland. Das Besondere dabei: In den Praxisphasen bekommen sie erfahrene Softwareentwickler als Mentorinnen und Mentoren an die Seite gestellt, die die Studierenden intensiv unterstützen. Und was vielleicht noch wichtiger ist: Die Studenten „lernen

zu lernen“ – und werden es somit ihr Leben lang als ganz normal empfinden, immer wieder neue Techniken und Technologien zu meistern.

Herr Kilian, sind 42 Wolfsburg und Fakultät 73 beide zukunftsweisend für die Ausbildung bei Volkswagen?

Kilian: Ja, wir sind davon überzeugt, dass Modelle wie unsere Fakultät 73 und die gebührenfreie Programmierschule 42 Wolfsburg die Zukunft der Softwareausbildung darstellen. Beide Beispiele zeigen, dass es in der Arbeitswelt von morgen nicht mehr ausschließlich um erworbene Qualifikationsnachweise, sondern eher um erworbene Kompetenzen geht. Bei der Eingruppierung der Absolventinnen und Absolventen beider Einrichtungen

sehe ich daher kein Problem. Im Falle der von Volkswagen Mitte vergangenen Jahres gegründeten Fakultät 73 haben wir sogar einen IHK-Abschluss für Teilnehmerinnen und Teilnehmer ohne vorherigen Berufsabschluss hinterlegt. Hinsichtlich der Eingruppierung der ersten Absolventinnen und Absolventen der 42 Wolfsburg sind wir in Gesprächen mit dem Betriebsrat. Da wird es ebenfalls klare Vorgaben geben.

Weitere Infos und Bewerbung unter www.42wolfsburg.de



Setzt auf 42 Wolfsburg: Personalvorstand Gunnar Kilian, hier mit Max Senges, Leiter der neuen Programmierschule.



In der Markthalle: Hier findet der Unterricht künftig statt.

Symposium: So treibt die IT den digitalen Wandel voran

Leistungsschau aufgrund von Corona unter besonderen Bedingungen – Konzernvorstand Witter lobt Mitarbeiter

Wie treibt die Volkswagen IT den Weg zum digitalen Unternehmen konsequent voran – und das markenübergreifend, transparent und effizient? Das war der Schwerpunkt des IT-Symposiums, das aufgrund der Corona-Pandemie in der IT-City in Wolfsburg und digital per Skype stattfand. Beate Hofer, Leiterin Group-IT, sprach dabei auch das Thema Anpassung der IT-Strategie für die Zukunft an.

Frank Witter, Konzernvorstand für Finanz und IT, betonte die wettbewerbsentscheidende Rolle der Digitalisierung mit dem Ziel, den Konzern in ein übergreifend vernetztes, digitales Unternehmen zu transformieren. Witter würdigte die besondere Leistung der IT während der Corona-Ausnahmesituation. Die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter hätten mit einer stabilen Infrastruktur und viel Engagement dafür gesorgt, dass rund 40.000 Beschäftigte ihre Arbeit auch mobil erledigen könnten und das Unternehmen weiter funktioniere.

Beate Hofer ging darauf ein, mit welchen Kernelementen die IT die



IT-Symposium im Betriebsrestaurant der IT-City: rechts Beate Hofer, Leiterin Group-IT.

Roadmap zum digitalen Unternehmen gestalten möchte. „Gemeinsam mit den Geschäftsbereichen des Unternehmens treiben wir die Digitalisierung proaktiv und strategisch voran. Die dazu benötigte Geschwindigkeit und die Synergieeffekte erzielen wir durch eine durchgängige, plattformbasierte IT-Landschaft auf Basis eines Gesamtbebauungsplans. Und wir bündeln unsere Kräfte im Konzern und nutzen die global ver-

teilten Kompetenzen.“ Betriebsratschef Bernd Osterloh sagte: „Die Leistungsschau der Kolleginnen und Kollegen aus der IT ist beeindruckend. Der Aufbau von mehr Eigenkompetenz in der Softwareentwicklung ist der einzig richtige Weg. Zwischen 2017

und 2019 haben wir dafür über den Zukunftspakt 600 neue Arbeitsplätze in der IT geschaffen. Das

Großes Interesse: Gäste des IT-Symposiums wie Konzernchef Herbert Diess, Betriebsratschef Bernd Osterloh und Konzernvorstand Frank Witter informierten sich auf dem Marktplatz über Projekte der IT.

macht sich jetzt sichtbar bezahlt. IT ist unsere Zukunft! Wer hier spart, gefährdet unseren Unternehmenserfolg.“

Dass gute Ergebnisse für eine zukunftsorientierte IT erzielt werden, zeigten die Präsentationen auf der Bühne und die Marktplatzstände. Beim Rundgang über den Marktplatz konnten sich die Gäste zum Beispiel demonstrieren lassen, wie ein mobiler Laderoboter mit einem KI-gesteuerten Roboterarm einen ID.3 lädt.



Das Symposium

Das IT-Symposium fand aufgrund der Corona-Pandemie in einem kleineren Rahmen als in den Jahren zuvor statt. Im Betriebsrestaurant der IT-City nahmen rund 25 Gäste teil, darunter Konzernchef Herbert Diess, Konzernvorstand Frank Witter, Markenchef Ralf Brandstätter und Betriebsratsvorsitzender Bernd Osterloh. Etwa 35 weitere Teilnehmer wählten sich per Skype ein.



So wird die Beschaffung digitaler

Marken- und bereichsübergreifend arbeiten Experten an neuen Computersystemen für die Einkäufer



Die Beschaffung treibt mit Hochdruck die Digitalisierung voran: Marken- und bereichsübergreifend arbeiten Experten zurzeit vor allem an komplett neuen Computersystemen für die Einkäufer. Auch dadurch leistet die Beschaffung ihren Beitrag zur Roadmap Digitalisierung des Volkswagen Konzerns.



Nico Feirer, Bereichsleiter Beschaffung

Das Herzstück der Digitalisierungsstrategie der Beschaffung ist die Group Procurement Suite (GPS). Mit GPS verfolgt, eine nachhaltige Softwarelösung für die Beschaffung zu entwickeln. Sie vereint innovative Technologien, eine Datenbank und moderne Nutzeroberflächen – und das für alle Marken und Regionen des Konzerns.

Großen Wert legt die Beschaffung schon im

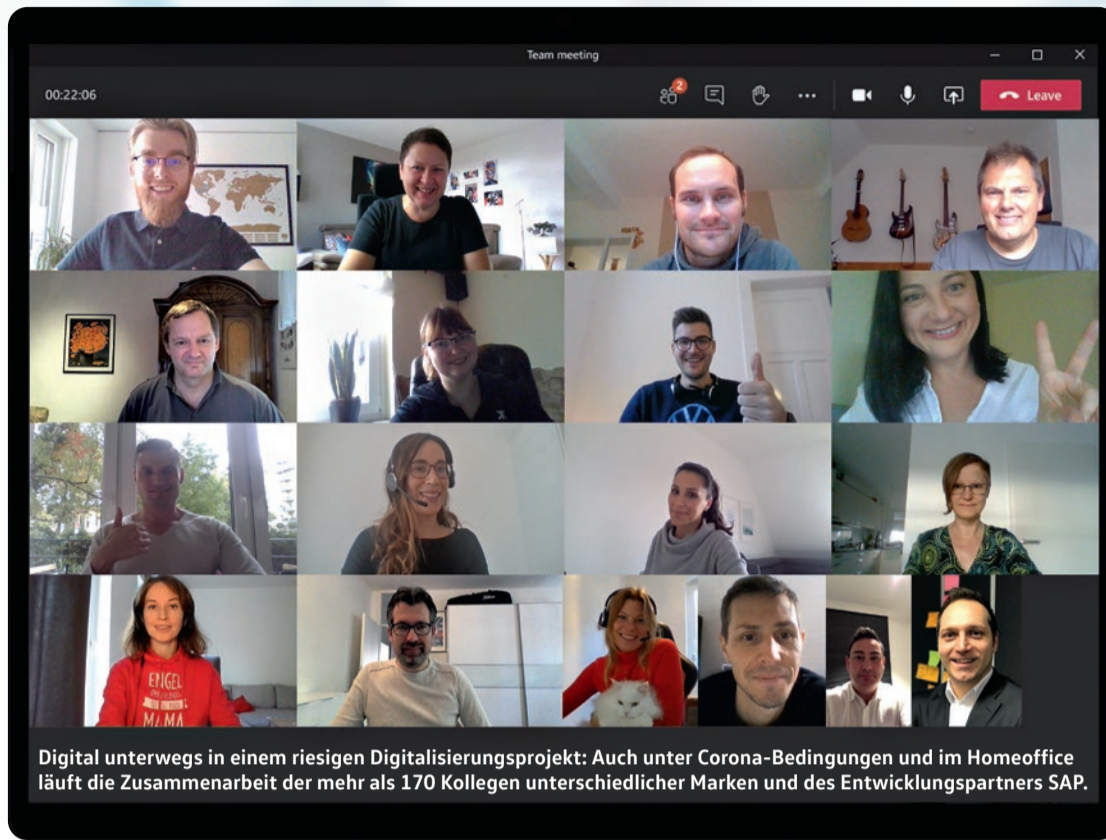
Entwicklungsprozess auf eine bereichsübergreifende Zusammenarbeit. Nico Feirer, Bereichsleiter „Globale Seriensteuerung Beschaffung“: „Unsere Mannschaft setzt sich aus verschiedenen Spielern zusammen. Für uns ist Digitalisierung auch deshalb echter Teamspirit.“ Bei den Spielern handelt es sich um die Experten aus der Beschaffung, der IT und weiteren Fachbereichen sowie auch um die des Entwicklungspartners SAP.

Hintergrund: GPS entsteht in Co-Innovation zwischen Volkswagen und dem Softwareunternehmen aus Baden-Württemberg. Feirer: „Co-Innovation

heißt im Wesentlichen, dass beide Seiten investieren, ihr Wissen einbringen und so gemeinsam einen neuen Softwarestandard entwickeln.“ Dabei entstehe eine echte Win-win-Situation. Der Bereichsleiter: „Die Entwicklungsergebnisse werden Teil des SAP-Standards. Dadurch profitiert der Volkswagen

Konzern von regelmäßigen SAP-Updates, während SAP von unserer exzellenten Beschaffungsexpertise lernen kann.“

Im Entwicklungsprozess ist die Beschaffung keine Insel. Der Grund: Viele Prozesse haben Schnittstellen und Kontaktpunkte mit anderen Fachbereichen. Feirer:



Digital unterwegs in einem riesigen Digitalisierungsprojekt: Auch unter Corona-Bedingungen und im Homeoffice läuft die Zusammenarbeit der mehr als 170 Kollegen unterschiedlicher Marken und des Entwicklungspartners SAP.

„Entscheidend für einen durchgängigen Prozess- und Datenfluss ist der enge Austausch mit unseren Nachbarbereichen Finanz, Logistik und Komponente.“ Ein Vorteil dabei: Auch andere Fachbereiche, zum Beispiel die Logistik und die Finanz, setzen im Rahmen ihrer Digitalisierungsinitiativen auf SAP.

Der Anwender steht im Mittelpunkt

Außerdem wichtig: Ein Leitsatz im GPS-Programm lautet, dass jeder Mitarbeiter Teil der Veränderung ist. „Für uns steht immer der Anwender im Mittelpunkt. Daher laden wir unsere Einkäufer ein, Digitalisierung mitzugestalten“, sagt Feirer. Erreicht werde dies durch Formate wie „Blick in die Werkstatt“, bei dem Einkäufer die Gelegenheit erhalten, etwas über den aktuellen Entwicklungsstatus von GPS zu erfahren und ehrliches Feedback zu geben.



Mitarbeiterstimmen: Was das GPS-Projekt besonders macht

ZUSAMMENARBEIT BESCHAFFUNG UND IT

„Die enge Zusammenarbeit von Beschaffung und IT macht GPS für mich besonders – vor allem wegen der hohen Komplexität ist das extrem wichtig! Das gemeinsame Projekthaus, der GPS-Campus in Wolfsburg-Sandkamp, schafft die nötige Nähe und dadurch Vertrauen unter den Kollegen. Das gute Zusammenspiel ist besonders in der jetzigen virtuellen Zusammenarbeit ein großer Vorteil.“

Ruben Symalla, GPS-Projektmanagement der Konzern-IT



ZUSAMMENARBEIT MARKEN UND REGIONEN

Die Einbindung der Marken in die Projektarbeit macht GPS ganz besonders für mich. So arbeiten meine Audi Kollegen und ich in einem Projektteam mit Volkswagen, Porsche und MAN als Kernmarken aktiv zusammen. Das Gute daran: Wir profitieren nicht nur vom Wissen des jeweils anderen, sondern erhöhen auch die Nutzerakzeptanz.

Stefan Prüller, Business Owner bei Audi



AGILITÄT

„GPS ist für mich das erste Projekt, in dem wir mit agilen Methoden arbeiten. So entwickeln wir GPS Schritt für Schritt oder, um es in agilen Worten auszudrücken, Sprint für Sprint. Während der Entwicklung werden User Stories entworfen, um die Bedürfnisse der Anwender zu identifizieren. Diese Bedürfnisse werden, basierend auf unserem fachlichen Feedback und dem sinnvollen Entwicklungsablauf, priorisiert. Das ist hochspannend, erfordert aber auch eine Menge Disziplin.“

Maria Alt, Product Owner GPS Sourcing der Konzernbeschaffung



Digitalisierung: Das sagt Personalvorstand Kilian

3 Fragen



Gunnar Kilian, Konzernvorstand für die Geschäftsbereiche „Personal“ und „Truck & Bus“

1 Wie Digitalisierung in der Beschaffung geht, erklären Kollegen aus dem GPS-Projekt oben. Was ist Ihr Tipp, wenn es darum geht, die digitale Transformation zu meistern?

Zwei Kernelemente sind in dieser Zeit entscheidend: Ausdauer und Flexibilität. Unsere Industrie hat sich schon immer weiterentwickelt. Neu ist das enorme Tempo der Veränderung, die Geschwindigkeit der Transformation. Für den ID.3 brauchten wir beispielsweise vom Konzept bis zur Markteinführung nur rund vier Jahre. Bei früheren Fahrzeugen dauerte das sechs, sieben oder noch mehr Jahre. Das zeigt exemplarisch, dass sich das Veränderungstempo exponentiell steigert – und das wird es auch weiterhin. Transformation wird zur Daueraufgabe. Für uns heißt das, wir müssen ausdauernd und flexibel sein. Wir müssen unsere Prozesse permanent überprüfen und aktualisieren, um weiter

erfolgreich sein zu können.

2 Im GPS-Projekt gibt es neben dem Format „Blick in die Werkstatt“ ein Change Management, um die Mitarbeiter einzubinden. Wie wichtig ist es, die Beschäftigten auf die digitale Reise mitzunehmen?

Die Einbindung der Belegschaft ist elementar. So paradox es klingen mag: Je technologischer diese Welt wird, desto stärker müssen sich Unternehmen auf die Menschen fokussieren. Denn die Fähigkeiten unserer Beschäftigten werden gerade in einer technologisch nahezu „perfekten“ Welt die bestimmenden Faktoren sein, die über unseren wirtschaftlichen Erfolg in Zukunft entscheiden. Ohne die Kolleginnen und Kollegen in diesen Prozess einzubinden, wird



es nicht funktionieren. Deshalb ist Transparenz wichtig – gerade in Zeiten des Wandels. Das gibt Sicherheit und Orientierung.

3 Trotz der Corona-Situation hat das GPS-Team das Projekt im Homeoffice vorangetrieben. Wird die derzeitige Situation nachhaltige Veränderungen in der Arbeitswelt bei Volkswagen haben und welche Rolle spielt dabei die Digitalisierung?

Die Digitalisierung ist Dreh- und Angelpunkt dieses schnellen Übergangs in eine weiterentwickelte Arbeitswelt. Das hat die Corona-Pandemie deutlich gemacht. So konnten wir unseren 100-Punkte-Plan zur Corona-Bekämpfung auch der Öffentlichkeit digital zum Download zur Verfügung stellen. Mehr als 40.000 unserer Zulieferer machten davon Gebrauch. Wenn man zudem etwas Positives aus dieser Krisenzeit

ziehen möchte, dann vielleicht die folgende Erkenntnis: Corona hat der Digitalisierung der Arbeitswelt – gerade auch im Angestelltenbereich – zum Durchbruch verholfen. Das zeigt allein die mobile Arbeit, die wir massiv hochgefahren haben. Über 70 Prozent der indirekten Beschäftigten, wenn wir allein das Werk Wolfsburg betrachten, haben von zuhause gearbeitet. Bezogen auf die Volkswagen AG hat sich die Zahl der mobil Arbeitenden von rund 18.000 auf aktuell 33.000 erhöht. Das ging schnell, unbürokratisch, dabei aber rechtssicher und technisch effizient. Nun müssen wir uns daranmachen, die Arbeitswelt basierend auf dieser positiven Erkenntnis nachhaltig zu gestalten. Ob wir das als „New Normal“ bezeichnen oder anders nennen, steht meines Erachtens vor der Erkenntnis zurück, dass wir den Digitalisierungsschub jetzt nicht bürokratisch ausbremsen dürfen.

We stay digital: So hat sich das Arbeiten in den Bereichen geändert

In der Corona-Pandemie setzen viele Fachbereiche auf Online-Lösungen, die Volkswagen zu einem digitaleren und nachhaltigeren Unternehmen machen.



Für Entwickler in mobiler Arbeit: Agnese Riemere-Birk setzt auf neue digitale Medien.

Neue digitale Dialogformate in TE

In der Technischen Entwicklung (TE) in Wolfsburg war für über 11.000 Mitarbeiter nach dem Corona-Lockdown im März mobile Arbeit angesagt. Skype & Co. verbanden die Teams seitdem elektronisch, damit die Entwicklungsprojekte weiterlaufen konnten. Eine Herausforderung gab es: Neue Dialogformate mussten her. „Früh kam die Anforderung, digitale Formate für den Dialog mit und unter den TE-Mitarbeitern einzuführen“, berichtet Agnese Riemere-Birk. In der Abteilung TE-Transformation ist sie verantwortlich für die „Change-Kommunikation“.

TE-Skype-Dialog ergänzt die TE-Medien

Die Mitarbeiter am heimischen PC beschäftigten viele Fragen zu Gesundheitsschutz, Arbeitsorganisation, Prozessen und Projekten. Anfang Juni lieferte der TE-Skype-Dialog „Zusammen gegen Corona“ mit 350 Teilnehmern erste Antworten. Via Chat oder Mikro stellten die Teilnehmer Fragen zur Arbeitssituation unter COVID-19-Bedingungen. „Die neuen digitalen Dialogformate ergänzen unsere Medien wie den monatlichen Newsletter TETelegramm und die FE-Website gut“, betont Michael Esders, der die interne Kommunikation in der TE verantwortet.

Vor der Corona-Pandemie fanden die Kommunikationsveranstaltungen im TE-Hörsaal mit etwa 100 Teilnehmern statt. Man hätte mehr als drei Veranstaltungen organisieren müssen, um auf die Zahl von 350 Mitarbeitern zu kommen, die mit dem TE-Skype-Dialog erreicht wurden. Mit dem Online-Format sparten sich die Mitarbeiter zudem An- und Abfahrt. Wären sie von zuhause gekommen, hätten sie mehr als 12.000 Kilometer mit dem Pkw zurückgelegt – mit geschätzten CO₂-Emissionen von 1,8 Tonnen.

Online-Meetings tragen zum Klimaschutz bei

Wesentlich besser ist die Klimabilanz des Online-Meetings – bei 350 Teilnehmern fallen pro Stunde nur rund 35 Kilogramm CO₂ an. Der Wandel in der TE ist damit eines von vielen Beispielen, die zeigen, wie Volkswagen zu einem digitaleren und zugleich nachhaltigeren Unternehmen wird.

Nach dem ersten Digitalisierungsschub wuchs der Bedarf weiter. „Wir bereiten ein ganzes Paket von digitalen Formaten vor, mit denen wir die Mitarbeiter informieren und den Dialog mit ihnen führen“, sagt Egon Feichter, zuständig für TE-Strategie, Produktdaten und Services.



Elektronikentwickler: Digitales Willkommen

Virtuell stellen sich neue Mitarbeiter und Führungskräfte vor

Rund 40 Ingenieure, Softwareentwickler und IT-Fachkräfte haben es sich vor ihren Laptops bequem gemacht. „Willkommen!“ steht in sieben Sprachen auf dem Startbildschirm ihres digitalen Treffens. Hätten sie ihre Arbeit bei Volkswagen einige Monate früher begonnen, dann hätten sie sich zur Begrüßung in einem Konferenzraum in Wolfsburg versammelt. Doch Corona lässt das nicht zu. Seit April lernen sich die neuen Kolleginnen und Kollegen in virtuellen Willkommensrunden kennen.

Fachleute sind auch in der Krise begehrt – deshalb holt die Elektronikentwicklung (EE) pro Quartal rund drei Dutzend Expertinnen und Experten neu ins Team. Margit Burkhard und Gian Carlo Brunetti aus dem Team „Change & NewWork“ haben inzwischen viel Übung darin, Online-Formate zu planen und zu moderieren. Die Willkommenstreffen



Technik-Filme: Margit Burkhard aus dem Team „Change & NewWork“ hat die neuen Kommunikations-Formate mitentwickelt.

beginnen immer mit einer kurzen Begrüßung des Chefs – dann sind die Neuen an der Reihe. Jeder hat 30 Sekunden, um sich mit fünf Schlagwörtern vorzustellen.

Die virtuellen Treffen nutzen nicht nur den neuen Mitarbeitern – sie sind auch besser für die Umwelt. Reisen 40 Teilnehmer zu einem Präsenz-Meeting nach Wolfsburg, dann legen sie geschätzte 2.000 Kilometer mit dem Auto zurück. CO₂-Emissionen: rund 300 Kilogramm. Bei einem zweistündigen Online-Format fallen durch den Stromverbrauch der Laptops lediglich wenige Kilogramm an. Das gilt nicht nur für die Begrüßungsveranstaltungen, sondern für jeden Tag, an dem die neuen Kollegen von zuhause arbeiten.

Auch bei anderen Dialogveranstaltungen setzen die Elektronikentwickler noch stärker auf Digitales als vor der Pandemie. Vor wenigen Wochen etwa stellte sich der neue Bereichsleiter Axel Heinrich per Webcast in einer virtuellen Vollversammlung vor: Er sprach über Vita und Ziele, dann folgten Fragen der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.

Die EE hat auch viele andere Formate digitalisiert. In Videos berichten Mitarbeiter von ihren Arbeitsthemen – so stellt beispielsweise ein Entwickler eine Neuigkeit in der Navigation des ID.3¹ vor. „Die Technikfilme sind sehr beliebt bei unseren Kolleginnen und Kollegen – nicht selten entstehen daraus Diskussionen in unserer EE-Community“,



Corona als Beschleuniger: Digitale Kommunikation ist in der Elektronikentwicklung noch wichtiger als vor Beginn der Pandemie.

berichtet Burkhard. In den „EE-Insights“ stellen ebenfalls Entwickler ihre Projekte vor: Zwölf Minuten lang sprechen sie über ihre Arbeit, der Rest des halbstündigen Termins ist für Fragen reserviert.

Beteiligung ist wichtig. Das Team „Change & NewWork“ will wissen, was die Kollegen beschäftigt und wie die Stimmung im Homeoffice ist. Ein häufiges Feedback: Die Entwickler vermissen die Mittagspause mit ihren Kollegen – nicht jedoch den Arbeitsweg. Nicht wenige schätzen zudem die Möglichkeit, den Tag flexibler einzuteilen. Abwechslung ist ihnen lieber als acht Stunden Arbeit am Stück.

Einen großen Teil der digitalen Lösungen wird die Elektronikentwicklung über die Zeit der Pandemie hinaus nutzen. Die meisten Vollversammlungen mit mehreren Hundert Mitarbeitern werden digital bleiben. Auch die Online-Willkommenstreffen laufen so gut, dass sie nur schwer wieder wegzudenken sind. Die Vorbereitung ist einfacher, die Teilnehmer sparen die Anfahrtszeit. Bereichsleiter



Diese Formate nutzt die EE

Die Elektronikentwicklung organisiert einen großen Teil ihrer Digitalformate in Microsoft Teams. Mehr Infos gibt es auf der EE-News-Seite sowie in der EE-Community.

Kontakt: Margit Burkhard/Gian Carlo Brunetti



Cloud-Lösung für mobile Arbeit

TE richtet über 1.000 digitale Arbeitsplätze für rechenintensive Aufgaben ein

Festigkeitssimulationen, 3D-Bauteilauslegung oder virtueller Fahrzeugbau im Homeoffice – das ist in Corona-Zeiten für mehr als 1.000 TE-Entwickler möglich. Ihre rechenintensiven Aufgaben erledigen sie seit Ende März 2020 am heimischen Schreibtisch. Das Mittel: eine Cloud-Anbindung. Ein vierköpfiges Team aus der TE und der Konzern-IT hat sie in wenigen Tagen eingerichtet. „Wir hatten hier gerade auch wegen der COVID-19-Beschränkungen dringenden Nachholbedarf bei mobilen Entwickler-Arbeitsplätzen“, sagt Christian Mandel, der sich im Vorseriencenter um die IT kümmert.

Entwickler in der Vorentwicklung, der Serienkonstruktion, der Simulation oder der virtuellen Absicherung gehen mit gewaltigen Datenmengen um und brauchen große Rechnerleistungen. Ihr Arbeitsplatz war daher bisher im Werk. Auch um die

„Mit der Cloud-Lösung ist ein effektives Arbeiten auch im Homeoffice möglich.“

Leon Kocherscheid, Vorentwicklung Antriebsstrang

Datensicherheit zu garantieren und das Know-how der Entwickler zu schützen. Das COVID-19-Virus hat alles verändert: Die rechnergestützte Entwicklung in der TE wurde unmöglich und schnell musste eine Lösung her. Zum Glück gab es ein Pilotprojekt, das die TE-Taskforce ausbauen konnte: Eine Cloud-Lösung bestand schon seit Ende 2019.

Die Aufgabe: in kürzester Zeit die rechenintensiven Anwendungen für das Homeoffice befähigen. Herausfordernd war hier aber nicht nur die Technik, die für viele interne Entwickler oder Ingenieure von Zulieferern zur Verfügung stehen sollte. „Mit Sorgfalt und mit hohem Tempo konnten wir beim Übergang auf digitale Arbeitsweisen in mobiler Arbeit auch den Datenschutz ausreichend sicherstellen. Die Daten bleiben auf unseren Servern und die Citrix-Cloud sorgt für sicheren Zugriff, wo immer man ist“, betont Luigi Morreale aus der Konzern-IT.

Es dauerte nur 14 Tage, bis das Expertenteam befristete Lizenzen für die sogenannte Citrix-Cloud-Nutzung beschaffte und für ausreichenden Datenschutz gesorgt hatte. Zudem

entwickelte das Team um Morreale und Mandel einen Prozess, um die Mitarbeiter digital anzubinden und ihnen Support zu geben.

Im Mai zeigten sich 179 Nutzer der Cloud-Lösung in einer Umfrage höchst zufrieden. Oleg Schleining von den Services Datenmanagement erklärte: „Durch die digitale Verbindung kann ich jetzt von daheim arbeiten, als ob ich im Werk wäre.“ Er ist einer von etwa 1.000 TE-Entwicklern, die mit der Cloud-Lösung auch viel Zeit sparen. Denn An- wie Abfahrt zum Werk entfallen. Jetzt sind sie im Monat etwa 700.000 Kilometer weniger unterwegs. Das spart außerdem mehr als 100 Tonnen CO₂, wenn man von einem Hin- und Rückweg von durchschnittlich 35 Kilometern ausgeht.



Das Cloud-Team (von hinten): Robert Schulte, Frank Friedrichs, Christian Mandel und Luigi Morreale.

„Der größte Vorteil ist, dass wir von zuhause aus voll arbeitsfähig sind.“

Patrick Conrad, virtueller Fahrzeugbau

Das TE-Team arbeitet nun mit der IT daran, die Cloud-Lösung als digitale Arbeitstechnik zu bewerten und womöglich auch längerfristig für die mobile Arbeit zu etablieren. „Jedenfalls solange die Pandemie dauert – und vielleicht auch darüber hinaus“, sagt Mandel.

Interview: Thorsten Nicklass, Chef des Grünstrom-Anbieters Elli, über den Aufbau von privater Ladeinfrastruktur

Das neue Förderprogramm steht in den Startlöchern: Thorsten Nicklass, Chef des Grünstrom-Anbieters Elli, spricht im Interview über das Angebot der Bundesregierung.

Herr Nicklass, die Bundesregierung fördert nun auch den Aufbau von privater Ladeinfrastruktur. Wie bewerten Sie das Paket?

Das ist in der Tat ein gutes Signal für die E-Mobilität in Deutschland. Der Systemwechsel nimmt Fahrt auf, da ist es ein konsequenter Schritt, dass man den Aufbau von privaten Wallboxen unterstützt. Das macht die Anschaffung eines Elektroautos nochmals attraktiver und beseitigt eine wesentliche Einstiegshürde. Denn gerade bei Bestandsbauten kann die Installation von Ladepunkten eine nicht unerhebliche Investition sein. Da hilft es natürlich, wenn der Staat unterstützt.

Was wissen wir über die Förderung?

Mit dem neuen Programm fördert die Bundesregierung den Erwerb und die Installation von vernetz-

ten Wallboxen mit 900 Euro. Ein Rechenbeispiel: Wer eine förderfähige Wallbox inklusive Installation für 1.500 Euro erwirbt, muss künftig nur noch einen Eigenanteil von 600 Euro tragen. Gefördert werden nur vernetzte, internetfähige Wallboxen. Zudem muss die Installation durch einen zertifizierten Handwerker mit beauftragt werden, der reine Erwerb einer Wallbox reicht nicht aus. Und die Wallbox muss mit grünem Strom versorgt werden. Das Programm startet offiziell über die KfW am 24. November.

Was raten Sie Kunden, die gerade über den Kauf eines ID. Chargers Pro/Connect nachdenken?

Wir sind zuversichtlich, dass unsere beiden vernetzten Wallboxen ID. Charger Connect und ID. Charger Pro die Anforderungen erfüllen und damit förderfähig werden. Der offizielle Amtsstempel steht derzeit noch aus. Ab dem 24. November kann die Förderung unter <https://www.kfw.de/440> beantragt und die Wallbox im Anschluss bei Elli bestellt werden. Wichtig ist: Erst muss die Förderung



Gutes Signal für die E-Mobilität: Elli Chef Thorsten Nicklass begrüßt die Förderung.

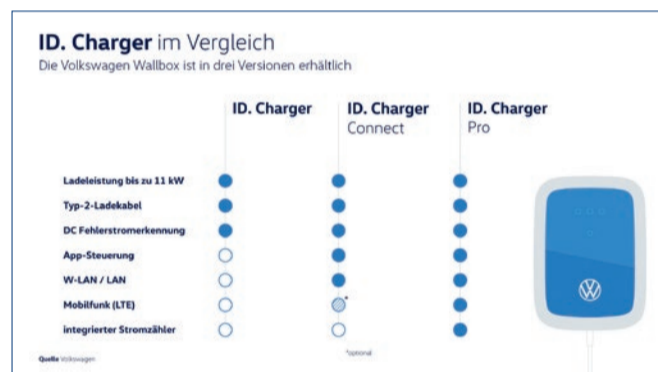
beantragt werden, dann können Erwerb und Installation der Wallbox folgen. Wer kurzfristig vor dem Beginn des Förderprogramms im November eine Wallbox benötigt, kann natürlich weiterhin wie gewohnt bei Elli bestellen.

Und wenn man einen ID. Charger Pro oder Connect bereits bestellt oder sogar installiert hat?

Zu unserem Bedauern gilt das Förderprogramm nur für Neubestellungen. Bereits bestellte oder installierte Produkte werden also leider nicht nachträglich gefördert. Darüber hinaus gehen wir bei Elli jetzt aktiv in die Öffentlichkeit und klären über das Förderprogramm auf. Wir wollen schließlich, dass möglichst viele Kundinnen und Kunden sowie Volkswagen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter davon profitieren können. Und: Wer bislang noch gar kein Elektroauto hat, aber in der Zukunft eine entsprechende Anschaffung plant, kann mit der Förderung schon einmal die Garage oder den Stellplatz fit für die Elektromobilität machen.



Aufgeladen: 900 Euro gibt es für die heimische Wallbox.



Sicher: Der ID.3¹ überzeugt im Test.

ID.3: Fünf Sterne im Sicherheitstest

Traumstart mit fünf Sternen: Beim Sicherheitstest Euro NCAP (European New Car Assessment Programme) hat der ID.3 die Bestnote erzielt. Die Prüfer gaben dem ersten Modell auf Basis des neuen Modulare E-Antriebs-Baukastens (MEB) in allen Kriterien gute Wertungen – beim Schutz von erwachsenen Insassen, Kindern und ungeschützten Verkehrsteilnehmern sowie bei den Assistenzsystemen.

„Das ist ein toller Erfolg für unser gesamtes ID.-Team“, sagt Frank Welsch, Entwicklungsleiter der Marke Volkswagen. „Ein hohes Sicherheitsniveau unserer Fahrzeuge ist uns immer sehr wichtig und ist deshalb von Anfang an in die MEB-Konzeption eingeflossen. Der ID.3 stellt das mit seinen fünf Sternen eindrucksvoll unter Beweis.“

Die Bewertung des Insassenschutzes für Erwachsene basiert unter anderem auf Frontal-, Seitenaufprall- und Schleudertraumaversuchen. Anhand dieser Crashtests und einer Beurteilung der Sicherheitsmaßnahmen für eine schnelle und sichere Rettung und Befreiung wurde für den ID.3 ein Schutzgrad von 87 Prozent für Fahrer und Passagieren ermittelt. Für Kinder wurde sogar ein Schutzgrad von 89 Prozent attestiert.

Zusätzlich zum Insassenschutz in Fahrzeugen prüft Euro NCAP unter anderem auch, wie gut automatische Notbremsysteme (AEB) Fußgänger und Radfahrer bei einer drohenden Kollision schützen können.

Erstmals mit KI-Methoden: Sarah Brüggemann entwickelte mit ihren Kollegen Leichtbauteil für die ID.3 Serie

Für die Entwickler in der Funktionsauslegung Karosserie ist klar: Ein E-Auto muss beim Crash so sicher sein wie ein Verbrenner. Vor besondere Herausforderungen stellen das Entwicklerteam rund um Sarah Brüggemann der E-Motor, das Getriebe und die Batterie, die sich wie eine Schokoladentafel zwischen den Achsen im Unterboden befindet. Denn diese Hochvolt(HV)-Komponenten sind Neuland für sie: „Wir mussten eine hochsensible Fahrzeugkomponente wie die Batterie simulativ auslegen und zudem neue Kriterien entwickeln, um zu bewerten, wie gefährdet die HV-Komponenten und deren umgebende Struktur im Crashfall sind“, erklärt Brüggemann.

Sarah Brüggemann ist in der Technischen Entwicklung in Wolfsburg in der Funktionsauslegung Karosserie tätig. Mit ih-

ren Kollegen kümmert sich die 36-jährige Bauingenieurin um die Crashesicherheit der Karosserie aller Modelle der Marke Volkswagen. Seit 2012 ist die Braunschweigerin bei Volkswagen – zunächst beim Seitencrash, später auch beim Frontcrash. Ihre Werkzeuge sind allerdings nicht die Schlittenversuche mit Dummies. Sie entwickelt die Crashesicherheit eines Autos ausschließlich am Rechner nach der sogenannten CAE-Methode (CAE = Computer-Aided Engineering).

Auch für die HV-Batterie der ID. Modelle, die durch ihr Package besondere Herausforderungen mit sich bringt: Die Batterie hat sich in Querichtung stark ausgedehnt, so dass beim seitlichen Pfahlaufprall der Deformationsweg am Schweller sehr kurz ist. Das Ziel der Sicherheitsexperten: Auf diesem kurzen Weg muss im Crashlastfall die gesamte Energie

abgebaut werden.

Beim Crash hat auch das Gewicht der HV-Komponente große Auswirkungen auf die Sicherheit: Je schwerer die Batterie und die umgebende Struktur, desto höher ist die Masse, die beim Crash abzubauen ist. Daher versuchen die Entwickler, den Schweller wie auch die A-, B- und C-Säule, den Dachrahmen oder das Fersenblech durch belastungsgerechte Lösungen sowie innovative Werkstoffe so leicht wie nur möglich auszulegen – bei gleicher Leistungsfähigkeit.

Die Leichtbaulösung, die Sarah Brüggemann und ihre Kollegen am Rechner entwickelt haben: Sie setzten zum ersten Mal ein Aluminium-Strangpressprofil im Schweller ein, um die hohe Crashenergie beim seitlichen Pfahlaufprall abzubauen. „Mit der Simulation decken wir heute so gut wie alle Crashfälle ab und sparen erhebliche Kosten“, berichtet sie.

Das Aluminium-Strangpressprofil zu gestalten, war aufwändig und

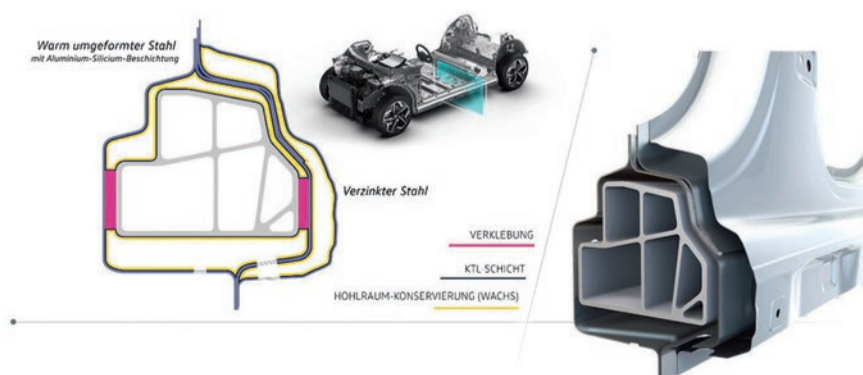


Leichtbau am Rechner: Sarah Brüggemann mit dem Alu-Profil des ID.3 Schwellers, der mit Künstlicher Intelligenz entwickelt wurde und die Crashenergie beim seitlichen Aufprall abbaut.

langwierig. Der Grund: Das Profil muss ein hohes Kraftniveau aufweisen, um die Energie auf dem kurzen Deformationsweg zu verzehren. Auch darf der Block, der nach der Deformation übrig bleibt, die HV-Batterie nicht eindrücken. Sarah Brüggemann erklärt: „Dabei haben wir das Aluminium-Strangpressprofil erstmals mit

Methoden der Künstlichen Intelligenz (KI-Methode) ausgelegt. Auch das war für uns neu.“

Mit dem Ergebnis ist sie zufrieden, denn die Entwickler der Funktionsauslegung Karosserie konnten das Aluminium-Strangpressprofil in die Serie bringen und den ID. im Crashfall ein Stück sicherer machen.



Schnittmodell des Schwellers im ID.3: So sieht der „Hybridschweller“ im Unterboden des MEB von innen aus.

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



Der große Bruder des ID.3 wird auf drei Kontinenten gebaut – Meilenstein in der E-Offensive von Volkswagen

Technische Daten des ID.4

ID.4 1ST und ID.4 1ST Max
Max. Leistung 150 kW / 204 PS
Max. Drehmoment 310 Nm
Getriebe 1-Gang-Getriebe
Vmax 160 km/h
0-100 km/h 8,5 s
Energie (Batterie) netto 77 kWh
Reichweite (WLTP) ca. 490 km
Länge 4.584 mm
Breite 1.852 mm
Höhe 1.612 mm
Radstand 2.766 mm
Luftwiderstandsbeiwert (cw) 0,28
Volumen (Kofferraum) 543 l



1 00 Prozent SUV, 100 Prozent elektrisch: Der ID.4 ist das erste vollelektrische SUV von Volkswagen und zugleich das erste E-Weltauto der Marke. Denn der große Bruder des ID.3 läuft in

Zwickau für Deutschland und Europa vom Band. Noch in diesem Jahr wird er auch in den chinesischen Werken Anting und Foshan gebaut; für 2022 ist der Fertigungsbeginn in Chattanooga (USA) sowie in Emden geplant. Das E-SUV auf der

Basis des Modulare E-Antriebsbaukastens (MEB) ist ein wichtiger Meilenstein der E-Offensive von Volkswagen: 75 reine E-Autos will Volkswagen bis 2029 auf den Markt bringen und bis dahin etwa 26 Millionen E-Fahrzeuge verkaufen.

Der ID.4 startet in einem Marktsegment, das auf den Automärkten der Welt zu den größten zählt – in der Klasse der Kompakt-SUV. In Deutschland fährt er mit zwei auf 27.000 Einheiten limitierten Editionsmodellen

auf den Markt. Die 1ST-Edition kostet 49.950 Euro, der ID.4 1ST Max mit Panorama-Glasdach und elektrischer Heckklappe 59.950 Euro. Für beide Modelle stehen 9.000 Euro Netto-Fördersumme bereit.

10 Dinge, die man jetzt über den ID.4 wissen muss

- 1 100 % SUV – 100 % elektrisch**
Der ID.4 ist das erste vollelektrische SUV von Volkswagen und das erste E-Weltauto der Marke. Er startet im weltweit größten Marktsegment, der Klasse der Kompakt-SUV.
- 2 Open Space für die Passagiere**
Die Architektur des ID.4 führt zu einem langen Radstand. Er macht den Innenraum so geräumig wie bei einem konventionellen SUV der nächstgrößeren Klasse.
- 3 Neue Technologien beim Licht**
Die interaktiven IQ-Light-LED-Matrix-Scheinwerfer strahlen ein intelligent geregeltes Fernlicht ab. Dazu gibt es die innovativen 3D-LED-Rückleuchten.
- 4 Vielseitiger Allrounder**
Die großen Räder bis 21 Zoll Durchmesser zeigen den sportlich-robusten Charakter des Autos.
- 5 Umfangreiche Connectivity**
Mit den Navigationssystemen kann der Fahrer die Online-Dienste von We Connect Start nutzen. Die Assistenzsysteme von IQ Drive machen das Fahren souverän.
- 6 Leistung und hohe Reichweite**
Die beiden ID.4 Editionsmodelle basieren auf dem ID.4 Pro Performance und leisten 150 kW (204 PS). Ihre Batterie erlaubt ca. 490 Kilometer Reichweite (WLTP).
- 7 Zwei Editionsmodelle**
Der ID.4 fährt in Deutschland mit zwei Editionsmodellen in den Markt. Der ID.4 1ST kostet 49.950 Euro, der besonders reichhaltig ausgestattete ID.4 1ST Max 59.950 Euro (beide mit 19 Prozent Mehrwertsteuer). Für beide Modelle stehen 9.000 Euro Netto-Fördersumme bereit.
- 8 Top-moderne Bedienung**
Ein Touch-Display mit bis zu zwölf Zoll Diagonale, eine natürliche Sprachbedienung und das ID.Light sind Standard. Auf Wunsch gibt es ein Augmented-Reality-Head-up-Display, das die Anzeigen mit der Realität fusioniert.
- 9 Neue Elektronik-Plattform**
Software und Hardware des ID.4 sind in einer völlig neuen Architektur konzipiert. Dadurch kann der Kunde nach dem Kauf Updates ins Auto holen.
- 10 Nachhaltige E-Mobilität für alle**
Die E-Offensive von Volkswagen nimmt weiter Fahrt auf. Der ID.4 wird im Werk Zwickau bilanziell CO₂-neutral gefertigt. Rund um die ID. Modelle entsteht ein ganzes Ökosystem nachhaltiger Mobilität.

In Tennessee und Shanghai: Sie arbeiten am ID.4

Volkswagen Mitarbeiter Marco Franke und Tayfun Sentürk begleiten das neue Elektro-SUV rund um den Globus

Das erste Elektro-SUV von Volkswagen ist ein Weltauto: global gebaut, global verkauft. Die Volkswagen Mitarbeiter Marco Franke und Tayfun Sentürk begleiten den ID.4 von Zwickau nach Tennessee und Shanghai.

Man kann ohne Übertreibung sagen, dass die E-Mobilität bei Marco Franke zur Familiengeschichte gehört. Vor wenigen Wochen heiratete der 29-jährige Karosserieplaner seine

Freundin Nicole. Als Hochzeitsauto brachten Kollegen aus dem Volkswagen Werk Zwickau einen ID.3¹ der Mitarbeiterflotte mit. In wenigen Wochen ziehen die Franks nach Tennessee, wo Marco im Werk Chattanooga den Produktionsstart des ID.4 mit vorbereiten wird. Das erste Elektro-SUV der Marke Volkswagen wird damit dem Anspruch als Weltauto auf besondere Weise gerecht: Der ID.4 wird nicht nur weltweit gebaut

und verkauft – er prägt auch den Weg von Menschen wie Marco Franke, die Erfahrung an internationalen Standorten sammeln.

Seit einem US-Aufenthalt 2017 steht für Franke fest, dass er die Vereinigten Staaten besser kennenlernen will. Damals verbrachte er sechs Monate in Chattanooga, um beim Atlas Anlauf mitzuarbeiten – nun will er knapp zwei Jahre bleiben. „Das Land hat mich vom ersten Tag an fasziniert. Ich freue mich riesig, zurückzukommen“, sagt Franke, der in Chattanooga Maschinen in der ID.4 Fertigung aufstellen wird. Das E-SUV soll ab 2022 auch dort gebaut werden.

Ähnlich wie Franke ist Tayfun Sentürk auf internationaler E-Mobilitäts-Mission. Seit knapp einem Jahr lebt und arbeitet der 34-Jährige in Shanghai. Als Anlaufmanager verantwortet er den Produktionsstart im neuen Werk Anting, wo das Joint Venture SAIC Volkswagen ausschließlich E-Autos auf Basis des Modulare E-Antriebs-Baukastens (MEB) bauen

wird. „Ich habe eine aufregende Zeit hinter mir“, sagt Sentürk über sein erstes Jahr in China. „Die Fabrik, die Sprache, die Kultur – alles war neu für mich.“ Mit E-Autos kannte er sich dagegen von Beginn an aus – denn er hatte in Zwickau das Anlaufmanagement für den ID.3 koordiniert. „Es hilft mir, dass ich die Themen und Ansprechpartner in Deutschland kenne. Nahezu täglich gibt es Skype-Calls. Wenn Zwickau eine gute Lösung hat, dann profitiert Anting – und umgekehrt“, sagt er.

Die Wochenenden nutzt Sentürk meist, um Shanghai zu erkunden. Sein Eindruck: „Die Menschen sind begeistert von neuer Technik. E-Autos sind superbeliebt. Man fährt sauber, leise und hat eine tolle Beschleunigung.“ Bisher sei Volkswagen bei den E-Modellen noch wenig vertreten. Sentürk ist überzeugt, dass sich dieses Bild bald ändert. „Die Chinesen mögen E-Autos und sie mögen SUVs. Sie werden den ID.4 lieben.“

Zurück zu den Franks: Gemein-



sam mit ihrem Sohn wollen sie in den kommenden zwei Jahren die USA erkunden. Ein passendes Auto für die Touren müssen sie noch aussuchen. Ob es der ID.4 wird? „Das können wir noch nicht sagen. Aber ich weiß aus eigener Erfahrung, dass E-Fahrzeuge genauso alltagstauglich sind wie Verbrenner. Entscheiden werden wir uns vor Ort“, sagt Marco Franke.

Das Traumauto muss noch etwas warten – ihr Traumziel dagegen haben die Franks schon fest im Blick: Panama City Beach an der Küste Floridas. Die Reise von Chattanooga ist gut 600 Kilometer lang – danach warten mehr als 40 Kilometer Sandstrand. Vielleicht machen sie die Tour ja elektrisch: mit dem ID.4.



Auf E-Mobilitäts-Mission in China: Tayfun Sentürk.

Auf E-Mobilitäts-Mission in den USA: Marco Franke.

¹ID.4 1st: Stromverbrauch in kWh/100 km, kombiniert: 16,9–16,2; CO₂-Emission in g/km: 0; Effizienzklasse: A+; ID.4 Pro Performance, 150 kW: Stromverbrauch in kWh/100 km, kombiniert (NEFZ): 16,9–16,2; CO₂-Emission in g/km, kombiniert: 0; Effizienzklasse: A+; ID.4 1st Max: Stromverbrauch in kWh/100 km (NEFZ): 16,2; CO₂-Emission in g/km: 0; Effizienzklasse: A+ | ²ID.3: ID.3 Pro Performance, 150 kW / Stromverbrauch kombiniert in kWh/100 km: 16,9–15,4 (WLTP); 15,4–14,5 (NEFZ); CO₂-Emissionen kombiniert in g/km: 0; ID.3 Pro S, 150 kW / Stromverbrauch kombiniert in kWh/100 km: 17,7–15,9 (WLTP); 14,1–13,5 (NEFZ); CO₂-Emissionen kombiniert in g/km: 0

Kommunikation von Volkswagen gut benotet

Die Pressearbeit von Volkswagen

gefällt den Wirtschaftsjournalisten. Das ergab eine Umfrage des Wirtschaftsforschungsinstituts Dr. Doebelin. Befragt wurden 165 Journalisten aus Deutschland, wie sie die Kommunikation der 30 DAX-Unternehmen bewerten.

Laut Einschätzung der Medienmacher gebühre Volkswagen vor allem Anerkennung für die „offene Kommunikation“ und die „vielen guten Hintergrundgespräche, auch zu unangenehmen Themen“. In einem Ranking der DAX-Unternehmen landet Volkswagen damit auf dem zweiten Platz. Von den Journalisten besser bewertet wurde nur BMW – die Münchner belegten bereits im Vorjahr die Spitzenposition. Auf den weiteren Plätzen nach BMW und Volkswagen folgen Daimler, Allianz und die Telekom. Vergangenes Jahr belegte Volkswagen den fünften Rang.



Peik von Bestenbostel, Leiter Konzernkommunikation

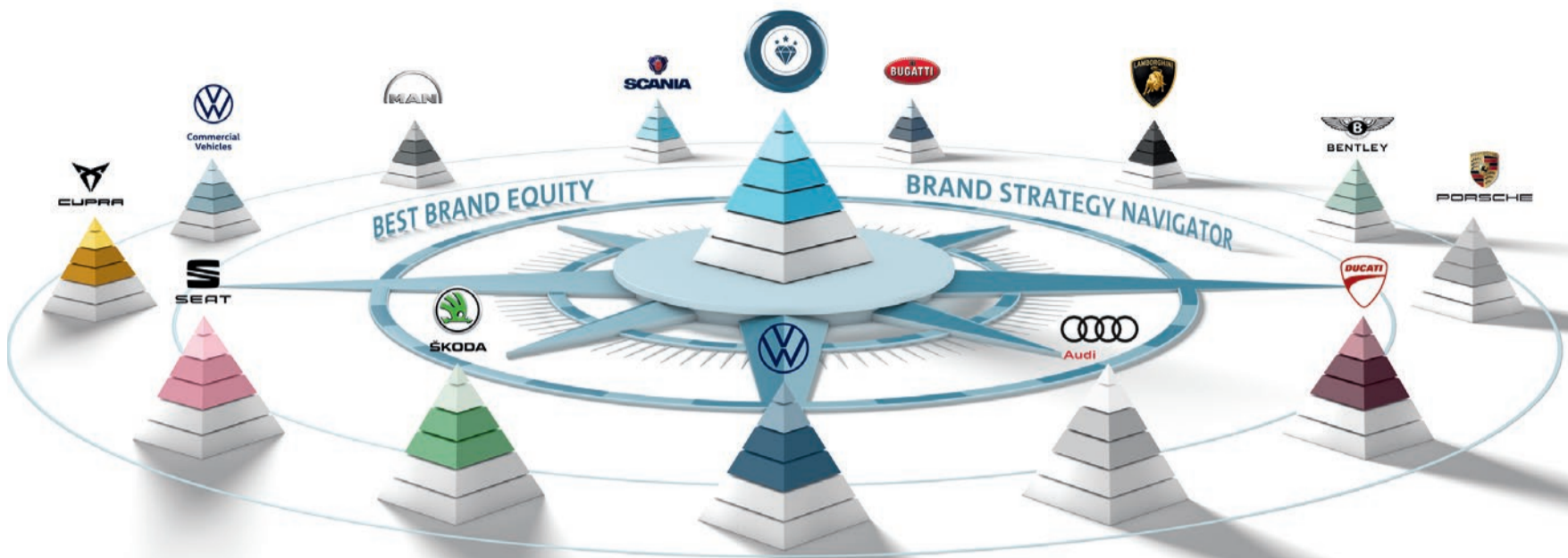
Peik von Bestenbostel, Leiter Konzernkommunikation: „Dieses Ergebnis ist eine Auszeichnung für das gesamte Pressteam von Volkswagen. Ich danke allen Kolleginnen und Kollegen für ihren großartigen Einsatz. Die Umfrage zeigt, dass wir mit unserer offenen, transparenten und engagierten Kommunikation auf dem richtigen Weg sind.“

Neue Allianz für Traton

Traton und der japanische Nutzfahrzeughersteller Hino haben eine Joint-Venture-Vereinbarung unterzeichnet. Gemeinsam wollen die Unternehmen die Entwicklung der Elektromobilität mit batterieelektrischen Fahrzeugen, Brennstoffzellenfahrzeugen und Komponenten vorantreiben und darüber hinaus gemeinsame Plattformen für Elektrofahrzeuge mitsamt Software und Schnittstellen entwickeln. Hierfür stellen die beiden Unternehmen ein Team aus Spezialisten zusammen. Die Aktivitäten werden zunächst in Södertälje (Schweden) aufgenommen.

Profile geschärft: Dafür stehen die Marken im Konzern

„Brand Strategy Navigator“ ist Ergebnis aus gemeinsamer Arbeit – Eindeutige Identitäten unterstützen



Wie ein Kompass gibt der „Brand Strategy Navigator“ mit geschärften Markenprofilen Orientierung bei internen Entscheidungsprozessen.

Es ist wie im Mannschaftssport: Jeder Sportler im Team hat seine Stärken, die er für den gemeinsamen Erfolg einsetzt. Das Prinzip lässt sich auch auf den „Brand Strategy Navigator“ übertragen – ein Projekt aus dem Modul „Best Brand Equity“ der Volkswagen Konzernstrategie. Der Unterschied: Es geht dabei nicht um Sportler, sondern um Marken und ihre Identität. Es geht darum, was eine Marke im Kern ausmacht und was sie von anderen unterscheidet. Mit starken Marken richtet sich der Konzern optimal für die Zukunft und gegen den Wettbewerb aus.

Trennschärfer am Markt auftreten

„Das Markenportfolio des Konzerns ist in den vergangenen Jahrzehnten stark gewachsen. Für den Kunden hat das zu Überschneidungen im Markenauftritt und sogar zu ähnlichen Produkten geführt. Mit dem neuen ‚Brand Strategy Navigator‘ haben wir nun gemeinsam mit allen Marken die Identitäten klar definiert, um zukünftig differenzierter und trennschärfer am Markt aufzutreten“,

erläutert Stefan Büscher, Leiter Konzern-Brand- und Marketing-Strategie. Gemeinsam mit seinem Team und Vertretern aller Marken hat er den „Brand Strategy Navigator“ entwickelt und ihn konzernweit eingeführt.

Eindeutige Markenidentitäten unterstützen bei der Entscheidungsfindung für Design, Produkte, Services und Markenauftritte. Büscher: „Das geschärfte Profil gibt sowohl den Marken als auch unseren Kunden klare Orientierung und Zukunftsausrichtung. Insgesamt stehen die Wünsche und Lebenswelten unserer Kunden im ‚Brand Strategy Navigator‘ klar im Mittelpunkt. Wir wollen unsere Kunden begeistern



Hat mit seinem Team das Profil der Marken geschärft: Stefan Büscher.

„Das Markenportfolio des Konzerns ist in den vergangenen Jahren stark gewachsen. Für den Kunden hat das zu Überschneidungen im Markenauftritt und sogar zu ähnlichen Produkten geführt.“

Stefan Büscher, Leiter Konzern Brand & Marketing Strategie

und aus ihnen ‚Fans for Life‘ für unsere Marken machen.“

Die Markenführung verantworten weiterhin die jeweiligen Markenteams. Der Volkswagen Konzern koordiniert in seiner Rolle als „Navigator“ das gesamte Markenportfolio und teilt das globale „Spielfeld“ systematisch in Markenterritorien (sprich: die Positionen auf dem Spielfeld) auf. In diesen Bereichen bringen die Marken ihre Stärken ein, die auf sogenannten Brand ID Cards (quasi „Personalalausweisen“) festgehalten sind: Darauf ist verankert, für welche Identität und Werte die jeweilige Marke steht und welche Vision sowie Mission sie verfolgt. Auf dieser Grundlage wur-

den für jede Marke ein klares Profil, ein eindeutiger Markenauftrag sowie Kernwettbewerber definiert.

Projekt aus der Konzernstrategie

Der „Brand Strategy Navigator“ ist ein Projekt aus dem Modul „Best Brand Equity“ der Konzernstrategie „Together 2025+“. „Best Brand Equity“ heißt sinngemäß übersetzt „Steigerung des Markenwerts“. Ziel des gesamten Moduls ist es, das Markenportfolio gemeinsam neu auszurichten. Damit wird das Gesamtmarktpotenzial maximal ausgeschöpft und der Markenwert der Konzernmarken gesteigert.

TE startet die „Mission Kulturwandel“

Knapp 900 Beschäftigte beim digitalen Auftakt dabei – 83 „TE-Transformers“ sind Multiplikatoren

Das menschliche Miteinander in der Technischen Entwicklung positiv verändern – das ist das Ziel der „Mission Kulturwandel“. Der Corona-bedingt digitale Auftakt der Initiative war ein Erfolg: Knapp 900 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter waren im Livestream dabei. Viele beteiligten sich am Themen-Voting oder brachten ihre Fragen und Anmerkungen via Chat und Livestream ein.

„Wir haben im Rahmen der Transformation bereits viele wichtige inhaltliche Themen auf den Weg gebracht“, sagte Entwicklungsvorstand Frank Welsch und stellte den Bezug zur 2019 gestarteten TE-STRATEGIE 2025+ her. „Nun möchten wir unsere Aufmerksamkeit noch stärker auf unser Miteinander und die Kultur in der TE richten.“

Der Entwicklungsvorstand skizzierte die vier Handlungsfelder „Vertrauen stärken“, „Silos überwinden“, „Entscheidungsgeschwindigkeit erhöhen“



Digitaler Auftakt in Zeiten von Corona: Knapp 900 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter waren im Livestream dabei.

und „Vielfalt fördern“. „Wir haben kein Erkenntnisproblem, sondern Nachholbedarf bei der Umsetzung“, betonte er. Deshalb werden 83 „TE-Transformers“ aus allen Hierarchiestufen der TE-Fachbereiche und das Projektleitungsteam dafür sorgen, dass der Wandel nachhaltig ist und im Arbeitsalltag ankommt. Beim Auftakt mit dabei waren auch Dietmar Albrecht, Leiter Personal Technische Bereiche,

Volkswagen Group Academy, moderierten „Open Dialog“ abzustimmen. Dabei stellte sich heraus, dass den Mitarbeitern die Themen wichtig sind, die auch das TE-Führungsteam priorisiert hat – allen voran Entscheidungsfindung und Entscheidungsprozesse. Letztere werden von vielen als zu langsam und intransparent empfunden.

Weitere wichtige Themen der Diskussion waren der Abbau von Hie-

und TE-Betriebsratskoordinator Gerardo Scarpino.

Breiten Raum nahm die Diskussion ein. Die Teilnehmer hatten die Möglichkeit, über die Schwerpunktthemen des von Ralph Linde, Leiter

rarchien in der TE und eine bessere „Work-Life-Balance“. Auch erste Ergebnisse wurden bereits vorgestellt: Johannes Neft, Leiter der Entwicklung Aufbau, präsentierte ein neues Konzept zur gezielten Jobrotation der OMKs zwischen den Fachbereichen – einen ganz praktischen „Silobrecher“. Die Umsetzung hat bereits begonnen. Und Egon Feichter, Leiter TE-Strategie, Produktdaten & Services, stellte neue digitale Kommunikationsformate wie den „TE-Skype-Dialog“ oder die „Digitale Cafébar“ vor, die in der Corona-Zeit eingeführt wurden.

Nach dem Start geht die „Mission Kulturwandel“ nahtlos weiter, wie Projektleiter Milan Wegener ankündigte: Die „TE-Transformers“ werden in Analyse-Workshops die Handlungsfelder konkretisieren und erste Verbesserungsvorschläge erarbeiten.



Intensive Diskussion: Die „TE-Transformers“ Ekaterina Lapekhina (rechts) und Qing Yang (links) sowie Anke Tesch.

Hildegard Wortmann: „Zukunft der Mobilität ist elektrisch“

Die Audi Vertriebsvorständin über den aktuellen Absatz und die künftige Ausrichtung der Marke mit den vier Ringen



Seit dem 1. Juli 2019 ist Hildegard Wortmann Mitglied des Vorstands der Audi AG für den Bereich Vertrieb und Marketing. Wie sich die Auslieferungen entwickeln, was die neue Markenkampagne vermittelt und wie Audi die Zukunft der Mobilität gestaltet, verrät die Vorständin im 360°-Interview.

Frau Wortmann, die Corona-Pandemie hat in diesem Jahr deutliche Auswirkungen auf die Auslieferungen von Audi. Wie beurteilen Sie die aktuelle Situation?

Ja, die Auslieferungen waren dadurch im ersten Halbjahr rückläufig. Seit Mai spüren wir aber weltweit eine deutliche Erholung in den

Setzt auf Elektrifizierung, Digitalisierung und Nachhaltigkeit: Audi Vertriebsvorständin Hildegard Wortmann.

Märkten. Dieses Wachstum hielt auch im September an: Mit 18,4 Prozent mehr Auslieferungen als im Vorjahr war das unser bisher stärkster Monat des Jahres. Auch das dritte Quartal lag mit 6,4 Prozent über dem Vorjahr, und wir konnten unseren Premiummarktanteil weiter steigern. Gleichzeitig beobachten wir die weitere Entwicklung der Corona-Pandemie aber täglich weiterhin genau. Das Jahr bleibt sehr herausfordernd.

Welche Konsequenzen ziehen Sie aus den vergangenen Monaten?

Die Corona-Krise beschleunigt die Digitalisierung und Transformation des Geschäfts – daraus ergeben sich für uns auch für die Zukunft neue Chancen. Wir haben in den vergangenen Monaten bereits verschiedene Maßnahmen dazu umgesetzt, etwa den digitalen Vertrieb mit Online-Reservierungstools und digitaler Fahrzeugpräsentation ausgebaut. Ein anderes Beispiel ist die virtuelle Markteinführung des neuen Audi A3. Solche Initiativen treiben wir weiter voran.

Welche Modelle haben den Aufschwung unterstützt?

Der Audi Q3, der Audi A6 und der Audi A8 haben sich zuletzt besonders positiv entwickelt. Hervorheben möchte ich aber den Audi e-tron – einen Gamechanger. Seit dem Marktstart haben wir weltweit mehr als 58.000 Audi e-tron an Kunden ausgeliefert, allein in diesem Jahr bereits mehr als 30.000. Der Audi e-tron ist weiterhin weltweit das meistverkaufte Fahrzeug in seinem Segment.

Dann setzen Sie weiter auf die Elektromobilität?

Absolut. Die Zukunft der Mobilität ist elektrisch. Wir haben eine ambitionierte Roadmap E, an der wir auch trotz der Corona-Pandemie festhalten: Wir bringen 30 elektrifizierte Modelle bis 2025 auf den Markt, davon rund 20 vollelektrische. Im nächsten Jahr kommen mit dem Audi e-tron GT und dem Audi Q4 e-tron zwei weitere emotionale Highlights auf den Markt, auf die ich mich jetzt schon sehr freue. Audi wird in den kommenden Jahren zum Anbieter ganzheitlicher CO₂-neutraler Premiummobilität mit dem Ziel, die Führung im Wettbewerb zu übernehmen.

„Gemeinsam leben wir Vorsprung!“

Audi hat kürzlich seine neue Markenkampagne gestartet. Wie greift die Kampagne dieses Ziel auf?

Unsere neue globale Markenkampagne mit dem Leitspruch „Future is an attitude“ verdeutlicht diese Transformation. Audi definiert „Vorsprung“ zeitgemäß und richtet sich zukunfts-fähig aus – für eine neue automobile Ära und für unsere Kunden. Dabei geht es uns darum, mithilfe von Technologie das Leben der Menschen zu verbessern und so einen Beitrag für die Gesellschaft zu leisten. Gemeinsam leben wir Vorsprung!

Namen & Nachrichten



Peter Modelhart, bisher Chief Operating Officer (COO) der Porsche Holding Salzburg für den Geschäftsbereich Volkswagen Group Retail

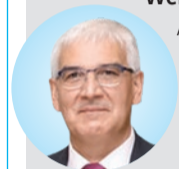
(Deutschland, Spanien, Portugal und Frankreich), ist seit dem 1. November neuer Sprecher der Geschäftsführung der VGRD GmbH. Er folgt



in dieser Funktion auf **Rainer Schroll**, der aus der operativen Geschäftsführung ausscheidet. Schroll wird auch weiterhin als Geschäftsführer der Porsche Holding Salzburg (PHS) die Managementverantwortung für die VGRD GmbH behalten.



Franz Dopf wird zum 31. Dezember das Unternehmen verlassen und in Ruhestand gehen.



Wendelin Göbel ist seit Anfang November Sprecher des Vorstands der Wolfsburg AG. Er hat die Nachfolge von Frank Fabian angetreten, der im Zuge einer

Ruhestandsregelung bei Volkswagen ausgeschieden ist. Bereits im Oktober verließ Oliver Syring den Vorstand der Wolfsburg AG. Er wechselte in eine Führungsfunktion in der zum Personalwesen von Volkswagen gehörenden Group Academy. Wendelin Göbel ist seit 1987 für den Volkswagen Konzern tätig. Seit 2017 war Göbel Vorstand von Audi für Personal und Organisation. Hintergrund: Die Wolfsburg AG ist ein Gemeinschaftsunternehmen von der Stadt Wolfsburg und Volkswagen. Sie schafft eine langfristige Wirtschafts- und Beschäftigungsperspektive am Standort Wolfsburg und vernetzt dazu wirtschaftliche und wissenschaftliche Aktivitäten in der Region und weit darüber hinaus.

Allianz der Konzernlenker: Umwelt im Fokus

Erstes Treffen der zwölf Mitglieder in Stuttgart – Klimaziele der EU sind „realisierbar“

Gemeinsame Ziele: Herbert Diess, Vorstandsvorsitzender der Volkswagen AG, und die Vorstandsvorsitzenden elf weiterer europäischer Unternehmen haben sich bei einem Treffen für eine kohlenstofffreie Zukunft und ein widerstandsfähigeres Europa in der Europäischen CEO-Allianz zusammengeschlossen. Diese Unternehmen sind dabei: ABB, AkzoNobel, Eon, Enel, Iberdrola, A.P. Møller Maersk, Philips, SAP, Scania, Schneider Electric, Siemens und Volkswagen.

Die Europäische Union hat sich dazu verpflichtet, bis zum Jahr 2050 klimaneutral zu werden, was im Einklang mit den eigenen Dekarbonisierungsstrategien der elf Unternehmen steht. Alle Mitglieder unterstützen die Pariser Klimaziele für 2050, den Green Deal der EU sowie die Ambition, die EU-Klimaziele zu erhöhen. Die Mitglieder vertreten verschiedene Branchen, erwirtschaften zusammen 600 Milliarden Euro Jahresumsatz und beschäftigen 1,7 Millionen Menschen. Die CEO-Allianz kanalisiert die Dekarbonisierungsbemühungen der Unternehmen: Sie verbindet Sektoren und Strategien, identifiziert Potenziale für die Zusammenarbeit und fördert Projekte und Investitionen für eine nachhaltige Wirtschaft und Gesellschaft.

Auf seiner konstituierenden Sitzung in Stuttgart unterstrich das

branchenübergreifende Bündnis: „Die Klimaziele der Europäischen Union sind realisierbar. Unsere Industrien blockieren nicht, sondern fördern vielmehr den Wandel hin zu einer kohlenstoffneutralen Wirtschaft. Langfristig sehen wir für alle Branchen Wachstumspotenzial. Wenn wir diesen historischen Wandel erfolgreich bewältigen, werden nachhaltige Entwicklung und neue zukunftssichere Arbeitsplätze das Ergebnis sein. Gemeinsam werden wir alle Bemühungen unterstützen, einen gesellschaftlichen Konsens für mehr Nachhaltigkeit zu erreichen.“ Mit dem Start wird die Allianz der Konzern-

lenker zu einem Aktionsbündnis, das Unternehmensstrategien, Branchen und Gesellschaften auf dem Weg zu einem kohlenstoffneutralen Europa zusammenführt.

Alle Mitglieder des Bündnisses halten die neuen Klimaziele der Europäischen Kommission, die bis 2030 eine Emissionsreduktion von 55 Prozent vorsehen, für realisierbar. Auf Seiten der Industrie haben die Mitglieder der CEO-Allianz bereits angekündigt, in den nächsten Jahren insgesamt mehr als 100 Milliarden Euro in ihre jeweiligen Dekarbonisierungsfahrpläne zu investieren, um zur Erreichung dieser Ziele beizutragen.

Jedes Mitglied hat seine eigene Strategie definiert, die Dekarbonisierung anzugehen, indem es etwa die Kohlenstoffemissionen über die relevanten Wertschöpfungsketten hinweg reduziert oder Kunden nachhaltige Produkte und Dienstleistungen anbietet. Um die jeweiligen CO₂-Ziele zu erreichen, ist jedes Mitglied und jede Branche von anderen Unternehmen und Branchen abhängig, was besonders eine branchenübergreifende Arbeit erforderlich macht.

Den Dialog mit der Politik begann das Netzwerk mit Frans Timmermans, geschäftsführender Vizepräsident der Europäischen Kommission.



In Stuttgart anwesend (von links): Georg Kell (Advisor), Henrik Henriksson (Scania), Peter Weckesser (Schneider Electric), Thierry Vanlacker (AkzoNobel), Herbert Diess (Volkswagen), Connie Hedegaard (Advisor) und Björn Rosengren (ABB). Die übrigen CEOs nahmen virtuell teil.

VOLKSWAGEN
AKTIENGESELLSCHAFT



360°
VOLKSWAGEN
APP
VON MITARBEITERN
FÜR MITARBEITERN

APP IN DIE
ZUKUNFT!
KOMMST DU MIT?

Jetzt runterladen und anmelden.



www.volkswagen-app.de

Fabrizio Mannone, Wolfsburg, Global Assignments (GA), Länderreferent USA und Kanada, erklärt dir gerne die App.

Mutig in die Zukunft

Produkte, Standorte und Strategie: Volkswagen Group Components hat sich in den letzten Jahren neu erfunden

Vor mittlerweile fünf Jahren gestartet, läuft die Transformation der Volkswagen Group Components auf Hochtouren. Vom Produktportfolio bis zur Strategie stehen alle Zeichen auf Zukunft: Starke Standorte mit wettbewerbsfähigen Produkten zahlen konsequent auf die E-Mobilitätsstrategie des Volkswagen Konzerns ein.

Ziel des Transformationsprozesses, den Komponenten CEO Thomas Schmall eingeleitet hat: aus dem traditionellen hausinternen Zulieferer eine starke eigenständige unternehmerische Einheit mit wettbewerbsfähigem Produktportfolio, effizienten

Werken und dem klaren Fokus auf E-Mobilität aufzubauen. Dazu wurde ein eigenes Strategie- und Effizienzprogramm entwickelt, das Produktportfolio und die Geschäftsfelder umstrukturiert und unwirtschaftliche Bereiche eingestellt. Gleichzeitig wurden durch die Fertigung von E-Umfängen neue Perspektiven für viele Mitarbeiter geschaffen.

Volle E-Kraft voraus

Wertschöpfungskern der Group Components wird die End-to-End-Verantwortung für die Batterie. Damit verantwortet die Komponente für den

Volkswagen Konzern die Schlüsselkomponente der E-Mobilität – von der Zelle bis zum Recycling. Dazu wurden an den Komponenten Standorten mit dem Start des neuen Geschäftsfeldes Batteriezelle Anfang des Jahres und den erfolgreichen Anläufen von MEB-Komponenten wie der E-Maschine in Kassel und dem Batteriesystem in Braunschweig neue Produktions- und Wertschöpfungsumfänge geschaffen (s. Grafik). Die starke Ausrichtung der Komponente auf die E-Mobilität zeigt sich bereits beim ID.3¹ und ID.4²: Hier liegt der Wertschöpfungsanteil der Group Components bei rund 40 Prozent – und ist damit um rund zehn Prozent höher als beim

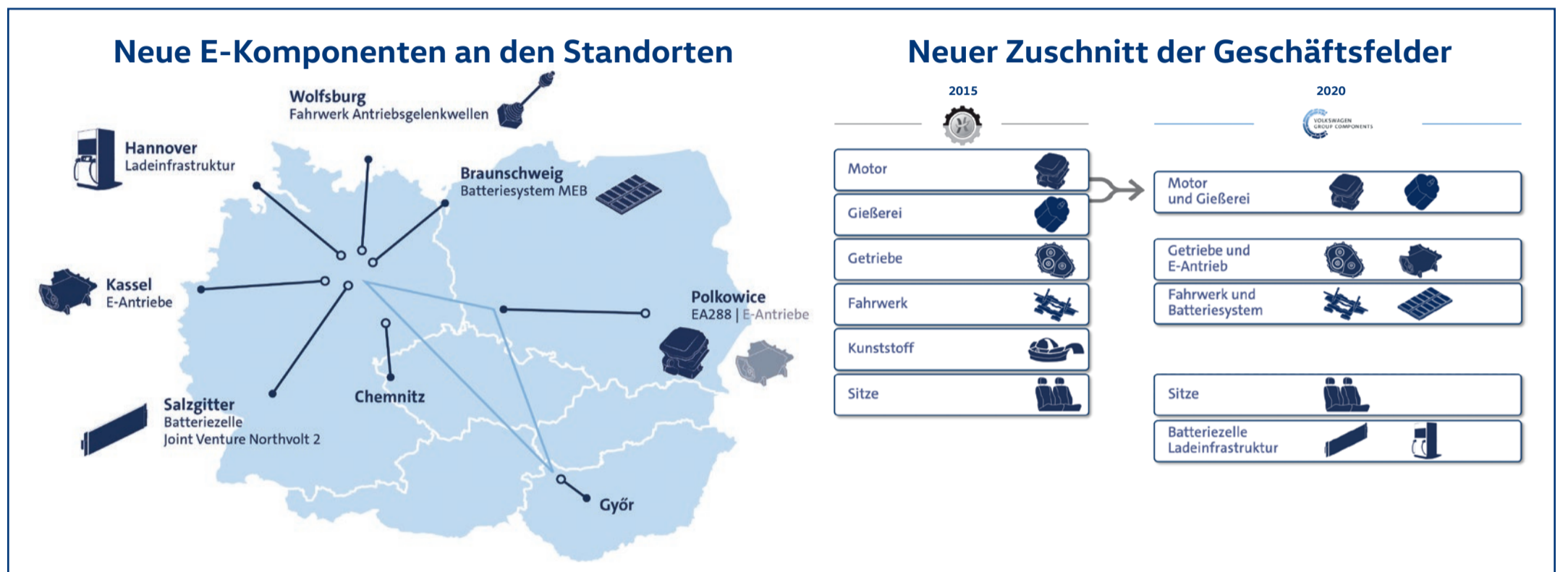
klassischen Verbrenner. Aber: Die wettbewerbsfähige Fertigung konventioneller Technologien ist als Volumen- und Ergebnistreiber wichtig, um auch weiterhin in die E-Mobilität investieren zu können.

Transformation ist Teamsache

Die Transformation funktioniert nur im Team, denn die Mitarbeiter müssen den Wandel von der Kunststofffertigung zum Batteriesystem, vom Wärmetauscher zur Ladesäule mittragen und unterstützen. Um den Wandel an den Standorten nachhaltig zu gestalten, wurden bereits viele Kollegen

in E-Mobilitätsthemen wie die Fertigung von Batteriesystem oder E-Antrieb transformiert. Dazu gab es umfangreiche Schulungen und intensive Qualifizierungsmaßnahmen vor Ort.

Für die enge Zusammenarbeit in der Komponente steht auch der internationale Standortverbund. Durch das Standortnetzwerk mit über 60 Werken an 48 Standorten kann die Werkauslastung bei Bedarf schnell angepasst werden – das zeigt beispielsweise die effektive Zusammenarbeit der Motorenstandorte Salzgitter, Győr, Chemnitz und Polkowice.



Die Transformation ist in vollem Gange ...

Der Verkauf des ID.3 läuft auf Hochtouren und der ID.4 feierte vor Kurzem Weltpremiere. Immer mit dabei: Volkswagen Group Components, denn mit rund 40 Prozent Wertschöpfungsanteil leistet die Komponente einen erheblichen Beitrag zum Erfolg der ID. Familie. E-Antrieb bis Hinterachse sind made by Group Components (s. Grafik).

Darüber hinaus leistet Group Components mit der Fertigung der flexiblen Schnellladesäule einen wichtigen Beitrag zum Ausbau der Ladeinfrastruktur.

Neben der Fertigung von Einzelkomponenten ist auch eine Erweiterung als Systemlieferant zukunftsrelevant. Perspektivisch wird die Komponente den Löwenanteil der

Volkswagen-Ford Kooperation bestreiten, bei der Ford ein E-Fahrzeug auf MEB-Basis für Europa bauen wird. Ab 2023 sollen mehr als 600.000 Einheiten produziert werden. Etwa zwei Drittel des Umfangs steuert Group Components bei.

Mit der Zukunft der Komponente als Systemlieferant hat sich in den vergangenen Monaten auch ein geschäftsfeldübergreifendes Team beschäftigt: Die zwölf Kollegen haben einen hochintegrierten Systemansatz für den elektrischen Antriebsstrang mit E-Antrieb, Hochvoltbatterie und weiteren Nebengaggregaten entwickelt. Das zeigt: Die Transformation geht weiter!

„Als Inhouse-Zulieferer gestartet, verantwortet die Komponente heute das komplette Thema Batterie im Konzern. Group Components zeigt, wie eine Transformation vom Underdog zum Innovationstreiber gelingt – ich bin stolz auf die harte Arbeit der Kolleginnen und Kollegen, die diese wesentlichen Schritte der Transformation möglich gemacht hat.“



Thomas Schmall, Vorstandsvorsitzender der Volkswagen Group Components

„Unsere Konzern-Komponente ist wie kaum ein anderer Bereich von der Transformation betroffen – und sie steht wie kaum ein anderer Bereich für den erfolgreichen Wandel. Das liegt daran, dass in der Komponente Beschäftigte mit Top-Qualifikation, Mut und Teamgeist auf eine vorbildliche Führungskultur unter Leitung von Thomas Schmall treffen, die alle mitnehmen will. Nur so gelingt der Umbau. Kompliment!“



Bernd Osterloh, Gesamtbetriebsratsvorsitzender



Group Components „fährt mit“: Der ID.4 von VW.

Weitere Themen der Group Components

Das sind die neuen Transform Minds
Die dritte Runde der Transform Minds ist mit 30 neuen Kolleginnen und Kollegen gestartet. Unter dem Motto „The Battle“ erarbeiten sie zehn Projekte rund um die Transformation der Group Components. Wir stellen die neuen Transform Minds und ihre Projektthemen vor.

Komponenten Team in China neu strukturiert
Der wichtigste Markt für den Volkswagen Konzern ist China. Auch Group Components hat ein starkes Team vor Ort. Wie sich das zentrale Team rund um den China-Komponenten Chef Frank Engel neu strukturiert hat und welche Projekte die Kollegen vorantreiben, lesen Sie auf den Komponenten Seiten.

Neuer Geschäftsfeldleiter
Wechsel an der Spitze des Geschäftsfeldes Motor und Gießerei: Der bisherige Geschäftsfeldleiter Herbert Steiner ist zum 1. November als Vorstand für Produktion und Logistik zu Seat gewechselt. Seine Nachfolge tritt am 1. Dezember Thoralf Hanschel an, der aktuell als Vorstand Motorenproduktion bei Audi Hungaria in Győr tätig ist.



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





Labor auf Rädern: Schnelle Hilfe kommt von MAN

500 COVID-Tests am Tag möglich

MAN Truck & Bus hat in Zusammenarbeit mit Experten aus dem Gesundheitsbereich ein einzigartiges, innovatives Diagnostikfahrzeug entwickelt, mit dem SARS-CoV-2-Infektionen sicher und schnell an Hotspots nachgewiesen werden. Basis des rollenden Labors ist der Transporter MAN TGE. Mit über 500 Tests pro Fahrzeug und Tag eignet sich das rollende

Labor perfekt dazu, bei Verdacht auf Infektionen direkt vor Ort Tests durchzuführen, zum Beispiel in Altersheimen, Schulen, Unternehmen oder anderen Einrichtungen. Mithilfe des MAN Coronavirus-Diagnostikfahrzeugs können somit Infektionsketten gezielt unterbrochen werden. Bei mobilen Einsätzen, zum Beispiel an Grenzübergängen entlang der Autobahn,

spielt das Diagnostikfahrzeug eine weitere Stärke aus: Flexibilität. So lassen sich Testkapazitäten je nach Bedarf schnell verlagern und dort einsetzen, wo sie benötigt werden. Das mobile Diagnostikfahrzeug ist außerdem digital. Mit ihm können vier Aufgaben in einem durchgängigen Prozess erledigt werden: Abstreichen, Testen, Analysieren und Kommunizieren. Die Testergebnisse



werden in Echtzeit digital vom Testgerät auf den Laptop übertragen. Das ermöglicht einen schnellen Bericht direkt an die zuständigen Gesundheitsbehörden, Ämter oder getesteten Personen.



So hilft KI bei Suche nach Parkplatz

Kamera wertet Bilder auf Werksgelände aus

Skoda setzt im Rahmen der Digitalisierung aller Unternehmensbereiche immer stärker auf Anwendungen aus dem Bereich der Künstlichen Intelligenz (KI). Im Skoda FabLab arbeiten Experten aus dem zentralen technischen Service in verschiedenen Clustern an der Entwicklung und Implementierung entsprechender innovativer Technologien. Welche Möglichkeiten sich hier künftig ergeben, verdeutlicht die Technologie der Bildauswertung: Aktuell hilft sie, auf dem Werksgelände in Mladá Boleslav freie Parkplätze zu erkennen und zu melden, künftig könnte sie auch bei der Auffahrt von Lkw auf das Werksgelände unterstützen. In der Produktion testet Skoda außerdem, wie sich die Bildauswertung in der Fertigung für die Instandhaltung verschiedener Anlagen nutzen lässt.



Wenn Bilder Bände sprechen: Alle Infos werden ausgewertet.



Dank Photovoltaik: Werk bilanziell CO₂-neutral

Größte Dachanlage Europas an Audi Standort Győr in Betrieb genommen

Bilanziell CO₂-neutral: Das Audi Werk in Ungarn ist der zweite von fünf Audi Standorten, der bilanziell CO₂-neutral ist. Dazu hat Audi gemeinsam mit



E.ON Hungaria die größte Photovoltaik-Dachanlage Europas offiziell in Betrieb genommen. Der Standort in Győr bezieht seit Jahresbeginn ausschließlich Grünstrom. Bereits seit 2012

nutzt das ungarische Audi Werk eine Geothermieanlage, um so einen Großteil seines Wärmebedarfs abzudecken. Der restliche Bedarf wird durch Biogaszertifikate kompensiert.



Aus 150 Gramm Silber: Das Bugatti-Emblem

Von Hand gefertigt

150 Gramm Sterlingsilber.

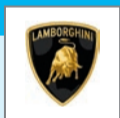
Feinste Prägung, glänzende Emaile und ein 3D-Effekt. Seit dem Jahr der Gründung der Marke zeugt das Bugatti Emblem, das Macaron, am Hufeisenkühler von Exklusivität, Luxus, Design und außergewöhnlicher Handwerkskunst.

„Wie bedeutsam das Emblem noch heute für unsere Marke ist, zeigen die unnachahmliche Qualität, die Liebe zum Detail, aber auch das Gewicht“, sagt



Stephan Winkelmann, Präsident von Bugatti. „Es ist eines der ganz wenigen Bauteile an unseren Fahrzeugen, bei dem das Gewicht keine Rolle spielt

hat. Uns ist die massive, aus 970er-Sterlingsilber gefertigte und, angesichts der Größe des Emblems, sehr hochwertige Ausführung in diesem Falle wichtiger als ein Leichtbauteil. Das Oval am Fahrzeug transportiert seit unseren Anfängen den berühmten Namen Bugatti in die Welt.



Absolvierten die Strecke: die beiden Lamborghini.

Rallye: Zwei Oldies auf großer Fahrt

1.000 Kilometer Strecke

Automobili Lamborghini war bei der „Modena Cento Ore“ 2020 mit zwei Fahrzeugen aus seinem Technologiemuseum Mudetec vertreten: einem Jarama GTS und einem Countach 25° Anniversario. Die Veranstaltung gilt als eine der attraktivsten Oldtimer-Rallyes in Italien und fand dieses Jahr zum 20. Mal statt. Anlässlich des Jubiläums fuhren die Teilnehmer von Rom nach Modena. Nach 1.000 Kilometern, einer Abfolge von „Sonderprüfungen“ und Fahrten auf drei Rennstrecken kamen die beiden Lamborghinis wohlbehalten in Modena an.



Barcelona: Herbert Diess testet E-Scooter

Konzernchef lobt: „Eine perfekte Lösung“

Großes Lob für die Seat Mannschaft: Konzernchef Herbert Diess testete jetzt in Barcelona das Angebot eines neuen Sharing-Dienstes für E-Fahrzeuge. Auf mehr als 600 vollelektrischen Seat MÓ Rollern können sich Bewohner und Besucher der Stadt Barcelona umweltfreundlich fortbewegen. Hintergrund: Bereits zu Beginn des Jahres wurde in Barcelona eine ausgedehnte Umweltzone eingerichtet. Nutzer des neuen Motosharing-Dienstes können sich nun jederzeit frei in der Stadt bewegen, denn die E-Scooter sind von den Verkehrsbeschränkungen ausgenommen.



Die E-Roller fahren mit einer Batterieladung bis zu 125 Kilometer weit. Die Batterie ist außerdem abnehmbar und austauschbar. Herbert Diess auf LinkedIn über seinen Test: „Eine perfekte Lösung, um Barcelona, eine der Städte mit den meisten Motorrädern in Europa, auf eine zugängliche, erschwingliche, unterhaltsame, geräuschfreie und CO₂-freie Art und Weise zu erkunden. Die beste Mobilitätsoption in Coronavirus-Zeiten!“

Austausch: Seat Chef Wayne Griffiths und Herbert Diess.



Drei neue Panamera vorgestellt

Reichweite der E-Hybride gesteigert

Porsche vervollständigt das Angebot beim neuen Panamera mit drei neuen Modellen – dem Panamera Turbo S E-Hybrid¹, dem Panamera 4 E-Hybrid² und dem Panamera 4S³. Der neue Panamera Turbo S E-Hybrid mit der Kombination aus Vierliter-V8-Biturbo mit 420 kW und 100 kW (136 PS) starkem Elektromotor markiert ab sofort die Leistungsspitze der rundum erneuerten Modellreihe. Die rein elektrische Reichweite konnte durch eine neue 17,9-kWh-Batterie und optimier-

te Fahrmodi um bis zu 30 Prozent gesteigert werden. Das gilt auch für den neuen Panamera 4 E-Hybrid, bei dem die E-Maschine wie bisher mit einem 243 kW starken 2,9-Liter-V6-Biturbo kooperiert, was zu einer Systemleistung von 340 kW (462 PS) führt. Abgerundet wird das Produktportfolio beim Panamera durch den 4S, der 324 kW leistet und von allen Optimierungen der jüngsten Modellpflege hinsichtlich Fahrwerk, Design, Ausstattung und Infotainment profitiert.



¹Panamera Turbo S E-Hybrid Executive: Kraftstoffverbrauch, kombiniert: 2,8 l/100 km; CO₂-Emission, kombiniert: 63 g/km; Stromverbrauch, kombiniert: 22,7 kWh/100 km, Energieeffizienzklasse A+

²Panamera 4 E-Hybrid Sport Turismo: Kraftstoffverbrauch, kombiniert: 2,3–2,2 l/100 km; CO₂-Emission, kombiniert: 51–49 g/km; Stromverbrauch, kombiniert: 18,2–17,5 kWh/100 km, Energieeffizienzklasse A+

³Panamera 4S: Kraftstoffverbrauch kombiniert 9,2–8,8 l/100 km; CO₂-Emission kombiniert 210–202 g/km, Energieeffizienzklasse D

Vertrieb an Mitarbeiter (WA-Verkauf)



Der vollelektrische ID.4

100% SUV. 100% elektrisch.

Jetzt bestellen: Im Neuwagenkauf oder im Neuwagenkauf mit Rückgaberecht.



Jetzt 9.000,- €*
Umweltbonus sichern

* Der Umweltbonus für rein batteriebetriebene Fahrzeuge beträgt 9.000,- € und für Plug-in Hybride 6.750,- € (für Basismodelle bis zu einem Nettolistenpreis von 40.000,- €). Für Basismodelle über einem Nettolistenpreis von 40.000,- € beträgt der Umweltbonus für rein batteriebetriebene Fahrzeuge 7.500,- € und für Plug-in Hybride 5.625,- €. Der Umweltbonus setzt sich derzeit zu zwei Dritteln aus einem staatlichen Anteil (Bundesanteil), der vom Bundesamt für Wirtschaft und Ausfuhrkontrolle (BAFA) ausgezahlt wird, sowie zu einem Drittel aus einem Herstelleranteil zusammen.

Stromverbrauch in kWh/100 km: 16,9 - 16,2 (kombiniert); CO₂-Emission in g/km: 0; Effizienzklasse: A+.

Abbildung zeigt ggf. Sonderausstattung gegen Mehrpreis

Immer aktuell informiert:

KundenCenter news – abonnieren auf KundenCenter direkt

Mein KundenCenter – Kanal folgen auf 360° Volkswagen App

KundenCenter direkt – jederzeit online erreichbar unter kundencenter.volkswagen.de



Zur Weltpremiere des ID.4¹ in Fernost: Das sagt China-Chef Stephan Wöllenstein

Mit der ID. Familie: So will Volkswagen zur Elektromarke Nummer eins in China werden

Mit dem ID. 4 hat die ID. Familie gerade ihre China-Premiere. Das erste echte Elektro-SUV kommt für China gleich in zwei Varianten auf den Markt. Wie fühlt sich das für Sie an?

Einfach großartig. Denn: Vor gerade einmal drei Jahren haben wir die Move Forward Strategie gestartet. Wir haben die Schwerpunkte auf die Themen Design, Erweiterung unseres Produktportfolios vor allem in Richtung SUVs, Digitalisierung und E-Mobilität gesetzt. Der neue ID.4 kommt in China als ID.4 CROZZ² und ID.4 X² auf den Markt und vereint alle unsere Move Forward Ziele in sich. Daher sind die ID. 4 Modelle ein echter Game Changer für uns. Jetzt zahlt sich die harte Arbeit der Volkswagen Mannschaft hier bei Volkswagen Group China und bei seinen Joint Venture Partnern endlich aus: unsere Vision wird Realität.

Wohin geht die Reise beim Thema E-Mobilität für Volkswagen in China?

Bis Ende 2023 werden wir insgesamt acht Modelle aus der ID. Familie auf den Markt bringen. Unser Ziel ist ganz klar: Wir wollen die Nummer eins bei den Anbietern für Elektro-Fahrzeuge sein. Genauso, wie wir es bei den Fahrzeugen mit Verbrennungsmotor und für das SUV-Segment bereits sind. Und ich bin mir sicher: Mit der ID. Family werden wir auch dieses Ziel erreichen.

Übrigens hat Präsident Xi Jinping erst vor wenigen Wochen angekündigt, dass China vor 2030 den Höhepunkt bei den CO₂-Emissionen erreichen wird und ab 2060 CO₂neutral sein will.

Das zeigt, dass wir mit unserer Decarbonisierungsstrategie für China auf genau dem richtigen Weg sind.

Für viele potenzielle E-Kunden ist das Thema Ladeinfrastruktur kaufentscheidend. Wie sieht die Situation in China aus?



Neues Angebot: Stephan Wöllenstein mit dem neuen ID.4 CROZZ vor einer CAMS-Ladesäule. Innerhalb von 45 Minuten ist die Batterie wieder bis zu 80 Prozent geladen.

China ist nach wie vor der weltgrößte Markt für Elektroautos und baut seinen Vorsprung auch weiter aus. Umso wichtiger ist es für unsere Kunden, dass sie eine verlässliche Ladeinfrastruktur vorfinden. Wir haben tausende Ladestationen in China getestet, um sicherzustellen, dass sie mit dem neuen ID.4 kompatibel sind. Aber wir machen noch weit mehr als das: Gemeinsam mit seinen Partnern JAC und FAW sowie Star Charge hat Volkswagen das Joint Venture CAMS für Ladeinfrastruktur ins Leben gerufen. 40 Super-Charging-Stationen sind bereits in Betrieb. Unser Ziel: Bis zum Ende des Jahres wollen wir 255 Ladestationen in über 16 Städten mit mehr als 3600 Ladepunkten in Betrieb haben. Sie laden sogar unsere größten Batterien in unter 45 Minuten auf rund 80 Prozent wieder auf. Ich bin überzeugt, dass wir unseren Kunden damit einen erstklassigen Service bieten.



Herbert Diess testet Volkswagen Viloran³

Konzernchef begeistert von Komfort des 5,31 Meter langen Vans

Bequemer geht's nicht: Konzernchef Herbert Diess liegt im China-Van Viloran Probe. Liegt? Richtig. 5,31 Meter lang, beheizte First-Class-Sitze mit Belüftung und Massagefunktion, Platz für sieben Passagiere. Dazu für die Größe des Autos sparsam im Verbrauch. Das sind nur einige der Vorzüge des Multi-Purpose-Vehicles (MVP), das auf dem Modularen Querbaukasten (MQB) basiert und exklusiv in China verkauft wird. Herbert Diess: „Die

bequemste Chauffeurlimousine, die man sich vorstellen kann.“

Bequem zu reisen ist für Familien und Manager in China sehr wichtig, anders als in Europa, wo vielleicht der Status einer Limousine wichtiger ist. Diess: „Unsere Stärke ist, dass wir verschiedene Regionen der Welt verstehen – und die richtigen Autos für sie bauen. Glückwunsch an Stephan Wöllenstein und das SAIC Volkswagen Team.“



Bequeme Reise: Der 5,31 Meter lange Van bietet viel Komfort.

Audi und FAW gründen neues Unternehmen zur Produktion von E-Fahrzeugen

Memorandum of Understanding unterzeichnet

Audi stärkt sein Engagement in China: Als wichtigen Meilenstein auf dem Weg zum Anbieter nachhaltiger Premiummobilität haben Audi und FAW heute ein Memorandum of Understanding (MoU) unterzeichnet, das den Rahmen für die gemeinsame Produktion von Elektrofahrzeugen auf Basis der PPE-Plattform definiert. Die Absichtserklärung wurde im Rahmen der Deutsch-Chinesischen Automobilkonferenz unterschrieben, die im nordchinesischen Changchun stattfand.

Die gemeinsam mit Porsche entwickelte Premium Plattform Electric (PPE) wird Audi zukünftig auch nach China bringen, um die Transformation im größten Markt weiter voranzutreiben. Auf der neuen PPE-Plattform sollen ab 2024 mehrere vollelektrische Audi Modelle für den chinesischen Markt produziert werden.

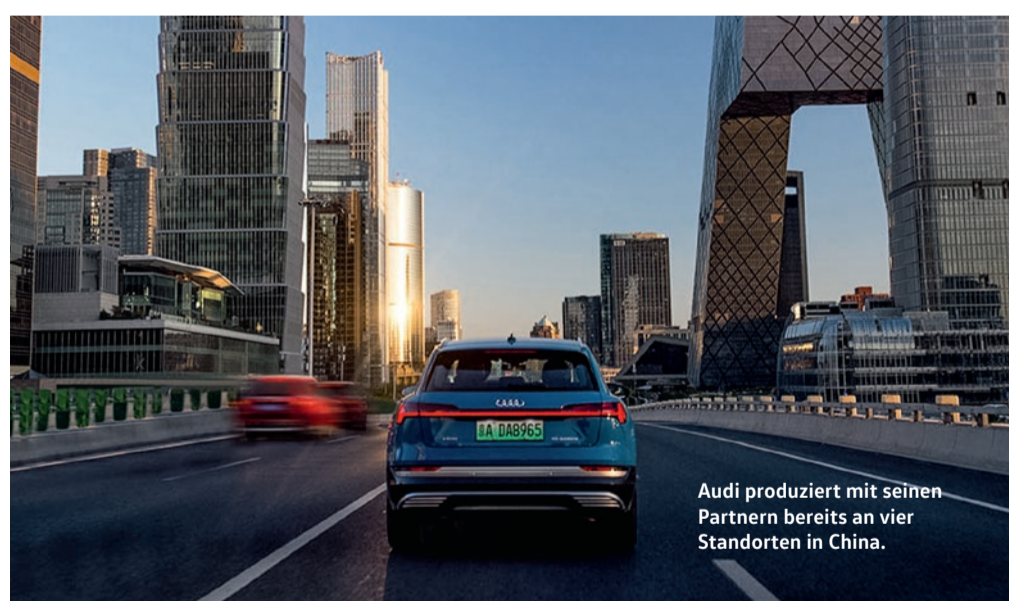
„Diese Entscheidung unterstreicht die strategische Bedeutung des chinesischen Markts. Damit treiben wir Innovationen vor Ort aktiv voran“, sagt Markus Duesmann, Vorstandsvorsitzender der AUDI AG und verantwortlich für das

China-Geschäft.

Mit der Unterzeichnung des MoU bekräftigt Audi seine Kooperation mit dem langjährigen Joint-Venture-Partner FAW. Gleichzeitig verfolgt Audi damit auch in China konsequent den Weg nachhaltiger Mobilität und richtet das lokal produzierte Antriebsportfolio gezielt auf die Anforderungen und Wünsche chinesischer Premiumkunden aus. Das neue Kooperationsunternehmen ist derzeit in der Ausplanung. Der erste Audi soll 2024 vom Band fahren.

Werner Eichhorn, Präsident von Audi China: „Dies ist ein weiterer Meilenstein in unserer Elektrifizierungsstrategie für den chinesischen Markt. Wir bekräftigen damit unser Commitment sowohl zu unserem langjährigen chinesischen Partner FAW als auch zu unserem Engagement in China, das wir damit auf eine neue Stufe heben.“

Die Elektro-Offensive von Audi in China hat bereits begonnen:



Audi produziert mit seinen Partnern bereits an vier Standorten in China.

Audi und FAW produzieren gemeinsam den rein elektrischen Q2L e-tron⁴ sowie den Plug-in-Hybrid A6L TFSIe⁵. Zudem wird der bisher importierte Audi e-tron⁶ seit Ende September in Changchun produziert. In den kommenden Jahren wird Audi weitere vollelektrische Modelle der e-tron Familie in China anbieten oder lokalisieren. Bis 2025 will Audi rund ein Drittel des Absatzes in China mit elektrifizierten Automobilen erzielen.

Von Januar bis September 2020 hat Audi 512.081 Fahrzeuge an

Kunden in China ausgeliefert (+ 4,5 Prozent im Vergleich zum Vorjahreszeitraum). Damit konnte die Marke trotz der Corona-bedingten Produktionsunterbrechungen das historisch beste Ergebnis in der über 30-jährigen Geschichte in China erzielen.

Audi produziert im Joint Venture FAW-Volkswagen bereits an vier Standorten in China – in Changchun, Foshan, Tianjin und Qingdao – mit einer Kapazität von insgesamt rund 700.000 Fahrzeugen.



Audi Produktion in China: Das neue Joint Venture ist ein weiterer Meilenstein in der E-Strategie.

¹ID.4 1st: Stromverbrauch in kWh/100 km, kombiniert: 16,9–16,2; CO₂-Emission in g/km: 0; Effizienzklasse: A+ | ²ID.4 CROZZ/ID.4 X: Fahrzeug wird in Europa nicht zum Verkauf angeboten | ³Viloran: Fahrzeug wird in Europa nicht zum Verkauf angeboten | ⁴Q2L e-tron: Fahrzeug wird in Europa nicht zum Verkauf angeboten | ⁵Hybrid A6L TFSIe: Fahrzeug wird in Europa nicht zum Verkauf angeboten | ⁶Audi e-tron: Stromverbrauch kombiniert1 in kWh/100 km: 24,2–21,4 (NEFZ); 26,2–21,7 (WLTP) CO₂-Emission kombiniert1 in g/km: 0

**VOLKSWAGEN
FINANCIAL SERVICES**
THE KEY TO MOBILITY



Z.B.
5.000,- €
für nur
68,16 € mtl.¹

Uwe Borstel und Patrick Schliesio, Filiale Braunschweig

Wir wissen vielleicht nicht alles – aber alles über Kredite!

Der Ratenkredit der Volkswagen Bank.

Auf einen Blick:

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



Filialen

Kommen Sie vorbei – wir beraten Sie gern.
Terminvereinbarung 0531 212-859559
termine.vwbank.de



Telefon

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



Online

www.vwfs.de/ratenkredit-konzern



Dies ist ein Angebot der Volkswagen Bank GmbH.

¹Repräsentatives Berechnungsbeispiel: Nettodarlehensbetrag (Kreditbetrag) 5.000,- Euro, Sollzinssatz (gebunden) 3,92% p. a., effektiver Jahreszins 3,99%, Vertragslaufzeit 84 Monate, Gesamtbetrag 5.725,44 Euro, 84 monatliche Raten à 68,16 Euro, Bonität vorausgesetzt.

² Zinssatz ist bonitäts- und laufzeitabhängig. Stand: September 2020

Ralf Brandstätter: „Wir dürfen nicht aufhören, unsere Werte zu leben“

Im Interview: Was der Markenchef jetzt ändern will – Warum jeder Volkswagen Beschäftigte stolz auf den neuen Golf sein kann

Großes Interview: Markenchef Ralf Brandstätter über den Erfolg der Corona-Maßnahmen, die Bestelleingänge für den neuen Golf und die Qualität der Volkswagen Produkte.

Was treibt Sie aktuell um, Herr Brandstätter?

Aktuell gibt es für mich drei Prioritäten: das Unternehmen mit finanzieller Stabilität durch die Corona-Krise zu führen, Volkswagen erfolgreich durch die Transformation zu steuern und unseren eingeschlagenen „Way to Zero“ konsequent umzusetzen. Die Situation ist nach wie vor sehr instabil und entsprechend herausfordernd. An dieser Stelle ein herzliches Dankeschön an alle Kolleginnen und Kollegen, die mit viel Flexibilität und Engagement Volkswagen auf Kurs halten.

Sie haben die Auswirkungen der COVID-19-Pandemie angesprochen. Wo steht das Unternehmen derzeit?

Volkswagen hat schnell und konsequent auf die Pandemie reagiert. Wir haben alles dafür getan, die Gesundheit unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zu schützen. Und wir haben unsere Ausgaben auf das Notwendigste reduziert und so die finanzielle Stabilität des Unternehmens gesichert. Dennoch hat die bisherige Hochphase der Pandemie im Sommer tiefe Spuren hinterlassen. Wir konnten über Wochen weder Autos produzieren noch verkaufen. In der Zeit von Januar bis September haben wir im Vergleich zum Vorjahr fast 19 Prozent weniger Fahrzeuge ausgeliefert. In der Folge ist auch unser Finanzergebnis eingebrochen. Der Umsatz sank um 16 Milliarden Euro. Im ersten Halbjahr haben wir so einen Verlust von 1,5 Milliarden Euro verbuchen müssen.

Aber in den letzten Wochen hat sich die Situation verbessert?

Die internationalen Automobilmärkte haben zuletzt wieder an Fahrt aufgenommen. Unsere Auftragseingänge haben sich gut entwickelt. Wir haben beispielsweise für den Golf im September so viele Bestellungen erhalten wie seit 2009 nicht mehr. Jetzt sind ja auch endlich die emotionalen Derivate der Golf Familie verfügbar. Und auch der ID.3¹ und ID.4² sind gut gestartet. Wir sehen also einen kleinen Lichtschein am Ende des Tunnels, aber das aktuelle Infektionsgeschehen zeigt, wie instabil die Situation ist. Die rasant steigenden Fallzahlen betrachte ich mit Sorge. Es ist nicht auszuschließen, dass es in wichtigen Märkten wieder zu Lockdowns kommt. Gesundheitsschutz und Kostendisziplin haben weiterhin höchste Priorität. Und wir müssen insgesamt deutlich robuster werden.

Was meinen Sie damit?

Gerade in der Krise zeigt sich, wie gut ein Unternehmen aufgestellt ist. Trotz der starken Auswirkungen von COVID-19 bei den Auslieferungen an Kunden haben wir unsere Marktanteile weltweit sogar leicht steigern können. Volkswagen hat sich bisher nicht schlecht geschlagen, aber viele Wettbewerber bewältigen die aktuelle Situation ein ganzes Stück besser als wir. Da können wir also noch besser werden.

Und wie?

Indem wir jetzt gemeinsam unsere strukturellen Herausforderungen mit Nachdruck angehen. Es gibt dabei vier entscheidende Punkte für Volkswagen. Erstens: Wir müssen in der Region Südamerika und Nordamerika endlich profitabel werden. Die Teams vor Ort leisten gute Arbeit und haben einen Plan, den wir jetzt aber auch nachhaltig umsetzen müssen. Zweitens: Wir müssen unsere Fixkosten weiter senken. Auch deshalb ist das aktuelle „Level Freeze“ beim Personal-aufbau im indirekten Bereich so wichtig. Drittens: Wir müssen unsere Produktivität steigern. Denn Volkswagen verkauft seine Produkte weltweit und muss sich gegen den Wettbewerb behaupten. Hohe Produktivität sichert den Absatz und macht die Arbeitsplätze in unserem Unternehmen zukunftssicher. Und viertens müssen wir natürlich die Margen im Auge behalten. Volumen hilft uns nicht, wenn wir damit kein Geld verdienen. Jedes Auto, das wir bauen, muss einen Beitrag zum Unternehmenserfolg leisten. Wenn wir in diesen Punkten gemeinsam Fortschritte machen, wird Volkswagen nicht nur krisenfester, sondern auch deutlich zukunftssicherer.

Wo wir gerade bei der Zukunft sind. Werden Sie an der Volkswagen Strategie 2025+ festhalten?

Auf jeden Fall! Die Strategie 2025+ greift und ist unser Handbuch für die Zukunft. Aber in schwierigen Zeiten muss man auch flexibel reagieren. Wir müssen schließlich berücksichtigen, dass sich wichtige Rahmenbedingungen in den letzten Jahren verändert haben. Die Digitalisierung zum Beispiel hat eine Dynamik erreicht, die viele Geschäftsmodelle komplett auf den Kopf gestellt hat. Die Themen Nachhaltigkeit und Klimaschutz werden für die Gesellschaft immer wichtiger. Die Politik reagiert darauf in Europa unter anderem mit einer Verschärfung der CO₂-Ziele. Mit dem „Green Deal“ hat das Europäische Parlament erst kürzlich die Klimaziele für Europa noch einmal deutlich verschärft. Bis 2030 müssen wir unsere CO₂-Emissionen in



Fokus auf Qualität: Markenchef Ralf Brandstätter wünscht sich wieder mehr Wertigkeit.

Europa um 60 Prozent reduzieren. Das ursprüngliche Ziel lag bei 40 Prozent. Das ist eine Riesenherausforderung. An diese veränderten Rahmenbedingungen werden wir jetzt unsere Unternehmensstrategie 2025+ anpassen und unseren Kompass entsprechend ausrichten. Deshalb arbeiten wir intensiv an der Strategie 2030.

Sie haben kürzlich in einer Rede vor dem Management gesagt, dass Sie Produktsubstanz und Markenversprechen auf allen Ebenen wieder zusammenführen wollen. Was meinen Sie damit?

Volkswagen ist eine starke Marke. Unsere Positionierung ist „Top of Volume“. Das bedeutet zum Beispiel, dass wir Innovationen aus der Premiumklasse ins Volumen bringen. Wir erwarten dafür von Kunden einen gewissen Mehrpreis. Unsere Aufgabe ist es, ihnen auch den entsprechenden Mehrwert zu bieten – und zwar beim gesamten Produkterlebnis. Neben einem herausragenden Fahrverhalten und modernster Technik stand Volkswagen auch immer für ein hochwertiges Interieur und Qualität. Damit haben wir den Wettbewerb vor uns hergetrieben. Meiner Meinung nach sind wir diesem Markenversprechen in den letzten Jahren an einigen Stellen

nicht immer gerecht geworden. Wir bauen weiterhin Autos, die sensationell fahren und technisch Maßstäbe setzen. Außerdem haben wir sehr viel in digitale Innovationen – wie zum Beispiel große Displays oder das ID. Light – investiert. Im Interieur haben wir allerdings die Wertigkeit ein Stück vernachlässigt. Hartplastik ist zwar

„Jetzt werden wir den Golf so strahlen lassen, wie er es verdient.“

Ralf Brandstätter

günstig, aber weder schön anzusehen noch gut anzufassen. Ich weiß, dass viele Kolleginnen und Kollegen bei Volkswagen sich hier wieder mehr Wertigkeit wünschen. Mir geht es genauso. Wir dürfen nicht aufhören, unsere Volkswagen Werte zu leben. Und deshalb gehen wir das jetzt an.

Das heißt konkret?

Unser neuer Chefdesigner Jozef Kabaň, die Baureihen und ich tauschen uns regelmäßig miteinander aus. Beim ID.4 haben wir kurzfristig noch einige Änderungen umsetzen können. Ich denke, das Ergebnis kann sich sehen lassen. Wirklich sichtbar werden unsere Maßnahmen dann aber beispielsweise mit der Produktaufwertung des T-Roc. Auch bei den Nachfolgemodellen von Passat und Tiguan sind wir auf einem sehr guten Weg. Mit diesen Autos zeigen wir dann auch, dass eine hochwertige Anmutung nicht zwangsläufig immer mehr Geld kosten muss. Insgesamt glaube ich, dass uns mehr Einfachheit guttun würde. Wir brauchen nicht jedes Jahr 150 neue Aluminiumfelgen und Dutzende neuer Sitzstoffe. Weniger ist manchmal mehr. Daran sollten wir uns halten. Wir machen weniger. Dafür machen wir aber das, was wir tun, richtig gut. Das sollte übrigens nicht nur für das Design gelten, sondern grundsätzlich für alle Bereiche bei Volkswagen.

Ein wenig Kopfschmerzen hat Ihnen und vielen anderen auch die Markteinführung des Golf 8 beschert. Wo steht das Auto?

Der Golf ist auch in seiner achten Generation ein sensationelles Fahrzeug. Und jeder VWler, besonders in Wolfsburg, kann stolz auf dieses Auto sein. Er sieht nicht nur richtig gut aus und ist hoch emotionalisiert, sondern ist auch technisch in seinem Segment Benchmark. Nicht umsonst gewinnt er in den Auto-Fachmedien einen Test nach dem anderen. Natürlich hat der Golf es nicht einfach gehabt. Aufgrund von Corona mussten wir die Markteinführung zu einem sehr frühen Zeitpunkt unterbrechen. Mittlerweile ist das Auto aber in allen wichtigen Märkten angekommen. Und auch die wichtigen Derivate wie GTI³, GTD⁴, GTE⁵, TGI⁶, Variant und R⁷ werden bis Jahresende verfügbar sein. Insbesondere unsere Ikone, der GTI, kommt bei unseren Kunden super an. Auch wenn es nicht von Anfang an rundlief – diese Phase liegt hinter uns. Jetzt werden wir den Golf so strahlen lassen, wie er es verdient.

Mit dem ID.3 und dem ID.4 hat Volkswagen in diesem Jahr die ersten beiden vollelektrischen Fahrzeuge auf MEB-Basis vorgestellt. Sind Sie mit dem Feedback bisher zufrieden?

Beide Autos kommen richtig gut an. Wir bekommen tolle Rückmeldungen von Journalisten, Händlern und Kunden. Über kein Modell wurde im September weltweit mehr in den Medien berichtet als über den ID.4. Das zeigt einmal mehr, wie sehr die ganze Industrie auf Volkswagen schaut. Wir alle müssen uns stärker bewusst machen, was wir hier gemeinsam auf den Weg bringen. Was derzeit passiert, ist die größte Transformation der Automobilindustrie der letzten 100

Jahre. Und Volkswagen steht an der Spitze der Bewegung. Was wir in der Marke mit der Entwicklung des MEB geleistet haben, ist nicht nur einfach die Entwicklung einer Plattform, sondern die Lebensversicherung des Volkswagen Konzerns. Auf dieser Basis werden im ganzen Konzern Dutzende von vollelektrischen Modellen entstehen. Auf diese Leistung können wir bei Volkswagen sehr stolz sein.

Letzte Frage: Wollen Sie der Volkswagen Mannschaft noch etwas mit auf den Weg geben?

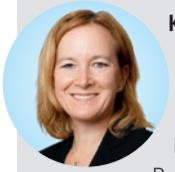
Zunächst einmal ist es mir ein großes Anliegen, dass alle Kolleginnen und Kollegen gesund bleiben. Daher möchte ich eindringlich darum bitten, achtsam und diszipliniert zu bleiben. Bitte halten Sie weiterhin Abstand, tragen Sie Ihre Maske und halten Sie die Hygieneregeln ein – auf und außerhalb des Werksgeländes. Außerdem möchte ich alle darum bitten, nicht die Geduld mit Volkswagen zu verlieren. Ich weiß aus eigener Erfahrung, dass es nervt, wenn die Zeitungen wieder einmal negativ über Volkswagen berichten oder Freunde fragen, was denn bei Volkswagen los sei. Ich weiß aber auch, dass Volkswagen ein richtig starkes Unternehmen mit einer Top-Mannschaft ist. Das habe ich in meinen mehr als 30 Jahren bei Volkswagen immer wieder erleben dürfen.



Vollelektrisch in die Zukunft der Marke Volkswagen: Ralf Brandstätter bei einer Probefahrt im ID.3.

¹ID.3 Pro Performance, 150 kW / Stromverbrauch kombiniert in kWh/100 km: 16,9–15,4 (WLTP); 15,4–14,5 (NEFZ); CO₂-Emissionen kombiniert in g/km: 0; Effizienzklasse: A+ | ²ID.4 1st: Stromverbrauch in kWh/100 km: kombiniert 16,9–16,2; CO₂-Emission in g/km: 0; Effizienzklasse: A+ | ID.4 Pro Performance, 150 kW / Stromverbrauch (NEFZ) kombiniert in kWh/100 km: 16,9–16,2; CO₂-Emissionen kombiniert in g/km: 0; Effizienzklasse: A+ | ID.4 1st Max - Stromverbrauch (NEFZ) in kWh/100 km: 16,2; CO₂-Emission in g/km: 0; Effizienzklasse: A+ | ³Golf GTI (NEFZ) Kraftstoffverbrauch in l/100 km: innerorts 8,6, außerorts 5,3, kombiniert 6,5; CO₂-Emission in g/km (kombiniert): 149; Effizienzklasse: C | ⁴Golf GTD (NEFZ) Kraftstoffverbrauch in l/100 km: innerorts 5,4, außerorts 3,9, kombiniert 4,4; CO₂-Emission in g/km (kombiniert): 117; Effizienzklasse: A | ⁵Golf GTE - (NEFZ) Kraftstoffverbrauch l/100 km: kombiniert 1,7; Stromverbrauch in kWh/100 km: kombiniert 12,4; CO₂-Emission kombiniert in g/km: 38; Effizienzklasse: A+ | ⁶Golf TGI - 96 kW / 130 PS Kraftstoffverbrauch (NEFZ) Erdgas (CNG) in kg/100 km: innerorts 4,4 / außerorts 3,1–2,9 / kombiniert 3,6–3,5; CO₂-Emission in g/km: 98–95; Effizienzklasse: A+ | ⁷Golf R: Seriennahe Studie

Namen & Nachrichten



Kerstin Scholz, bisher Personalleiterin bei Volkswagen Navarra, hat zum 1. Oktober die Leitung der Produktionsstrategie der Marke Volkswagen übernommen. Scholz folgt auf Dr. Robert Cisek, der Chairman und Managing Director der Volkswagen Group South Africa wurde. Ihre Laufbahn im Konzern begann vor 21 Jahren, sie verantwortete unter anderem Personal Indirekte Bereiche und baute die Konzern Managemententwicklung für den Bereich Personal auf.

Volkswagen investiert in Automatisierung

Die Marken Volkswagen Pkw und Volkswagen Nutzfahrzeuge arbeiten weiter mit Hochdruck an der Transformation ins mobile Elektrozeitalter und dem Umbau der Werke auf E-Mobilität. Die Marke Volkswagen hat jetzt mehr



Christian Vollmer, Vorstand Produktion

als 1.400 Roboter des japanischen Herstellers FANUC für die Fertigungen in Chattanooga (USA) und Emden bestellt. VWN hat weitere rund 800 Roboter beim Schweizer Hersteller ABB für den Standort Hannover geordert. Die Roboter sollen in den Werken vorwiegend im Karosseriebau sowie der Batteriemontage zum Einsatz kommen. Die drei Werke werden derzeit auf den Bau von Elektroautos mit hochmodernen Fertigungen vorbereitet: Ab 2022 sollen in Chattanooga (USA) und in Emden der ID.4¹ sowie in Hannover das unter dem Showcar-Namen bekannte Modell ID. BUZZ² vom Band laufen.

Christian Vollmer, Vorstand für Produktion und Logistik der Marke Volkswagen: „In Emden und Chattanooga bauen wir für die Transformation hin zur Elektromobilität zwei der modernsten Fertigungen der Automobilindustrie



Transformation: Mehr als 2.200 neue Roboter für die Fertigung von E-Autos bestellt.

auf. Dafür investieren wir auch in diesen Zeiten in neueste Technologien wie Digitalisierung und Automatisierung.“

Im VWN-Werk Hannover wird ab 2022 der ID. BUZZ produziert. „Wir liegen mit unseren Umbaumaßnahmen voll im Zeitplan“, sagt Josef Baumert, Vorstand für Produktion und Logistik bei VWN. „Mit dem Start des ID. BUZZ werden wir in Hannover die aktuelle Modernisierung unseres Werks abgeschlossen haben, von der auch alle weiteren Modelle am Standort profitieren werden.“

Insgesamt plant der Konzern bis 2024 Investitionen in Höhe von 33 Milliarden Euro mit dem Ziel, Weltmarktführer für Elektromobilität zu werden. Davon fließen mehrere Milliarden Euro in die drei genannten Werke.



Die Arbeit der Designer wird digitaler und klimafreundlicher: Marco Pavone, Leiter Design Exterieur der Marke Volkswagen, im Wolfsburger Designcenter an einer 18 Meter langen LED-Wand.

Designer gestalten noch digitaler

In der Corona-Zeit: Verstärkter Einsatz von Online-Meetings, Datenbrillen und einer 18 Meter langen LED-Wand

Bis vor wenigen Monaten war Marco Pavone ein Vielflieger. „Für uns war klar, dass man wichtige Entscheidungen am besten von Angesicht zu Angesicht bespricht. Design lebt nun einmal davon, dass ich Formen aus dem gleichen Blickwinkel betrachte und Veränderungen zeigen kann“, sagt der Leiter Design Exterieur der Marke Volkswagen.

Dann kam Corona, und Dienstreisen waren tabu. Inzwischen haben die Designer gelernt, einen großen Teil der Reisen durch Online-Meetings zu ersetzen. Vorhandene Technik wurde verbessert. Es ist eines von vielen Beispielen, die zeigen, wie Volkswagen in der Pandemie zu einem digitaleren und nachhaltigeren Unternehmen wird.

In der großen Präsentationshalle im Wolfsburger Designcenter erwarten Pavone morgens nun wenige Kollegen – und eine 18 Meter lange

LED-Wand. Teilnehmer aus China und Brasilien, die sonst angereist wären, sind zugeschaltet.

Details auf der LED-Wand sind gestochen scharf zu sehen

Pavone präsentiert das virtuelle Modell eines Neuwagens. Er erklärt, was sein Team seit dem letzten Meeting verändert hat und warum. Selbst Details kann er auf der Videowand gestochen scharf zeigen – beinahe wie an einem echten Auto. „Wir wissen, dass wir auf die Technik vertrauen können“, sagt Pavone.

Die digitalen Formate ermöglichen nicht nur die Zusammenarbeit in Corona-Zeiten – sie sind auch ein Gewinn für die Umwelt. Beispiel Pavone: „Im letzten Jahr war ich 13 Mal mit dem Flugzeug auf Dienstreise“, berichtet er. Rund 133.000 Flugkilometer mit geschätzten CO₂-Emissionen von 50 Tonnen kamen zusammen. Zwar führen auch Online-Konferenzen zu Stromverbrauch und CO₂-Emissionen. Dennoch fällt die Ökobilanz besser aus als bei Meetings auf anderen Kontinenten.

Geholfen hat den Designern, dass sie schon vor der Pandemie viele Arbeitsschritte digitalisiert hatten. Ein Beispiel: Mit Datenbrillen arbeiten Designer, Ingenieure und andere Entwicklungspartner in der virtuellen Realität zusammen. Auch der Bedarf an Plastilinmodellen war bereits vor Corona deutlich gesunken. Der Vorteil: Einsparungen in Millionenhöhe.

Für eine Messe im kommenden Jahr soll sogar erstmals ein Showcar rein virtuell entworfen und ohne Zwischenschritt über ein Plastilinmodell gebaut werden. „Die 3D-Welt fühlt sich fast wie die Wirklichkeit an. Das hätten wir früher nicht für möglich gehalten“, sagt Pavone.

Die erweiterten digitalen Möglichkeiten wollen die Designer auch nach der Pandemie nutzen. Ein einfaches Zurück ist kein Thema – zu groß sind die Einsparungen von Zeit, Kosten und klimaschädlichen Emissionen. „Ich gehe davon aus, dass wir eine Mischung aus virtuellen Meetings und einigen persönlichen Treffen haben werden“, meint Pavone. Darauf freut er sich schon. „Wir sind schließlich Menschen.“

Wäre es langfristig möglich, auf solche Begegnungen völlig zu verzichten? Pavone schüttelt den Kopf. Er sagt: „So gut die digitalen Möglichkeiten auch sind – man kann immer noch Fehler übersehen. Perfektes Design kann nur entstehen, wenn wir das Modell auch draußen bei Sonnenlicht sehen, in der realen Welt. Schließlich fährt das Auto später auch auf echten Straßen – und nicht auf dem Bildschirm.“

Historiker: „Der Golf kann Transformation“

Ingo Köhler von der Berliner Humboldt-Uni spricht über die Vielfalt des Golf und seine Attraktivität bis heute

Ingo Köhler ist Wirtschafts- und Unternehmenshistoriker an der Humboldt-Universität zu Berlin. In seiner Studie „Auto-Identitäten“ hat er die Produkt- und Marketingstrategien von Automobilkonzernen seit 1965 untersucht. Köhler ist überzeugter „Automensch“ und sein erstes Auto war ein Golf I LX.

Transformation, neue Software-Architektur, jetzt die Corona-Krise. Wie sehen Sie als Historiker die automobilen Lage der achten Golf Generation?

Natürlich ist eine Krise nicht wie die andere. Als Historiker sind wir keine Propheten, die die Zukunft verlässlich weissagen könnten. Es ist vielmehr unsere Aufgabe, historische Konstellationen zu erforschen und zu vergleichen. Da muss ich sagen: Der Golf kann Transformation.

Was meinen Sie genau?

Der Golf ist ein Kind der großen Transformation von 1974. Man hatte viel zu lange am Käfer festgehalten. Mit Passat, Scirocco, Golf und Polo konnte man nun endlich in abgestuften Segmenten Autos für jeden Geschmack und Geldbeutel anbieten.

Und der Golf?

Der Golf selbst bildete als Nachfolger des Käfers den Kern der neuen Produktstrategie. Dass das Modell zu einem Erfolg wurde, verdankte man dem Mut, mit Traditionen zu brechen. Das Golf Design war ungeheuer markant und kantig. Der unmoderne Heckmotor wurde nach vorne und die Luft- durch Wasserkühlung ersetzt. Letztlich hatte Volkswagen auch ein wenig Glück, dass ihre Produkte nun genau den Nerv der Zeit trafen.

War der Golf in den späten 1970er Jahren das Auto der Mitte?

Ja, der Golf platzierte sich eben dort. Ein vollwertiger Allrounder, der jede Nutzenerwartung erfüllte bis hin zur sportiven GTI-Version – eine Alles-in-einem-Maschine mit Mindestmaß. Das Golf Segment hat seine Referenzfunktion kaum eingebüßt. In der Marktforschung weiß man, dass seit den 1980er Jahren mehr der Lebensstil und das soziale Milieu zählte. Nach der Devise: „Sag mir, wer du bist – und ich sage dir, was du fährst.“ Nur bei der Golf Klasse sind die Käufer quer durch alle sozialen Schichten und Milieus gestreut.



Historiker Ingo Köhler: Der Golf ist ein „vollwertiger Allrounder“.

Einmal Golf, immer Golf?

Die Bindungskraft der Kompaktwagen ist stark. Besitzer eines Golf bleiben oft dem Grundkonzept treu, variieren aber bei Ausstattung und Motorisierung. Diese Kontinuität im Wandel ist aber nur möglich durch eine immer größere Variantenvielfalt. Schon in den 1970er Jahren setzte Volkswagen erfolgreich auf ein Spektrum zwischen dem kleinen Diesel und dem sportiven GTI. Der Golf hat sich mit den Kunden immer wieder gehäutet, ist sich aber selbst treu geblieben.

Wagen Sie noch einen Blick in die Zukunft der achten Golf Generation.

Der Golf vermittelt die Sicherheit, mit einem Kauf im Grunde nichts falsch machen zu können. Es ist dieses Image als stets moderner Klassiker unter den All-in-one-Pkws, das den Erfolg gesichert hat. Allerdings wird man sehen, ob die E-Mobilität und der SUV-Boom auch noch ausreichend Platz für den Golf lassen. Das Modell steht sicherlich vor großen Herausforderungen, auch die neuen Anforderungen zu integrieren.

Funktions-Pilothalle: Das steckt dahinter

Neue Idee: Verständigung der Bereiche bereits zu Beginn eines neuen Projekts – Entwicklung und Produktion beteiligt

Kommen alle geplanten Kundenfunktionen rechtzeitig ins Fahrzeug, so wie es geplant war, oder gibt es noch Aktualisierungsbedarf? Bei neuen Fahrzeugprojekten wurden diese Fragen bis vor Kurzem mit dem Start der Pilothallengespräche mit allen Geschäftsbereichen diskutiert.

Unter der Leitung von Jörg Grandt und Thomas Maier wurde eine neue Idee entwickelt: Schon zu Beginn eines Projektes, zum Projektmeilenstein Produkt-Mission, starten jetzt Top-Funktionsgespräche unter Leitung der Technischen Entwicklung. Damit kommen alle Beteiligten bereits frühzeitig zusammen. Zum Meilenstein Beschaffungsfreigabe übernimmt dann die Produktion die Verantwortung und führt diese als Funktions-Pilothalle fort. Somit haben alle



Gemeinsam zum Erfolg: (von links) Jörg Grandt, Thomas Maier, Detlef Aufdermauer und Werner Meyer.

Geschäftsbereiche deutlich früher Transparenz. Wie das funktioniert und welche Vorteile sich ergeben, beantworten Werner Meyer (Produktion) und Detlef Aufdermauer (Technische Entwicklung).

Um was geht es in den Top-Funktionsgesprächen und Funktions-Pilothallen?

Meyer: Im Bereich Projekt- und Anlaufmanagement arbeiten wir kontinuierlich daran, die Fahrzeuganläufe zu verbessern. Für einen guten Anlauf muss die technische Komplexität beherrscht werden. Das Zusammenspiel von einge-

setzter Hardware und Software im Fahrzeug ist dabei ausschlaggebend. Relevant dabei sind sowohl die Komponenten und Funktionen, die für den Endkunden erlebbar sind, als auch die Technik für die Produktion.

Um welche Funktionen geht es denn in dem Gespräch?

Aufdermauer: Unser Ziel ist es, dass alle Funktionen einer Elektronik-Architektur – wie in einem Baukasten – zueinanderpassen und zusammen funktionieren. Die fertigen Funktionen legen wir dann quasi in ein Lager, aus dem sich die einzelnen Fahrzeugprojekte gemäß ihren Wünschen und Anforderungen bedienen.

Gemeinsam mit der Entwicklung, der Beschaffung, der Qualitätssicherung und der Produktion entwickeln wir technische Komponenten und Funktionen für unsere drei MQB-Baukästen.

Können sie uns ein Beispiel nennen?

Meyer: Bei dem ersten Top-Funktionsgespräch ging es um die Nachfolger von Tiguan und Passat. Der Tiguan stellt sich, bildlich gesprochen, aus dem Lagerangebot die

Funktionen zusammen, die er für den Endkunden und die Produktion umsetzen möchte: zum Beispiel einerseits die Funktion Lane Assist und andererseits für die Produktion notwendige Umfänge wie eine Fehlererkennungssoftware.

In den Top-Funktionsgesprächen prüfen dann alle Beteiligten, ob die erforderliche Software und Hardware im Terminplan sind. Werden Abweichungen festgestellt, stimmen die Beteiligten Korrekturmaßnahmen ab. Neben den Einflüssen auf den Entwicklungsfortschritt werden auch Auswirkungen auf die Produktion frühzeitig diskutiert.

Aufdermauer: Die Zusammenführung aller Beteiligten in den Top-Funktionsgesprächen spart Zeit und Geld. Jeder kennt dadurch nicht nur seine eigenen Anforderungen, sondern auch die seiner Partner. Probleme werden frühzeitig erkannt und direkt an die Ansprechpartner adressiert. Alle Geschäftsbereiche bekommen eine gemeinsame Sicht auf den aktuellen Projektstand der Funktionen.

Grundlage für die Top-Funktionsgespräche sind – im Beispiel der MQB-Baseline – die täglichen Abstimmungen im Digitalen Café des TE-Projekthauses und die wöchentlichen Technikgespräche in der Technischen Entwicklung.

Was bringt das der Marke Volkswagen konkret?



„Dieses Gremium ist ein wichtiges Instrument, um unsere Produkte schneller und reibungsloser zum Endkunden zu bringen.“ **Thomas Maier**

Meyer: Ein Baustein der Produktionsstrategie ist das Handlungsfeld Anlaufexzellenz. Hier haben wir überlegt, welche Hebel wir betätigen müssen, um ganzheitlich noch besser zu werden. Wir ziehen nun durch die geschäftsbereichsübergreifende und vorausschauende Arbeit früher an einem Strang und haben eine gemeinsame Wissensbasis. Das entlastet alle Beteiligten und schlägt sich auch finanziell nieder. So werden die Anforderungen der Produktion frühzeitig eingebracht und es lassen sich kurzfristige Änderungen vermeiden. Auch der Inbetriebnahmeprozess der Fahrzeuge kommt durch die fahrzeugunabhängige Funktions-Pilothalle stärker in den Fokus.



Lesen Sie das Interview in voller Länge im Volkswagen Net



„Es ist klasse, wie die beiden Bereiche gemeinsam an der Sache arbeiten, um Volkswagen als Ganzes weiterzubringen.“ **Jörg Grandt**



Brasilien: Spielzeug und Lebensmittel gespendet

Beschäftigte der Werke Curitiba und Taubaté unterstützen Kinder und ihre Familien

Solidarität. Unter diesem Motto führten vor Kurzem die Belegschaften der brasilianischen Werke in Curitiba und Taubaté zwei Sammelaktionen durch. Mehr als

6.000 Spielzeuge und rund 10 Tonnen Lebensmittel kamen auf diese Weise zusammen.

Während das Team aus São José dos Pinhais in Curitiba den internationalen Kindertag zum Anlass nahm, um mit einer Sammelaktion benachteiligten Kindern aus der Region eine Freude zu machen, sammelte

das Produktionsteam aus dem Werk Taubaté Lebensmittel und hat damit rund 1.400 bedürftigen Familien aus der Region, die unter den Pandemieauswirkungen leiden, geholfen. Beide Aktionen fanden unter strenger Einhaltung der Hygieneregeln statt.

„Die Welt durchlebt eine schwierige Zeit, in der wir alle lernen, die wahre Bedeutung der Worte Solidarität und Nächstenliebe zu verstehen. Bei Volkswagen Taubaté leben wir das **„WIRstättICH“** und unsere soziale Aktion zeigt, wie engagiert unser Team ist“, erklärte Werkleiter Vilque Rojas aus Taubaté.

„Unser Team zeigte einen enormen Enthusiasmus, aber auch viel Einfühlungsvermögen und Engagement“, berichtete Curitiba's Werkleiter Leandro Lemos de Oliveira über die Spielzeugaktion.



Der erste Kommissionierungs-Roboter

Im Werk Bratislava: Maschine hebt 250 Kilogramm schwere Getriebe

Im slowakischen Werk Bratislava werden Fahrzeuge mehrerer Konzernmarken produziert. Die Kommissionierung der dazugehörigen Getriebe der SUV-Modelle Audi Q8, Audi Q7 und Volkswagen Touareg erfolgte dort bisher manuell. Ein Logistikmitarbeiter entnahm die zwischen 200 und 250 Kilogramm schweren Getriebe mithilfe eines Manipulators aus einem Behälter und kommissionierte sie auf einem Sequenzwagen vor. Diese Aufgabe führt nun ein Roboter aus.

Es ist der erste vollautomatische Kommissionierungsvorgang dieser Art überhaupt. Möglich machen es vor allem die dy-

namische und vollautomatische Zuführung des Materials zu dem Roboter und das Zusammenspiel ausgeklügelter Techniklösungen.

Der neue Kommissionierungsroboter steht quasi frei im Raum und kann jederzeit leicht verschoben werden, was die Anlage nicht nur flexibel, sondern auch ortsunabhängig macht. Möglich wird das durch eine dynamische Anstellung des Materials mittels FTS (fahrerlose Transportsysteme) um Roboter.

Neben der dynamischen Anstellung wird bei der Anlage ein neuartiges Sicherheitskonzept eingesetzt. LiDAR-Sensoren, die sonst beim autonomen Fahren zum Einsatz kommen und eine sichere und kollisionsfreie Fahrt ermögli-

chen, überwachen den gesamten Arbeitsbereich des Roboters. Dies ermöglicht einen sicheren Betrieb ohne Verwendung der klassischen Sicherheitstechnik.

Ein speziell für diese Anlage konstruierter Multifunktionsgreifer entnimmt die Bauteile ohne genaue Positionierung oder Zentrierung der Behälter. Möglich machen es die dort verbaute 3D-Kamera sowie die außen am Greifer angebrachte sensitive Schutzhaut. Diese funktioniert bei Berührung wie ein Notaus-taster, was in Verbindung mit den LiDAR-Sensoren einen Betrieb ohne weitere Schutzhäusung des Roboters möglich macht.



Forschte rund zwei Jahre lang an hoch automatisierten Lösungen für die Kommissionierung: Patrick Schmetz aus der Planung Marke Volkswagen.

Hybridmodelle im Test: Mit dem Touareg auf Tour

Produktreferent Bram den Dunnen begleitet Journalisten bei Testfahrt mit dem großen SUV



Historische Kulisse: Bram den Dunnen mit dem Touareg eHybrid in Nörten-Hardenberg.

Volkswagen elektrisiert den Touareg. Aktuell haben Medienvertreter die Möglichkeit, die neuen Hybridmodelle Touareg eHybrid und Touareg R während einer internationalen Journalisten-Fahrveranstaltung zu testen. Im Rahmen des Events im südniedersächsischen Nörten-Hardenberg stellen Volkswagen Experten wie Produktreferent Bram den Dunnen die Fahrzeuge vor.

Elektrische Reichweite von rund 47 Kilometern

„Auch beim Touareg folgen wir unserer Elektrifizierungsstrategie und bieten zukünftig zwei Plug-in-Hybride an: den Touareg eHybrid mit 280 kW Systemleistung für den komfortorientierten Kunden und das 340 kW starke Topmodell Touareg R für die sportlich ambitionierten Fahrer“, erklärt Bram den Dunnen. Der Produktreferent sagt: „Beide Fahrzeuge besitzen eine elektrische Reichweite von rund 47 Kilometern. Damit decken sie rund 90 Prozent aller täglichen Pkw-Fahrten in Deutschland ab – ausschließlich mit Strom betrieben.“

Das Zusammenspiel von E-Maschine und dem Sechszylinder-Turbobenziner unterstützt die prädiktive Hybridstrategie, die bei aktiver Zielführung des Navigationssystems möglich ist. Den Dunnen: „Beide Touareg nutzen dabei das GPS und die Kartendaten, um auch auf



Interieur: Das „Innovision Cockpit“ im Touareg eHybrid.

der Mittel- und Langstrecke sparsame Verbrauchswerte zu realisieren. Dazu integriert das System die Topografie, die Streckendaten und das Zielgebiet in die Routenberechnung. Touareg eHybrid und Touareg R realisieren so Gesamtreichweiten von bis zu 810 Kilometern.“

Die Besonderheiten im Interieur: Beide Fahrzeuge sind serienmäßig mit dem „Innovision Cockpit“ ausgestattet. Produktreferent den Dunnen: „Es besteht aus den digitalen Instrumenten „Digital Cockpit“ mit 12-Zoll-Screen und dem Display des Infotainmentsystems „Discover Premium“ mit 15-Zoll-Touchscreen.“ Außerdem verfügen beide Hybride serienmäßig über ein Panorama-Schiebedach und eine Vier-Zo-

nen-Klimaanlage. „Wie auch alle anderen aktuellen Touareg Modelle besitzen die elektrifizierten SUV ein Touch-Lenkrad und optional die Möglichkeit, automatisiert ein- und auszuparken – sogar via Smartphone, ohne dass der Fahrer im Auto sitzt“, sagt Bram den Dunnen.

Touareg Hybride: Anhängelast von bis zu dreieinhalb Tonnen

Übrigens: Dank des „Trailer Assist“ parken beide Modelle auch einen

Anhänger nahezu automatisch rückwärts ein. Mit dem optionalen „Travel Assist“ ist assistiertes Fahren im Touareg erstmals bis zu einer Geschwindigkeit von 250 km/h möglich.

Ein persönliches Highlight des Produktexperten: „Touareg eHybrid und Touareg R besitzen die Zulassung, Anhänger mit einem Gewicht bis zu dreieinhalb Tonnen zu ziehen. Damit gibt es die gleichen Einsatzmöglichkeiten wie bei den Verbrennern.“

„Auch beim Touareg folgen wir unserer Elektrifizierungsstrategie und bieten zukünftig zwei Plug-in-Hybride an.“

Bram den Dunnen, Produktreferent



Kompakt-SUV: Der neue Volkswagen Taos*

Taos: Neues SUV für Amerika

Volkswagen of America hat die Premiere des Taos gefeiert. Das Fahrzeug ist Teil der 2017 gestarteten SUV-Offensive. Das neue Kompakt-SUV charakterisiert optisch vor allem das Frontend mit LED-Lichtsignatur und das markante Seitenprofil mit starker Charakterlinie.

Der Taos wird in acht Farben, mit vier Raddesigns und der neuesten Konnektivitäts- und Infotainment-Technologie verfügbar sein. Das konfigurierbare Kombi-Instrument „Volkswagen Digital Cockpit“ gehört ebenso zum Standard wie „Car-Net“ mit WLAN-Funktion. Angetrieben wird das SUV von einer 1,5-Liter-Version des turbogeladenen Vierzylindermotors EA211.

Die Fahrzeuge für den nordamerikanischen Markt werden in Puebla, Mexiko, hergestellt. Der Taos für Südamerika kommt aus dem Volkswagen Werk Pacheco in Argentinien.

Übrigens: Das Segment der Kompakt-SUV, zu dem auch der Taos gehört, ist mit vier Millionen verkauften Fahrzeugen und 24 Prozent Marktanteil das größte US-Fahrzeugsegment in 2019.



Der Taos: Teil der SUV-Offensive.



Für sportlich ambitionierte Fahrer: Der Touareg R mit 340 kW.

Katja Jimenez erklärt Journalisten den Tiguan

Fahrveranstaltung für Medienvertreter: Produktexpertin kennt alle Vorzüge der Produktaufwertung – „Das Auto ist klasse geworden“

Elektrifiziert, digitalisiert, vernetzt: Das ist der neue Tiguan. Aktuell haben internationale Journalisten die Möglichkeit, die Produktaufwertung (PA) des 2019 erfolgreichsten SUV Europas in Wolfsburg zu testen. Experten stehen ihnen vor Ort bei Fragen rund um das Fahrzeug Rede und Antwort. Eine von ihnen ist Katja Jimenez, in der Baureihe Compact verantwortlich für die Tiguan PA.

Jimenez: „Bei einer Produktaufwertung ist für mich besonders wichtig, dass auf den ersten Blick erkennbar ist: Das ist ein neues Fahrzeug. Bei der Tiguan PA ist das super gelungen. Dank der komplett neuen Frontpartie mit markantem Stoßfänger, breitem Kühlergrill und den optionalen IQ, Light LED-Matrix-Schweinerwerfer hat das Fahrzeug ein völlig neues Gesicht bekommen.“

Ab sofort ist der Tiguan auf Wunsch elektrifiziert. Produktexpertin Jimenez sagt: „Ich finde es klasse, dass es die PA nun auch als Plug-in-Hybrid* gibt. Damit bieten wir Kunden eine Brücke in Richtung E-Mobilität. Im Alltag lege ich kurze



Wolfsburg: Katja Jimenez am neuen Tiguan.

Strecken wie den Weg zur Arbeit rein elektrisch zurück, zum Besuch der entfernt wohnenden Verwandtschaft geht es mit Unterstützung des konventionellen Antriebs.“ Die Tiguan PA bietet im Vergleich zum Vorgänger noch effizientere Ver-

brenner-Aggregate. Katja Jimenez: „Im TDI nutzen wir beispielsweise die Twinosing-Technologie, ein doppeltes SCR-Katalysatorsystem, das effizient die Stickoxide reduziert. Der TSI* punktet ebenfalls mit einer temporären Zylinderabschaltung, die helfen kann, den Verbrauch zu reduzieren. Mit den neuen Antriebskonzepten leistet auch der Tiguan in Zukunft einen wichtigen Beitrag zum Erreichen unserer CO₂-Ziele.“

Auch im Interieur gibt es Neues. Jimenez: „Die PA beinhaltet unter anderem die neueste Generation des Modulare Infotainmentbaukastens (MIB 3) sowie ein neues Klimabedienteil mit Touch-Modul. Auch der optionale Travel Assist ist neu im Tiguan. Das Assistenzsystem ermöglicht per Knopfdruck assistiertes Bremsen, Lenken und Beschleunigen im Rahmen der Systemgrenzen.“

„Das Auto ist klasse geworden.“

Das Fazit der Tiguan Expertin Katja Jimenez: „Das Auto ist klasse geworden. Ich freue mich, es jetzt den Journalisten präsentieren zu dürfen. Die letzte Projektphase war besonders spannend: Neben den Herausforderungen des Anlaufs mussten wir die Zulassung von 16 Motor-Getriebe-Varianten in vielen verschiedenen Ländern auf der ganzen Welt mit unterschiedlichen Regularien stemmen. Das war ein Kraftakt, den wir dank einer herausragenden Mannschaftsleistung gemeistert haben.“



Digital: Der neue Tiguan mit der neuesten Generation des Modulare Infotainmentbaukastens.



Sportlich: Der neue Golf GTI Clubsport*



Digitalisiert: Der Blick ins Interieur des neuen Kompakt-Sportlers.

Weltpremiere: Der neue Golf GTI Clubsport

Mit 221 kW (300 PS) das stärkste Modell der aktuellen GTI Generation

Volkswagen präsentiert den neuen Golf GTI Clubsport – ein moderner Kompakt-Sportler, der nicht nur durch seine hohe Motorleistung beeindruckt, sondern auch durch ein neues Niveau der Fahrdynamik. Das frontgetriebene Fahrzeug verfügt über einen 221 kW (300 PS) starken Turbomotor mit 400 Nm Drehmoment und einen neuen Fahrdynamikmanager, der die Regelung der elektronischen Differenzialsperren (XDS) und die

querdynamischen Anteile der optionalen elektronischen Dämpferregelung DCC miteinander vernetzt. Im neuen Golf GTI Clubsport wird nun außerdem erstmals die serienmäßige elektromechanische Vorderachsquersperre in das Netzwerk des Fahrdynamikmanagers mit eingebunden.

Seine individualisierte Frontpartie ist markant: die für die GTI Modelle typische, mit einem Wabenmuster aufgebaute Kühlergrill-Verkleidung,

vergrößerte Aerodynamik-Wings und ein Stoßfänger, der nach unten hin quasi offen wirkt.

Im Heckbereich verfügt das Fahrzeug über einen zweiteiligen Dachkennzeichenspoiler, der als eindeutiges Erkennungszeichen nur beim Golf GTI Clubsport zum Einsatz kommt. Frontspoiler und der Heckflügel sind weitaus mehr als Designmerkmale – sie erhöhen signifikant den Abtrieb des Sportwagens.

* Touareg eHybrid (280 kW / 381 PS Systemleistung) Kraftstoffverbrauch (NEFZ) in l/100 km: kombiniert 2,7; Stromverbrauch, kWh/100 km: kombiniert 21,1; CO₂-Emission, g/km: kombiniert 61; Effizienzklasse: A+ | * Touareg R (340 kW / 462 PS Systemleistung) Kraftstoffverbrauch (NEFZ) in l/100 km, kombiniert: 3,0–2,8; Stromverbrauch, kWh/100 km: kombiniert 19,9–19,5; CO₂-Emission, g/km: kombiniert: 69–63; Effizienzklasse: A+ | * Tiguan 2.0 TDI, 110 kW DSG 4MOTION / Kraftstoffverbrauch (NEFZ) in l/100 km: innerorts 5,8–5,6 / außerorts 4,8–4,5 / kombiniert 5,1–4,9; CO₂-Emission in g/km: 135–129 (kombiniert), Effizienzklasse: A | * Tiguan eHybrid: Das Fahrzeug ist eine seriennahe Studie. | * Tiguan 1.5 TSI, 110 kW DSG / Kraftstoffverbrauch (NEFZ) in l/100 km: innerorts 6,6–6,5 / außerorts 5,5–5,2 / kombiniert 5,9–5,7; CO₂-Emission in g/km: 135–130 (kombiniert), Effizienzklasse: B | * Taos: Das Fahrzeug wird in Europa nicht zum Verkauf angeboten. | * Golf GTI Clubsport: Das Fahrzeug ist eine seriennahe Studie.

Neuer Golf¹ und ID.3² überzeugen bei den „German Car of the Year“-Awards

Das beste Auto 2021: Deutsche Motorjournalisten testeten 72 Modelle in fünf Kategorien

Welches ist aus deutscher Sicht das beste Auto des Jahres 2021? Um das zu ermitteln, treffen sich einmal im Jahr 18 renommierte Motorjournalisten aus dem ganzen Bundesgebiet im rheinland-pfälzischen Bad Dürkheim. Gleich zweimal fiel aktuell die Entscheidung der „German Car of the Year“-Jury zugunsten von Volkswagen aus: Der Golf der achten Generation und der vollelektrische ID.3 holten jeweils den Klassensieg.

72 Neuheiten standen den Juroren zur Wahl, eingeteilt in fünf Kategorien: Kompaktautos bis 25.000 Euro Grundpreis (Compact), Premiummodelle bis 50.000 Euro Grundpreis (Premium), teurere Fahrzeuge im Luxussegment (Luxury), solche mit alternativen Antrieben (New Energy) und Sportwagen (Performance). „Sowohl der neue Golf als auch der ID.3 haben



Vertriebsvorstand
Klaus Zellmer

unsere Juroren in ihren jeweiligen Segmenten überzeugt – und zwar gegen sehr starke Konkurrenz“, sagte Mitorganisator Jens Meiners, der für deutsche und amerikanische Fachmedien berichtet.

Klaus Zellmer, Vertriebsvorstand der Marke Volkswagen, freute sich über das Urteil der

Fachjournalisten: „Der neue Golf und der ID.3 haben bereits viele relevante Vergleichstests für sich entschieden. Dass beide Top-Modelle von der Jury insbesondere für ihre Umweltfreundlichkeit und ihre Innovationen ausgezeichnet worden sind, ist eine ganz besondere Bestätigung für uns alle bei Volkswagen.“

Zellmer weiter: „Umweltfreundlichkeit und Innovation sind die wichtigsten Bausteine auf unserem Way to Zero mit dem Ziel, emissionsfreie Mobilität für alle zu ermöglichen. Der Golf mit seinen hocheffizienten Motoren spielt dabei in der Transformationsphase eine genauso wichtige Rolle wie der vollelektrische und bereits heute bilanziell klimaneutrale ID.3.“



Der neue Golf: Er hat den Titel in der Kompaktklasse bis 25.000 Euro gewonnen.



Sicherte sich den Titel des besten Autos im Premiumsegment bis 50.000 Euro: der ID.3.

Anzeige

Highspeed serienmäßig. In Deutschlands größtem 5G-Netz.

**Exklusiv für alle VW-Mitarbeiter:
Attraktive Tarif- und Smartphone-Angebote!**

- Online-Portal: www.telekom.de/vw-mitarbeiterangebot
- Kostenfreie Mitarbeiter-Hotline: **0800 3300 34531**
- Persönliche Beratung in allen Telekom Shops vor Ort: www.telekom.de/terminvereinbarung
- E-Mail: rv-mitarbeiterangebote.gk@telekom.de

Ihre Vorteilsnummer: **44000**

**Gilt auch für
Ihre Familien-
angehörigen**



Zum Online-Portal



Das **Samsung Galaxy S20 5G** gibt es jetzt für alle Mitarbeiter der Volkswagen AG sowie deren Familienangehörige zu echten Vorteilsbedingungen!¹

¹) Angebot gilt bis zum 31.12.2020. Nur solange der Vorrat reicht.



ERLEBEN, WAS VERBINDET.



Beispiel Dresden: Auch mit dem Fußball-Drittligisten Dynamo verlängerte Volkswagen die Zusammenarbeit. Die Logos zeigen, bei welchen Vereinen das noch der Fall ist.



Mit Preisfigur: Daniel Thioune.

Spruch des Jahres kommt von Daniel Thioune

„Wer es nicht schafft, gegen den HSV zu punkten, sollte nicht auf dem Rücken eines Flüchtlings, der niemandem etwas getan hat, versuchen, einen Vorteil herauszuholen, sondern besser auf die eigenen sportlichen Fehler schauen.“

Daniel Thioune, seinerzeit Trainer von Fußball-Zweitligist VfL Osnabrück, zum Protest einiger Vereine gegen Spielwertungen aufgrund der Unterstellung gegen HSV-Profi Bakery Jatta, unter falschem Namen eingereist zu sein.

Der Fußballspruch des Jahres kommt vom heutigen HSV- und früheren Osnabrücker Trainer Daniel Thioune. Der Preis ist mit 5.000 Euro dotiert. Das Geld kommt Flüchtlingsprojekten in Hamburg und Osnabrück zugute. Seit 2006 sucht die Deutsche Akademie für Fußballkultur in Kooperation mit Volkswagen die durchdachtesten, amüsantesten und philosophischsten Zitate.



Ausgezeichnet: Jörg Schmadtke (von rechts), Michael Meeske und Tim Schumacher von der VfL-Geschäftsführung.

Standorte: Volkswagen fördert neun Vereine

Von Braunschweig über Dresden und Zwickau bis Osnabrück und Emden: Unternehmen verlängert Verträge

Volkswagen setzt die Zusammenarbeit mit den traditionsreichsten und in aller Regel klassenhöchsten Fußballvereinen an seinen Standorten fort. Die ausgelaufenen Verträge mit Eintracht Braunschweig, VfL Osnabrück (2. Liga), Dynamo Dresden, FSV Zwickau (3. Liga), Chemnitzer FC, Hessen Kassel (Regionalliga), KSV Baunatal und Kickers Emden (Oberliga) wurden um ein Jahr verlängert. Am Unternehmensstammsitz in Wolfsburg wird zudem Oberligist Lupo Martini unterstützt, der erste

von ehemaligen Gastarbeitern gegründete Fußballverein Deutschlands. Außerdem nicht zu vergessen: Volkswagen steht bereits seit der Vereinsgründung 1945 an der Seite des VfL Wolfsburg. Die Profi-Abteilung der „Wölfe“ ist schon seit vielen Jahren eine 100-prozentige Volkswagen Tochter. Mit der Unterstützung der Fußballvereine an seinen Werkstandorten will Volkswagen seiner gesellschaftlichen Verantwortung gerecht werden. Im Mittelpunkt der Partnerschaften stehen die Jugendabtei-

lungen. Diese bekommen einen oder mehrere Kleinbusse gestellt. Für die Volkswagen Belegschaft leisten die Klubs, auch durch gemeinschaftliche Aktionen, einen Beitrag zur Identifikation mit dem jeweiligen Standort. So liefen in der vergangenen Saison bei einem Heimspiel des VfL Osnabrück einige Kinder von Volkswagen Mitarbeitern Hand in Hand mit den Profis ins Stadion ein. Und in Dresden beteiligte sich die Gläserne Manufaktur am Aktionstag „Love Dynamo - Hate Racism“ und lud Trainer Markus Kauczinski

ein, bei der Produktion des e-Golf mitzuhelfen. Das Sponsoring der Standortvereine ist Teil der Fußballstrategie von Volkswagen. In Deutschland engagiert sich das Unternehmen beim Deutschen Fußball-Bund, im DFB-Pokal, für den Fußballnachwuchs und für kulturelle Projekte im Fußball. Mit seinem Motto „Fußball, das sind wir alle“ drückt der Automobilhersteller aus, dass er den Fußball in seiner gesamten Breite unterstützt – und zwar von der Basis bis an die Spitze.

ID.3¹: Bundestrainer startete in Dresden die Vorserie

Jogi Löw ist nun auch in dem neuen Elektrofahrzeug von Volkswagen unterwegs

Joachim Löw ausnahmsweise einmal nicht als Trainer: Der Volkswagen Markenbotschafter hat in der Gläsernen Manufaktur in Dresden die Vorserienproduktion für die Fahrzeugfertigung des vollelektrischen ID.3 gestartet. Mit Thomas

Ulbrich, Vorstand für Elektromobilität der Marke Volkswagen, und dem Dresdner Standortleiter Danny Auerswald setzte Löw das erste Vorserienfahrzeug des ID.3 auf das Montageband der ungewöhnlichen Produktionsstätte, die nicht nur wegen ihrer offenen und transparenten Architektur hervorsticht, sondern gleichzeitig auch Start-up-Inkubator und Veranstaltungsort für Konzerte, Lesungen und Kongresse ist. „Ich konnte mich schon immer für technische Neuerungen begeistern. Die E-Mobilität ist sogar eine Revolution: Sie bringt einen großen Fortschritt für die Umwelt und damit für die ganze Gesellschaft“, sagte Löw. Für den Bundestrainer war der Besuch eine Premiere: „Ich war zwar schon mehrfach in Dresden im Stadion, aber noch nie in der Gläsernen Manufaktur. Es ist wirklich sehr spannend zu sehen, wie Volkswagen den Wandel auch an diesem Standort vorantreibt.“ Doch Joachim Löw spricht nicht nur über Elektromobilität, er will auch aktiv bei der Mobilitätswende vorangehen – oder besser fahren. Daher ist er künftig selbst in einem mangangraumetallic-farbenen ID.3 unterwegs. Volkswagen E-Mobilitäts-Vor-

stand Ulbrich gab Löw in Dresden eine Einführung in dessen neuen Dienstwagen. „Vergangenes Jahr hatte ich vor dem Pokalfinale in Berlin schon mal die Gelegenheit, einen sich damals noch in der Entwicklung befindenden ID.3 in

Berlin Probe zu fahren. Da habe ich einen ersten Vorgeschmack bekommen, was es heißt, elektrisch unterwegs zu sein. Jetzt bin ich neugierig, wie sich das Fahrzeug in meinem Alltag bewährt“, sagte Löw und verriet, dass bei ihm zuhause bereits eine Volkswagen Wallbox installiert sei. Aktuell produziert Volkswagen den ID.3 ausschließlich am Standort Zwickau. Nach einer kurzen Umbauphase in der Gläsernen Manufaktur soll ab Februar 2021 auch in Dresden die Serienproduktion des ID.3 starten.

Führung durch die Gläserne Manufaktur: Joachim Löw (Mitte) mit Thomas Ulbrich (rechts) und Danny Auerswald.



Vor der Frauenkirche in der Dresdner Innenstadt: Löw macht ein Selfie.



Flott unterwegs: Der Fußball-Bundestrainer im ID.3.

Nachhaltigkeit: VfL weit vorn

Der VfL Wolfsburg nimmt im Profifußball eine Vorreiterrolle in Sachen Nachhaltigkeit ein: Neben Bremen, Stuttgart und Leverkusen sowie St. Pauli und Paderborn hat die 100-prozentige Volkswagen Tochter an der Nachhaltigkeits-Zertifizierung sustainClub teilgenommen. sustainClub ist der erste und einzige anerkannte Nachhaltigkeits-Standard und Orientierungsrahmen im Profifußball. Bewertet wurden rund 180 Kriterien aus Ökologie, Ökonomie und Soziales. Unter den sechs sustainClub Gründungsmitgliedern nimmt der VfL eine besondere Rolle ein, da er die Entwicklung von Beginn an begleitet. Als erster und damals einziger Partner hatten die „Wölfe“ bereits 2016 eine Punktzahl erreicht, die einem Goldstatus gleichkam. Die aktuelle Zertifizierung schloss der VfL ebenfalls als punktbesten Klub ab und erreichte die Auszeichnungsstufe Gold. „Dass wir diesen Erfolg nun sozusagen verteidigt haben, macht uns sehr stolz“, sagt VfL-Geschäftsführer Michael Meeske und betont: „Nachhaltigkeit ist ein Thema, das uns nicht nur in der Außendarstellung wichtig ist. Es wird von den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern des VfL Wolfsburg auch in der täglichen Arbeit spürbar gelebt.“

¹ ID.3 Pro Performance, 150 kW / Stromverbrauch kombiniert in kWh/100 km: 16,9–15,4 (WLTP); 15,4–14,5 (NEFZ); CO₂-Emissionen kombiniert in g/km: 0; Effizienzklasse: A+
ID.3 Pro S, 150 kW / Stromverbrauch kombiniert in kWh/100 km: 17,7–15,9 (WLTP); 14,1–13,5 (NEFZ); CO₂-Emissionen kombiniert in g/km: 0; Effizienzklasse: A+

RÜCKSPIEGEL – ein Blick in die Geschichtsbücher von Volkswagen

Geschichte stärkt Vertrauen in die Marke

Die Volkswagen Classic ist neben dem Automuseum, dem Zeithaus der Autostadt und der Heritage-Abteilung in der automobilen Traditionspflege tätig. Vor wenigen Tagen ist sie mit ihren etwa 300 Oldtimern und Youngtimern in die Volkswagen Group Services gewechselt. Der Teamleiter und Experte für klassische Volkswagen Sascha Neumann im Gespräch.

Classic-Experte Sascha Neumann: Vertrauen bilden durch Geschichte.



Welche Aufgabe hat die Volkswagen Classic?

Kommunikation ist das Herzstück auch von Volkswagen Classic. Auch wir schlagen Brücken zwischen der Vergangenheit und der Zukunft. Darum nehmen wir an Oldtimerveranstaltungen teil oder zeigen historische Autos auf Messen. Wir verstehen uns darüber hinaus als verlässlicher Ansprechpartner für die Medien wie für Fans und Fahrer von klassischen Volkswagen. Denn gerade in diesen Tagen ist es wichtig, unseren Kunden Identifikations- und Orientierungspotenziale zu geben. Vertrauensbildung gelingt durch das Erzählen von Geschichten aus der Geschichte. Die Volkswagen Geschichte berührt viele Menschen, weil sie Teil ihrer Lebensgeschichte ist.

Herzstücke der Classic sind die Auto-Klassiker – wie halten Sie die für Rallies, Klassikertreffen oder Messen wie die Techno Classica fit?

Wir sind ja nur ein sehr kleines Team und können kleinere Reparaturen und Wartungen schon durchführen, für größere Umfänge sind wir auf externe Partner angewiesen. Die Classic ist daher in die Volkswagen Group Services gewechselt, wie es die Oldtimer-Sparte bei den Nutzfahrzeugen vor Jahren getan hat. Wir erhoffen uns von diesem Schritt einige Synergien mit dem Hannoveraner „Schwesterprojekt“ und größere Planungssicherheit.

Die Volkswagen Classic hütet das automobiler Kapital der Marke – warum ist das auch in Zukunft wichtig?

Volkswagen ist mit dem Käfer und dem Golf zu dem geworden, was wir heute sind. Vielen Kunden ist diese Kontinuität wichtig. Wir als Classic-Sparte können dieses Vertrauen in die Marke stärken, indem wir die Kontinuitäten aufzeigen. Ein Beispiel: Die Elektromobilität hat bei Volkswagen eine lange Vergangenheit. Seit über 40 Jahren werden Elektroautos entwickelt und kommen auf die Straße. Classic zeigt die Verlässlichkeit, Qualität oder aber auch Innovationskraft, die in der Marke Volkswagen steckt.

Vor 50 Jahren: Der K70 stellte die Weichen

Zeitzeuge Karl-Günter Queißer erinnert sich, wie im neuen Werk Salzgitter alles begann

Als vor 50 Jahren der erste K70 vom Band lief, war er dabei – Karl-Günter Queißer ist ein Mann der ersten Stunde im Werk Salzgitter. Er hat die turbulente Zeit des Umbruchs bei Volkswagen Anfang der 1970er Jahre miterlebt. „Das war schon etwas ganz Besonderes“, so fasst er seine Zeit mit dem K70 zusammen.

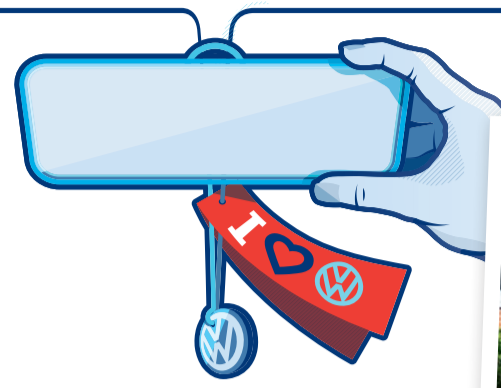
Der heute 79-jährige begann 1970 seine Laufbahn bei Volkswagen im neuen Werk in Salzgitter als Maler und Lackierer. Schnell war er von der komfortablen Limousine mit den vier Türen, dem großzügigen Platzangebot im Innen- wie im Kofferraum und dem wassergekühlten Frontantrieb überzeugt. Der K70 stand für ein völlig neues Antriebskonzept. Es sollte sich später im Passat und Golf erfolgreich durchsetzen. Auch bei der aktiven wie passiven Sicherheit setzte das

Modell aus Salzgitter mit seiner verstärkten Fahrgastzelle, Knautschzonen an Front und Heck sowie mit Sicherheitsgurten an allen Sitzplätzen Maßstäbe.

Bereits im Herbst 1971 kaufte Queißer seinen ersten K70. Bis dahin war er Käfer gefahren – der Wechsel war ein Quantensprung. Nach drei K70 hielt dann ein Golf Einzug in seine Garage. „Es geht immer weiter“, sagt der Mann, der Veränderungen begrüßt und mit Freude erlebt.

Queißer nimmt auch erfolgreich an Oldtimer-Rallies teil

Heute fährt er beides: einen K70 LS und einen Golf 8. Mit dem K70 hat er sich einen Traum erfüllt und nimmt mit dem Oldtimer erfolgreich an Rallies und Ausfahrten teil. Im September führte ihn ein



Der Zeitzeuge und sein Oldtimer: Karl-Günter Queißer mit seinem K70 LS im Werk Salzgitter.

Ausflug nach Salzgitter an seine alte Wirkungsstätte. Eigentlich hätte er den 50.

Geburtstag des K70 gerne mit seinem Fanklub auf einer Ausfahrt und Jubiläumsveranstaltung gefeiert. Die Corona-Pandemie ließ es aber nicht zu. So feierte er im „kleinen Kreis“ in Salzgitter mit Erinnerun-



Vor 47 Jahren: Der Passat ging in die Serie

Volkswagen befand sich Anfang der 1970er Jahre in der Transformation und der neue Passat brachte frischen Wind in das Modellprogramm. Der Werbeslogan brachte es auf den Punkt: „Das Auto, das längst fällig war“. Die Mittelklasse-Limousine ging 1973 als erstes Modell der neuen Volkswagen Generation im Werk am Mittellandkanal in Serienproduktion. Vieles war neu beim Passat, der sich technisch eng an den Audi 80 anlehnte: Frontantrieb, wassergekühlter Vierzylindermotor vorn mit den entsprechenden Schalt- und Automatikgetrieben, die oben liegende Nockenwelle und die Ganz-

stahl-Karosserie. Beim Passat stellte Volkswagen zudem im Fahrzeugbau auf die Hängband-Montage um. Dadurch wurde die Fertigung flexibler und die Montagebedingungen für die Mitarbeiter verbesserten sich.

Im Anschluss an die Presse-Fahrvorstellung präsentierte Volkswagen den Passat im September 1973 auf der IAA in Frankfurt, die unter dem Motto „Mit dem Auto in die Zukunft“ startete. Dort begeisterte er mit klaren Konturen, tief liegender Gürtellinie und Vielfalt. Interessen-



Mit zwei Türen und Schrägheck: Der Passat ist das erste Modell einer neuen Generation.

ten konnten zwischen nicht weniger als 17 Varianten wählen: Zwei- und viertürig oder als praktischer Variant mit vier Türen und Heckklappe, mit Leistungen von 1,3 Litern mit 55 PS oder 1,5 Litern mit 75 oder 85 PS. Der Passat kostete ab 8.555 Mark. Im ersten Jahr liefen bereits mehr als 110.000 Passat vom Band.

Vor 60 Jahren: Wie aus der Geschäftsführung ein Vorstand wurde

Der Übergang zur Aktiengesellschaft im Sommer 1960 brachte tief greifende Veränderungen an der Spitze des Unternehmens mit sich: Aus der Volkswagenwerk GmbH wurde die Volkswagenwerk AG, die am 22. August 1960 ins Handelsregister Wolfsburg eingetragen wurde. Zudem wurde aus der bisherigen Geschäftsführung, die Heinrich Nordhoff und sein Stellvertreter Wilhelm Steinmeier ausüb-

ten, ein vom Aufsichtsrat bestellter Vorstand. An dessen Spitze stand als „Vorsitzer“, wie es im Geschäftsbericht von 1960 heißt, wieder Heinrich Nordhoff. Mit



Ehemaliger Top-Manager: Heinrich Nordhoff (1899–1968) war Generaldirektor der Volkswagenwerk GmbH seit Januar 1948 und Vorstandsvorsitzender der Volkswagenwerk AG von August 1960 bis April 1968.

ihm im Vorstand: Fritz Frank, Kurt Haaf, Otto Höhne, Julius Paulsen, Wolfgang Siebert, wenig später auch Hans Hiemenz, Frank Novotny und Helmut Orlich. Der auf neun Top-Manager angewachsene Vorstand legte dann bei der Hauptversammlung der Volkswagenwerk Aktiengesellschaft am 1. Juli 1961, auch eine Premiere, seinen ersten Geschäftsbericht vor – mit einer Bilanz, die sich sehen lassen konnte: Volkswagen hatte über 860.000 Käfer und Transporter in aller Welt abgesetzt. Mit einem Umsatz von über 4,6 Milliarden DM war das Unternehmen am Mittellandkanal weiterhin die Lokomotive des Wirtschaftswunders in Deutschland.

Vor 75 Jahren: Briten starteten Käfer Fertigung mit Großauftrag

Ein Großauftrag über 20.000 Fahrzeuge durch die britische Militärverwaltung im August 1945 stellte die Weichen für eine gute Zukunft des Volkswagenwerks und seiner Belegschaft. Die zivile Serienfertigung des Käfer wurde Wirklichkeit. Zwei Wochen später folgte ein zweiter Auftrag über weitere 20.000 Fahrzeuge. Werk, Fertigung und Belegschaft waren gesichert und die drohende Demontage abgewendet. Am 27. Dezember 1945 verließ dann der erste Käfer die Bänder und bis Jahresende wurden 55 Exemplare gebaut. Die einzigartige Nachkriegsgeschichte des Käfer hatte begonnen. Schlüsselfigur war der damals 28-jährige Major Ivan Hirst, der im August 1945 in Wolfsburg eintraf und als Senior Residence Officer den Wiederaufbau organisierte. Sein Fazit nach vier Jahren an der Spitze des Werks: „Wir hatten eine moderne Fabrik, bereit für die Zukunft, mit einer Belegschaft, einem deutschen Management und einem guten Produkt.“



Mit Großauftrag der britischen Militärbehörde: Die Fertigung läuft in Wolfsburg an.

Wolfsburger Gastronomie sagt Lebensmittelabfällen den Kampf an

Mehr Nachhaltigkeit: Service Factory startet Food-Waste-Projekt in 13 Betriebsrestaurants, Fleischerei und Zentralküche

Mehr Nachhaltigkeit, weniger Lebensmittelabfälle, reduzierte Kosten: Mit diesem Ziel hat die Volkswagen Gastronomie am Standort Wolfsburg ein Projekt zur Reduzierung von Lebensmittelabfällen gestartet, das Food-Waste-Projekt.

Seit Oktober entwickeln Teams aus 13 Betriebsrestaurants, der Fleischerei und der Zentralküche Maßnahmen für ihre Betriebe. Dabei arbeitet die Volkswagen Gastronomie mit externen Fachleuten zur Reduzierung von Lebensmittelabfällen zusammen.

„Mit dem Projekt wollen wir unsere Ressourcen bereits in der Herstellung noch stärker würdigen, die Abfallmenge um 25 Prozent verringern und die Kosten für das Unternehmen deutlich senken“, sagt Helena Schmidt, Sachverständige für Umwelt und Leiterin des Projekts. Sie betont: „Jedes geretete Kilogramm Lebensmittel zählt.“ Immerhin rechnet man mit zwei bis

vier Euro Warenwert für jedes Kilo Abfall.



Projektpate: Malte Treptow



Starkes Projekt: Helena Schmidt (links), Malte Treptow und Torsten von Borstel (rechts) mit Kolleginnen aus dem Betriebsrestaurant im BT 10.

Und so funktioniert das Food-Waste-Projekt: Zunächst wird der Lebensmittelabfall in den 13 Betriebsrestaurants, der Fleischerei und der Zentralküche vier Wochen lang gesammelt, gewogen und in einem Abfall-Analyse-Tool digital erfasst. Dokumentiert wird dabei auch, ob es sich beispielsweise um Tellerrückläufe oder um nicht verkaufte Speisen handelt. „Das Sammeln und Vorsortieren des Abfalls ist Aufgabe des gesamten Teams“, erläutert Schmidt. „Das Wiegen und das Füttern des Tools übernehmen sogenannte Food-Waste-Paten aus den teilnehmenden Betrieben.“

Die Daten werten die Teams in den Küchen anschließend gemeinsam mit den externen Experten aus. In

Workshops wollen sie dann aus den gewonnenen Informationen passgenaue Maßnahmen für ihre Küchen ableiten. Eine zweite Abfallmessung soll später den Erfolg der Maßnahmen sichtbar machen.

Bei einem Kick-off stellten Projektleiterin Helena Schmidt und der Food-Waste-Experte Torsten von Borstel den Beschäftigten der teilnehmenden Betriebe das Projekt vor. Mit dabei waren auch Robert Richert, Küchenmeister im BT 10, und Malte Treptow, Betriebsrestaurant-Leiter im Markenhochhaus. Treptow ist zudem einer der Paten des Projekts. Er sagt: „Ich bin zuversichtlich, dass wir hier etwas bewirken können. Lebensmittelabfälle sind ein Thema, das uns alle bewegt.“ Robert Richert ergänzt:

„Jedem Koch tut es im Herzen weh, wenn Lebensmittel im Abfall landen. Ich freue mich darauf, unsere Bemühungen weiter zu verstärken.“

Und welchen Eindruck hat der externe Food-Waste-Experte Torsten von Borstel nach dem Kick-off vom Vorhaben und den Zielen der Volkswagen Gastronomie? „Durch die 15 teilnehmenden Betriebe ist das Projekt sehr umfangreich und komplex – nicht vergleichbar mit anderen Betrieben, die wir unterstützt haben. Es ist aber auch sehr spannend und machbar.“

Finanziert und unterstützt wird das auf ein Jahr angelegte Leuchtturmprojekt der Volkswagen Gastronomie zum Großteil aus dem Konzern-Dekarbonisierungsfonds.

Vorserienfahrzeuge: Deshalb sind sie wichtig

Team von Luisa Hermann ist für die Fertigstellung und Übergabe an die Entwicklung und Qualitätssicherung zuständig

Auf den Produktionsstart neuer Modelle wie die der Golf Familie arbeiten im Werk Wolfsburg viele Fachbereiche hin. Einer davon ist die Unterabteilung „Vorserienbau, -dokumentation und -steuerung“ der Pilohtalle.

„Mein Team und ich sind für die Abwicklung und den Verkauf aller Vorserien am Standort Wolfsburg zuständig“, erklärt Unterabteilungsleiterin Luisa Hermann. „Wir planen und steuern die seriennahe Fertigung der Vorserienfahrzeuge. Anschließend stellen wir deren Funktionsfähigkeit und die Bauteilpassung sicher.“ In den vergangenen Monaten handelte es sich überwiegend um Vorserienmodelle aus der Golf Familie und der großen Produktaufwertung des Tiguan.

Hintergrund: Benötigt werden Vorserienfahrzeuge für Erprobungen, Versuchs- und Funktionszwecke. Bestellt werden sie von der Entwicklung, der Qualitätssicherung und der Produktion. Wofür? Die Produktion nutzt Vorserien, um Anlagen und Abläufe in der Fertigung und Logistik unter Serienbedingungen einzufahren und mögliche Abweichungen, auch bei Bauteilen, zu identifizieren. Das Ziel: Fehler und Verzögerungen in der späteren Serienproduktion zu vermeiden.

Die Vorserienfahrzeuge gehen von der Linie direkt zu Luisa Hermann und



In der Pilohtalle: Luisa Hermann.

ihrem rund 30-köpfigen Team. „Wir prüfen dann Bauteile und Funktionen. Sind alle vorgesehenen Bauteile da? Stimmen ihre Bezeichnungen mit der Stückliste für dieses Modell überein? Ist alles wie vorgesehen eingebaut? Passen die Maße? Sind die elektrischen Funktionen gegeben?“

Wenn ein Bauteil nicht stimmt, passt das Team die Stückliste des Modells an. Diese hat eine wichtige Funktion: Auf ihrer Grundlage verhandelt die Beschaffung mit Zulieferern. Die Produktion wiederum

benötigt die Stückliste unter anderem für die Zuordnung von Teilen und Teams in der Montage. Fehlerhafte Listen können zu höheren Kosten und Zeitverlusten führen.

Die elektrische Inbetriebnahme der Vorserienfahrzeuge ist ebenfalls Aufgabe des Teams von Luisa Hermann. „Bevor wir die Zündung einschalten und den Motor starten können, lernen wir die Schlüssel an“, erläutert die Unterabteilungsleiterin. Anschließend werden die elektrischen Komponenten geprüft. Bei der



Mit prüfendem Blick: Luisa Hermann mit den Kollegen Peter Schriewer und Mike Linneweh.

Arbeit des Teams spielen Qualität und Zeit eine wichtige Rolle. Die Vorserienfahrzeuge müssen fehlerfrei und termingerecht an die internen Besteller übergeben werden, um den Start der Serienproduktion nicht zu gefährden. „Vorserienfahrzeuge mit vielen Neuerungen können da schon mal zu einer Herausforderung werden“, weiß Luisa Hermann.

Was sie an ihrer Aufgabe mag? „Die Vielseitigkeit und die Nähe zum Produkt. Wir arbeiten immer mit den neuesten Modellen. Besonders viel Spaß machen mir die Arbeit mit meinem Team und die Zusammenarbeit mit vielen Bereichen hier am Standort.“

KENNEN WIR UNS NICHT?

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



Alex Di Stefano (47) aus Gifhorn-Kästorf, Elektroinstallhalter im Karosseriebau in Wolfsburg, seit 22 Jahren bei Volkswagen

MEINE FRÜHEREN JOBS

Gelernt habe ich Elektroinstallateur in Gifhorn. Danach habe ich weiter als Installateur gearbeitet, bis ich 1997 bei einem italienischen Anlagenbauer angefangen habe, der die Anlagen für den Golf IV aufgebaut hat. Ein Jahr später war ich schon bei Volkswagen. Dort habe ich ein Jahr als Anlagenführer gearbeitet, bis ich in die Instandhaltung gekommen bin.

MEIN AKTUELLER JOB

Seit 21 Jahren bin ich in der Elektroinstandhaltung – eine große Herausforderung bei der riesigen Vielfalt an Technologien, die man kennen muss. Ich arbeite mit einem großartigen Team zusammen und durfte auch schon die Werke in Mexiko, Indien und den USA unterstützen. Für mich ist das ein Traumjob, bei dem ich schon viele tolle Leute kennengelernt habe und der nie langweilig wird.



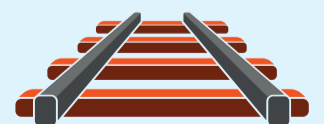
MEIN AUTO

Seit Jahren nutze ich das Leasing für Werksangehörige. Zurzeit habe ich einen Touran, um bei Fahrten in den Urlaub genug Platz zu haben. Das Tolle ist, dass man sich nicht auf ein Modell festlegen muss, sondern unterschiedliche Autos ausprobieren kann.



MEINE HOBBYS

Mit meinen Kollegen spiele ich seit Anfang an in der VW-Bowling-Liga mit. Wir haben nie etwas gewonnen, dabei zu sein ist alles für uns. Ansonsten koche ich für mein Leben gern und liebe es, andere an dieser Leidenschaft teilhaben zu lassen. Dabei neige ich gerne zum Übertreiben, aber aufgeessen wird immer.



MEIN TRAUM

Ich würde gerne mit der Transsibirischen Eisenbahn bis zum Baikalsee fahren und dort viel Zeit verbringen.



Schick: Mitarbeiterin Ines Mieth in ihrer neuen Dienstkleidung.

Service Factory: Neue Outfits in den Restaurants

Modern und frisch: Passend zum neu gestalteten Speiseplan tragen die Beschäftigten in den Betriebsrestaurants in Wolfsburg seit Kurzem neue Dienstkleidung. Modisches Schwarz ersetzt die klassischen gestreiften Hosen, dazu passend gibt es nun schwarze Knöpfe an den Kochjacken und schwarze Mützen.

„Die neue Kleidung gefällt mir sehr gut, sie ist bequem und die Zusammenstellung ist schick“, findet Ines Mieth, Kassiererin im Markenhochhaus. Für die Kollegen in der Küche gibt es außerdem neue Latzschürzen in frischem Blau. „Die sind nicht nur moderner und passen besser ins Unternehmen, sondern auch viel praktischer bei der Arbeit“, meint Malte Treptow, Küchenleiter im Markenhochhaus.

Seit September tragen die Mitarbeiter der Volkswagen Service Factory in Wolfsburg die neuen Outfits. „Uns war es wichtig, dass der Umbruch in den Restaurants auch an der Kleidung sichtbar wird“, sagt Unterabteilungsleiter Martin Mura.



Da kann nicht mehr jeder rein: Die Tür lässt sich nur per Werkausweis öffnen.

Fahrräder: Schutz vor Diebstahl

Zweiräder sind beliebt bei Langfingern – auch im direkten Umfeld des Werks. Um dem Fahrradklau entgegenzuwirken, hat Volkswagen die Radabstellanlage am Tor Ost mit einem Zutrittsberechtigungs-system (Zubesy) gesichert. Seitdem lassen sich die beiden Zugangstüren der Anlage nur mit einem Volkswagen Werkausweis öffnen.

Auch die Abstellanlage am Tor Nord soll auf diese Weise gesichert werden. Der Zeitpunkt ist derzeit aber ungewiss. Corona-bedingt ist die Anlage auf die andere Seite der Aller verlegt worden, um beim Schichtwechsel das Einhalten des Mindestabstands zu ermöglichen.

Die Absicherung weiterer Abstellanlagen mit Zubesy soll folgen, wenn sich das Konzept als wirksam erweist.



Radverkehr

Sie fahren mit dem Rad zur Arbeit? Tipps und Informationen im 360° Volkswagen Net auf der Seite Radverkehr.



Guten Appetit: Lecker und gesund zugleich sind die Gemüsebowls, die Christian Binder entwickelt hat.



Brot und Brötchen: Rechts Ralf Kroschel, Chef der Gastro in Wolfsburg.

Frisch: Milch aus der Region.

SB-Shops: Neue Angebote für Beschäftigte

Speisen und Getränke: Mehr Abwechslung zum Beispiel durch Gemüsebowls und Klapptullen

Die Wolfsburger SB-Shops haben ihr Angebot ausgeweitet. Mehr Abwechslung, Transparenz in der Herstellung und gute Qualität stehen im Vordergrund.

Milchprodukte aus der Wedemark

Regionalität, Qualität und ein gutes Preis-Leistungs-Verhältnis sind wichtige Auswahlkriterien, wenn das Team der Service Factory nach Angeboten für die SB-Shops sucht. Molkereiprodukte von Hemme – Markenzeichen sind die schwarzen Verpackungen – sind deshalb dabei. „Volkswagen hat sich ganz bewusst für die Milch von Hemme entschieden. Wir wollen damit ein

Zeichen für ein Produkt aus der Region setzen“, sagt Ralf Kroschel. Der Leiter Gastronomie Wolfsburg der Service Factory ist beeindruckt, wie transparent sich der Hof den Kunden zeigt. „Verbraucher sowie unsere Volkswagen Mitarbeiter werden kritischer. Sie hinterfragen ein Nahrungsmittel viel mehr als früher“, meint Kroschel. „Einfach ein Produkt auf den Tresen stellen, das funktioniert nicht mehr.“

Trendfood zum Mitnehmen: Gemüsebowls

In Kooperation mit dem Catering bieten die SB-Shops nun Gemüsebowls zum Mitnehmen an. „Jeden Tag gibt es für die Beschäftigten eine andere

Kreation – alles in der Qualität unseres ‚Casinos‘“, sagt Ralf Kroschel. Entwickelt hat die Bowls Christian Binder, Leiter der Catering-Küche. Mit seinem Team bereitet er täglich 200 frische Gerichte zu, die es in allen SB-Shops gibt. Das Angebot wechselt täglich. Binder: „Von Ente mit Brokkoli und Sprossen auf Glasnudeln über Teriyaki-Chicken mit gegrillter Ananas und Edamame-Bohnen bis zu Avocado mit Quinoa und Sesam-Lachs mit Algensalat und Ingwer haben wir einen ausgewogenen Menüplan erarbeitet.“ Tobias Ringleb, seit November verantwortlich für die Zwischenverpflegung, freut sich, dass die Service Factory die Bowls zu 100 Prozent selbst produziert: „Es ist eine tolle Sache, dass wir den Kolleginnen

und Kollegen durch die Kooperation mit dem Catering dieses besondere Angebot präsentieren können.“

Belegte Brötchen, Klapptullen und Süßes aus der Autostadt

Leckeres aus der Autostadt-Bäckerei „Das Brot.“ gibt es in ausgewählten Betriebsrestaurants und SB-Shops. Täglich frisch werden belegte Klapptullen, Dinkelseelen, Bürlibrötchen, Butterkuchen und Zimtschnecken geliefert. Außerdem können Beschäftigte Brotspezialitäten für zuhause kaufen. Kroschel: „Diese Kooperation ist für beide Seiten eine gute Sache – gastronomisch und wirtschaftlich. Schließlich gehört die Autostadt zu Volkswagen.“

Lecker! Weihnachtsrezept zum Nachkochen

Kürbismandelstrudel mit Kokosschaum, Karotten und Kartoffelselleriepüree – Küchenchefin Sina Seipelt zeigt, wie es geht

Die Betriebsrestaurants in Wolfsburg werden in diesem Jahr ein Drei-Gänge-Weihnachtsmenü servieren. Neben der klassischen Ente gibt es auch ein vegetarisches Gericht: Kürbisstrudel mit Mandeln. Sina Seipelt, Küchenchefin im N@tWork in der IT-City, hat das Rezept zum Nachkochen für zuhause aufgeschrieben und zeigt, wie es gelingt.

Rezept für 4 Personen

Kürbismandelstrudel

- 900 g Hokkaidokürbis
- 1 Zwiebel
- 1 Zehe Knoblauch
- 4 Blätter Strudelteig
- 80 g Butter
- 1 Ei
- 50 g Mandeln gehackt
- 130 ml Gemüsebrühe
- Salz, Vanille, Nelke
- Pflanzenöl

Den Kürbis waschen, entkernen und in feine Würfel schneiden. Die Mandeln in einen Topf geben und leicht rösten, anschließend Öl und den Kürbis dazugeben. Alles bei mittlerer Hitze garen. Anschließend eine Zwiebel in feine Würfel schneiden und mit zu dem Kürbis geben. Sobald der Kürbis glasig ist, diesen salzen und etwas Vanillemark sowie eine halbe Nelke dazugeben. Das Ganze mit Gemüsebrühe aufgießen und gar ziehen lassen – bis es eine dickliche Masse wird. Anschließend abkühlen lassen.

Sobald die Masse leicht abgekühlt ist, wird der Strudel hergestellt:

Zwei Strudelblätter mit Butter zusammenlegen und die Kürbismasse in



Da bekommt man jetzt schon Hunger: Sina Seipelt beim Zubereiten des Weihnachtsmenüs.

Kartoffeln und Sellerie würfeln, in Salzwasser garen, abgießen und abdampfen. Milch und Sahne leicht erwärmen. Die Kartoffeln und den Sellerie durch eine Presse geben, Butter dazugeben und je nach Konsistenz mit der Sahne-Milch-Mischung vermenigen. Mit Salz abschmecken.

Kokosschaum

- 50 ml Kokosmilch

Kokosmilch leicht erwärmen und mit einem Stabmixer aufschäumen und dekorativ auf den Strudel geben.

die Mitte geben. Die Ränder mit Butter bestreichen und auf die Kürbismasse legen, anschließend einrollen und mit Eigelb bestreichen.

Bei 180 Grad Umluft fünf bis 20 Minuten im Ofen backen.

Honigkarotten

- 300 g Karotten
- 6 g Honig
- 4 g Ingwer
- 30 g Butter
- Salz

Kartoffelselleriepüree

- 600 g Kartoffeln, mehligkochend
- 300 g Knollensellerie
- 150 ml Sahne
- 100 ml Milch
- 30 g Butter



Tipps von Küchenchefin Sina Seipelt

Die einzige Herausforderung ist der Strudelteig: „Vorsicht beim Wickeln und nicht mit zu viel Druck arbeiten, dann bleibt der Teig ganz und der Strudel gelingt“, sagt die Köchin. Mit einer Maronensuppe als Vorspeise und Lebkuchencreme zum Dessert wird aus dem Hauptgericht ein festliches Menü. Wenn es schnell gehen soll, passt der Kürbisstrudel auch gut zu Wildkräutersalat und einer Kugel Sorbet – aufgegossen mit Sekt.



Gewinner und Organisatoren: Martina Müller (von links), Laura Bachmann, Bernd Harmeling, Elifnur Kus, Elias Retzlaff und Sarah Kühn

Neue Ansagen: Beschäftigte sprechen Haltestellen für Werk Wolfsburg ein

„Deine Stimme im Bus“: 40 Mitarbeiter nahmen an Aktion der Service Factory teil

In den Move Bussen in Wolfsburg gibt es neue Haltestellen-Ansagen: Die Sprecher sind vier Beschäftigte des Standorts Wolfsburg, die beim Casting der Aktion „Deine Stimme im Bus“ gewonnen haben. Im Tonstudio waren Laura Bachmann, Elifnur Kus, Elias Retzlaff und Bernd Harmeling. Jetzt sind sie in den Bussen zu hören.

Die Idee hinter der Aktion: Passend zum neuen Move Bus mit seiner nachhaltigen Fahrzeugflotte (siehe Info-Box) sollten die Ansagen erneuert werden. „Wir wollten eine Aktion mit den Menschen, die unsere Busse täglich nutzen“, sagt Sarah Kühn vom Mobilservice. Um geeignete Stimmen zu finden, gab es ein Casting für die Beschäftigten. „Bei der Bewertung waren die Kreativität der Bewerber, eine verständliche Aussprache und der Klang der Stimme wichtig“, erzählt Martina Müller vom Mobilservice. Rund 40

Kolleginnen und Kollegen haben bei der Aktion mitgemacht. „Meine tiefe Stimme muss einfach dabei sein“, dachte sich Bernd Harmeling aus der Wettbewerbsanalyse und überzeugte die Jury. Kollegin Laura Bachmann, Auszubildende zur Technischen Modellbauerin, setzte sich mit ihrem gesprochenen Wunschzettel durch.

Und Elifnur Kus, Sekretärin im Vertrieb, erzählte die Geschichte ihrer Familie bei Volkswagen: „Mein Opa und mein Vater haben früher gewohnt, wo ich heute arbeite – im Bürozentrum Nord.“ Der angehende Kraftfahrzeugmechatroniker Elias Retzlaff schließlich war mit einem Pfadfinder-spruch erfolgreich.

Ende Februar ging es ins Tonstudio – eine neue Situation für alle Beteiligten. Mit dem Mikrofon hatten sich die Gewinner schnell angefreundet. „Eine tolle Erfahrung“, meint Retzlaff. „Es hat alles beim ersten Versuch geklappt“, berichten Kus und Harmeling. Bachmann war überrascht: „Die eigene Stimme hört sich gar nicht so schlimm an.“ Am meisten freuten sich die Beschäftigten darauf, ihre Lieb-

lingshaltestellen einzusprechen: Ausbildungszentrum, Halle 103, Eingang 104, Eingang 73 und Markenhochhaus – an diese Orte haben die Gewinner besondere Erinnerungen, oder sie arbeiten in der Nähe. „Ich bin stolz“, sagt Bachmann zum Ergebnis. Retzlaff: „Es ist richtig cool, die eigene Stimme im Bus zu hören.“ Und die Initiatorinnen Sarah Kühn und Martina Müller sind sich einig: „Die Aktion war ein Erfolg.“



Konzentriert: Elias Retzlaff spricht seine Ansage ein. Rechts Martina Müller vom Mobilservice.



Audio-Software im Tonstudio: Alles war hochprofessionell.

Der Lohn für die Sprecher: Move Bus im Miniaturformat.



Weniger CO₂, mehr Service: Die neue Move Busflotte

Die Volkswagen Service Factory verjüngt die Move Busse. Mittlerweile sind acht Hybridbusse von MAN im Werk Wolfsburg unterwegs. Im nächsten Jahr wird die Flotte um weitere Hybrid- und Elektrobusse ausgebaut. Ziel ist es, den CO₂-Ausstoß bis 2025 allmählich um 40 Prozent zu reduzieren. Besonders praktisch für die Beschäftigten: kostenfreies WLAN (außerhalb des Volkswagen Netzwerks) und USB-Ports zum Laden von Mobilgeräten.

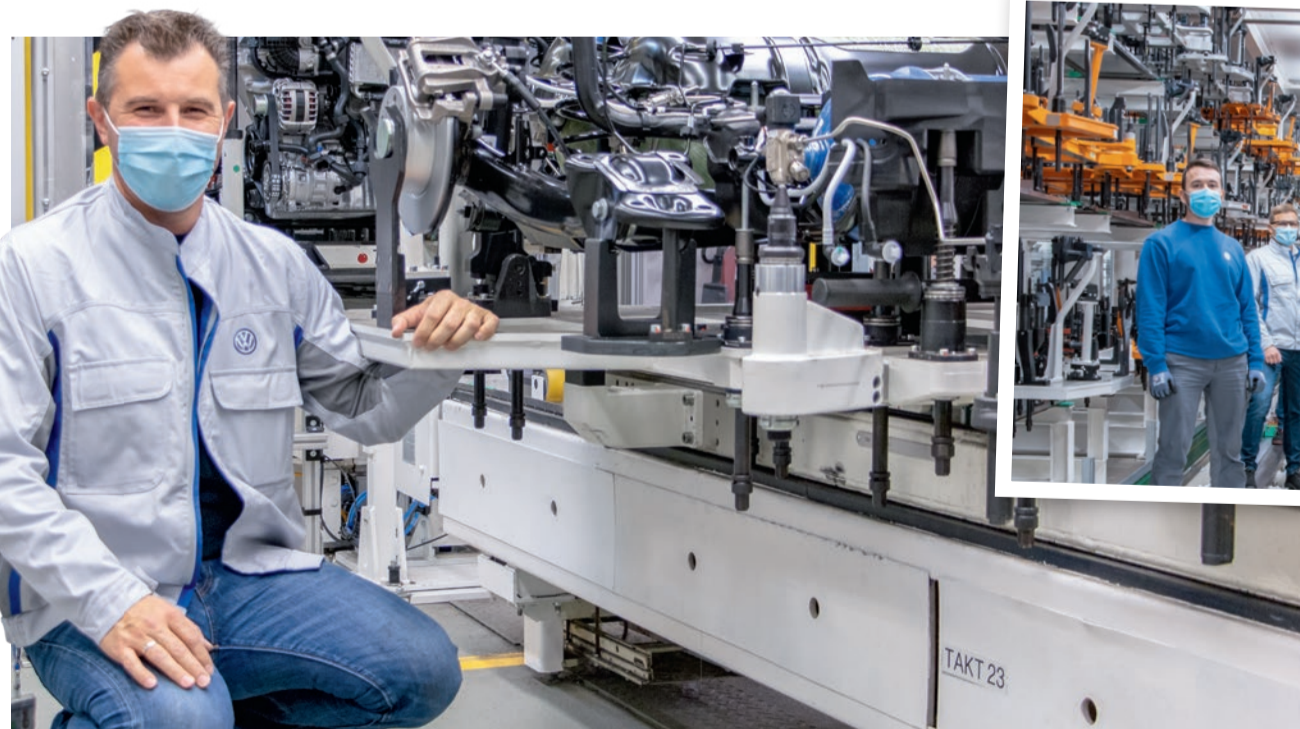
Neu in Halle 54: Rahmenlager für den Golf Variant

Die Schablonen für den Aufbau des Fahrwerks werden nun vollautomatisch bereitgestellt

Seit 2018 wird die Integration des Golf Variant am Standort Wolfsburg vorbereitet: Vom Presswerk bis zur Montage, von Anlagentechnik bis zur Logistik musste vieles angefasst werden. Eines der Projekte für den Golf Variant ist der Neubau eines vollautomatischen Rahmenlagers in Halle 54.

In diesem Rahmenlager werden Modulträger aus Stahl für die Montagelinie 2 zwischengelagert. Modulträger funktionieren wie eine Schablone, auf der Teile des Fahrwerks aufgebaut werden, zum Beispiel die Vorderachse, die Abgasanlage oder der Tank. Auf Transportschritten bewegt sich das Fahrwerk anschließend zur sogenannten Hochzeit und wird dort mit der Karosserie zusammengeführt. Für ein Fahrzeug werden drei Modulträger benötigt: vorne, Mitte, hinten. Das neue Rahmenlager beinhaltet das Hinterwagenmodul.

Für den Golf Variant musste aufgrund der längeren Maße eine neue Lösung in den bestehenden Strukturen gefunden werden. Rund ein Jahr hat es gedauert, bis das neue Lager nach dem Werksurlaub in Betrieb



Die Hochzeit steht kurz bevor: Planer Lars Krol am Fahrwerk, das auf den Modulträgern aufgebaut wurde. Seine Hand liegt auf dem Stahlrahmen.

genommen wurde. Jetzt werden gut 150 Fächer im Lager mit dem Hinterwagenmodul gefüllt. Bis zu 600 Module täglich werden bewegt. Zwei Regalbediengeräte flitzen zwischen

den Fächern hin und her und lagern die Teile mit hoher Geschwindigkeit auf drei Ebenen ein und aus. Neun Varianten werden transportiert, zum Beispiel vom Kurzheck, Variant oder

CNG. Anspruchsvoll an dem Projekt war vor allem die Integration in die bestehende Fertigung und die Steuerung per Software, sodass der passende Modulträger für das jeweilige Fahrzeug



Im Team arbeitende Betreiber, Instandhalter und Planer im Rahmenlager: Bennet Richter und Patrick Hofmann (Instandhaltung, blaue Pullover), Alois Ruder (Fertigungsabschnittsleiter, weißes Hemd) sowie Marco Kick, Klaus Eimecke und Lars Krol (Planung, graue Jacken, von links).

eingeschleust wird. Außerdem müssen die Teile schneller als der 60-Sekunden-Takt der Fertigung bereitstehen. Projektleiter Lars Krol ist sehr zufrieden mit dem Projekt: „Im Team aus Instandhaltern, Betreibern, Planern und Partnerfirmen ist uns ein gutes Ergebnis gelungen.“

4 Fragen



Matthias Barkowski, Technischer Geschäftsführer der VW Kraftwerk GmbH

So läuft die Umstellung von Kohle auf Erdgas

1 Herr Barkowski, die Energieversorgung am Standort Wolfsburg wird derzeit von Kohle auf Erdgas umgerüstet: Wie laufen die Arbeiten?

Wir kommen gut voran. Im Kraftwerk Nord/Süd fehlt nur noch der Dampfturbinentransformator, den wir für Mitte November erwarten. Alle anderen Großkomponenten wurden bereits montiert. Aktuell verlegen wir die Elektrik und letzte Rohrleitungen. Unser Ziel ist es, im Januar die Gasturbine testweise zu zünden.

2 Gut sichtbar sind die beiden neuen Schornsteine. Gab es Probleme mit dem Denkmalschutz?

Wir haben uns eng mit den Behörden abgestimmt. Die neuen Kamine sind nach hinten versetzt, die Höhe beträgt lediglich 65 Meter. Zum Vergleich: Die vier alten Schornsteine sind mit 125 Metern etwa doppelt so hoch. Es war übrigens eine bewusste Entscheidung, die neuen Kamine weiß zu streichen. Der Denkmalschutz wollte es so. Das Neue soll sich deutlich vom Alten abheben.

3 Warum braucht man zwei neue Schornsteine?

Die alten Schornsteine sind für eine Gasturbinenanlage technisch nicht nutzbar, da die Strömungsgeschwindigkeiten zu hoch und die Abgastemperaturen zu niedrig sind. Nutzlos werden die Schloten deswegen aber nicht. Hier werden wir Heizwasser- und Dampfkessel anschließen, die vor allem an sehr kalten Tagen zusätzliche Fernwärme erzeugen und als Reserve dienen, falls die Gas- und Dampfturbinenanlage mal ausfallen sollte.

4 Was ist der Vorteil dieser neuen Gas- und Dampfturbinenanlage?

Mit der Umstellung von Kohle auf Erdgas senken wir die CO₂-Emissionen in der Strom- und Wärmeerzeugung – und zwar dauerhaft um rund 1,5 Millionen Tonnen pro Jahr. Dies entspricht dem jährlichen CO₂-Ausstoß von aktuell etwa 870.000 Fahrzeugen – ein Rückgang von fast 60 Prozent im Vergleich zu den bisherigen Emissionen der Kraftwerke am Standort Wolfsburg.

Tiguan und Tarraco: Jetzt bauen Roboter Heckklappen und Türen ein

Der automatisierte Einbau im Karosseriebau der Fertigung 2 spart Zeit und setzt konzernweit einen neuen Standard

Automatisierter Einbau für mehr Produktivität: Im Karosseriebau der Fertigung 2 im Werk Wolfsburg bauen nun Roboter Türen und Heckklappen in die Modelle Volkswagen Tiguan und Seat Tarraco ein. Der Touran soll bis Sommer nächsten Jahres folgen. „Diese Produktivitätsmaßnahme wird in Summe 30 Personenjahre einsparen“, berichtet Marco Oppermann, Planer im Karosseriebau. Sascha Kuhn von der Serienplanung ergänzt: „Mit der Automatisierung konnten wir die Einbauezeit bei den Vorder- und Hintertüren auf 40 Sekunden reduzieren.“

Neue Technik und ein mehrmonatiger Umbau machten den Produktivitätsfortschritt möglich. Vor der Automatisierungsmaßnahme mussten Mitarbeiter die Bauteile am Montageband zunächst mit einem von Hand geführten Hebewerkzeug greifen, an die Karosserie schwenken und einpassen. Dann erst konnten Heckklappe oder Türen verschraubt werden. Jetzt sind alle Schritte komplett automatisiert, auch das Vermessen der tatsächlichen Einbauposition und der Position der Einbauteile innerhalb der Karosserie.

Bevor die Roboter und die neue Technik im Karosseriebau der Fer-



Setzen das Automatisierungsprojekt um: Meister Andreas Funk (von links) mit Betreiber Sebastian Krüger und den Planern Marco Oppermann und Sascha Kuhn.



Nach dem Umbau: Der automatisierte Türereinbau im Karosseriebau der Fertigung 2.

tigung 2 in Wolfsburg Einzug halten konnten, waren einige Vorarbeiten notwendig: Um die Roboter einrichten zu können, musste der manuelle Einbau der Heckklappen und Türen an einen anderen Ort verlegt werden. Und weil die neuen Roboter nicht wie Menschen mit dem Band mitgehen,

wurde ein Teil des Montagebands durch sogenannte Hub-Senk-Förderer ersetzt.

„Jeder Eingriff in eine Kernlinie der Montage ist anspruchsvoll – auch dieser Umbau“, sagt Marco Oppermann. „Dennoch lief die Zusammenarbeit zwischen allen Beteiligten inklusive

der Fremdfirma gut“, betont Kuhn. So gut, dass das Projekt als neuer Standard in den Weltbebauungsplan aufgenommen wurde. Der Weltbebauungsplan ist ein 2018 gegründetes Programm, in dem der Konzern ausgewählte Ideen für mehr Effizienz, Produktivität und Standardisierung bündelt. Mit der Aufnahme in diese Übersicht dient der automatisierte Einbau von Heckklappen und Türen in Wolfsburg jetzt also konzernweit als Vorlage für andere Produktivitätsmaßnahmen dieser Art.

Heckklappe für den ID.3¹ kommt aus Wolfsburg

Petra Dierks leitet das Projekt und arbeitet auch eng mit den Kollegen im Werk Zwickau zusammen

Der ID.3¹ wird zwar in Zwickau gebaut, die Heckklappe dafür kommt aber aus Wolfsburg und besteht erstmals aus Kunststoff. Petra Dierks ist Projektleiterin für das Bauteil und arbeitet bereits mehrere Jahre mit einem interdisziplinären Team aus Planern, Fertigern, Entwicklern und Qualitätssicherern daran, das Bauteil in Serie zu bringen.

Die größte technische Herausforderung war das Verkleben dieses sogenannten Hybridbauteils. Die Heckklappe ist ein Verbund aus Kunststoffspritzguss mit Einlagen aus Metall und muss mit lackierten Außenhautteilen aus Kunststoff wie dem Spoiler verbunden werden. In Zusammenarbeit mit der technischen Entwicklung entstand nach mehreren Erprobungsschleifen das heutige Produkt. Zum Beispiel arbeitete das Team intensiv daran, die

Klebfestigkeit der Kunststoff-Heckklappe zu bewältigen.

Petra Dierks ist in ihrer Rolle als Projektleiterin sowohl der interne Kopf für die strukturierte Themenkoordination als auch die Vertreterin der Kunststofftechnik nach außen, also auch gegenüber dem Werk Zwickau als Kunde. Viele Vor-Ort-Termine direkt an den Fahrzeugen an der Linie sind nötig,



Blick auf den ID.3¹: Die Heckklappe ist made in Wolfsburg.

um Qualitäts- und Montagethemen abzustimmen. „Man darf keine Angst vor Hierarchien haben. Ich musste regelmäßig direkt bei E-Mobilitätsvorstand Thomas Ulbrich Bericht erstatten“, erinnert sie sich.

Petra Dierks fing als Studentin im Praxisverbund bei Volkswagen an – sie hat also parallel Industriemechanikerin gelernt und Maschinenbau studiert. Die Heckklappe ist nicht ihr erstes Projekt. Neben ihrer Erfahrung haben ihr Strukturiertheit und gute Kommunikationsfähigkeit sehr geholfen. Eigenschaft, die man als Projektleiter unbedingt mitbringen müsse. Zurzeit bereitet sie die Umstellung des Transports der Heckklappen per Zug nach Zwickau vor. Der Lkw-Transport soll komplett entfallen. Einige Produktivitätssteigerungen will sie auch noch angehen, bevor sie sich neuen Aufgaben zuwendet.



Petra Dierks an der Heckklappe des ID.3: Diese ist erstmals aus Kunststoff.

Mit Greifer und Eimer: Werkmanagement sammelte Müll

Einsatz an den Werktores für die Natur – Vor allem Papier, Plastikfolien und Zigarettenstummel gefunden



Trafen sich Anfang Oktober nach der Müllsammelaktion am Tor Ost: Werkleiter Stefan Loth (Zweiter von links) mit Mitgliedern des Werkmanagements.

Starke Aktion: Ausgestattet mit Müllgreifern, Eimern und gelben Westen und verteilt auf die Werktores, sammelten die Mitglieder des Werkmanagements am Standort Wolfsburg Müll auf. Vor allem Taschentücher, Papier, Plastikfolien, einige Einwegmasken und viele Zigarettenstummel befanden sich nach einer Stunde in den Eimern.

Um etwas für die Natur zu tun und gleichzeitig das Teamgefühl zu stärken, war die Aktion der Führungskräfte Ende 2018 im Rahmen des Stimmungsbarometers ins Leben gerufen und im vergangenen Jahr erstmals durchgeführt worden.

¹ ID.3 Pro Performance, 150 kW / Stromverbrauch kombiniert in kWh/100 km: 16,9–15,4 (WLTP); 15,4–14,5 (NEFZ); CO₂-Emissionen kombiniert in g/km: 0 ID.3 Pro S, 150 kW / Stromverbrauch kombiniert in kWh/100 km: 17,7–15,9 (WLTP); 14,1–13,5 (NEFZ); CO₂-Emissionen kombiniert in g/km: 0

Ruhestand nach 44 Jahren bei VWI: Interview mit Michael Leipelt

Volkswagen Immobilien: Der Azubi, der zum Geschäftsführer wurde, über bewegende und traurige Momente im Beruf und seine Liebe zu Montenegro

Vom Azubi zum Geschäftsführer der Volkswagen Immobilien (VWI) mit der Zuständigkeit für Wohnen, Technik und Personal – Michael Leipelt (61) hat einen bemerkenswerten Werdegang bei der Volkswagen Tochter hinter sich. Ende des Jahres geht der gebürtige Wolfsburger in den Ruhestand. Im Interview blickt er zurück auf 44 Jahre mit vielen Höhen und wenigen Tiefen.

Erinnern Sie sich, wie Ihr erster Tag bei Volkswagen Immobilien war?

Aufregend, allein schon die Vorbereitung. Als Jeans-Typ habe ich mir Hemd, Sakko und Stoffhose angezogen und meine Haare ein wenig kürzer schneiden lassen. Heute gar nicht mehr vorstellbar: Eine der ersten Aufgaben war es, telefonieren zu lernen. 1976 hatte noch nicht jeder ein Telefon, deshalb war es nicht selbstverständlich, damit umgehen zu können. Nach Feierabend, das weiß ich noch, war ich zur Feier des Tages bei meinen Großeltern eingeladen. Es gab mein Lieblingsessen, das sonst nur Heiligabend auf den Tisch kam.

Was war Ihr schönster Moment in 44 Jahren Volkswagen Immobilien?

Es gab etliche. Ein enorm wichtiger war, dass wir Anfang der 1990er Jahre, als Volkswagen in einer tiefen Krise steckte, den Verkauf des gesamten Wohnungsbestands an eine externe Investorengruppe verhindern konnten. Alternativ haben wir damals rund 2.000 Wohnungen einzeln an die Mieter verkauft. Immer wieder bewegend waren die Momente, wenn wir Mitarbeiter mit befristeten Verträgen fest übernehmen konnten. Bei der Betriebsversammlung 2011 etwa flossen Freudentränen bei 30 gerührten und überglücklichen Menschen, denen „Willkommen im Team“-Rufe der Kollegen entgegenhüllten. Herrlich!



Bewerbungsfoto für Volkswagen Immobilien: Michael Leipelt vor 46 Jahren.



Aktuelles Foto: Michael Leipelt kurz vor dem Ruhestand.



Die Jugend liegt ihm am Herzen: Michael Leipelt (rechts) mit Betriebsratschef Bernd Osterloh bei einer Spendenübergabe für ready4work.

Und welcher Tag war der schwärzeste?

Der ist nicht lange her. Es war im April, als mich die schlimme Nachricht vom Tode eines unserer Mitarbeiter erreichte. Er war nur ein wenig älter als 30 Jahre, hatte bei Volkswagen

Immobilien seine Ausbildung zum Immobilienkaufmann als Niedersachsens Bester abgeschlossen. Nach seinem Studium wäre er zu uns zurückgekehrt und hätte mit Sicherheit seinen Weg gemacht, wenn er nicht

so jung an diesem verdammt Krebs gestorben wäre.

Verraten Sie uns, wie man es vom Azubi zum Geschäftsführer schafft?

Ein Patentrezept habe ich nicht. Die Basis waren nach der Ausbildung diverse Fort- und Weiterbildungen auf dem zweiten Bildungsweg – Neues zu lernen hat mir immer Spaß gemacht! Wichtig sind außerdem Menschen, die dein Potenzial erkennen und dich fördern – solche Menschen hatte ich immer um mich.

Was ist VWI für ein Arbeitgeber?

Obwohl auch wir im Laufe der Jahre personell gewachsen sind, haben wir uns die familiäre Atmosphäre bewahrt. Im Führungsteam haben wir uns immer kritisch hinterfragt, ob wir den Mitarbeitern genügend Wertschätzung entgegenbringen. Dazu gehören Begegnungen auf Augenhöhe und ein offener, herzlicher Umgang. Und dazu gehört zum Beispiel auch, persönlich zum Geburtstag zu gratulieren. Als Arbeitgeber legen wir zudem Wert darauf, dass sich jeder neben seiner laufenden Arbeit in Projekte einbringen und sich somit fachbereichsübergreifend zeigen kann.

Was zeichnet VWI als Vermieter aus?

In allen Kundenzufriedenheitsbefragungen erreichen wir seit Jahren Werte zwischen 90 und 100 Prozent. Damit liegen wir im bundesweiten Vergleich weit vorn. Wichtig ist uns auch, zur Arbeitgeberattraktivität von Volkswagen beizutragen. Ein Großteil unserer Kunden kommt aus dem Volkswagen Konzern. Von

Wohngemeinschaften über bezahlbaren und zugleich attraktiven Wohnraum bis zu Wohnungen mit Servicefunktion und einem Hotel haben wir alles im Angebot. Stolz sind wir, zurzeit in den Steimker Gärten in Wolfsburg einen ganzen Stadtteil neu zu entwickeln und dabei Lösungen für Themen wie E-Mobilität und Digitalisierung zu präsentieren – Themen, die weltweit den gesamten Konzern bewegen.

In der Corona-Krise haben Sie den Umbau des VWI gehörenden Hotels Global Inn zu einem Behelfskrankenhaus organisiert. Eine prägende Erfahrung? Auf jeden Fall! Ich habe mich bei diesem Projekt in doppelter Hinsicht

gefreut, wobei der Anlass selbstverständlich nicht dazu gezählt hat. Zum einen habe ich mich gefreut, wie schnell und unbürokratisch wir mit allen Beteiligten wie Stadt und Hilfsorganisationen innerhalb weniger

Tage den Umbau vollzogen haben. Zum anderen habe ich mich noch nie dermaßen darüber gefreut, dass die Mieter, also die Corona-Erkrankten, nicht eingezogen sind.

Welche Pläne haben Sie?

Vor allem freue ich mich, nicht mehr fremdbestimmt zu sein. Dadurch habe ich hoffentlich mehr Zeit für Hobbys: Gern würde ich öfter in unserem Ferienhaus in Montenegro sein und deshalb Serbokroatisch lernen. Im Fotografieren möchte ich besser werden und meine kleine Hobbytischlerei auf Vordermann bringen. Außerdem freue ich mich auf mehr Zeit für Familie, Freunde und Sport treiben.

„Die Basis waren diverse Fort- und Weiterbildungen.“

Michael Leipelt, Geschäftsführer Volkswagen Immobilien

Namen & Nachrichten



Hardy Brennecke (46) ist seit Oktober Geschäftsführer der Volkswagen Immobilien neben Meno Requardt und Michael Leipelt, der am Jahresende allerdings in den

Ruhestand geht (siehe Interview oben). Brennecke folgte auf Ralph Sawalsky, der das Unternehmen im Rahmen einer Altersregelung verlassen hat. In der Geschäftsführung verantwortet er die Themen Finanzen und IT, Compliance, Integrität und Datenschutz. Brennecke war nach seinem Einstieg als Internationaler Trainee im Jahre 2000 bis 2009 in verschiedenen Funktionen bei der Volkswagen Financial Services AG tätig. Von 2009 bis 2012 arbeitete er als Referent für den Konzernvorstand Finanzen und Controlling der Volkswagen AG. Daraufhin übernahm er von 2012 bis 2014 die Rolle des CFO (Chief Financial Officer beziehungsweise Kaufmännischer Geschäftsführer) bei der Volkswagen Group of America und anschließend von 2014 bis 2015 die Rolle des CFO bei der Volkswagen Group Schweden. Seit 2015 war er als Generalsekretär bei Traton sowie gleichzeitig als Leiter des Vorstandsbüros für den Geschäftsbereich Nutzfahrzeuge der Volkswagen AG tätig.

Wolfsburgs OB elektrisch unterwegs

Klaus Mohrs holte sein neues Dienstfahrzeug ID.3 in der Autostadt ab

Wolfsburgs Oberbürgermeister fährt ID.3: Klaus Mohrs hat vor Kurzem in der Autostadt in Wolfsburg sein neues Dienstfahrzeug bekommen. Auf dem Gelände der Ausfahrt übergaben Roland Clement, Vorsitzender der Geschäftsführung der Autostadt, und Francesco Forte, Leiter Kundenmanagement der Marke Volkswagen, die Fahrzeugschlüssel für das erste vollelektrische Mitglied der ID. Familie.

„Als Wolfsburger Oberbürgermeister ist es für mich selbstverständlich, Elektromobilität zu unterstützen. Ich wollte schon immer ein reines E-Auto als Dienstwagen. Deshalb habe ich mich jetzt für den Volkswagen ID.3 entschieden“, sagte Mohrs und betonte: Ich erhoffe mir, dass der ID.3 als Symbol für Innovation, Dynamik und Drang nach Weiterentwicklung ein ebenso würdiger Botschafter für Wolfsburg wird, wie es der Golf seit Jahrzehnten ist.“

Holger B. Santel, Leiter Vertrieb und Marketing Deutschland der Marke Volkswagen: „Wir freuen uns sehr, dass sich der Oberbürgermeister



Der Oberbürgermeister und Repräsentanten von Autostadt und Volkswagen am ID.3: Klaus Mohrs (von rechts), Roland Clement und Francesco Forte.

für einen ID.3 entschieden hat. Wir könnten uns für Wolfsburg keinen besseren Botschafter für E-Mobilität wünschen. Der ID.3 überzeugt nicht

nur in puncto Umweltfreundlichkeit, sondern auch mit Fahrspaß, digitalen Innovationen und sorgenfreien Reichweiten bis zu 550 km.“

VOLKSWAGEN
AKTIENGESELLSCHAFT



360°
VOLKSWAGEN
APP
VON MITARBEITERN
FÜR MITARBEITERN

APP IN DIE
ZUKUNFT!
KOMMST DU MIT?

Jetzt runterladen und anmelden.



www.volkswagen-app.de

Felina Bodner, Wolfsburg, Vorsitzende Gesamtjugend- und Auszubildendenvertretung, erklärt dir gern die App.

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



Angetan vom ID.4¹: Olaf Lies zeigt sich bei seinem Werkbesuch begeistert vom neuen vollelektrischen Kompakt-SUV.

Umweltminister Olaf Lies besuchte Emdener Werk

Als wichtiger Eckpfeiler der Strategie von Volkswagen wird das Werk Emden für die Fertigung von Elektroautos umgebaut. Über den Stand der Arbeiten informierte sich kürzlich Olaf Lies, niedersächsischer Minister für Umwelt, Energie, Bauen und Klimaschutz. Im Gespräch mit Andree Clüver, Leiter der Logistik, Manfred de Vries, Leiter der Emdener Konzernlogistik, sowie Herbert de Vries, stellvertretender Betriebsratsvorsitzender in Emden, ging es um Themen wie die für die Transformation notwendige Lieferantenansiedlung, die Zukunft des Hafens und die Vision einer klimaneutralen Fabrik.



Maximilian Erdmann: Sein Fokus im Studium war Wirtschafts- und Unternehmensethik.

Nachhaltigkeit durch den Lean-Gedanken

Maximilian Erdmann studiert Philosophy and Economics an der Universität Bayreuth. Am Standort Emden hat er seine Bachelorarbeit über das Potenzial der Beförderung von Nachhaltigkeit und goTOzero durch den Lean-Gedanken geschrieben. Am Standort Emden verhilft dazu unter anderem die sogenannte goTOzero Stünn (= Stunde) – ein Emdener Modell, das Potenziale zum Thema Nachhaltigkeit am Standort erkennen soll. Wer daran mitarbeiten will: Ein Weg ist zum Beispiel die Durchführung der goTOzero Stünn im eigenen Bereich. Mehr Informationen und Kontakt unter: goTOzero.Stuenn@Volkswagen.de

TÜV: Externes Umweltaudit war erfolgreich

Die Einhaltung von bindenden Verpflichtungen, Umweltzielen und Maßnahmen oder die Darstellung von Energiekennzahlen – diese und weitere Themen wurden beim externen Umweltaudit abgefragt. Zahlreiche Abteilungen, darunter beispielsweise die Montagen und die Logistik, gaben Antworten auf die Fragen des externen Auditors vom TÜV NORD. Mit einem guten Ergebnis: Es wurden keine Abweichungen festgestellt, sondern lediglich Verbesserungspotenziale. „Das ist eine deutliche Verbesserung zum Frühjahr dieses Jahres. Denn im internen Audit wurden dem Werk Emden sechs Abweichungen ausgesprochen“, sagt Klaus Tammen-Wiards, Umweltebeauftragter am Standort.

Sprintwoche: Mitarbeiter optimieren indirekte Strukturen in Emden

238 Ideen und Ansätze wurden von den Teilnehmern formuliert

Der tägliche Ablauf wurde in der Sprintwoche durch die Arbeit an Ideen-Steckbriefen in sogenannten Sprints gestaltet. Zudem fand ein regelmäßiger Austausch zwischen den Gruppen und eine Vorstellung von erarbeiteten Umsetzungsschritten vor dem Werkmanagement statt. Weiterhin wurden zu bestimmten Themenschwerpunkten Experten und Gäste eingeladen. Auch einige Gruppenmitglieder wurden zeitweise als Fachexperten in andere Teams entsandt, um dort an den Themen mitzuarbeiten. Dies verschaffte vielen einen weitreichenden Überblick über die Strukturen am Standort. Teilnehmer Christian Wulbusch meint: „Man lernt die Fabrik in einer Sprintwoche noch einmal ganz neu kennen.“

Impulsvorträge zu agilen Organisationsformen

Ergänzt wurde die Woche schließlich durch Impulsvorträge zu agilen, zukunftsfähigen Organisationsformen. Jeden Vormittag wurden Kollegen aus anderen Standorten, etwa aus Uitenhage in Südafrika, online zugeschaltet. Sie referierten über Themen wie Agilität und Leadership. Außerdem flossen Ansätze der Vorträge in die Diskussionen und in die Ideenfindung der Gruppen ein.

Insgesamt 238 Ideen und Ansätze wurden letztendlich bis zum Ende der Sprintwoche formuliert.



In einer Abschlusspräsentation tauschten sich Teilnehmer, Moderatoren und das Werkmanagement über den Verlauf der Woche aus. Vor dem Hintergrund des normalen Tagesgeschäfts gestaltete sich die Arbeit in der Sprintwoche für alle Teilnehmer herausfordernd. Dennoch: Die Gruppen lobten die tolle Zusammenarbeit und die Organisation der Woche. Auch die Impulsvorträge wurden noch einmal hervorgehoben.

Ein täglicher Sprint (oben): die Kollegen bei der Arbeit an Ideen-Steckbriefen.

Ein Impulsvortrag (rechts): Die Kolleginnen und Kollegen lassen sich von Beispielen inspirieren.



„Man hat im Laufe der Woche gemerkt, dass die Kolleginnen und Kollegen bereit sind, Veränderungen zu gestalten. Wichtig für die Zukunft ist außerdem, dass wir dabei nicht nur die Risiken betrachten.

Vielmehr sollten wir in erster Linie die Chancen erkennen, die wir am Standort mit Veränderungen herbeiführen können“, betonte Werkleiter Uwe Schwartz abschließend.

Auf Tour: Der ID.4 im Emdener Werk

Für zwei Wochen hatten Kollegen Zeit, sich das vollelektrische Kompakt-SUV hautnah anzusehen

Vor Kurzem feierte der neue ID.4 digitale Weltpremiere. Das Modell ist das erste rein elektrisch angetriebene SUV von Volkswagen, das lokal emissionsfrei fährt und bilanziell CO₂-neutral produziert wird. Es startet im weltweit größten Marktsegment der Kompakt-SUVs und ist nach dem ID.3 das zweite vollelektrische Modell in der Produktreihe der ID. Familie.

Wegen der sportlichen und dabei mühelos-komfortablen Fahrweise wird er oft als Allrounder betitelt. Er weist eine Reichweite von bis zu 520 km (WLTP) auf. Die E-Maschine an der Hinterachse leistet 150 kW (204 PS). Das großzügige Raumangebot und das kraftvolle Design runden das Gesamtpaket ab.

Um frühzeitig an Fragen zur Baubarkeit, Qualifizierung, zu Prozessen und Werkzeugen zu arbeiten, aber auch um dynamische Versuche und Fahrzeugbeurteilungen durchzuführen, ist seit Anfang Oktober ein ID.4 im Werk Emden.

Bevor er in der Pilothehalle gemäß der Taktung für die neue Montage Halle 20 zerlegt und wiederaufgebaut wird, hatten die Emdener Kollegen Zeit, sich das Fahrzeug ganz genau anzuschauen. Und so zog der ID.4 für zwei Wochen seine Runden durch das ganze Werk, damit auch jeder die Möglichkeit hatte, sich mit dem neuen Produkt vertraut zu machen.

„Ich hätte mit einem kleineren Modell gerechnet, das Fahrzeug wirkt größer, als ich es mir vorgestellt habe. Aber der ID.4 gefällt mir, ein sehr schickes Auto. Es hier in Emden zu sehen, macht die E-Mobilität ein Stück sichtbar.“

Richard Wübbena, Instandhaltung Mechanik

„Der ID.4 hat ein sportliches Design und, wie ich finde, eine elegante Innenausstattung. Er wirkt auf mich definitiv alltagstauglich.“

Dennis van Hülsen, Instandhaltung Mechanik



Erstes Kennenlernen: Richard Wübbena (links) und Dennis van Hülsen sahen sich den ID.4 im Werk Emden an.



Ein Allrounder: der ID.4 an der Küste Emdens.

Kompass-Programm neu aufgelegt: Sinja Schwieters aus Emden nahm teil

Orientierung bei der Gestaltung der beruflichen Zukunft – Mitarbeiterin begleitete Führungskraft im Arbeitsalltag

Wo sehen Sie sich in fünf Jahren? Eine Frage, die viele bestimmt schon einmal gehört haben. Sie ist jedoch nicht immer leicht zu beantworten. Das Kompass-Programm 2.0 bietet eine Orientierung bei der Gestaltung der beruflichen Zukunft. Anfang dieses Jahres startete es standortübergreifend, nachdem es nach einer bisherigen Laufzeit von fünf Jahren neu aufgelegt worden war.

Kernelemente sind eine Auftaktveranstaltung, ein Mentoring durch eine aktive bereichsfremde Füh-

rungskraft sowie ein frei wählbares Rahmenprogramm, bestehend aus zwei Seminartagen.

Sinja Schwieters nahm die Chance wahr und bewarb sich für das Programm, um diese intensive Orientierungsphase zu erleben. Auf die Unterstützung ihrer Abteilung konnte sie diesbezüglich bereits vor dem Startschuss zählen. Durch die Corona-Pandemie mussten Präsenztreffen durch Skype-Meetings ersetzt werden, dennoch verlief das Kompass-Programm positiv.

„Die Umstände erschwerten die Netzwerkbildung enorm, jedoch fand durch die von uns Teilnehmern eigens initiierten Online-Konferenzen ein reger und intensiver Austausch statt. Dieser war durch die Teilnehmer aus verschiedensten Altersgruppen, Standorten und Abteilungen sehr interessant“, sagt Sinja Schwieters.

Aufgrund ihres ausgeprägten Interesses am Bereich Logistik ergriff sie die Initiative und bat den Logistikleiter des Emders Werks, Andree Clüver, die Funktion ihres Mentors zu übernehmen. „Die Logistik

ist das erste und letzte Glied in der Produktionskette und somit äußerst wichtig. Darüber hinaus ist sie ein spannender Bereich, der einer enormen Struktur und Organisation bedarf“, erklärt Schwieters. Um das Aufgabenspektrum einer Führungskraft hautnah zu erleben, ermöglichten Clüver sowie das Produktionssystem, die Abteilung, in der Sinja Schwieters derzeit tätig ist, eine zweiwöchige Begleitung ihres Mentors in seinem Arbeitsalltag.

Das nächste Programm startet Mitte November

„Es war eine tolle Idee, mit der ich mich direkt anfreunden konnte. Der Wissenstransfer und das Lernen voneinander sind wichtige Instrumente in einer beruflichen Weiterentwicklung. Ich habe gerne in der zweiwöchigen Begleitung mein Wissen und meine Erfahrungen weitergegeben“, erzählt Clüver.

Auch wenn bedingt durch die Corona-Krise

der Großteil der Termine digital stattfinden musste, konnten die Teilnehmerinnen viele positive Kenntnisse gewinnen. „Es war eine durchweg positive Erfahrung, und ich konnte in den zwei Wochen an der Seite von Herrn Clüver sehr viel mitnehmen. Allen, die sich in der Gestaltung ihrer beruflichen Zukunft noch unschlüssig sind, kann ich nur empfehlen, dieses Programm zu absolvieren. Ich bin sehr froh, dass ich diesen Schritt gegangen bin“, so Schwieters abschließend.

Das nächste Kompass-Programm 2.0 startet Mitte November – hier bietet sich eine neue Chance für unsere Kolleginnen, an dem neu aufgelegten Kompass-Programm teilzunehmen und eigene Erfahrungen zu sammeln.



Eine gute Zusammenarbeit: Andree Clüver und Sinja Schwieters im Gespräch.



Sinja Schwieters: Das Kompass 2.0 Programm war eine Durchweg positive Erfahrung.



Der glückliche Gewinner: Manfred Feldmann bei seiner Spritztour im Passat GTE³.

Mitarbeiter gewinnt Fahrt im Passat GTE

Manfred Feldmann nahm im vergangenen Jahr an einer Abstimmung im Emders Werk teil – und gewann bei der Verlosung den ersten Preis: ein Wochenende mit dem Passat GTE. Jetzt war es endlich so weit und er löste seinen Gewinn ein. Beeindruckt war Feldmann, der im Werk Emden als Prozessbegleiter tätig ist, vor allem von dem Zusammenspiel von E-Motor und Verbrennungsmotor. Sein Fazit nach dem Wochenende: „Unser Passat ist schon ein klasse Auto – mit jedem Motor!“



Gutes Zusammenspiel: eine hochmoderne Fertigung in Aktion.

Investition in die Automatisierung: Neue Roboter

Mehr als 1.400 Roboter des japanischen Herstellers FANUC wurden kürzlich unter anderem für das Werk Emden bestellt – ein weiterer wichtiger Schritt für den Umbau des Standorts auf E-Mobilität. Produktionsvorstand Christian Vollmer sagt dazu: „In Emden und Chattanooga bauen wir für die Transformation hin zur Elektromobilität zwei der modernsten Fertigungen der Automobilindustrie auf. Dafür investieren wir auch in diesen Zeiten in neuste Technologien wie Digitalisierung und Automatisierung.“



Thorsten de Buhr (links) und Helmut Freese: Vorsitzende der Imkervereine Norden und Marienhafes (Ostfriesland).

Artenvielfalt: Mitarbeiter setzen sich für Bienen ein

Das Artensterben ist eines der größten Umweltprobleme unserer Zeit. Thorsten de Buhr und Helmut Freese, Mitarbeiter im Werk Emden, sind sich sicher, dass ein Schutzprogramm notwendig ist. „Als langjährige Imker merken wir, dass die Blütenvielfalt und somit die Bienenerträge stetig nachlassen“, sagt Thorsten de Buhr. Daher unterstützen beide eine Unterschriftenaktion im Rahmen des Volksbegehrens Artenvielfalt – ein Weg, wie Bürgerinnen und Bürger selbst Gesetze machen können.

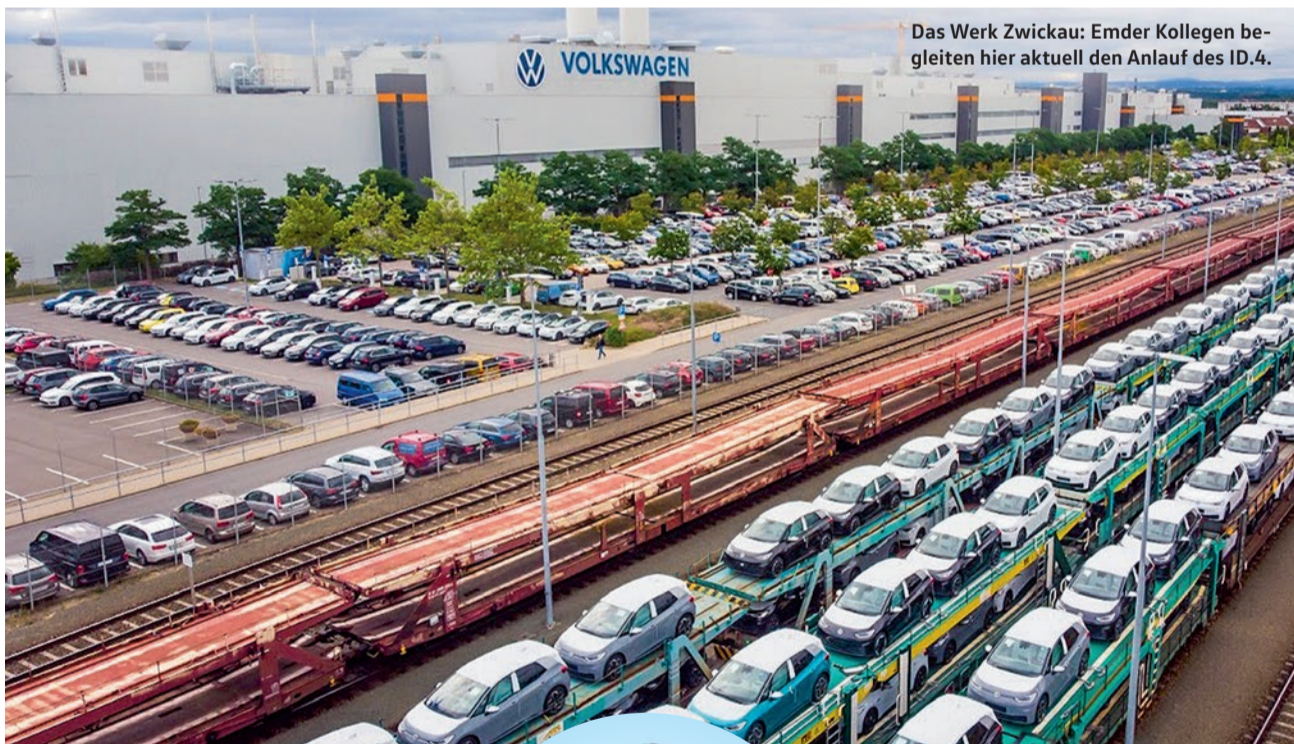
Werkübergreifende Teamarbeit für die E-Offensive

Emders Kollegen begleiten den Anlauf des ID.4 in Zwickau

Die E-Offensive von Volkswagen nimmt weiter Fahrt auf: Vom Umbau des Werks in Zwickau über den dortigen Produktionsstart von ID.3¹ und ID.4² bis hin zur Transformation des eigenen Werks an der Nordseeküste – der Systemwechsel in Richtung E-Mobilität wird immer konkreter.

Ab 2022 wird in Emden neben Passat und Arteon auch der SUV aus der ID. Familie gefertigt. Bereits jetzt begleiten einige Kollegen der Fertigung, Qualitätssicherung, Planung, Logistik und Pilothe die den Anlauf des ID.4 in Zwickau. Die 360° hat mit Kollegen der Fertigung gesprochen, die in den vergangenen Wochen in Zwickau waren:

Marco Hartmann, Meister der Montage 1, hat in Zwickau die Aufgabe des Projektleiters für die „Umstrukturierung der Linie 4 in Halle 5“ übernommen. Er erlebe in Zwickau eine sehr motivierte und von der Elektromobilität



Das Werk Zwickau: Emders Kollegen begleiten hier aktuell den Anlauf des ID.4.

überzeugte Mannschaft, erzählt er. Auch er sieht in der ID. Familie die Zukunft. Umso wichtiger ist es für ihn, den Anlauf in Zwickau begleiten und unterstützen zu können. Er ist von Grund auf Fertiger – ein „Halle-2-Junge“, wie er selbst sagt – und weiß, wie wichtig der Erfahrungsaustausch ist: „Ich versuche, so viel es geht für unsere Montage mitzunehmen, und überlege schon, wie wir bestimmte Dinge in Emden umsetzen können“, berichtet Hartmann.

Frank Feldkamp, Fertigungsabschnittsleiter in der Montage Halle 2, wird ein FALer für die neue Montage Halle 20. Er war zur



Frank Feldkamp, Fertigungsabschnittsleiter in der Montage Halle 2

Anlaufunterstützung in Zwickau und hat ebenfalls viele Eindrücke mit nach Emden genommen: „Die

MEB-Plattform bringt ganz neue Herausforderungen mit sich, auf die sich alle erst einmal einstellen müssen. Es war spannend zu sehen, wie die Kolleginnen und Kollegen vor Ort damit umgehen und welche guten Lösungen sie schon gefunden haben.

Für mich persönlich waren die Wochen natürlich auch wichtig: Ich konnte einen Eindruck von dem gewinnen, was mich in unserer neuen Montagehalle erwarten wird, und gleichzeitig mein Netzwerk enorm ausbauen. Das hilft unter anderem jetzt schon bei unseren Taktungsgesprächen in Emden, die wir aktuell bereits für den ID.4 durchführen.“



Marco Hartmann, Meister Montage 1

¹ID.3 Pro Performance, 150 kW / Stromverbrauch kombiniert in kWh/100 km: 16,9–15,4 (WLTP); 15,4–14,5 (NEFZ); CO₂-Emissionen kombiniert in g/km: 0 | ID.3 Pro S, 150 kW / Stromverbrauch kombiniert in kWh/100 km: 17,7–15,9 (WLTP); 14,1–13,5 (NEFZ); CO₂-Emissionen kombiniert in g/km: 0 | ID.4 1ST Max: 150 kW / Stromverbrauch (NEFZ) kombiniert in kWh/100 km: 16,2; CO₂-Emissionen kombiniert in g/km: 0; Effizienzklasse: A+ | ID.4 Pro Performance: 150 kW / Stromverbrauch (NEFZ) kombiniert in kWh/100 km: 16,9–16,2; CO₂-Emissionen kombiniert in g/km: 0; Effizienzklasse: A+ | ²Passat GTE Variant (NEFZ) Kraftstoffverbrauch in l/100 km: kombiniert 1,6; Stromverbrauch in kWh/100 km: kombiniert 15,1–14,7; CO₂-Emission kombiniert in g/km: 37–36; Effizienzklasse: A+

„Der Mensch bleibt der entscheidende Faktor“

Brandschutz: Interview mit Thomas Tepe und Reiner Wolke aus der Werkfeuerwehr des Standorts Osnabrück

Ein Großbrand in unmittelbarer Nachbarschaft von Volkswagen Osnabrück rückte die Arbeit der Werkfeuerwehr in den Fokus vieler Mitarbeiter am Standort. Im Interview sprechen Thomas Tepe und Reiner Wolke über den Brandschutz.

Was war euer prägendster Einsatz?

Bei den Abrissarbeiten im Zuge des Umbaus für Volkswagen nach dem Erwerb des Standorts Osnabrück hat eine Rußschicht in einem Abgasschacht angefangen zu brennen. Es gab starke Rauchentwicklung. Hier war aufgrund der Baustelle und der vielen Fremdfirmen vor allem die koordinierte Räumung eine Herausforderung. Und auch die Lokalisierung der Brandursache war kompliziert.

Gab es schon einen Einsatz, über den ihr eher schmunzeln musstet?

Ich hab mal eine Entenfamilie vom Werkgelände geleitet. Wobei wir es

nicht geschafft haben, das Muttertier zu fangen. So konnten wir nur die Küken zum nächsten Tümpel tragen, und sie folgte mit Abstand und unter Protest. Ein Küken mussten wir noch aus einem Gully retten. Auch Tauben haben hier schon häufiger Einsätze ausgelöst. Wenn sie im Bereich der Laseranlage nisten, kommt es schon mal zu einem Feueralarm.

Wie läuft ein Einsatz ab, bei dem ihr außerhalb des Werks unterstützt?

Wenn es außerhalb des Werkgeländes in unmittelbarer Nähe brennen sollte, sind wir laut Brandschutzgesetz verpflichtet, zu unterstützen. Aber auf jeden Fall müssen wir berücksichtigen,



In der neuen Sprinklerpumpenzentrale im Keller unter dem Gebäude 6.4.: Thomas Tepe (links) und Reiner Wolke.

dass das Werk immer noch eine Grund-sicherung haben muss. Es gibt auch Fälle, die dazwischenliegen. Wie im Juli der Großbrand bei zwei Betrieben in der Nachbarschaft. Die Werkfeuerwehr

ebenfalls Maßnahmen eingeleitet, wie die Information der Entscheidungsträger, das Ausstellen der Lüftungsanlagen in der Lackiererei, das Evakuieren verschiedener Gebäude oder das Öffnen

wurde vom Werk-schutz gerufen – mit der Angabe, dass es auf dem Parkplatz brenne. Somit rückten die Kollegen ohne externe Anforderung aus, stellten dann aber fest, dass es genau zwischen den Volkswagen Geländen brannte. Wir waren nun aber die ersten vor Ort und erst nach und nach kamen die kommunalen Feuerwehren dazu und übernahmen den Einsatz. Die Werkfeuerwehr unterstützte auch weiterhin, im Hauptwerk wurden

der Schranken der Parkplätze für die Einsatzkräfte.

Was unterscheidet eure Arbeit von der einer kommunalen Feuerwehr?

Grundsätzlich haben wir einen anderen Fokus als die Berufsfeuerwehr. Sie kommt überwiegend dann zum Einsatz, wenn etwas passiert ist. Bei uns liegt die Priorität darin, es erst gar nicht zu einem Schaden kommen zu lassen. Deshalb sind die Orts- und Anlagenkenntnisse des Standorts einer der wichtigsten Faktoren.

Wie wird die Feuerwehr in zehn Jahren aussehen?

Feuerwehrarbeit ist so speziell im Detail, dass sie nicht automatisiert werden kann. Ich denke, dass es neue Techniken und Verfahren geben wird, aber der Mensch und die Teamarbeit der Feuerwehr bleiben der entscheidende Faktor.



Einsatz in der Produktion: Ingo Sauer bei der Türvormontage des T-Roc Cabriolet.

Ingenieur im Einsatz in der Produktion

Ingo Sauer ist eigentlich als Entwicklungsingenieur im Interieur tätig, Mitte des Jahres signalisierte er aber Bereitschaft für einen Einsatz in der Produktion. Der Fahrzeugbau hatte zur Unterstützung der Montage des T-Roc Cabriolet aufgerufen.

Im Geschäftsbereich Fahrzeugbau gab es teilweise personelle Engpässe, in der Technischen Entwicklung waren die Mitarbeiter nicht zu 100 Prozent ausgelastet. Es wurde auf Freiwilligkeit und Bereitschaft gesetzt – mit dem Ergebnis, dass nun Mitarbeiter sowohl aus der Technischen Entwicklung als auch aus der Metall Gruppe ihren Kollegen aus dem Fahrzeugbau zur Seite stehen.

Nach dem eintägigen Schrauberhandlungskurs startete Sauer in der Türvormontage. Anfänglich musste er sich erstmal an die motorischen Abläufe, die Belastung der Finger und das ganztägige Stehen gewöhnen. „Die Kollegen waren sehr hilfsbereit, haben mich freundlich in Empfang genommen und mich super bei der Einarbeitung und dem Erlernen der Arbeitsabläufe unterstützt“, berichtet er über die erste Zeit in der Produktion. „Jetzt wollen wir ihn gerne hier behalten und am liebsten nicht wieder abgeben“, ergänzt Walter Elbert, der verantwortliche Meister in diesem Bereich, und fügt hinzu: „Das zeigt, wie flexibel die Osnabrücker sind und dass geschäftsbereichsübergreifender Zusammenhalt besonders an einem kleinen Standort von immenser Bedeutung ist.“

Fahrzeuge auf Herz und Nieren geprüft

Erste Werkabnahmefahrt in diesem Jahr

Zur Absicherung der Auslieferungsgüte fand erstmals in diesem Jahr eine externe Straßenfahrt mit dem Standortmanagement Osnabrück sowie der Geschäftsführung des Standorts statt. Gefahren wurden drei T-Roc Cabriolet, zwei Porsche Cayman sowie drei Vergleichsfahrzeuge: ein Audi, eine T-Roc Limousine und ein Auto eines Wettbewerbers. Die acht Fahrzeuge wurden bei einer dynamischen Testfahrt auf Herz und Nieren geprüft. Zurückgelegt wurde eine Strecke von

83 Kilometern rund um Osnabrück. Auf der öffentlichen Straße testeten alle Beteiligten während der dreistündigen Fahrt die vielfältigen Funktionen und Eigenschaften der Fahrzeuge möglichst „kundennah“. Nach jeweils 30 Minuten gab es einen kurzen Zwischenstopp.

In diesem Rahmen fanden dann auch der Fahrer- und Fahrzeugwechsel sowie eine Standbeurteilung statt – und das alles unter Corona-Bedingungen. Beispiele: Vor dem Fahrzeugwechsel wurden die Türgriffe

innen und auch außen sowie das Lenkrad desinfiziert.

Beim Abschlussgespräch wurden alle Anmerkungen und Hinweise ausführlich besprochen. Einig waren sich alle in der Meinung, dass die Osnabrücker Mannschaft tolle Autos baut.



Qualitätstest: die Fahrzeuge auf der Werkabnahmefahrt.

Neue Regelung bei Annahme und Vergabe von Zuwendungen

Verstöße verhindern: Das müssen Mitarbeiter der Volkswagen Osnabrück GmbH beachten

Kürzlich wurde die Geschäftsregelung (GRL) Nr. 39 aktualisiert. Sie soll zur Verhinderung jeder Art von Korruption und Interessenkonflikten beitragen.

Ein Interessenkonflikt liegt vor, wenn persönliche oder eigene finanzielle Interessen von Beschäftigten mit den Interessen der Volkswagen Osnabrück GmbH kollidieren bzw. kollidieren können. Das Privatinteresse von Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern darf demnach keine Auswirkung auf deren geschäftliche Entscheidungen haben.

Von Korruption ist die Rede, wenn eine beruflich anvertraute Macht- oder Einflussstellung zu privatem Nutzen missbraucht wird. Oftmals handelt es sich hierbei um Bestechlichkeit, Betrug und/oder Untreue.

Im Fokus der GRL Nr. 39 stehen die Annahme und Vergabe von Zuwendungen in Form von Geschenken, Bewirtungen und Einladungen. Sie sind in geschäftlichen Beziehungen weitverbreitet und gerade zur Weihnachtszeit stellt sich für die eine oder andere Mitarbeiterin bzw. den einen oder anderen Mitarbeiter die Frage, wie man mit Zuwendungen umzugehen hat.

Für den Sprecher der Geschäftsführung, Jörn Hasenfuß, hat die GRL Nr. 39 höchste Priorität: „Wir müssen sicherstellen, dass sich alle Beschäftigten über den Inhalt der Geschäftsregelung Nr. 39 im Klaren sind und die daraus resultierenden Anforderungen erfüllen. Eine falsche Handhabung bei der Annahme oder

bei Einhaltung der altbekannten Orientierungswerte in Höhe von 50 Euro pro Geschenk und 100 Euro pro Einladung stärker dokumentiert werden muss. Hintergrund sind dabei vor allem steuerliche Aspekte. Bei Geschenken von konzernfremden Unternehmen im Wert von mehr als 10 Euro ist es sehr wichtig nachzu-

werden, selbst dann, wenn nicht ausgeschlossen werden kann, dass es hierdurch ggf. zu einer erneuten Besteuerung kommt. Erhalten Sie zum Beispiel einen Präsentkorb mit einem geschätzten Wert in Höhe von 40 Euro, müssen Sie dies in der Entgeltabrechnung (FRE-5/2) anhand des Formulars Fibu 251 melden. Laut dem Compliance Officer des Standorts Osnabrück, Kay-Peter Lausen, bilden die Anlagen der GRL Nr. 39 die Basis dafür, diesen Anforderungen gerecht zu werden: „Grundsätzlich entscheiden die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter selbst über die Annahme und Vergabe von Zuwendungen. Wenn man den Prozesscharts der Anlage 6 der GRL Nr. 39 Schritt für Schritt folgt, geht man sicher, sowohl die Annahme als auch die Vergabe von Geschenken und Einladungen regelkonform abzuwickeln. Hierdurch wird vor allem auch dem steuerlichen Aspekt Rechnung getragen.“

Alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sind aufgefordert, sich mit der Geschäftsregelung Nr. 39 vertraut zu machen und die Anlagen als Hilfestellung zur ordnungsgemäßen Dokumentation von Zuwendungen zu nutzen. Bei Fragen stehen jederzeit der Compliance Officer und das Compliance-Postfach unter compliance@volkswagen-os.de zur Verfügung.



Vergabe von Zuwendungen bietet Spielraum für Regelverstöße, die es zu verhindern gilt.“

Die GRL Nr. 39 gibt es bereits seit längerem. Neu an der aktualisierten Version ist, dass zukünftig auch

weisen, ob die Zuwendung bereits vom Schenkenden versteuert wurde. Kann dieser Nachweis nicht schriftlich erbracht werden, muss eine Besteuerung seitens der Volkswagen Osnabrück GmbH vorgenommen