



360° EMDEN



360° Volkswagen App
Jetzt regelmäßig mit Gewinnspiel! Laden Sie die 360° App herunter und gewinnen Sie tolle Preise! Mehr zur App → SEITE 2



Bunt gemischt: Die Beteiligten aus den unterschiedlichen Fachbereichen im Trainingszentrum.



Autosalon Genf: Golf und ID. im Blickpunkt

Beim Genfer Autosalon Anfang März feiern die sportlichen Golf Derivate GTI¹ und GTD² Weltpremiere. Auch der Plug-in-Hybrid Golf GTE¹ ist am Start. Außerdem zeigt die Marke das rein elektrisch angetriebene Showcar ID. SPACE VIZZION². → SEITE 13

Gute Ideen der Mitarbeiter sparen Millionen

Starke Bilanz: Rund 30 Millionen Euro hat die Marke Volkswagen im vergangenen Jahr durch gute Ideen ihrer Mitarbeiter der deutschen Standorte gespart. 25.720 Verbesserungsvorschläge hatten diese beim Ideenmanagement eingereicht. → SEITE 15



Familientag: Jetzt bewerben!

Mitarbeiter, die in ihrer Freizeit Musiker, Tänzer oder Zauberer sind, können sich ab sofort für einen Auftritt beim Familientag im Werk Wolfsburg bewerben. Dieser findet am Samstag, 20. Juni, von 11 bis 17 Uhr statt. → SEITE 21



Baureihe G3: Neuer Leiter

Die Baureihe G3 (Mid-/Fullsize) um Passat und Touareg hat einen neuen Leiter: Markus Kleimann. Im 360°-Interview spricht er unter anderem über seine ersten Eindrücke von der Mannschaft. → SEITE 14

Steigerung der Produktivität: Sprintwoche in Emden

„Nicht reden, sondern machen“: Unter diesem Motto trafen sich Beschäftigte aus allen Gewerken

Insgesamt 80 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter aus allen Gewerken des Emdener Werkes haben sich in einer Woche nur mit Herausforderungen, Lösungen und neuen Ideen zur Verbesserung der Produktivität und der aktuellen Situation beschäftigt. Und damit auch wirklich über den Teller-

rand geschaut werden konnte, waren 39 Kolleginnen und Kollegen aus anderen Standorten und Ländern angereist, um mit ihrem Fachwissen zu unterstützen. Zunächst ging es um die Aufnahme von Potenzialen, die anschließend umgesetzt werden sollen. Dieser kurzfristig angesetzte „Sprint“ war eine direkte

Antwort auf die vielen offenen Fragen und Punkte, mit denen sich unser neuer Werkleiter Uwe Schwartz beschäftigt. Mit neuen Wegen der Zusammenarbeit sollen Werte wie Verantwortung und Glaubwürdigkeit wieder neu belebt werden und die Transformation des Standortes gelingen.

Damit auch alle den Sprint verfolgen und Impulse in die Runden geben konnten, wurde im Volkswagen Net ein Blog eingerichtet, in dem mehrmals täglich ausführlich über die Themen des Tages und den aktuellen Stand berichtet wurde. → SEITE 26

Digitalisierung und Klimawandel: Das sagt Herbert Diess

Reden in Brüssel und Berlin: Der Konzernchef fordert mehr Mut und Schnelligkeit

Die Digitalisierung, der damit verbundene Wandel von Volkswagen zu einem softwaregetriebenen Autokonzern sowie der Klimawandel und die Folgen für Volkswagen: Das waren die großen Themen, die Konzernchef Herbert Diess in bedeutenden Reden in Berlin und Brüssel sowie nach dem Besuch des Weltwirtschaftsgipfels in Davos hervorhob. 360° fasst zusammen.

Das sagte Diess beim Treffen des Konzern-Top-Managements in Berlin:

Volkswagen müsse beim Wandel zu einem softwaregetriebenen Autokonzern deutlich schneller werden, so der Konzernchef. Das Unternehmen stehe mitten im Sturm der beiden größten Transformationsprozesse. Diess meint zum einen den Klimawandel und den damit verbundenen Innovationsdruck zum emissionsfreien Fahren und zum anderen die Digitalisierung, die das Produkt Auto grundlegend verändert. Volkswagen habe sich bisher gut geschlagen. „Aber der Sturm geht jetzt erst los“, sagte der Vorstandsvorsitzende und betonte, Volkswagen müsse ein digitaler Techkonzern werden. „Die

Herbert Diess mit Oliver Bierhoff: Der Manager der Fußball-Nationalelf sprach zum Top-Management.



Herbert Diess mit Olaf Scholz: Der Bundesfinanzminister sprach in Berlin ebenfalls zum Top-Management.

große Frage lautet: Sind wir schnell genug?“ Wenn man im jetzigen Tempo weitermache, werde es „sehr eng“. Im Konzern gebe es großes technisches Knowhow, man habe eine top Führungsmannschaft und könne die Transformation aus eigenen Mitteln



Energisch: Herbert Diess fordert mehr Tempo beim Wandel des Volkswagen Konzerns.

stemmen, so Diess: „Was uns fehlt, sind vor allem Schnelligkeit und der Mut zu kraftvollem, wenn es sein muss radikalem Umsteuern. Wir brauchen die gemeinsame Einsicht in die Radikalität des Wandels.“

Das sagte Diess beim Konzern-Neujahrsempfang in Brüssel:

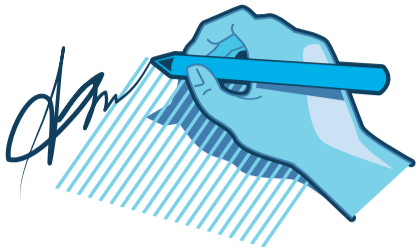
Der Konzernchef bekräftigte, die Elektromobilität sei der einzige Weg, die Pariser Klimaziele bis 2050 zu erreichen. Entscheidend für den Weg

Europas seien der Ausbau des Ladernetzes und sauberer Strom. Dazu bräuchten die EU-Staaten verpflichtende Pläne für den Ausbau der Ladeinfrastruktur. Nur wenn es ausreichend Ladepunkte gebe, könnten die Kunden auch tatsächlich für E-Autos gewonnen werden. Außerdem unterstrich Diess, dass sich auch der Strommix in Europa ändern müsse – von Kohle zu Wasser- und Solarenergie.

Das schrieb Diess auf seinem LinkedIn-Kanal nach dem Weltwirtschaftsgipfel in Davos:

Der Klimawandel schreite schneller voran als erwartet – mit ersten Konsequenzen. Allein werde die Autoindustrie die Entwicklung nicht aufhalten können, so der Konzernchef. Aber Volkswagen werde seinen Teil beitragen. E-Fahrzeuge seien aus heutiger Sicht die effizienteste Lösung. Volkswagen werde in den nächsten fünf Jahren 30 Milliarden Euro in die Elektromobilität investieren und sein Portfolio bis 2025 von sechs auf mehr als 50 Modelle erweitern. Ein Meilenstein auf dem Weg zu klimaneutraler Mobilität sei der ID.3. Er werde der erste Volkswagen mit vollständig neutraler CO₂-Bilanz in der Fertigung sein – die Batterieproduktion eingeschlossen.

kp-wo
¹ Das Fahrzeug wird noch nicht zum Verkauf angeboten. | ² Studie



Wer darf was unterzeichnen? Bei Volkswagen ist das genau geregelt.

Unterschriften: Bei „Uschi“ steht, wer was darf

Verzeichnis im Volkswagen Net hilft bei Zweifeln

Freigaben, Beauftragungen, Anträge, Formulare – und wer darf sie unterschreiben? Innerbetriebliche Unterschriftsberechtigungen sind bei Volkswagen in der Organisationsanweisung (OA) 35 festgelegt. Hiltrud D. Werner, Vorständin für Integrität und Recht: „Wer seine Unterschrift leistet, ohne die entsprechende Berechtigung dafür zu besitzen, begeht einen Regelverstoß, der gemäß unseren Richtlinien geahndet wird. Dies gilt besonders für Genehmigungen in eigener Sache.“

Mehr als 60 unterschiedliche Unterschriftenberechtigungen gibt es bei Volkswagen. Hinzu kommen weitere 25 Arten von Zweitunterschriften. Damit niemand Gefahr läuft, etwas unbefugt zu unterschreiben, gibt es „Uschi“ – das elektronische Unterschriftenverzeichnis im Volkswagen Net. Über eine Suchmaske kann dort jeder nachschlagen, was er unterschreiben darf, oder eine benötigte Berechtigung beantragen. Gleichzeitig hilft „Uschi“, Personen im eigenen Bereich zu finden, die zum Beispiel eine Versandanweisung oder einen Dienstreiseantrag freigeben können.

Auch ein Blick in das im Regelungsportal verfügbare Verzeichnis der Berechtigungsarten lohnt sich: Die hinterlegte Tabelle zeigt unter anderem, wann eine Zweitunterschrift einer weiteren, „unbeteiligten“ Führungskraft erforderlich ist – wie bei der



Hiltrud Werner, Vorstandin Integrität und Recht

Anforderung von Betriebsmitteln, damit Antragsteller und -genehmiger nicht ein und dieselbe Person ist.

Beispiel: Eine Führungskraft möchte eine Bahncard 100 beantragen. Sie verfügt über die Berechtigung, Aufwendungen in dieser Höhe freizugeben. Da sie jedoch selbst Inhaber und Nutzer der Bahncard sein will, muss eine Zweitunterschrift von einer weiteren Führungskraft mit entsprechender Unterschriftenberechtigung geleistet werden, bevor die Bahncard genehmigt werden kann.



Hier ist „Uschi“ zu finden

Das „Uschi“-System ist erreichbar über <http://uschi>. Die OA 35 inklusive Verzeichnis mit allen Berechtigungsarten kann über <http://regelungsportal> abgerufen werden.

Coronavirus: Volkswagen schützt die Mitarbeiter in China

Viele Maßnahmen für die Sicherheit vor Ort – 15,5 Millionen Euro für die Bekämpfung des neuartigen Virus

Volkswagen stellt sich bestmöglich den Herausforderungen, die der Ausbruch des Coronavirus in China mit sich gebracht hat: Ob Konzern-Sicherheit, Logistik, Personal-Ressort, Beschaffung, Air Service, Gesundheitswesen, Global Assignments oder Volkswagen Group China – überall werden Maßnahmen für die Sicherheit der Mitarbeiter getroffen.

Umgerechnet 15,5 Millionen Euro haben die Volkswagen Group China und ihre Marken gemeinsam mit den Joint Ventures FAW-Volkswagen und SAIC Volkswagen für die Bekämpfung des Coronavirus gespendet. Das Geld soll dazu beitragen, Hilfsgüter wie Schutzausrüstung, medizinische Geräte, Medikamente und Material für Krankenhäuser in der Provinz Hubei und anderen Provinzen bereitzustellen.

Volkswagen Group China und die Joint Ventures spenden

„Wir möchten den engagierten und entschlossenen Menschen, die Katastrophenhilfe leisten, unseren tiefsten Dank aussprechen. Sie haben unsere uneingeschränkte Unterstützung“, sagt Stephan Wöllenstein, Chef der Volkswagen Group China. „Für uns im Volkswagen Konzern ist China die zweite Heimat. In Zeiten wie diesen müssen wir zusammenhalten und alle notwendigen Maßnahmen ergreifen.“

Groß ist auch die Unterstützung aus Deutschland:

In der Konzernzentrale in Wolfsburg steuert seit Ausbruch des Coronavirus eine fachbereichsübergreifende Arbeitsgruppe die Hilfe für China. Mit dabei sind Vertreter von Gesundheitswesen, Konzern-Sicherheit, Air

Service, Global Assignments, Kommunikation und Volkswagen Group China.

All diese Maßnahmen dienen der Sicherheit der Mitarbeiter vor Ort. Das betont auch



Stephan Wöllenstein, Chief der Volkswagen Group China



Jens Pfitzinger, EVP Volkswagen Group China

Jens Pfitzinger, Executive Vice President Volkswagen Group China: „Wir haben frühzeitig auf die Ausbreitung der Epidemie reagiert und ein Task-Force-Team bei VGC gebildet. Für die rund 3500 Beschäftigten im

VGC-Headquarter in Peking haben wir wegen des Coronavirus bereits am 3. Februar Homeoffice eingeführt und die in- und ausländischen Dienstreisen bis auf Weiteres ausgesetzt. Zugleich haben wir die interne Kommunikation sowie die Kommunikation mit

den Joint Ventures und Marken in der Region gestärkt. Durch die enge Zusammenarbeit mit unseren Partnern finden wir Lösungen für die Mitarbeiter in der ganzen Region China. Unser Team tut alles, um den Kolleginnen und Kollegen in China ein gesundes und sicheres Arbeitsumfeld zu gewährleisten.“



Gemeinsam gegen das Coronavirus: Volkswagen hat viele Maßnahmen getroffen, um für die Sicherheit der Mitarbeiter in China zu sorgen.

Tagesaktuelle Informationen zum Thema Coronavirus finden Sie im 360° Volkswagen Net sowie auf den Seiten von Gesundheit International im Personal-Portal.



Schon mehr als 30.000 Nutzer

Neue Version mit noch mehr nützlichen Funktionen erhältlich

Die 360° Volkswagen App wird immer beliebter: Schon mehr als 30.000 Beschäftigte haben die App auf ihren Handys. Jetzt ist die neue App-Version (1.2) erhältlich – mit neuen nützlichen Funktionen. Ein Beispiel: Wer seinen Werksausweis erneuern muss, kann ihn einfach mit der App per Smartphone bestellen.



Das Team des Card Service Center Wolfsburg und das App-Team haben die neue Funktion realisiert: „Die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Standorte Wolfsburg, Braunschweig, Kassel, Salzgitter, Emden und Hannover erhalten so jetzt noch schneller neue Werksausweise“, sagt Niko Meinke-Marquardt, Leiter Werk- und Brandschutz.

Wolfgang Pick, Leiter Service Factory: „Die Kollegen können einfach von zuhause ein Foto für ihren Werksausweis hochladen und sparen sich Wege und Wartezeit. Die 360° Volkswagen App trägt zur Steigerung der Arbeitgeberattraktivität bei.“

Neu ist auch die Integration des HR Beratungszentrums: Mit der App kann man leicht Kontakt aufnehmen. Johanna Frodl, Leiterin HR Beratungszentrum: „Mit der 360° App können alle Mitarbeiter uns nun mit ihrem dienstlichen und privaten Smartphone unkompliziert erreichen. Das ist einer unserer Beiträge, das Personalwesen moderner und einfacher zu gestalten.“

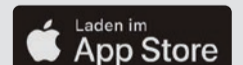
Übrigens: Die praktische Telefonfunktion in der App ist für viele mittlerweile unverzichtbar: Einfach den Namen des gewünschten Gesprächspartners in die Suchfunktion eingeben, Nummer antippen und sofort telefonieren. Die manchmal recht aufwändige Suche im Volkswagen Telefonbuch entfällt.

Die 360° Volkswagen App wird natürlich weiter verbessert: Das App-Team um Product Owner Dennis Belling entwickelt derzeit neue Features wie „Suche & Biete“. Belling: „Ich bin stolz auf unsere App, denn sie ist ‚made in Wolfsburg by Volkswagen!‘“



Das ist die 360° Volkswagen App

Seit sieben Monaten ist die neue Mitarbeiter-App in den App-Stores von Apple, Google Play sowie dem Volkswagen App Store verfügbar. Sie bündelt eine News- und Service-Welt mit vielen nützlichen Dingen rund um den Arbeitsalltag. Aktuelle News aus den Marken, Standorten und Fachbereichen mit Push-Funktion gehören dazu. Ein Renner ist der Zugriff auf die aktuellen Speisepläne und auf Busfahrpläne.



Impressum

360°

Herausgeber
Interne Kommunikation
Konzern und Marke Volkswagen

Anschrift
Brieffach 1977, K-S1
38440 Wolfsburg

Telefon 05361 9-89634
Mail 360Grad@Volkswagen.de
V. i. S. d. P.

Jörg Lünsmann/Fred Bärbock
Leitung Interne Kommunikation

CvD: Dirk Borth

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

Redaktionsschluss dieser Ausgabe:
13. Februar 2020

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

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

Druck Dierichs Druck+Media, Kassel



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



„Nachhaltigkeit ist ein Vergabekriterium“

360°-Interview: Stefan Sommer, Konzernvorstand Komponente und Beschaffung, über die Herausforderungen für seine Ressorts in Zeiten des Wandels

Stefan Sommer (57) ist seit eineinhalb Jahren Mitglied des Konzernvorstands für Komponente und Beschaffung. Zuvor arbeitete der promovierte Maschinenbauingenieur unter anderem bei den Zulieferern Continental und ZF. Im 360°-Interview spricht er unter anderem über den Beitrag der Beschaffung zum Erreichen der Klimaziele.

Volkswagen verändert sich wie noch nie in seiner Geschichte. Wie erleben Sie diesen Wandel?

Ich bin überzeugt: Volkswagen ist auf dem richtigen Weg. Wir stehen vor zwei wesentlichen Herausforderungen: Zum einen müssen wir zu einem Anbieter von nachhaltiger Mobilität werden, die unsere Umwelt nicht belastet. Zudem erwarten unsere Kunden von uns, dass wir ihnen in unseren Produkten neue digitale Funktionen und Technologien anbieten. Ich spüre, dass der beständige Wandel längst Teil der Volkswagen DNA geworden ist. Der Schlüssel zum Erfolg dieser Transformation ist vor allem Bereitschaft, die innere Haltung, diesen Wandel vorantreiben zu wollen. Und die spüre ich persönlich in vielen Begegnungen mit unseren Mitarbeitern. Sicherlich gibt es noch einige Herausforderungen, die wir meistern müssen. Aber ohne unsere engagierte Belegschaft wären wir auf unserem Weg nicht bereits solch ein großes Stück vorangekommen.

Volkswagen will bis 2050 CO₂-neutral sein. Welche Hebel hat die Beschaffung, beim Erreichen dieses Ziels zu helfen?

Wir bekennen uns zu den Zielen des Pariser Klimaabkommens. Das bedeutet: Bis 2050 wollen wir vollkommen CO₂-neutral sein. Dazu werden wir in den kommenden Jahren konzernweit rund 33 Milliarden Euro in die Elektromobilität investieren. Elf Milliarden Euro werden es allein für die ID. Familie der Marke Volkswagen sein. Wenn wir nun die Emissionen von E-Autos und Fahrzeugen mit Verbrennungsmotor im Vergleich betrachten, stellen wir fest, dass das E-Auto im Gebrauch zwar eine wesentlich bessere Bilanz aufweist. Bei der Lieferkette sieht es, bedingt durch die sehr energieintensive Batterieproduktion, allerdings anders aus. Deswegen müssen wir dafür sorgen, die Lieferkette hinsichtlich ökologischer, sozialer, aber auch ökonomischer Gesichtspunkte zu optimieren. Und da gilt: CO₂-Vermeidung ist besser als Kompensation. Denn CO₂ wird ein ständig steigender Kostenfaktor sein.

Was heißt das konkret?

Seit Juli vergangenen Jahres hat Volkswagen Nachhaltigkeit als ein Vergabekriterium für Aufträge mit Zulieferern verbindlich einge-



Stefan Sommer: Seit September 2018 ist der gebürtige Münsteraner Konzernvorstand.

„Für mich ist der Weg, den Volkswagen eingeschlagen hat, der richtige.“

führt. So soll etwa Grünstrom bei der Produktion von Batterien eingesetzt werden. Wir werden Schritt für Schritt weitere Vorgaben machen. Das erwarten im Übrigen auch unsere Kunden von uns: Nachhaltigkeit, Sicherheit und ein vernünftiges Konzept bei der Rückgabe von Batterien. Diese Aufgaben meistern wir, wenn wir auf dem Gebiet der E-Mobilität die Technologieführerschaft übernehmen.

Der Wandel von Volkswagen sorgt nicht überall für Begeisterung. Können Sie die Zukunftsängste in einigen Zuliefererbetrieben nachvollziehen?

Die Transformation bringt viele Herausforderungen mit sich. Die spüren wir in unseren fahrzeughauenden Werken und bei den Volkswagen Group Components natürlich auch. Zukunftsängste entstehen jedoch immer dann, wenn man keinen klaren Weg in die Zukunft aufgezeigt bekommt. Viele unserer Zulieferer haben

sich mit uns gemeinsam auf den Weg der Transformation gemacht. Wo Lieferanten trotz intensiven Bemühens keinen Weg für sich sehen, unterstützen wir im Rahmen unserer Möglichkeiten, indem wir etwa gemeinsam Perspektiven diskutieren. Das geht nur in begrenztem Maß. Aber: Wir sind uns unserer Mitverantwortung bewusst.

Auf dem Weg in die E-Mobilität benötigt Volkswagen viele Batterien. Die Industrie dazu befindet sich im Aufbau. Welchen Plan verfolgt Volkswagen?

Wir befassen uns bei Volkswagen bereits seit mehreren Jahren über alle Bereiche hinweg mit diesem Thema. Ein Ergebnis ist die Gründung und Erweiterung unseres Batterie-Kompetenzzentrums in Salzgitter. Zusätzlich bauen wir gemeinsam mit unserem schwedischen Partner Northvolt ein Produktions-Joint-Venture auf. Die Produktion eigener Batteriezellen ist ein Meilenstein auf dem Weg der Transformation hin zur E-Mobilität. Unsere Aufgabe ist nun, weiter am technologischen Fortschritt zu arbeiten, aber auch die Qualifikation unserer Lieferanten voranzutreiben. Wir benötigen einheitliche Lösungen für den Konzern, damit möglichst viele Marken auf der gleichen Grundlage arbeiten. Damit heben wir konzernweit Synergien und schaffen den nötigen Spielraum, weiter in den Ausbau der Batterie-Technologien zu investieren.

Effizient: Instrumententafel vielfach verwendbar

Mitarbeiter des TE-Vorseriencenters haben 800 Stück in unterschiedlichen Fahrzeugen verbaut – Positives Feedback

Einmal konstruiert, vielfach verwendbar: Diese Idee steckt hinter der Modulare Instrumententafel, die nach dem Baukastenprinzip funktioniert und für mehr Effizienz beim Aufbau von Erprobungsträgern sorgt. Seit 2018 wurden im Vorseriencenter der TE mehr als 800 dieser variablen Instrumententafeln in ganz unterschiedlichen Fahrzeugen verbaut, was zu erheblichen Einsparungen führte. Positiv ist auch das Feedback der erprobenden Fachbereiche.

Das Team Aggregatträger-Konstruktion und Vorderwagen steht vor der Herausforderung, eine wachsende Projekt- und Variantenfülle bewältigen zu müssen. „Bislang haben wir für die Erprobungsträger I-Tafeln aus Serienfahrzeugen verwendet, die in einem sehr arbeits- und kostenintensiven Verfahren individuell auf die unterschiedlichen Hutgeometrien angepasst werden mussten“, erläutert Jens Wochau. Er hatte gemeinsam mit seinen Kollegen Uwe Kornblum, Olaf Bernhard und Christian Westphal bereits 2014 die Idee, einen Baukasten für Erprobungsträger zu entwickeln. Im Blickpunkt stand dabei die Instrumententafel, weil sie ein besonders großes Effizienzpotenzial versprach. Mit den Erprobungsträgern können neue Technologien in der Öffentlichkeit erprobt werden, ohne Aufschluss über künftige Innovationen und Designmerkmale zu geben.

„Unser Grundbaukasten setzt sich aus sieben einmalig gefertigten Basisbauteilen zusammen“, erklärt Uwe Kornblum. „Diese können dann ohne



Erprobungsträger-Instrumententafel nach dem Baukastenprinzip: (v. l.) Olaf Bernhard, Christian Westphal, Uwe Kornblum und Jens Wochau hatten die Idee und setzten sie gemeinsam um.

großen Aufwand über automatisierte Beschnitte auf die jeweiligen Hutvarianten angepasst werden. Dafür sind keine neuen Werkzeuge nötig.“ 2017 reichte das Team das Konzept als Verbesserungsidee ein. Seit Januar 2018 ist die Modulare Instrumententafel erfolgreich im Einsatz und wurde inzwischen auch als Verbesserungsidee angenommen. Weil sie in der Länge,

„Die Modulare Instrumententafel lässt sich leicht aus- und wieder einbauen“, sagt Jens Wochau. Von den Konstrukteuren habe es viel Lob für das Baukastensystem gegeben. Beeindruckt waren die Ideengeber von der vielfältigen und kollegialen Unterstützung der TE-Fachbereiche in der Entwicklungsphase. Ein weiterer Pluspunkt: Viele Arbeiten, die bisher extern vergeben werden mussten, können nun inhouse geleistet werden.



Thorsten Janotta, Leiter Ideenmanagement

„Diese Verbesserungsidee ist wieder einmal ein guter Beleg dafür, dass wir in der Belegschaft ein enormes Potenzial an richtig guten Ideen haben. Dieses gilt es zu fördern und so schnell wie möglich umzusetzen, um daraus den größtmöglichen Nutzen zu generieren. In diesem Fall ist dies sogar markenübergreifend im Konzern sowie baukastenübergreifend in MEB und MQB der Fall.“

Höhe und Breite variabel ist, ist sie für diverse MQB- und MEB-Fahrzeuge geeignet. Auch in Nutzfahrzeugen wie dem ID. BUZZ kam sie schon zum Einsatz.

Ein Vorteil neben der erheblichen Kostensenkung ist eine Vereinfachung der Erprobung.

Auch im Konzern stößt die Innovation aus dem TE-Vorseriencenter auf großes Interesse: Audi und Skoda nutzen die Modulare Instrumententafel bereits erfolgreich. Und auch die Entwickler bei Seat haben am Effizienz-Baukasten Interesse bekundet.



„Eine tolle Idee, die hier umgesetzt wurde! Auch die bereichsübergreifende Zusammenarbeit der verschiedenen Fachgruppen sollte lobend erwähnt werden.“

Christian Spill, Betriebsrat

Neue Aufgaben für Seitz und Antlitz

Wechsel in wenigen Tagen: Audi Finanzvorstand Alexander Seitz wird am 1. März Finanzvorstand der Marke Volkswagen. Er folgt auf Arno Antlitz, der im Gegenzug das Finanzressort von Audi übernimmt.

Seitz (57) ist Betriebswirt und arbeitet seit 2005 bei Volkswagen. 1987 stieg er bei Daimler-Benz in den Beruf ein. 1995 wechselte er zu Mercedes-Benz do Brasil. Fünf Jahre später übernahm Seitz leitende Funktionen in der Beschaffung von DaimlerChrysler in den USA. Bei Volkswagen leitete er zunächst die konzernweite Beschaffung Antriebe. Ab 2008 war er Mitglied der Geschäftsführung von Volkswagen do Brasil, ab 2013 Vizechef des chinesischen Gemeinschaftsunternehmens SAIC Volkswagen. 2017 schließlich wurde er Audi Finanzvorstand.



Antlitz (49) ist promovierter Wirtschaftsingenieur und im Vorstand der Marke Volkswagen seit 2010 für Finanzen, Controlling und Rechnungswesen verantwortlich. Seit 2018 ist er im Markenvorstand zusätzlich für die Region Nordamerika zuständig. Seine Laufbahn begann 1999 bei der Unternehmensberatung McKinsey. Nach seinem Wechsel zu Volkswagen 2004 wurde Antlitz im Jahr darauf die Leitung des weltweiten Produktcontrollings der Marke übertragen.





Leitet Volkswagen Autonomy: Alexander Hitzinger.

Gesellschaften für autonomes Fahren gegründet

Volkswagen hat in Deutschland die Volkswagen Autonomy (VWAT) mit Sitz in München und Wolfsburg gegründet. Hinzugekommen ist in den USA nun eine weitere VWAT-Gesellschaft – im Silicon Valley. 2021 soll eine weitere in China folgen. Als Kompetenzzentrum für autonomes Fahren ab Level 4 soll die VWAT dem zentralen Wissensaufbau im Konzern dienen und ein selbstfahrendes System zur Marktreife bringen. Leiter der Gesellschaft ist Alexander Hitzinger, Senior Vice President für Autonomes Fahren des Volkswagen Konzerns und Markenvorstand für Technische Entwicklung bei Volkswagen Nutzfahrzeuge, der Leitmarke im Konzern für autonomes Fahren. Hitzinger: „Mit der Volkswagen Autonomy wollen wir ein globales Technologieunternehmen etablieren, in dem wir Kompetenzen aus der Automobil- und Technologie-Industrie bündeln, um agiles und kreatives Arbeiten in einer High-Performance-Kultur mit Prozessorientierung und Skalierfähigkeit zu kombinieren.“ Außerdem sollen Synergien über alle Konzernmarken hinweg genutzt werden, um die Kosten für selbstfahrende Fahrzeuge, Hochleistungscomputer und Sensoren zu reduzieren.

Renk-Anteile gehen an Triton

Vorstand und Aufsichtsrat haben der Veräußerung des Volkswagen Anteils von 76 Prozent am Großgetriebe-Hersteller Renk zugestimmt. Käufer der 5,3 Millionen Aktien ist das Unternehmen Triton. Der Kaufpreis für die Volkswagen Tochter mit Hauptsitz in Augsburg beträgt 97,80 Euro je verkaufte Aktie. Der geplante Verkauf führt zu einem Buchwertgewinn von rund 150 Millionen Euro und impliziert einen Liquiditätszufluss von rund 530 Millionen Euro. Im Zuge des Verkaufs wurde zwischen Renk und Triton eine Standort- und Beschäftigungsgarantie bis Ende Dezember 2026 für die drei deutschen Betriebsstandorte Augsburg, Rheine und Hannover vereinbart.

Frank Witter, Finanz- und IT-Vorstand der Volkswagen AG: „Der Börsengang von Triton war ein erster wichtiger Schritt zur Fokussierung auf unsere Kernaktivitäten. Mit der Veräußerung der Renk-Anteile setzen wir diesen Weg im Rahmen unserer Strategie Together2025+ konsequent fort. Entscheidend für die Transaktion war neben einer Reduzierung unserer Komplexität auch, dass wir eine gute Zukunfts- und Wachstumsperspektive für die Renk AG gefunden haben.“

Betriebsratschef Bernd Osterloh: „Mit dem Verkauf von Renk an Triton wurde eine sinnvolle Lösung gefunden. Die Vertreter der Belegschaft waren eng in den Prozess einbezogen. Die Arbeitsplatzsicherung stand an erster Stelle. Die Standort- und Beschäftigungsgarantie für die deutschen Werke bis 2026 ist ein wesentlicher und zukunftsweisender Punkt der Transaktion.“

41 Lead-Verantwortliche: Gemeinsam Lösungen finden

Experten stellen konzernweit Entwicklungsteams für Teilbaukästen zusammen

Jetzt geht es los: Die Technische Entwicklung hat die personellen Voraussetzungen geschaffen, dass im Best-Performance-Engineering-Programm die Entwicklung nach dem Prinzip „Einer für alle“ beginnen kann. 41 Lead-Verantwortliche wurden ernannt und trafen sich zur ersten Lead Engineers Convention in der Räderhalle in der Technischen Entwicklung in Wolfsburg. In der Konzernstrategie Together 2025+ hat Best Performance Engineering das Ziel, die Entwicklungsressourcen im Konzernverbund zu bündeln und besser zu nutzen.

Die neuen Lead-Verantwortlichen tragen die Verantwortung für die Technologiestrategie und Modulentwicklung der Teilbaukästen. Einige Beispiele: Oliver Brenneis von der Marke Volkswagen wird den Teilbaukästen Klimatisierung übernehmen,

Stephan Meyer von Audi die E-Traktion und Donatus Neudeck von Porsche die Bremsanlage.

Der Lead-Verantwortliche stellt nun ein Entwicklungsteam für seinen Teilbaukasten zusammen – und zwar mit Mitarbeitern aus dem gesamten Konzern. Dieses Team arbeitet dann als „Generalentwickler“ für alle Marken, um Doppelarbeit zu vermeiden

und die Variantenvielfalt zu verringern. Intensiv diskutierten die Teilnehmer während der Veranstaltung in der Räderhalle über die Vereinheitlichung von Prozessen, Methoden und Tools. In den nächsten Monaten soll für die Teilbaukästen eine Roadmap mit klaren Prüfvorschriften und einheitlichen Freigaberegeln entstehen. Darüber hinaus bringen alle Marken

künftig ihre Anforderungen in ein gemeinsames Anforderungsmanagement ein und sind für die Integration und Applikation in den Fahrzeugen verantwortlich.

Volkswagen Entwicklungschef Frank Welsch: „Mit den 41 Lead-Verantwortlichen sind wir ein wichtiges Stück vorangekommen, und die Umsetzung des ‚Einer für alle‘-Prinzips hat begonnen.“ Konsequenz, Offenheit, gegenseitiges Vertrauen und Gemeinschaftssinn seien die Schlüssel zum

Erfolg der Transformation des Entwicklungsverbunds im Konzern, so Welsch. Audi Entwicklungsvorstand Hans-Joachim Rothenpieler appelliert an die Lead-Verantwortlichen: „Wir müssen gemeinsam nach Lösungen suchen, die einer entwickelt – und alle nutzen. Lassen Sie uns – wie unser Motto bei Audi heißt – das jetzt ‚einfach machen!‘“



Best Performance Engineering: Die neuen Lead-Verantwortlichen mit Frank Welsch, Entwicklungsvorstand Volkswagen, und Audi Entwicklungschef Hans-Joachim Rothenpieler (Mitte).

Konzerntechnologiekreis: Drehscheibe für 3D-Druckprojekte

Ingo Hartmann aus der Group Innovation vernetzt die 3D-Druck-Community des Konzerns

Teile aus dem 3D-Drucker gibt es im Auto bereits einige – die Handyhalterung und das Steckdosengehäuse im T6 oder den Kellenhalter in Polizeiautos. Auch Showcars tragen Bauteile aus dem 3D-Druck. Seit 25 Jahren läuft das 3D-Druck-Verfahren bei Volkswagen, und die Bandbreite der

Anwendungen wächst. Ingo Hartmann hält mit seinem Team aus der Group Innovation, früher Konzernforschung, in Wolfsburg die Fäden zusammen. Er sorgt dafür, dass das Wissen rund um den 3D-Druck im Unternehmen geteilt wird. Drehscheibe dazu ist eine gut gepflegte Seite im Group Wiki und der Konzerntechnologiekreis.

Etwa 700 Mitarbeiter aus dem Konzern sind in der 3D-Druck-Community verbunden. Davon treffen sich bis zu 100 Experten dreimal im Jahr in Wolfsburg und informieren sich über Hersteller, Anwendungen sowie über Pro-

zess- und Produktinnovationen. Das Netzwerk hat Hartmann aufgebaut: „Wir wollen für jeden Mitarbeiter, der am 3D-Druck interessiert ist, einen einfachen Zugang dazu ermöglichen.“ Informationsvermittlung ist das eine, die Forschung das andere: „Wir wollen auch herausfinden, wo wir in Entwicklung und Serienfertigung den 3D-Druck sinnvoll einsetzen können.“

Erfolgreicher Einsatz bei Bugatti

Erfolgreich setzt Bugatti den 3D-Druck bei der Frontdifferential-Konsole und beim Kupplungsgehäuse in der Serie ein. Weltweite Projekte gibt es zum Beispiel auch bei Scania, Bentley oder Volkswagen Group of America.

Anwendung findet der 3D-Druck vor allem bei Kunststoffteilen im Prototypenbau in der Vorserienentwicklung. C-Säule, Stoßfänger,

Heckklappen-Verkleidungen, Halter und vieles mehr entstehen dort. Der Hintergrund: Neue Prototypenteile sind viel schneller und günstiger mit einem 3D-Drucker gedruckt. Man braucht dazu keine Werkzeuge oder Gießformen, die erst noch zu beschaffen sind.

Allerdings ist die Herstellung von Bauteilen aus Metall für die Serie momentan noch nicht wirtschaftlich. Denn der 3D-Druck von Metallteilen dauert lange. Zwölf Tage sind es bei einem VR6-Zylinderkurbelgehäuse.

Bauteile aus dem 3D-Druck helfen auch, Gewicht zu sparen. Der 47-jährige Maschinenbau-Ingenieur Ingo Hartmann zeigt einen Radträger. Das Bauteil ist durch den 3D-Druck um 25 Prozent leichter geworden. Das ist ein wegweisender Schritt, aber die Suche geht für Hartmann und sein 3D-Druck-Netzwerk weiter. „Die Kunst ist auch da, die richtige Anwendung zu finden“, sagt er.



Teile aus dem 3D-Drucker: Ingo Hartmann hält mit seinem Team die Fäden zusammen.

3 Fragen



Sascha Reys (45), Leiter E-Mobilität After Sales in Kassel

Mit dem ID.3 startet Volkswagen die größte Elektro-Offensive in der Autoindustrie. Was bedeutet diese E-Offensive für den Konzern After Sales? Darüber sprach 360° mit Sascha Reys (45), seit April vergangenen Jahres Leiter des neuen Bereichs E-Mobilität After Sales. Er kam 2018 von Wolfsburg nach Kassel und betreute dort zunächst in der Beschaffung After Sales die Abteilung Metall und Powertrain. Bei Volkswagen arbeitet der Gifhorner seit 2004.

1 Auf was muss sich der Bereich E-Mobilität After Sales einstellen?

Der Volkswagen Konzern wird bis 2029 bis zu 75 neue reine E-Autos zusätz-

lich zu den normalen Verbrennern auf den Markt bringen. Für uns bedeutet das: Das Volumen der Verbrenner geht zwar irgendwann zurück, aber für den After Sales kommt jedes Bauteil eines E-Fahrzeugs hinzu. Das erhöht die Variantenvielfalt und so auch die Lagerfläche.

2 Ihren Bereich gibt es seit rund zehn Monaten. Welche sind die wichtigsten Ziele?

Im ersten Schritt das Reduzieren der Varianten und vor allem das Verankern des After Sales im Produktentstehungsprozess. Nur so kann die Kundenversorgung als größtes Ziel sichergestellt werden. Außerdem müssen wir es

schaffen, dass Neuentwicklungen von Batterien mit heutigen Generationen kompatibel sind.

3 In Kassel werden die Lagerbedingungen für Hochvoltbatterien erforscht. Worauf muss dabei besonders geachtet werden?

Wir arbeiten eng mit dem Center of Excellence in Salzgitter und mit dem Depot in Kassel zusammen, damit die erhobenen Daten von den Kollegen der Entwicklung ausgewertet werden können. Wir können mit der Anlage jede Situation der Lagerung simulieren. Somit ermitteln wir unter anderem die perfekte Lagerumgebung für die Batterien.

Live-Talk: Kilian und Osterloh im Gespräch

Personalvorstand und Betriebsratsvorsitzender diskutierten Ergebnisse des Stimmungsbarometers

Wie ist die Stimmung? Wie wird das Stimmungsbarometer weiterentwickelt? Diese und weitere Fragen zum Stimmungsbarometer 2019 diskutierten live übertragen im 360° Volkswagen Net Konzern-Personalvorstand Gunnar Kilian und Konzern-Betriebsratsvorsitzender Bernd Osterloh. Die Fragen kamen direkt aus der Belegschaft. Jesko Giessen (Interne Kommunikation) moderierte.

Zur Bedeutung der Befragung sagte Kilian: „Das Stimmungsbarometer ermöglicht uns, die Bedürfnisse der Belegschaft zu erfahren und darauf eingehen zu können.“ Auch Osterloh

bewertet das Stimmungsbarometer insgesamt positiv: „Der Nutzen steigt, weil die Ergebnisse mehr als früher in den Teams besprochen werden. Wichtig ist dann, dass sich die Kolleginnen und Kollegen gemeinsam mit dem Vorgesetzten um bestehende Probleme kümmern.“

In Hinblick auf die Transformation der Automobilindustrie und die damit verbundenen Herausforderungen für die Belegschaft zeigten sich Personalvorstand und Betriebsrat mit dem Ergebnis zufrieden. So erkennt die Belegschaft Verbesserungen beim Thema Integrität. Kilian: „Das Einhalten von Regeln muss fester Bestandteil unserer Kultur sein. Der Monitor Larry Thompson unterstützt uns auf unserem Weg. Er hat Schwachstellen aufgezeigt.“

Einigkeit herrschte bei der Frage, wer die Verantwortung für das Umsetzen der Maßnahmen aus dem Stimmungsbarometer trägt. Kilian: „Sowohl die jeweilige Führungs-

kraft als auch die Belegschaft sind gefordert, wenn es darum geht, Verbesserungen für das Team zu erarbeiten.“ Osterloh: „Wenn die Kolleginnen und Kollegen Veränderung wünschen, muss die Führungskraft unterstützen.“

Zur Zukunft des Stimmungsbarometers sagte Kilian: „Wir arbeiten

konsequent daran, unsere Befragung stetig zu verbessern. Zukünftig müssen wir noch mehr digitale Instrumente nutzen, um die Ergebnisse schneller zu veröffentlichen. Außerdem planen wir ergänzende Befragungen: Stimmungsschnelltests, mit denen wir auf aktuelle Ereignisse kurzfristig reagieren können.



Live-Übertragung im 360° Volkswagen Net: Gunnar Kilian und Bernd Osterloh im Gespräch mit Jesko Giessen.



„Das Stimmungsbarometer ermöglicht uns, Bedürfnisse der Belegschaft zu erfahren und darauf eingehen zu können.“

Gunnar Kilian,
Konzern-Personalvorstand

Stimmungsbarometer 2019

Mehr als 500.000 Mitarbeiter aus dem gesamten Volkswagen Konzern nahmen am Stimmungsbarometer 2019 teil. Das entspricht 81 Prozent der Teilnahmeberechtigten – zwei Prozent mehr als 2018. Der Stimmungsindex ist im Vergleich zum Vorjahr um 1,1 auf 80,0 gestiegen.

Anzeige

VOLKSWAGEN
AKTIENGESELLSCHAFT



**360°
VOLKSWAGEN
APP**
VON MITARBEITERN
FÜR MITARBEITER

WIR SIND SCHON

30.000*!

MACH UNS KOMPLETT.



Sei immer und überall up-to-date mit den neuesten Infos aus unserem Unternehmen, finde Kollegen, check deinen Teamkalender und vieles mehr. Lass dich überraschen, was die App alles zu bieten hat.

Und so einfach geht's:
App runterladen, registrieren – und schon bist du dabei.



Laden im
App Store



JETZT BEI
Google Play

* Brauchst Du Hilfe? Dann wende dich an die Mitarbeiter, die die App bereits nutzen. Oder schreib uns: mitarbeiterapp@volkswagen.de

Unsere App-Botschafter:

Barbaros Kürlek, Wolfsburg,
Azubi zum Kfz-Mechatroniker,
hilft dir beim Download der App.

Detlef Kammler, Wolfsburg,
Ausbildung Elektrotechnik, Presswerk,
hilft dir gern beim Registrieren.

Sarah Funke, Wolfsburg,
techn. Sachbearbeiterin Aggregate-Entwicklung,
Fahrzeugplanung EAPW, hat die App und erklärt sie dir.

Dominik Bog, Wolfsburg,
Co-Product Owner 360° Volkswagen App,
beantwortet deine Fragen zur App.

elli - Interview mit Thorsten Nicklass

Ein Jahr nach der Gründung der Volkswagen Tochter für grünen Strom: Der Vorstandschef im Gespräch mit 360°

Elli ist die Abkürzung für „Electric Life“. Die vor einem Jahr in Berlin gegründete Volkswagen Tochter bietet grünen Strom und Lösungen für smartes Laden an. An der Spitze des Unternehmens steht Thorsten Nicklass (54). Er hat Elektrotechnik und Wirtschaftswissenschaften studiert und in seiner beruflichen Laufbahn vier Start-ups gegründet. Nicklass war Geschäftsführer bei Digital Energy Solutions, einem Joint Venture von BMW und Viessmann, bevor er zu Volkswagen wechselte. Im 360°-Gespräch blickt der Elli CEO zurück und gibt einen Ausblick auf 2020.



100.000 Ladepunkte in Europa kann man bereits über die „We Charge“-Karte von Elli nutzen: Elli Chef Thorsten Nicklass will die Zahl der Ladepunkte weiter erhöhen.

Wo steht Elli nach dem ersten Jahr?

2020 ist für uns das zweite Jahr der Pflicht, wie man im Eiskunstlauf sagen würde. Mit der Markteinführung des ID.3 wollen wir den Kunden die Elli Services vom grünen Strom über die Wallbox bis zur Ladekarte anbieten.

Was waren die Schwerpunkte im ersten Jahr?

Wir haben die Grundlagen geschaffen und konnten auch schon an viele Dinge einen Haken machen: Der Strom aus erneuerbaren Energien ist lieferbar, die

Wallboxen werden 2020 konzernweit verfügbar sein, und die IT zur Steuerung der Ladeinfrastruktur ist auf einem guten Weg.

Welche Herausforderungen gab es?

Elli ist eine echte Neugründung. Wir mussten wie ein Start-up mit hohem Tempo einen Rahmen schaffen und schlagkräftige Teams in Berlin, München und Wolfsburg aufbauen. Dafür konnten wir erfahrene Mitarbeiter aus der Strombranche, Ladeexperten und IT-Profis gewinnen. Viele unserer bis heute 55 Mitarbeiter haben sich für Elli entschieden, weil sie die Entschlossenheit überzeugt, mit der Volkswagen in die E-Mobilität geht.

Daran wollen sie teilhaben.

Elli ist ein Wegbereiter für E-Mobilität – was heißt das genau?

Am Anfang stehen der grüne Strom und smartes Laden an der Wallbox zuhause, im Parkhaus oder auf dem Rastplatz. Der ID. Kunde soll sein Fahrzeug so bequem und einfach laden wie ein Smartphone. Wer viel unterwegs ist, kann über unsere „We Charge“-Karte an über 100.000 Ladepunkten in Europa laden. Die Abdeckung ist schon heute hoch und wir werden sie weiter erhöhen.

Wenn ich Besitzer eines ID.3 bin, welche Services bietet mir Elli dann?

Im Autohaus wird der Händler auf unser Rundum-sorglos-Paket von der Planung bis zur Montage des ID. Chargers hinweisen. Das ist unsere Wallbox, die manche schon jetzt „Volks-Wallbox“ nennen. Das Laden unterwegs regelt die Ladekarte. Eine App wird darüber hinaus dem Kunden anzeigen, wo in der Nähe eine Ladestation verfügbar ist. Zuverlässigkeit entscheidet bei diesen Services, der Kunde darf nicht enttäuscht werden.

Aber wie lädt ein Kunde, der keinen eigenen Stellplatz hat?

Darüber laufen die Gespräche mit der Politik und der Wohnungswirtschaft. Falls es in Zukunft möglich ist, eine Tiefgarage mit ID. Chargers zu bestücken, werden wir das tun. Wir gehen davon aus, dass die meisten nicht mehr als einmal in der Woche zuhause laden. Die räumliche Nähe ist dabei genauso entscheidend wie beim Laden am Arbeitsplatz. Viele Volkswagen Mitarbeiter können schon jetzt auf den Parkplätzen ihrer Werke bequem während der Arbeit laden. Auch diese Infrastruktur wird in den nächsten Jahren kräftig wachsen.

Wo sehen Sie Elli in zwölf Monaten?

Wir werden da sein, wenn der ID.3 Kunde laden will – einfach überall. Wenn der ID.3 zu den Händlern kommt, werden wir aller Voraussicht nach einer der größten Wallbox-Lieferanten in Europa sein – mit einem riesigen Installationsnetzwerk im

Hintergrund und einer zuverlässigen IT-Infrastruktur für intelligentes Laden.

Dann kommt die Kür: Bis 2025 entwickeln wir das Elli Ökosystem durch die Vernetzung von Auto, Haus und Stromwirtschaft zu einem aktiven Spieler der Energiewirtschaft weiter. Ein E-Auto wird dann ein mobiler Speicher sein, der zum Vorteil unserer Kunden Energie wieder zurück ins Netz einspeist.



Das ist Elli

Erstes Angebot der Elli Group ist CO₂-neutraler Volkswagen Naturstrom®, der vom TÜV Nord zertifiziert ist. Er stammt aus erneuerbaren Energien und ist über die Website elli.eco buchbar. Bis zum Marktstart des ID.3 baut Elli Ladelösungen auf. Dazu gehören Wallboxen für zuhause, Ladestationen und IT-basierte Energiemanagement-Systeme sowie Kundenkarten für das Laden unterwegs.

Weitere Infos: www.volkswagen.de/naturstrom



Bis zu 160 Tonnen schwer: Per Multiwheeler wurden die Bauteile ins Kraftwerk gefahren.

Umbau des Kraftwerks in Wolfsburg: Abhitzekeessel angeliefert

Umstellung von Steinkohle auf Erdgas: Kran hob bis zu 160 Tonnen schwere Bauteile vom Schiff

Entsprechend dem Umweltleitbild „goTOzero“ will der Volkswagen Konzern die CO₂-Emissionen seiner Fahrzeuge über den ganzen Lebenszyklus bis 2025 um 30 Prozent gegenüber 2015 senken. Teil davon ist auch die Energieversorgung für die Produktion in Wolfsburg. Sie wird bis 2022 auf Erdgas umgestellt. Dazu wurden jetzt am Wolfsburger Heizkraftwerk Nord/Süd gegenüber der Autostadt mehrere tonnenschwere Module

für die neue Gas- und Dampfturbinenanlage angeliefert. Konkret handelt es sich um sechs Bauteile, die zu zwei Abhitzekeesseln zusammengesetzt werden. Transportiert wurden sie per Schiff über den Mittellandkanal. Mithilfe eines Schwimmkrans wurden sie an Land gehoben. Hintergrund: Beide Kraftwerke am Standort Wolfsburg werden derzeit modernisiert und von Steinkohle auf Erdgas umgestellt. In Betrieb gehen sollen sie in den Jahren 2021 und 2022. Die elektrische Leistung soll dann 136 Megawatt (Nord/Süd) bzw. 288 Megawatt (West) betragen.

CO₂-Ausstoß wird pro Jahr um 1,5 Millionen Tonnen gesenkt

Die Dimensionen sind beeindruckend: Die sechs Module sind bis zu 17 Meter lang sowie 5,30 Meter breit und wiegen bis zu 160 Tonnen. „Es handelt sich dabei um die größten Bauteile, die im Zuge der Modernisierung verbaut werden“, sagt Christian Jonas, Leiter Baustelleneinrichtung und Schwerlasttransporte der VW Kraftwerk GmbH. Vom Schiff wurden sie mithilfe des Schwimmkrans auf einen sogenannten Multiwheeler mit bis zu 15 Achsen verladen. Zusammengesetzt werden die Module im Kraftwerk. In den beiden Kesseln soll künftig die Abhitze der Gasturbinen dazu genutzt werden, Dampf für die nachgeschaltete Dampfturbine zu erzeugen.

Matthias Barkowski, Leiter der Kraftwerke in Wolfsburg und Kassel sowie der Kraftwerksplanung: „Mit der Modernisierung unserer Kraft-

Herbert Diess zur Energiewende:

„Energiewende paradox. Im Wolfsburger Werk ersetzen wir unsere zwei Kohlekraftwerke durch Gas-Dampfturbinen. Ab 2022 sparen wir damit 60 Prozent CO₂ ein – das entspricht dem Ausstoß von 870.000 Autos.“



Besuchte das Kraftwerk West: Konzernchef Herbert Diess mit Michael Heinemann (Sprecher Geschäftsführung VW Kraftwerk, links) und Matthias Barkowski (Leiter Kraftwerke, rechts).

Doch 300 Kilometer westlich soll in Datteln ein großes neues Kohlekraftwerk ans Netz gehen. Wir investieren hier 400 Millionen in den Kohleausstieg. Dort wurden 1,5 Milliarden in den Kohleleinstieg investiert.

Wenn Deutschland beim Kohleausstieg nicht vorangeht, können wir es auch von anderen nicht erwarten. Sieben der zehn größten CO₂-Emitenten in Europa sind deutsche Kohlekraftwerke. Das Ausstiegsdatum 2038 – mutlos. Und: Ohne saubere Energie auch keine saubere Mobilität. Denn Elektroautos sind nur so sauber wie der Strom, den sie laden. Weltweit sind derzeit weit über

1000 neue Kohlekraftwerke in Bau oder Planung. Wenn sie alle ans Netz gehen, verpassen wir nicht nur das Pariser Klimaziel von 1,5 Grad. Wir überschreiten sogar die 2-Grad-Marke bei weitem. Die Erderwärmung würde sich unumkehrbar immer weiter fortsetzen.

Übrigens: Ich habe schon mehreren Interessenten abgesagt, die unsere alten Wolfsburger Kohleblöcke kaufen und anderswo in der Welt wieder aufbauen wollten. Ich kann jeden Jugendlichen verstehen, der freitags auf die Straße geht.“

werke sowie der Umstellung von Kohle auf Erdgas leisten wir einen signifikanten Beitrag zur CO₂-Reduktion von Volkswagen und der Stadt Wolfsburg. Wenn alle Kraftwerke am Standort Wolfsburg mit den neuen

und hocheffizienten Gas- und Dampfturbinen ausgerüstet sind, werden die CO₂-Emissionen in der Strom- und Wärmeerzeugung dauerhaft um rund 1,5 Millionen Tonnen pro Jahr gesenkt.“

Gut zu wissen:

- „goTOzero“: So heißt das Konzern-Umweltleitbild, das den Umweltprogrammen auf Konzern- und Markenebene eine strategische Orientierung gibt.
- Das Umweltleitbild im Rahmen der Konzernstrategie Together 2025+ besteht aus den Handlungsfeldern Klimawandel, Ressourcen, Luftqualität und Umwelt-Compliance.
- „goTOzero“ steht für eine die Umwelt möglichst wenig belastende und bilanziell CO₂-freie Wirtschaftsweise, die sich Volkswagen bis 2050 konzernweit zum Ziel gesetzt hat.



So schützt Volkswagen 150.000 Hektar Tropenwald vor der Rodung

Konzern engagiert sich beim größten Forstprojekt zur Reduzierung der weltweiten CO₂-Emissionen auf der indonesischen Insel Borneo

Der Volkswagen Konzern beginnt mit der Unterstützung von Klimaschutzprojekten: Dabei konzentriert er sich zunächst auf aktiven Waldschutz und Wiederaufforstung, insbesondere in den Tropen. Die Projekte sind nach den höchsten internationalen Standards „Verified Carbon Standard“ (VCS) oder „Gold Standard“ zertifiziert.



Leiter Nachhaltigkeit: Ralf Pfitzner

des neuen Volkswagen Elektrofahrzeugs ID.3 sowie weitere Emissionen aus anderen Bereichen. „Die Dekarbonisierungsstrategie des Volkswagen Konzerns konzentriert sich vor allem auf die Vermeidung und Reduzierung von CO₂-Emissionen, beispielsweise durch Energieeffizienz und

Umstellung auf erneuerbare Energien“, sagt Ralf Pfitzner, Leiter Nachhaltigkeit im Volkswagen Konzern. „Wo das noch nicht gelingt, wollen wir in Waldschutzprojekte investieren, die lokale Gemeinden langfristig unterstützen, die biologische Vielfalt schützen und gleichzeitig zur Bewältigung der Klimakrise beitragen – im Ein-



Tropenwald auf Borneo: Lebensraum mit hohem Naturschutzwert und lebendigem Artenmix.

tenmix, der fünf bis zehn Prozent der verbleibenden Borneo-Orang-Utans sowie Nasenaffen und südbornesische Gibbons beheimatet. Das Projekt arbeitet eng mit 34 umliegenden Dorfgemeinschaften zusammen, um deren Lebensbedingungen zu verbessern und zur nachhaltigen Entwicklung vor Ort beizutragen – einschließlich der direkten Beschäftigung in den Waldbrand-Reaktionsteams, der Bereitstellung von Mikrofinanzkreditlinien sowie Unterstützung in den Bereichen Bildung und Gesundheit.

Weitere Projekte in Kooperation mit Projektentwicklungspartnern für den Schutz und die Wiederherstellung tropischer Wälder. Das Projekt befindet sich in Zentralkalimantan auf der Insel Borneo und sichert einen 149.800 Hektar großen Wald auf kohlenstoffreichen Torfböden. Das Projekt schützt darüber hinaus einen Lebensraum mit hohem Naturschutzwert und einem lebendigen Ar-

klang mit den Zielen der Vereinten Nationen für nachhaltige Entwicklung.“ Insbesondere der IPCC-1,5-Grad-Bericht der führenden Klimaforscher habe gezeigt, dass natürliche Kohlenstoffsenken für die Einhaltung der Klimaziele unverzichtbar sind. Beim „Katingan Mentaya“-Projekt arbeitet Volkswagen mit Permian Global zusammen, einem Projektentwick-

Mehr grüne Energie

Marke Volkswagen setzt sich neue Ziele für ihre Werke



Blick auf das Werk Emden: Im Hintergrund sind Windkraftanlagen zu sehen.

Auf dem Weg zur angestrebten CO₂-neutralen Produktion im Jahr 2050 kommt die Marke Volkswagen voran. Für dieses Jahr hat sich das Unternehmen ambitionierte Ziele gesetzt, um die externe Versorgung der Werke mit Strom aus regenerativen Energien auszubauen. Andreas Tostmann, Vorstand

für Produktion und Logistik: „Wir wollen den Bezug grüner Energie für unsere Werke in diesem Jahr deutlich von 70 auf 90 Prozent steigern.“ Bereits heute ist die externe Stromversorgung der 16 Werke der Marke Volkswagen weltweit (außer China) zu 70 Prozent auf Strom aus regenerativen Quellen umgestellt.

Carbon-Fonds: Bilanz

Konzern stellt 25 Millionen Euro zur Verfügung



Lackiererei: Eine lastabhängige Volumenstromregelung spart Strom und Erdgas und senkt den CO₂-Ausstoß.

Der Volkswagen Konzern hat seit einem Jahr einen eigenen sogenannten Carbon Fund. Der mit genau 25 Millionen Euro pro Jahr dotierte CO₂-Fonds steht allen zwölf Konzernmarken zur Verfügung. Sie finanzieren damit an ihren weltweiten Standorten eigene Klimaschutzprojekte, die CO₂ einsparen, Energieeffizienzen verbessern oder anderweitige Einsparungen bringen. Darüber hinaus geht es darum, Innovationen zu beschleunigen sowie neue und bestehende Geschäftsmodelle zu stärken. Ein weiterer wesentlicher Faktor, damit ein Projekt Unterstützung aus dem Fonds erhält: Das Projekt sollte skalierbar und auf viele Standorte des Konzerns übertragbar sein.

Einige Beispiele:

- **Projekt „LED-Beleuchtung“:** An neun Produktionsstandorten des Konzerns gab es 33 Maßnahmen,



- **Projekt „Lackiererei & Trockner“:** Am Standort Hannover

bei denen die Ausleuchtung auf energiesparende LED umgestellt wurde. CO₂-Reduzierung: 116.000 Tonnen jährlich.

- **Projekt „Kälteversorgung“:** Am Standort Kassel wurden durch sogenannte Trennkreislaufsysteme ersetzt – bisher mehr als 150. Die neuen Trennkreisläufe dienen der Maschinen- sowie Spindelkühlung und reduzieren den Energieverbrauch gegenüber den bisherigen Kälteaggregaten. CO₂-Reduzierung: 1.350 Tonnen jährlich.
- **Projekt „Infrastruktur“:** Ein Bestandteil: der Einbau neuer Energieeffizienzpumpen. Gleichzeitig wurden Gebäudedächer saniert und eine neue Schrankkühlung installiert. CO₂-Reduzierung: 2.000 Tonnen jährlich.

Das Projekt Carbon Fund wird Jahr für Jahr wiederholt. Für 2020 wurden bisher mehr als 100 neue Projekte genehmigt.



Vertrieb an Mitarbeiter (WA-Verkauf)

Platz gemacht für den „Neuen“

Inzahlungnahme und Altfahrzeugverwertung



Jetzt mit Prämie*
bis 3.000,- €

Bei uns können Sie nicht nur Autos zu Mitarbeiter-Konditionen* leasen oder kaufen. Wir geben Ihnen auch Geld für Ihren „Alten“. Fragen Sie einfach nach unseren Angeboten für Inzahlungnahme oder Altfahrzeugverwertung.

So kommen wir in Kontakt:

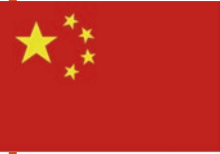
Auf KundenCenter *direkt*: kundencenter.volkswagen.de

Per Mail: kundencenter-direkt@volkswagen.de

Persönlich: in Ihrem KundenCenter oder Beratungsbüro (Kontaktdaten auf KundenCenter *direkt*)

*Der Fahrzeugkauf mit Rabatt sowie die Zahlung von Prämien stellen ggf. einen geldwerten Vorteil dar, der steuer- und sozialversicherungspflichtig ist.

kundencenter.volkswagen.de



Neue Marke: Jetta auf der Überholspur

Das sagt Markenchef Harald Müller über den Erfolg in China – So geht es mit der jungen Marke jetzt weiter

Super-Start für Jetta: Erfolgreicher war bisher keine neue Automarke in China. 360° hat bei Harald Müller nachgefragt: Das sagt der Markenchef zur Faszination Jetta, den E-Plänen der Marke und was die Kunden in China jetzt erwarten.

Warum Jetta die Kunden fasziniert

Mit Jetta by Volkswagen geben wir vielen chinesischen Kunden die Möglichkeit, Autos mit Volkswagen Technik und in Volkswagen Qualität zu einem Preis, der bisher nicht möglich war, zu kaufen. Jetta steht also auf der einen Seite für bewiesene Zuverlässigkeit. Andererseits hat der Jetta in China bereits eine lange Tradition. Er spielt in der Geschichte der Mobilisierung des Landes eine nicht unerhebliche Rolle. Mit dem Markenstart ist es uns gelungen, Käufer in die Welt von Volkswagen zu holen, die sonst ein Auto einer lokalen Marke gekauft hätten. Das ist ein wesentlicher Teil unseres Erfolgs – und unserer Mission.

Was die Käufer jetzt von der Marke erwarten

Erste Analysen zeigen, dass das Qualitätsimage und die ausgereifte Fahrzeugtechnik besonders viele Kunden zum Kauf eines Jetta bewogen haben. Als Rückmeldung haben wir aus den Reihen der neuen Jetta Fahrer bekommen, dass wir bei der Gestaltung des Interieurs in Zukunft ruhig mutiger und unkonventioneller agieren können. Wir wollen künftig noch mehr junge Käufer für unsere Produkte begeistern. Da setzen wir zum Beispiel auf unser SUV VS7 und dessen speziell in China für China entwickelte Connectivity-Lösung.

Wie es mit Jetta weitergeht

Aktuell hat die Marke zwei Fahrzeuge im Angebot, eine Limousine und ein SUV. Es wird dabei natürlich nicht bleiben. Aktuell sind wir in einer frühen Planungs- und Entwicklungsphase für ein zusätzliches Modell auf unserer SUV-Plattform. Dabei



Sieht für die neue Marke Jetta großes Wachstumspotenzial: Markenchef Harald Müller.

haben wir besonders die Ansprüche junger Familien an ein Fahrzeug im Blick. Durch die Abkehr von der Ein-Kind-Politik in China sehen wir hier ein großes Potenzial für ein weiteres SUV-Modell. Und so viel

kann man über das neue SUV bereits verraten: Die ersten Design-Studien sind sehr vielversprechend. Zukünftig wird das Thema E-Mobilität auch für Jetta wichtig sein, insbesondere wenn es um den langfristigen Erfolg der

Marke geht. Neben der Arbeit an einem neuen Modell konzentrieren wir uns aktuell auf den Ausbau unseres Handelsnetzes in China und den erfolgreichen Launch unseres Spitzenmodells, des VS7.

Arbeiten und leben in Changchun

Für Volkswagen in China: Jürgen Unser und André Stoffels sprechen über ihre Erfahrungen

Für den Volkswagen Konzern in China arbeiten – wie das ist, erzählen Jürgen Unser und André Stoffels. Der eine war viele Jahre bei FAW-Volkswagen in Changchun im Einsatz, der andere wechselte von Ducati aus Italien nach China zu FAW-Volkswagen.

Herr Stoffels, was hat Sie dazu bewogen, die Aufgabe in Changchun zu übernehmen?

Stoffels: Ich interessiere mich seit langer Zeit für China als Absatzmarkt, jedoch auch als Führungsmarkt für neue Technologien. In diesem spannenden Umfeld möchte ich mich persönlich als Manager weiterentwickeln und meinen Beitrag zum Ausbau der Führungsposition unseres Konzerns leisten.

Herr Unser, was wussten Sie über China und Changchun, bevor Sie Ihre Aufgabe dort übernahmen?

Unser: Als Leiter der Konzernproduktionsstrategie und -planung hatte ich mich im Rahmen der Planungsstunden mit dem chinesischen Markt beschäftigt. Ich durfte gemeinsam mit FAW-Volkswagen unser Konzernproduktionssystem in Changchun einführen. China war bereits 2012, als ich nach Changchun ging, ein Land mit großer Veränderungsgeschwindigkeit. Der



Tor zum Werk: So sieht das Betriebsgelände in Changchun aus.

erste Eindruck von Changchun war chaotischer Verkehr, gewöhnungsbedürftige Unterkünfte, jedoch überaus liebenswerte Bewohner.

Wie haben Sie sich vorab über China und Changchun informiert?

Stoffels: Aus Büchern und aus dem Internet. Außerdem über ein paar interne Medienkanäle von Volkswagen und Audi. Ich empfehle die von FSE und deren Partnern erstellte Website <https://www.go-to-changchun.de/>. Sie vermittelt realistische Eindrücke von Changchun und gibt nützliche Tipps über die Stadt. Zudem möchte ich das interkulturelle Training nennen, das meiner Frau und mir viele Details zu unseren chinesischen Partnern und praktische Tipps zum Leben in Changchun vermittelt hat.

Was hat Sie nach Ihrer Ankunft in Changchun am meisten überrascht?

Unser: Changchun ist eine grüne Stadt mit vielen Parks und zwei großen Seen. Die größte Überraschung ist die Veränderungsgeschwindigkeit dieser Megacity. Im ersten Jahr hatten wir ein einziges Café, keine Hochautobahn, keine U-Bahn und wenig Freizeitmöglichkeiten. Heute: modernes Straßennetz und U-Bahn-System, zahlreiche Cafés und Shoppingmalls in einer Dichte, die locker München übertrifft. Zudem gibt es in Changchun eine zweite Welt: das historische China mit dem Kaisermarkt und Handwerkerstraßen.

Man kann also als Expat gut in Changchun leben?

Unser: Die lokale Regierung, Audi, Volkswagen und FAW-Volkswagen haben viel getan, um das Leben für FSEs und ihre Familien in Changchun attraktiver zu machen. Es gibt Konzertabende, ein modernes deutsches und internationales Schulsystem, ein Freibad und einen Top-Spielplatz für unsere Kinder. Die Einwohner von Changchun sind extrem herzlich und am Austausch mit uns Ausländern interessiert. Das Essen ist hervorragend, international und abwechslungsreich – besser geht es nicht.

Gibt es Gemeinsamkeiten zwischen Wolfsburg und Changchun?

Stoffels: Beide Städte sind Industriestandorte und verfügen über ein großes Automobilunternehmen, durch das die Arbeitsplätze für die Einwohner gesichert werden. Man spürt, dass die Einwohner beider Städte stolz auf ihre Stadt sind. Und sie teilen auch die Leidenschaft für den Fußball. Leider sind die Changchun Yatai in die 2. Liga abgestiegen.

Bitte beschreiben Sie mit drei kurz erklärten Wörtern ihre Gefühle über ihre Arbeit und ihr Leben in Changchun.

Unser: Cool: Eine vollständig andere und vielfältige Kultur für Sie und Ihre Familie. Sie haben den Vorteil eines Dorflebens und sind gleichzeitig in einer Acht-Millionen-Stadt. Authentisch: Sie erleben einen Teil des echten Chinas. Herausfordernd: Sie leben den Erfolg von FAW-Volkswagen.

Positiv wie negativ: Was werden Sie einmal mitnehmen aus Changchun?

Stoffels: Es gibt nichts Negatives, obwohl ich manchmal doch meine Lieblingspizzeria in Bologna vermisse. Es ist eine interessante Erfahrung für mich und meine Familie. Meine Tochter geht an eine zweisprachige Schule, an der Deutsch und Englisch gesprochen wird, und sie ist dort sehr glücklich. Im Vergleich zu Deutschland ist die Arbeitsgeschwindigkeit in China extrem schnell und intensiv. Man hat die Möglichkeit, den Fortschritt von Projekten erheblich zu beeinflussen. Man sieht jeden Tag, wie die Projekte in die Tat umgesetzt werden. Dieses Gefühl ist fantastisch. Und: Seien Sie sicher, dass Sie einen neuen Blick auf Ihr Heimatunternehmen bekommen.

Was empfehlen Sie Kollegen, die in Changchun arbeiten werden?

Unser: Seien Sie mutig und ausdauernd, verstehen Sie eine andere Gesellschafts- und Wirtschaftsordnung und erweitern Sie Ihren persönlichen

Jürgen Unser war bis 2019 sieben Jahre als Technical Vice President bei FAW-Volkswagen Automotive verantwortlich für Technische Entwicklung, Produktmanagement und Produktion & Logistik. Zuvor leitete er die Audi Produktion im Ausland, verantwortete die Konzernproduktionsplanung und -strategie und dreieinhalb Jahre das Produktions- und Unternehmenssystem bei Audi.

André Stoffels ist seit April 2019 First Vice President Finance bei FAW-Volkswagen Automotive. Zuvor arbeitete er jeweils als CFO bei Ducati und der Volkswagen Group Spain und er leitete die Abteilung Strategy and Corporate Planning bei der Audi AG.

Horizont. Bringen Sie sich und Ihre Familie aktiv in die Expat-Gemeinde ein, nutzen Sie die Möglichkeit, internationale Freundschaften fürs Leben zu schließen. Binden Sie Ihren Partner in die Entscheidung ein. Jeder Tag ist es wert, sich mit Herzblut für den Erfolg im Joint Venture einzusetzen.



Automatisierte Fertigung: Im Werk kommt moderne Technik zum Einsatz.



Blick über Changchun: Die Millionenstadt bietet viel Grün.



Group Components in China

23 Werke, 18.000 Mitarbeiter und Schlüsselkomponenten für E-Mobilität

Volkswagen Group Components in China: Das sind aktuell rund als 18.000 Kolleginnen und Kollegen in 23 Werken – inklusive der Batteriesystemproduktion. Seit Mai letzten Jahres stehen die Werke unter der Leitung von Frank Engel, als geschäftsführenden Vizepräsident der Volkswagen Gruppe China, Components, Logistics & Quality Assurance.

Die chinesischen Kollegen fertigen **Komponenten aus allen fünf Geschäftsfeldern:**

- Motoren EA211 und EA888
- Getriebe DQ/DL und MQ sowie E-Antrieb APP
- Batteriesysteme für den MQB PHEV/BEV HVB
- Sitze
- Fahrwerkssysteme

Damit wurden im vergangenen Jahr ca. vier Millionen chinesische Fahrzeuge beliefert.

Wettbewerbsfähigkeit und Zukunftssicherung sind dabei fest im Effizienzprogramm Roadmap 2025 verankert, das im ersten Quartal 2020 im Rahmen der strategischen Initiative „TOGETHER for China 2025+: Best Performance“ startet und acht Schwerpunktthemen hat (siehe Abbildung unten).

Eine Besonderheit ist dabei die aktive Einbindung der Gesellschaften in die Programmorganisation, wodurch Verantwortung und gesellschaftsübergreifende Zusammenarbeit unterstrichen werden.

Die Aufstellung der Komponente als eigenständige unternehmerische Einheit zum 1. Januar 2019 und die Transformation zur Elektromobilität hat auch in China zu einer strategischen Neuausrichtung geführt. Denn gerade der chinesische Markt stellt sich besonders schnell auf die E-Mobilität um. Des Weiteren sind in China überwiegend Joint Ventures als Gesellschaftsform etabliert. Deswegen arbeiten die Kollegen an

100% Komponenten Gesellschaften

VWATJ	VWATD
DQ380/381 DQ500/(501) DQ400e APP290 (APP310)	DQ200 AV5
1 DL382	3

Sonstige

Sitech DC
23 Sitze

Mehrheitsanteil an Komponenten Gesellschaften

VWPF	VWED	VWTS	VWPT
4 Fahrwerk	8 EA888	10 MQ200	11 EA211
5 Fahrwerk	9 EA888		
6 Fahrwerk			
7 Fahrwerk			

Legende: Motor (7) Getriebe (5) Fahrwerk (4) Sitze (1) Batterie (6) * in Planung

Teil der Fahrzeug-Joint-Ventures

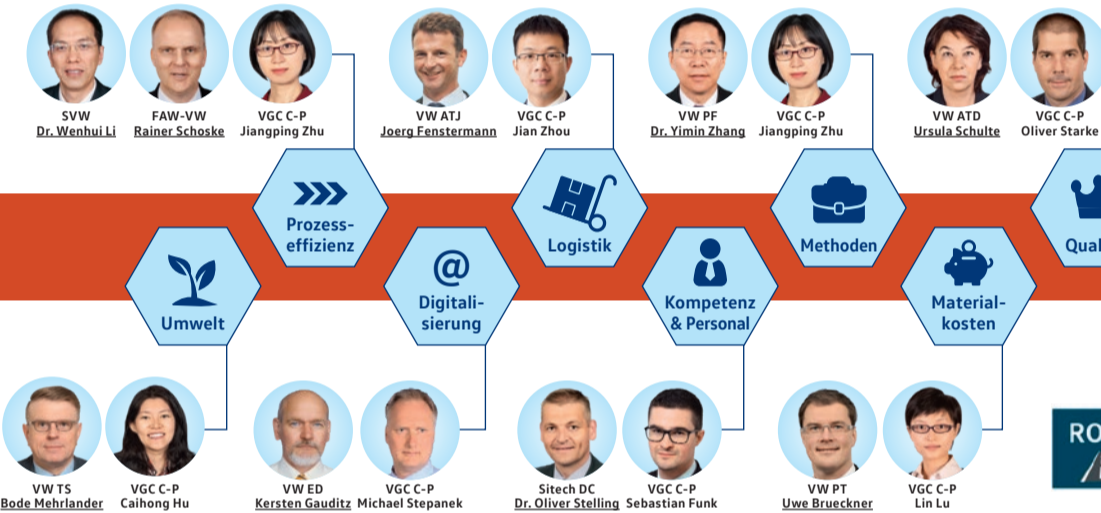
FAW-VW
12 EA211
13 MQ250/MQ200
14 PHEV HVB*
15 C-BEV HVB*
16 MQB BEV HVB*
17 EA211
18 MEB HVB*
SVW
19 EA888
20 EA888
21 MEB BEV HVB*
22 MQB PHEV/BEV HVB

Im Überblick: die chinesischen Werke

der gesellschaftsübergreifenden Ausrichtung der Komponente in China, um die Herausforderungen der E-Mobilität gemeinsam zu

meistern. Im Fokus stehen Wirtschaftlichkeit und Effizienz, Beschäftigungssicherung und die jeweiligen Stärken der Standorte.

Unter der Führung eines Patenwerks und der Werkleiter (sind unterstrichen) sowie VGC C-P (Volkswagen Gruppe China (VGC), Components, Logistics & QA) werden die acht Themen der Roadmap 2025 bearbeitet. Project Management Office VGC C-P ist Johannes Tepe.



„Vollkosten senken, Gewinne stabilisieren und unsere Innovationskraft und Nachhaltigkeit ausbauen – daran arbeiten wir im Rahmen der Roadmap 2025 intensiv.“

Frank Engel, Geschäftsführender Vizepräsident der Volkswagen Gruppe China, Components, Logistics & QA

Von SPEED+ bis SOPs: Themen aus den Standorten

1. SPEED+ Award

In der neuen Runde des SPEED+ Awards werden zum ersten Mal alle Werke der Region China teilnehmen. VWATJ (Volkswagen Automatic Transmission Tianjin) und VWATD (Volkswagen Automatic Transmission Dalian) haben in den letzten beiden Jahren mit ihren Teams bereits am Award teilgenommen.

2018 konnte sich VWATJ den dritten Platz in der Kategorie Werkzeugkosten und VWATD ebenfalls den dritten Platz in der Kategorie Anlageneffizienz sichern. Jetzt steigen alle weiteren Gesellschaften (VWPT, VWED, VWTS, VWPF und SITECH Dongchang) in den sportlichen Effizienzwettbewerb ein – mit den zusätzlichen Werken aus China kämpfen dann insgesamt 29 Werke um Gold, Silber und Bronze.

Um Know-how gesellschaftsübergreifend zu nutzen, werden

die chinesischen Kollegen nach jeder Werktour einen Workshop zur VGC C-P (Volkswagen Gruppe China (VGC), Components, Logistics & QA) durchführen. Alle teilnehmenden Gesellschaften der Region China können so Verbesserungsvorschläge austauschen. Damit ist der SPEED+ Award eine gute Möglichkeit für die Standorte, sich zu vernetzen und zusammenzuwachsen.

2. MRKs

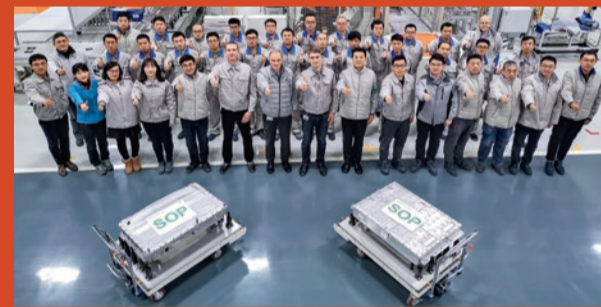
Offene und flexible Mensch-Roboter-Kooperationen (MRKs) wurden als Pilotprojekt im Motorenwerk bei SAIC Volkswagen China von den MRK-Teams aufgebaut, programmiert und in Betrieb genommen. So können die MRKs die manuelle Verschraubung sowie den Teile-Zugriff und die Teile-Beladung ersetzen. Durch den Einsatz von MRKs erhöht sich die DLQ der Verschraubung. Weitere MRKs sind geplant.

3. Produkt-SOPs

Wichtiger Meilenstein: Vergangenen Juni feierten der APP290 und der DQ400e SOP in Tianjin. Mit der Produktion der beiden Komponenten sowie des APP310 MEB Antriebs ab 2020 beliefert VWATJ zentrale E-Komponenten für den Konzern.

Auch die Kollegen im Werk Qingdao hatten letztes Jahr einen wichtigen Produktanlauf zu verkünden: den SOP des reinelektrischen MQB BEV Batteriesystems.

Außerdem feierten die Komponenten Kollegen mit Geschäftsfeldleiter Komponente FAW-Volkswagen Rainer Schoske im Dezember den SOP für die Plug-in-Hybrid-Fahrzeuge Volkswagen Magotan und Audi A6. Beide Batteriesysteme (37Ah) werden auf einer Kombimontagelinie am Standort Changchun produziert. Im Anlaufjahr 2020 sollen bis zu 70.000 Batteriesysteme gefertigt werden.



Beim SOP PHEV MQB/MLB bei FAW-Volkswagen in Changchun im Dezember 2019: das Team um Rainer Schoske.

China, Components, Logistics & QA.“

4. Neue Produktionsstätte

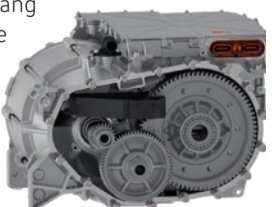
Bei der VWATD wurde im vergangenen Jahr die Halle 5 in nur 18 Monaten errichtet. Die Halle dient zur

Kapazitätserweiterung für bis zu 1000E/AT und bietet 772 neue Arbeitsplätze auf einer Fläche von 91.000 m². Das Besondere: Die Halle ist vollständig digitalisiert und papierlos. Für den Einsatz von LED-Beleuchtungen, Dampfkondensatoren und Photovolt-Generatoren sind spezielle Energiemanagementsysteme verbaut, um die Fabrik nachhaltig aufzustellen.

Weitere Themen von Group Components

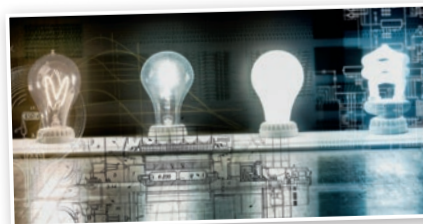
Alleskönner: Das 1-Gang-Getriebe

Im vollelektrischen ID.3¹ reicht ein einzelner Gang aus, um alle Fahrsituationen zu meistern.



2020 wird „Meisterjahr“ in der Komponente

Meisterrolle, Qualifikationen und Kommunikationskaskaden: Group Components ruft dieses Jahr zum „Meisterjahr“ aus und stellt damit die Meisterinnen und Meister in den Fokus. 30 Meisterinnen und Meister von Kassel bis Polkowice erarbeiten in den kommenden Monaten unter anderem an einem Beteiligungskonzept.



Die Standortsymposien bestehen in überarbeiteter Form weiter.

Eigener Innovationstag für Group Components

Der „Tech Day“ wird zum ersten Mal Mitte April stattfinden und die geschäftsfeldübergreifende Innovationskraft und das Produktportfolio der Komponente standortübergreifend vorstellen.

Weitere Informationen

Die ganze 360° Ausgabe der Komponente finden Sie unter: <https://Volkswagen-net.de/wikis/pages/viewpage.action?pageId=527797648>



¹ ID.3: Das Fahrzeug wird in Europa noch nicht zum Verkauf angeboten.



Skoda feiert 125. Jubiläum

Zahlreiche Aktionen und Events weltweit

Skoda begeht dieses Jahr das 125. Jubiläum seiner Gründung im Jahr 1895. Außerdem jährt sich zum 115. Mal der Beginn seiner Automobilfertigung. Damit ist der tschechische Hersteller eines der weltweit traditionsreichsten Automobilunternehmen. Das feiert Skoda mit zahlreichen Aktivitäten, Aktionen und Events weltweit. So werden beispielsweise unternehmenshistorisch bedeutende Modelle an Fahrveranstaltungen in China und Indien sowie in weiteren internationalen Märkten teilnehmen. Als Höhepunkt des Festjahres ist ein Sonderkonzert der weltweit renommierten Tschechischen Philharmonie geplant. Außerdem lanciert Skoda anlässlich des Jubiläumjahres eine umfangreiche Marketing- und Kommunikationskampagne auf allen Kanälen des Automobilherstellers und in den sozialen Netzwerken. Skoda Vorstandsvorsitzender Bernhard Maier: „Skoda zählt zu den ältesten noch produzierenden Automobilherstellern der Welt. Der Mut und der Erfindergeist der beiden Gründer, Václav Laurin und Václav Klement, sind der Grundstein dieser einmaligen Erfolgsgeschichte.“ Der Autohersteller gehört seit 1991 zum Volkswagen Konzern.



Weltpremiere: Das ist der neue Seat Leon¹

Bestseller des spanischen Autoherstellers kommt in vierter Generation

Seat hat Ende Januar vor rund 500 Gästen und Medienvertretern die vierte Generation des Leon im Werk Martorell vorgestellt. Der neue Kompaktwagen zeigt sich mit einem markanten neuen Design und topmodernen Fahrerassistenzsystemen. Neue Antriebskonzepte sind Mildhybrid (eTSI) und Plug-in-Hybrid (eHybrid). Außerdem wird das Modell als Benziner (TSI), mit Dieselmotor (TDI) und als CNG-Modell (TGI) erhältlich sein. Das Gepäckraumvolumen beträgt beim Fünftürer 380 Liter, der Sportstourer fasst 617 Liter – 30 Liter mehr als der Vorgänger. Im Januar 2020 hat



die Produktion des neuen Leon begonnen. Der Marktstart ist im April 2020. Carsten Isensee, kommissarischer Vorstandsvorsitzender und Vorstand für Finanzen der Seat S.A.: „Der Seat Leon ist unser erfolgreichstes Modell, wir haben insgesamt über 1,1 Milliarden Euro in die Entwicklung und Fertigung der neuen Generation des Seat Leon investiert.“

die Produktion des neuen Leon begonnen. Der Marktstart ist im April 2020. Carsten Isensee, kommissarischer Vorstandsvorsitzender und Vorstand für Finanzen der Seat S.A.: „Der Seat Leon ist unser erfolgreichstes Modell, wir haben insgesamt über 1,1 Milliarden Euro in die Entwicklung und Fertigung der neuen Generation des Seat Leon investiert.“



Aus 50 Batterien wird ein Speicher

Pilotprojekt: Nachhaltiger Umgang

Wie können gebrauchte Batterien aus E-Fahrzeugen weiter genutzt werden? In Hamburg-Bergedorf erforschen das jetzt MAN Truck & Bus, die Verkehrsbetriebe Hamburg-Holstein (VHH) und der Volkswagen Konzern. Und so sieht das Pilotprojekt aus: Im Busdepot der VHH steht ein weißer Container, der 50 gebrauchte E-Fahrzeug-Batterien enthält. Sie stammen aus dem Volkswagen Passat GTE². Diese Batterien direkt zu entsorgen, ist ökologisch nicht sinnvoll. Deshalb wollen die Projektpartner bei den VHH unter realen Bedingungen herausfinden, wie sich alte Batterien als stationärer Energiespeicher verhalten. Im Container werden sie zu einer Großbatterie

zusammengeschaltet und in unterschiedlichen Szenarien getestet. Zum Beispiel im Peak Shaving: Benötigt das Laden von Elektrobussen sehr viel Strom auf einmal, wird der Container mit gebrauchten Batterien zugeschaltet. Alexander Adler, MAN Truck & Bus: „Der Speicher kann mit der Peak-Shaving-Methode bis zu 600 kW Spitzenlast reduzieren und entsprechend die Kosten beim Strombezug senken.“ Ein Ziel der Versuche ist es, ein flexibles Batteriespeicherkonzept zu entwickeln, das den Austausch der Batterien erlaubt. Das könnte in Zukunft hilfreich sein: Die ca. 560 Busse der VHH sollen in den kommenden Jahren auf Elektroantrieb umgestellt werden.



Bentley ist „Top Employer“

Zum neunten Mal in Folge ausgezeichnet

Auszeichnung für Bentley: Der Autohersteller wurde in diesem Jahr wieder zum „Top Employer“ gekürt. Die Auszeichnung vergibt weltweit das Top Employers

Institute. Dieses Jahr gab es den Award unter anderem für die Förderung zukünftiger Talente. Bentley erhält den Titel bereits zum neunten Jahr in Folge.



FC Bayern bleibt Partner

Neue Möglichkeiten für die Zusammenarbeit

Audi und der FC Bayern München haben ihre Partnerschaft bis zum Jahr 2029 verlängert. Audi ist exklusiver Automobilpartner. Schwerpunkt wird eine strategische Zusammenarbeit in den Bereichen Innovatives Marketing und Elektrifizierung sein. Deutliches Zeichen: Alle Lizenzspieler erhalten 2020 einen rein elektrischen Audi e-tron. Der Autohersteller ist seit 2002 Partner und seit 2011 Anteilseigner an der FC Bayern München AG. Der Audi Cup, der 2019 zum sechsten Mal in der Allianz Arena ausgetragen wurde, ist ein hochka-

rätiges europäisches Vorbereitungsturnier. Die neue Partnerschaft macht auch einzelne Projekte mit anderen Marken des Volkswagen Konzerns möglich. Audi hat auch die Partnerschaft mit den Basketballern des FC Bayern bis ins Jahr 2023 verlängert. Hildegard Wortmann, Vorständin Vertrieb und Marketing der Audi AG: „Als exklusiver Automobilpartner des FC Bayern München haben wir die Möglichkeit, neue Konzepte der Mobilität, Elektromobilität und Konnektivität zu präsentieren und erfahrbar zu machen.“



Nutzfahrzeuge

Der neue Caddy⁴: Premiere im Februar

Sportlicher, breiter und optisch souveräner



Bei der neuen Generation des Caddy blieb keine Schraube unangetastet. Feststeht: Er wird in seiner Klasse weiterhin den Maßstab setzen. Die Studien des neuen Caddy werden konkreter:

Die Cargo-Version des Caddy unterstreicht das neue Selbstbewusstsein in der sonst so funktionalen, praktischen Klasse. Der Entwurf zeigt: Die Dachlinie fällt leicht nach hinten ab, der kurze Radstand wird länger, die Räder auf Wunsch größer. Mehr Sportlichkeit auch bei der PKW-Variante: Das Fahrzeug wirkt als kurzer Radstand nicht nur optisch souveräner, es ist tatsächlich breiter und länger. Alles anders, aber mit weiterhin hohem Ladevolumen und großer Variabilität. Ende Februar werden beide Versionen erstmals der Weltöffentlichkeit vorgestellt. Weitere Details folgen.



PORSCHE



2011 ging die Generation 991 an den Start.

Porsche 911: Ende der 991-Ära

Letzter 991 gefertigt

Der letzte Porsche 911 der Generation 991 ist vom Band gelaufen – mit 233.540 produzierten Wagen die erfolgreichste Elfer-Reihe. Michael Steiner, Vorstand Forschung und Entwicklung Porsche AG: „Die Generation hat in puncto Performance, Fahrbarkeit und Effizienz neue Maßstäbe gesetzt. Ich schicke sie stolz, aber auch mit einer Träne im Auge in die Rente.“

¹ Seat Leon: Das Fahrzeug wird noch nicht zum Verkauf angeboten.

² Passat GTE: (NEFZ) Kraftstoffverbrauch l/100 km: kombiniert 1,6 – 1,5; Stromverbrauch in kWh/100 km: kombiniert 14,8 – 14,2; CO₂-Emission kombiniert in g/km: 36 – 34; Effizienzklasse: A+

³ Audi e-tron Sportback: Stromverbrauch kombiniert in kWh/100 km: 23,9 – 20,6 (NEFZ); CO₂-Emissionen kombiniert in g/km: 0

⁴ Caddy 5: Studie

⁵ 911 Speedster: Kraftstoffverbrauch kombiniert 13,8 l/100 km; CO₂-Emission 317 g/km

**VOLKSWAGEN
FINANCIAL SERVICES**
THE KEY TO MOBILITY



Andrea Sklorz, einer unserer Fachberater/innen für Sie

Weiß vielleicht nicht alles – aber alles über Kredite!

Sprechen Sie uns an. Wir beraten Sie gern.

Der Ratenkredit
5.000,- €
für mtl.¹
68,16 €

Auf einen Blick:

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

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: Februar 2020



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/konzern



Dies ist ein Angebot der Volkswagen Bank GmbH.

GENEVA
INTERNATIONAL
MOTOR
SHOW



Showcar: Der ID. SPACE VIZZION².



Premiere in Genf: Der neue Golf GTD¹.

Das zeigt die Marke in Genf

Autosalon beginnt Anfang März – Golf GTI¹ und Golf GTD feiern Weltpremiere

Geburtstag in Genf: Schon zum 90. Mal findet dort der Autosalon statt. Neben den Konzernmarken Audi, Seat, Skoda, Bentley, Bugatti und Porsche präsentiert auch die Marke Volkswagen Produktneuheiten. Los geht es am 2. und 3. März mit den Pressetagen. Die Marke Volkswagen feiert mit den sportlichen Derivaten

des neuen Golf gleich zwei Weltpremiere in der Schweiz: Sie stellt den GTI¹ und den GTD¹ der Öffentlichkeit vor.

Außerdem in Genf am Start: der neue Golf GTE¹. Der Plug-in-Hybrid hat eine Batterie mit einem um 50 Prozent größeren Energiegehalt von 13 kWh. Diese ermöglicht eine größere elektrische Reichweite und

macht den Golf zeitweise zu einem Zero-Emission-Vehicle.

Besucher können während des Autosalons auch das Showcar ID. SPACE VIZZION live erleben. Wie alle Modelle der ID. Familie wird auch er rein elektrisch angetrieben und basiert auf dem Modularen E-Antriebs-Baukasten (MEB).

Nach den Pressetagen und dem

Fachbesuchertag am 4. März öffnet die Traditionsmesse, die offiziell Geneva International Motor Show heißt, ihre Türen vom 5. bis zum 15. März. Geöffnet ist montags bis freitags von 10 bis 20 Uhr, am Wochenende von 9 bis 19 Uhr. Weitere Informationen online auf den Seiten des Veranstalters: www.gims.swiss/de.

WeShare: Ausblick und erste Zwischenbilanz

Kunden schildern ihre Erfahrungen mit Volkswagen Carsharing

WeShare, der Carsharingservice von Volkswagen, wird in diesem Jahr in sieben weitere Städte expandieren. Nach Prag und Hamburg im Frühjahr sollen Paris, Madrid, Budapest, München und Mailand hinzukommen. In allen Städten wird WeShare eine vollelektrische Flotte aus E-Fahrzeugen anbieten. In Prag und Budapest wird Skoda Kooperationspartner. In den anderen Metropolen kommen neben e-Golf³ und e-up!⁴ zum Ende des Jahres der ID.³ zum Einsatz.

„Für uns ist 2020 ein Jahr des starken Wachstums“, sagt Philipp Reth, Chief Executive Officer (CEO) von WeShare. „Wir sind überzeugt, dass vollelektrisches Free-Floating-Carsharing auf dem Weg zu automatisierten Transportsystemen noch eine längere Zeit ein wesentliches und skalierungsfähiges Brückenelement im Bereich der nachhaltigen und geteilten Mobilität ist.“

In Berlin, wo WeShare im Juni vergangenen Jahres gestartet war, haben sich mittlerweile 50.000 Kunden registriert. Rund drei Viertel von ihnen sind aktive Nutzer. Sie haben den Dienst also mindestens einmal genutzt. „Diese Quote ist im Branchenvergleich sehr hoch und zeigt, dass WeShare für die Menschen eine hohe Relevanz in ihrer städtischen Mobilität besitzt“, so Reth.

Eine der wesentlichen Herausforderungen für WeShare in Berlin ist derweil noch das Laden der

Fahrzeuge. Um die unzureichende Versorgung mit öffentlicher Ladeinfrastruktur auszugleichen, sind die Volkswagen AG und WeShare daher zusätzlich eine Partnerschaft eingegangen: Die Schwarz Gruppe errichtet derzeit an 60 Lidl- und 10 Kaufland-Standorten in der Hauptstadt insgesamt 140 öffentliche Ladepunkte. WeShare kann als Kooperationspartner die Ladesäulen für seine Flotte außerhalb der Öffnungszeiten exklusiv nutzen. Neben der Schwarz Gruppe strebt WeShare weitere Partnerschaften an, um die nutzbare Ladeinfrastruktur auszubauen.

360° sprach mit Kunden über ihre Erfahrungen mit WeShare:



„Ich bin **Rüdiger Reisert**, Volkswagen Mitarbeiter in der Internen Kommunikation in Wolfsburg. Mit meiner Familie lebe ich in Berlin. Im Alltag komme ich mit Bus, Bahn und Fahrrad meist gut zurecht und habe deshalb kein eigenes Auto. Aber selbst in einer Metropole gibt es Tageszeiten, zu denen man mit dem Auto schneller unterwegs ist. Dann ist We Share eine tolle Alternative. Auch mit viel Gepäck nutze ich den Komfort des Volkswagen eigenen Carsharings. Manchmal ist aber auch einfach der Fahrspaß der Grund, warum ich einen e-Golf von We Share nutze.“

„Meine Name ist **Andreas Reeg**, ich bin Architekt und lebe mit Frau und Kindern in Berlin. Seit vier Monaten nutze ich We Share – vor allem beruflich, um zu Terminen zu fahren. Privat bin ich meist abends mit dem Carsharing-Dienst unterwegs, wenn man mit dem Auto schneller ist als mit dem Fahrrad oder mit öffentlichen Verkehrsmitteln. We Share ist für mich deutlich preiswerter als ein eigenes Auto. Das Zusammenspiel von Fahrzeug und App funktioniert prima. Ich würde mir wünschen, dass pro Nutzer künftig mehr als nur ein Bezahlkonto zur Verfügung steht, damit ich private und geschäftliche Fahrten separat abrechnen kann.“



Auf den Straßen der Hauptstadt: Ein WeShare e-Golf unterwegs in Berlin.

„Ich heiße **Jens Wick**, wohne in Berlin und arbeite dort für die Volkswagen Group Retail. We Share nutze ich, seit es den Dienst gibt. Fast täglich fahre ich damit meine Tochter zur Kita und von dort weiter zur Arbeit. Dank We Share spare ich mir den Stress mit einem kleinen Kind im Berufsverkehr in überfüllten Bahnen. Übrigens: Fast jedes der Fahrzeuge hat einen Kindersitz an Bord. Hinzu kommt: Das Carsharing ist günstiger als die Parkgebühren im Innenstadtbereich. Es ist einfach komfortabel und ich bin damit sehr flexibel – ich möchte We Share nicht mehr missen.“



Gemeinsam für die TE: Frank Welsch (links) und Matthias Rabe.

TE: Welsch und Rabe teilen sich Aufgaben

Matthias Rabe, Leiter TE-Operations der Marke Volkswagen, hat im Februar erweiterte Aufgaben in der Technischen Entwicklung der Marke übernommen. Als Chief Technology Officer (CTO) verantwortet er unter Leitung von Entwicklungsvorstand Frank Welsch die Transformation der TE und die Steuerung der Fachbereiche.

Fokus auf Design, Konzepte und Strategie

Als Entwicklungsvorstand der Marke fokussiert sich Welsch nun auf Design, Konzepte und die strategische Ausrichtung der TE. „Die neue Aufgabenteilung mit Matthias Rabe ermöglicht es mir, mich stärker auf die Zukunftsthemen der TE und den Ausbau des markenübergreifenden Entwicklungsverbunds zu konzentrieren“, sagt Welsch. Er leitet in Personalunion den Konzernbereich Forschung und Entwicklung als CTO der Volkswagen AG. In dieser Funktion wird er unter anderem das Programm „Best Performance Engineering“ federführend vorantreiben.

Zu den Aufgaben des CTO der Marke gehört die fachliche Führung der TE-Fachbereiche und der Fahrzeugprojekte. Zudem verantwortet der CTO unter anderem die Steuerung des gesamten Produktentstehungsprozesses für die TE-Umfänge, der externen Entwicklungsstandorte und des Budgets. „Unser Ziel ist, begeisternde Produkte und Technologien zu entwickeln und die TE durch einen konsequenten Umbau zu einer funktionsorientierten Entwicklung zukunftsfit zu machen“, sagt Rabe: „Ich freue mich, diese Herausforderung gemeinsam mit dem TE-Team anzugehen.“

up!, Polo und Golf ausgezeichnet



Bei der großen Leserwahl „Best Cars 2020“ der Fachzeitschrift auto motor und sport sind in Stuttgart up!, Polo und Golf ausgezeichnet worden. Die Preise nahmen Entwicklungsvorstand Frank Welsch, der Leiter des Produktmarketings der Marke, Hendrik Muth, sowie Baureihenleiter Compact Karlheinz Hell entgegen. „Best Cars ist ein ganz besonderer Award, die Wahl erfolgt direkt durch eine große, automobilaffine Leserschaft. Daher freuen wir uns, dass wir diese Autokenner in gleich drei Kategorien von unseren Produkten überzeugen konnten“, sagte Welsch.

Die drei Modelle up!, Polo und Golf sind Seriensieger bei der renommierten Leserwahl. Für den Golf ist es in der 44-jährigen Geschichte des Awards der 26. Sieg in der Kategorie „Kompaktklasse“. Die Wahl fand zum 44. Mal statt. Insgesamt 102.974 Teilnehmer wählten aus 387 Modellen in elf Fahrzeugkategorien ihre Favoriten.

¹ Das Fahrzeug wird noch nicht zum Verkauf angeboten. | ² Studie | ³ e-Golf: Stromverbrauch, kWh/100 km (NEFZ): kombiniert 13,8–12,9; CO₂-Emission kombiniert, g/km: 0; Effizienzklasse: A+ | ⁴ e-up! (61 kW/83 PS) 1-Gang-Automatik Stromverbrauch kombiniert: 12,9–12,7 kWh/100 km (NEFZ) und CO₂-Emission kombiniert: 0 g/km Effizienzklasse: A+ | ⁵ ID.3: Das Fahrzeug wird in Europa noch nicht zum Verkauf angeboten. | ⁶ up! GTI: Kraftstoffverbrauch in l/100 km: innerorts 6,0 / außerorts 4,1 / kombiniert 4,8; CO₂-Emission kombiniert in g/km: 110, Effizienzklasse: C | ⁷ Polo GTI: Kraftstoffverbrauch in l/100 km: innerorts 7,0 / außerorts 5,3–5,2 / kombiniert 6,0–5,8; CO₂-Emission kombiniert in g/km: 141–138; Effizienzklasse: C



Motorsport im Schnee: eR1 und Beetle R.

Volkswagen beim Ice Race

Zum zweiten Mal nach seiner Wiedergeburt im Jahr 2019 fand am ersten Februar-Wochenende das Ice Race in Zell am See statt. Die Marke Volkswagen war mit sportlichen Modellen am Start.

Tanner Foust, dreifacher GRC- und amtierender Americas-Rallycross-Meister, erlebte im Salzburger Land ein Wiedersehen mit seinem Siegerfahrzeug, dem Beetle R. Nach fünf gewonnenen Meisterschaften ist das Fahrzeug auf Abschiedstour.

Ein Volkswagen feierte Premiere auf dem österreichischen Eis: der eR1 von Volkswagen R. Das Fahrzeug war zunächst Testträger für den fünffachen Champion und Elektro-Rennwagen ID. R. Ab sofort dient er als Botschafter künftiger elektrischer Performance-Fahrzeuge.

Auch beim Ice Race dabei: der T-Roc R⁶. Rennfahrerin Jasmin Preisig präsentierte das Serienfahrzeug auf der Rennstrecke dem Publikum. Außerdem stand das Auto für Probefahrten zur Verfügung.

Baureihe G3: Neuer Leiter

360°-Interview: Markus Kleimann lobt das gut eingespielte Team Mid- und Fullsize

Markus Kleimann ist seit Anfang Februar neuer Leiter der Baureihe Mid-/Fullsize der Marke Volkswagen. Er folgte auf Stefan Gies, der zum Jahreswechsel in den Ruhestand gegangen ist. Im Gespräch mit 360° redet Kleimann über Ziele und Herausforderungen seiner neuen Funktion.

Wie sind Ihre ersten Eindrücke von Ihrer neuen Mannschaft in der Baureihe G3?

Die sind ganz hervorragend! Auch wenn ich erst am 1. Februar

offiziell in den neuen Job gestartet bin, habe ich bei meinen ersten Kurzaufenthalten in Wolfsburg schon viele Gespräche mit Mitarbeitern geführt. Mein Eindruck ist, dass Stefan Gies, mein Vorgänger, mir hier ein sehr gut eingespieltes Team übergeben hat. Die Motivation des Teams ist ungebrochen hoch, sodass ich mich richtig darauf freue, hier einzusteigen.

Welche Ziele verfolgen Sie in Ihrer neuen Funktion?

Ich bin begeisterter Auto-Fan und habe immer den Anspruch,

dass wir Autos für unsere Kunden machen. Hierzu ist es extrem wichtig, dass wir das Feedback, was wir von den Kunden, aber auch von den Medien bekommen, ausreichend würdigen – bei aller Konzentration auf die Rentabilität unserer Projekte. Ich gebe Ihnen ein Beispiel: Nehmen wir den Passat – er ist seit 1973 auf dem Markt, wir haben über 30 Millionen Passat verkauft. Da ist es für die Mannschaft natürlich eine große Motivation, diese Erfolgsgeschichte auch in der nächsten Generation, die gerade entsteht, fortzuschreiben. Passat Kunden sind Profis. Die haben eine Erwartung, die wir erfüllen müssen.

Wie begegnen Sie in der Baureihe Mid-/Fullsize, die auch den Touareg⁷ verantwortet, der Herausforderung steigender Anforderungen an die Umweltverträglichkeit?

Es muss unser Anspruch sein, dass wir gerade in diesem Bereich mit Innovationen glänzen, denn schließlich haben wir immer noch Vertrauen bei den Kunden wieder aufzubauen. Die Schlagworte sind Hybridisierung und Übererfüllung der gesetzlichen Vorgaben. Neben dem bereits etablierten Passat GTE⁸ wird es auch für den Arteon⁹ und den Touareg ein attraktives

Hybrid-Angebot geben. Ein gutes Beispiel für eine effektive Weiterentwicklung ist aber auch der neue TDI Evo mit Twindosing-Konzept. Wir waren im Konzern mit dem neuen Passat mit 110-kW-TDI-Motor⁵ Vorreiter und bieten hier einen extrem sauberen Diesel an. Dafür haben wir sogar Lob in der ARD-Sendung Plusminus bekommen. Es zeigt, dass der Diesel weiterhin Potenzial hat – und das ist gut so, denn sein CO₂-Vorteil ist unbestritten.



Das ist der neue Baureihenleiter

Markus Kleimann ist seit dem Jahr 2000 für Volkswagen tätig. Seine erste Station war der Bereich Fahrzeugsicherheit in der Technischen Entwicklung. Es folgten Leitungsfunktionen in Deutschland, China und Italien. Zuletzt verantwortete Kleimann die Entwicklung von Volkswagen do Brasil. Seit 2018 leitete er zudem Baureihe und Strategie der Region Südamerika. Kleimann ist Jahrgang 1969 und verheiratet. Seine Hobbys: Kitesurfing, Tennis und Musik.

Neuer Baureihenleiter: Markus Kleimann mit dem Touareg ONE Million¹.

Anzeige

Audi BKK

Dein gesunder Menschenverstand hat da mal 'ne Frage:

Wieso sicherst du dir nicht bis zu 570 €?

Alle wollen uns ständig sagen, was gut für uns ist. Warum hören wir nicht auf jemanden, der es am besten wissen sollte: auf unseren gesunden Menschenverstand. Und der wundert sich, warum du lieber auf viel Geld verzichtest statt jetzt zu wechseln. audibkk.de/gesundheitsvorteil

Zuhören ist unsere stärkste Leistung.

Gute Mitarbeiter-Ideen: Volkswagen spart 30 Millionen Euro

Ein Jahr modernisiertes Ideenmanagement an den deutschen Standorten: Mitarbeiter reichten 25.720 Verbesserungsvorschläge ein

Die Bilanz fällt positiv aus nach einem Jahr modernisiertes Ideenmanagement: 25.720 Verbesserungsvorschläge haben die Mitarbeiter der deutschen Standorte der Marke Volkswagen zwischen Februar und Dezember 2019 eingereicht. 6.640 Ideen und damit rund jede vierte wurden umgesetzt. Das Einsparvolumen: rund 30 Millionen Euro. „Dabei handelt es sich um ausgabewirksame



Thorsten Janotta, Ideenmanagement

Einrichtungen – also um Geld, das das Unternehmen tatsächlich verlassen hätte, wären die Ideen nicht eingereicht worden. Das ist eine Neuerung bei der Bewertung“, erklärt Thorsten Janotta. Der Leiter des Ideenmanagements betont: „Die Zahlen sind beachtlich. Vielen Dank an die Ideengeber, Gutachter und Realisierer! Wir hoffen in diesem Jahr auf noch mehr gute Ideen für Volkswagen.“

Rückblick: Das Ideenmanagement arbeitet seit Februar vergangenen



Eine von vielen guten Ideen: Mitarbeiter reichten den Vorschlag ein, Kundendienstwerkstätten beim Wechsel von Kühlmittel freizustellen, ob sie weiter eine mechanische Standardpumpe zum Entlüften nutzen oder eine neue elektrische Pumpe. Diese spart Zeit und Geld.



Jahres mit einem neuen IT-System zur Aufnahme und Bearbeitung von Verbesserungsvorschlägen. Zuvor schulte es an den deutschen Standorten mehrere tausend Mitarbeiter. Allein am größten Standort Wolfsburg seien mehr als 2.219 Vorgesetzte, Gutachter und Realisierer über die Neuerungen informiert worden.

Die Umstellung auf das neue SAP-basierte IT-System sei eine besondere Herausforderung gewesen. Das bekannte „IdeenOnline“ habe nach 18 Jahren nicht mehr die Sicherheits- und Zukunftsanforderungen erfüllt, sagt Janotta: „Die Mitarbeiter des Ideenmanagements haben fast eine Million Ideen unter Berücksichtigung der Datenschutzanforderungen vom alten in das neue IT-System überführt. Der Dank dafür gilt den Kollegen an den Standorten, denn das ging leider nicht alles automatisch.“



Mario Kurznack, Betriebsrat

Betriebsrat Mario Kurznack freut vor allem, dass seit der Einführung der neuen Betriebsvereinbarung Ideenmanagement und des neuen IT-Systems fast



jeden Monat ein Ideengeber mit der neuen Höchstprämie von 75.000 Euro bedacht wurde. Kurznack: „Top-Vorschläge der Beschäftigten, durch die das Unternehmen viel Geld spart, werden attraktiv belohnt. Auch das sollte für alle Mitarbeiter ein Anreiz sein, 2020 wieder viele gute Verbesserungsvorschläge beim Ideenmanagement einzureichen.“

MissionX spart hohen dreistelligen Millionenbetrag

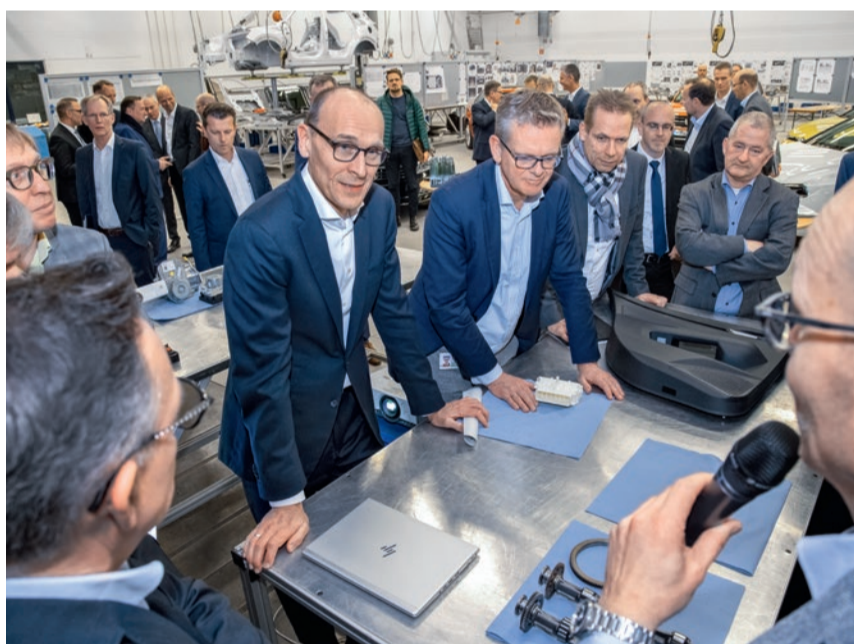
Bereichsübergreifendes Projekt erfolgreich gestartet – Beschäftigte für ihre Arbeit ausgezeichnet

Mit MissionX will die Marke Volkswagen bis 2023 zehn Milliarden Euro einsparen. Beschaffung, Qualitätssicherung, Entwicklung, Vertrieb, Design, Komponente und Value Engineering arbeiten gemeinsam an diesem Ziel. Ende 2018 ist das Projekt gestartet. „Das erste Jahr MissionX war sehr erfolgreich. Wir hatten uns für 2019 einen hohen dreistelligen Millionenbetrag vorgenommen“, sagt Rainer Stutz, Leiter Konzern Beschaffung, Produktneuanläufe. Jörg Teichmann, Leiter Value Engineering: „Das hat zu 100 Prozent geklappt.“

Konsequente Reduzierung der Kosten und Varianten

Bei MissionX geht es darum, die Bauteilstrategie für die Volkswagen Modelle auf mehrere Jahre festzulegen. Die Teilnehmer schauen sich in ihren Projektteams Teile wie den Außen Spiegel an. Sie analysieren dabei unter anderem, ob sich einzelne Varianten, die beim Kunden kaum gefragt sind, einsparen lassen.

Der Erfolg von MissionX ist die Leistung der bereichsübergreifenden Teams. Dafür wurden die Beschäftigten nun geehrt. Ralf Brandstätter, der als COO das operative Geschäft der Marke leitet, übergab zum ersten Mal den MissionX Award an das Tandem für die beste Gesamtleistung. Die Jury bewertete das Volumen, das Volkswagen durch die Arbeit an der Bauteilstrategie einsparte. Gewinner waren Jana Striezel, Leiterin Konzern-



beschaffung Exterior, und Ludger Lührmann, Technische Entwicklung, die das Tandem „Karosserie“ führen. Vier weitere Teams mit insgesamt rund 40 Teilnehmern bekamen Urkunden in verschiedenen Kategorien. Dirk Große-Loheide, Vorstand Beschaffung Marke Volkswagen, und Matthias Rabe, Chief Technology Officer, ehrten die Beschäftigten für ihre besonderen Leistungen.

„Der Pokal ist eine enorme Wertschätzung. Die Transformation der Automobilindustrie stellt Volkswagen heute vor eine hohe Investitionslast. Durch die konsequente Kosten- und Variantenreduzierung gibt MissionX den Rahmen und leistet einen erheblichen Beitrag zum Unternehmensergebnis“, sagt Jana Striezel. Und Ludger Lührmann betont: „Um unsere Ziele zu erreichen, stellen wir alle bisherigen Entscheidungen noch einmal auf den Prüfstand. Dabei gilt ein besonderer Dank unseren Mitarbeitern, die in diesem Jahr die

Ziele erreicht und sogar übertroffen haben.“ Jörg Teichmann: „Das Gesamteinsparziel für dieses Jahr liegt gegenüber 2019 noch einmal um 20 Prozent höher. Die Fortführung und der Erfolg des Programms ist für die Marke Volkswagen von elementarer strategischer Bedeutung.“



Das ist MissionX

Gestartet ist MissionX Ende 2018. Ziel der Marke Volkswagen ist es, die Bauteilstrategie für die Modelle auf mehrere Jahre festzulegen – und bis 2023 zehn Milliarden Euro einzusparen. Beschaffung, Qualitätssicherung, Entwicklung, Vertrieb, Design, Komponente und Value Engineering arbeiten gemeinsam daran.



Basiert auf dem T-Cross mit langem Radstand: die Studie Taigun¹.

Für Indien: Studie Taigun vorgestellt

Auf der Auto Expo im indischen Neu-Delhi hat Volkswagen die Weltpremiere der Studie Taigun gefeiert. Der Kompakt-SUV basiert auf dem T-Cross mit langem Radstand, wie er in Südamerika und China angeboten wird. „Mit dem Taigun präsentieren wir den nächsten großen Schritt für Volkswagen in Indien“, sagt Jürgen Stackmann, Marken-



Jürgen Stackmann, Vertriebsvorstand

vorstand für die Bereiche Vertrieb, Marketing und After Sales. Der Small SUV werde speziell für diesen Markt entwickelt und berücksichtige die Bedürfnisse der indischen Kunden. „Wir sind zuversichtlich, dass dieses Produkt eine perfekte Kombination aus Sportlichkeit und Raffinesse bietet und somit die richtige Wahl für unsere geschätzten indischen Kunden ist“, so Stackmann.

Indien bleibe weiter ein wichtiger Markt für Volkswagen, sagt der Vertriebsvorstand. „Als Gruppe investieren wir über eine Milliarde Euro in den indischen Markt. Das bekräftigt noch einmal unser Engagement für dieses Land. Weltweit gewinnen SUV bei unseren Kunden an Beliebtheit. Deswegen führen wir in diesem Jahr die SUV-Offensive von Volkswagen auch in Indien ein.“



Auf einen Blick: MissionX hat bereits viele Ideen auf den Weg gebracht.

Wolfsburg: 17.500 Händler und Verkäufer in der Autostadt

Neuer Golf und ID.3¹ im Fokus – Noch bis zum 18. März werden Teilnehmer aus 50 Märkten geschult

In der Autostadt läuft seit Ende Januar der große Händlerkongress, Brand Experience genannt. Noch bis zum 18. März kommen fast täglich 400 Händler und Verkäufer nach Wolfsburg, um den neuen Golf, den ID.3 sowie das neue Brand Design der Marke kennenzulernen. Erwartet werden rund 17.500 Teilnehmer aus mehr als 50 Märkten.

„Die Händler, die nach Wolfsburg kommen, lernen zwei unserer DNA-Fahrzeuge hautnah kennen – den neuen Golf und den ID.3. Für viele Märkte gibt es in diesem Jahr nichts Wichtigeres als diese beiden Modelle“, sagt Sandra Waidelich, die als Leiterin Experience Marketing für die Planung der Großveranstaltung zuständig ist.

Präsentiert wird auch das neue Brand Design, das in vielen Ländern noch nicht eingeführt worden ist. „Dabei geht es letztlich nicht nur um das neue Logo und eine neue Bildsprache, sondern um eine komplett neue Haltung“, so Waidelich.

Teilnehmer lernen Golf und ID.3 in vielen Workshops kennen

Ein Ziel der Veranstaltung: „Es muss deutlich werden, dass wir es ernst meinen, wenn wir sagen, dass Volkswagen eine sympathische und zugängliche Marke ist.“ Aus diesem Grund ist ein neues Konzept entwickelt worden. Die Händler besuchen viele Workshops und sollen in kleinen

Gruppen stärker als früher die Möglichkeit erhalten, mit den Themen direkt in Kontakt zu treten und untereinander zu diskutieren.

In der Autostadt sind daher verschiedene Studios errichtet worden, zum Beispiel im Hafen 1, im Konzernforum oder im Volkswagen Markenpavillon. Dort geht es im Detail um Themen wie das Infotainment oder die Aggregate beim Golf. Behandelt werden auch der ID.3 und die ID. Familie, die Ladeinfrastruktur, die WE-Dienste und vieles mehr.



Sandra Waidelich, Leiterin Experience Marketing

Und warum findet das Event in Wolfsburg statt? „Sowohl Marke als auch Golf stammen ja von hier“, sagt Waidelich. Und wo könne man die Neuausrichtung des Unternehmens glaubhafter vermitteln als am Heimatstandort? Hinzu komme: Viele Verkäufer waren noch nie in Wolfsburg, „das hören wir immer wieder“.

Ein Highlight für die Händler: Die Probefahrt mit dem neuen Golf, die ins Messezentrum nach Isenbüttel führt. Dort wird der Showroom im neuen Brand Design gezeigt. Der neue Handelsplatz ist so modular und kosteneffizient wie möglich geplant, vieles ist sogar im Bestand adaptierbar. „Wir hoffen daher, dass die Händler mit einem guten Gefühl nach Hause fahren – im Wissen, dass da keine Unsummen auf sie zukommen“, erklärt Waidelich.

Beteiligt an der Planung des Events sind 120 Personen. Marketing und Academy Sales & Services tragen die Gesamtverantwortung. Im Team sind aber auch Mitarbeiter der Baureihen, der Sicherheit, des Produktmarketings, des Designs, der Produktion, der IT, der Service Factory, der Besucherdienste, der WE-Dienste, der Kundendienstwerkstatt, der Elektronik, der Produkttechnik und der Handelsorganisation. „Da muss jedes Rädchen ineinandergreifen“, sagt Waidelich: „Kompliment an das ganze Team.“



Programm: In Studios lernen die Teilnehmer ID.3 (Bild links) und Golf (unten) kennen.



„Mein Highlight war der neue Golf. Er ist super verarbeitet und fährt sich hervorragend. Ich bin begeistert.“

Christian Magnano – Autohaus Spindler, Kreuzwertheim



„Die Brand Experience hat mir ein besseres Gefühl für die E-Mobilität gegeben. Ich nehme wichtige neue Infos mit. Besonders cool finde ich den ID.3.“

Claudia Janka – Autohaus Fischer-Schädler, Bad Vilbel



Jürgen Stackmann, Vertriebsvorstand

„Unsere internationalen Gäste sind begeistert vom Konzept und dem Veranstaltungsort hier in der Autostadt in Wolfsburg. Ein besonderes Highlight ist für die Teilnehmer das Fahrerlebnis im neuen Golf, der voll überzeugt. Auch die Werkstour, die Begegnung mit unseren Mitarbeitern und der konkrete Ausblick auf die ID. Familie sorgen für Begeisterung.“



Golf und ID.3 hautnah: Noch bis zum 18. März kommen Händler aus mehr als 50 Ländern zur Brand Experience in die Autostadt.



„Das Infotainment-System im neuen Golf gefällt mir gut. Es war spannend, sich das mal aus erster Hand zeigen zu lassen.“

Sascha Häuser – Auto Bach, Bad Homburg



„Interessant fand ich vor allem die Präsentation des ID.3. Über das Auto wird ja viel gesprochen. Generell nehme ich jede Menge Input mit nach Hause.“

Kay Everding – Autohaus Huttenstraße, Halle

Handel trifft auf Fertigung

Brand Experience: Teilnehmer erhalten Einblick in die Fahrzeugproduktion



Viele Verkäufer kennen den Golf und andere Modelle nur als fertiges Produkt. Während des Händlerkongresses in der Autostadt haben sie die Chance, bei einer Tour durch das Werk Wolfsburg einen Einblick in die Fahrzeugfertigung zu bekommen. 40 Minuten dauern die Touren. Das Ziel: Die Händler sollen die tiefe Verbundenheit zwischen Golf und Wolfsburg erleben und unter dem Stichwort „Faszination Produktion“ Erfahrungen auch für ihren Verkaufsalltag nutzen.

In den Hallen sehen die Teilnehmer unter anderem, wie die Fahrzeuge Schritt für Schritt aus tausenden Einzelteilen produziert werden – etwa im Presswerk, wo aus einem Stück Blech ein Kotflügel geformt wird. An einem Exponat erfahren sie, wie das neue Innovision Cockpit für den Golf aus Granulat und Einzelteilen entsteht.

In Halle 54 stehen die Mannschaftsleistung und die Golf Familie im Vordergrund. Themen

hier sind die getakteten Arbeitsprozesse, die selbstorganisierte Teamarbeit und die ergonomische Fertigung. Am Beispiel des Cockpit-Verbaus, der vollautomatisiert abläuft, wird verdeutlicht, dass Fertigungstechnologien bei Volkswagen Benchmark in der Branche sind – genauso wie die neuartige automatisierte Inbetriebnahme, also die Bedienung der Fahrzeuge mit der richtigen Software „over the air“.

Am Ende der Tour lernen die Teilnehmer die Inbetriebnahme der Fahrzeuge kennen, wenn der Golf zum ersten Mal gestartet wird und so „zum Leben erwacht“.



Während des Händlerkongresses: Die Teilnehmer aus 50 Ländern erleben das Werk Wolfsburg.

Die Stadt Wolfsburg feierte den neuen Golf

360°-Interview: Oberbürgermeister Klaus Mohrs über die Kussmund-Kampagne und die Beziehung zu Volkswagen



Unterstützung: Wolfsburg Promis machten bei der Aktion mit.



Kussmund für den neuen Golf: Bis 16. Februar waren Fans aufgefordert, ein Selfie zu posten. Plakate in der Wolfsburger Innenstadt bewarben die Aktion.

Mit einer großen Kampagne hat die Stadt Wolfsburg den neuen Golf gefeiert – und damit die enge Beziehung zu Volkswagen gewürdigt. Während einer sogenannten 8-Tage-Woche (die 8 steht für den Golf der 8. Generation) vom 10. bis 16. Februar fand eine Selfie-Aktion über die sozialen Medien statt: Wolfsburger Bürger, Volkswagen Mitarbeiter und alle, die Lust darauf hatten, waren aufgefordert, ihre Sympathie mit dem neuen Golf auszudrücken, indem sie einen 8er-Kussmund posten und mit „#8TageWoche“ versehen. Die Ergebnisse können nach wie vor auf den städtischen Instagram- und Facebook-Kanälen angeschaut werden.

Im 360°-Interview spricht Oberbürgermeister Klaus Mohrs über die Kampagne und den neuen Golf.

Herr Mohrs, warum hat die Stadt den Golf mit einer Kampagne gefeiert? Die Wolfsburgerinnen und Wolfsburger sind stolz auf dieses

Auto. Das spüre ich immer wieder, wenn ich mit den Menschen in dieser Stadt spreche. Es ist ihr Golf – und das ist ganz wörtlich zu verstehen. In Wolfsburg sind etwa 45.000 Golf zugelassen. Gleichzeitig ist die Produktion dieses Modells eine Lebensgrundlage für uns. Sie sichert seit den 70er-Jahren viele Arbeitsplätze und generell die Existenz der Stadt. Das alles wollten wir würdigen. Und Danke sagen.

Warum haben Sie diese Art der Kampagne gewählt?

Für viele Wolfsburger ist der Golf ein sehr emotionales Auto. Daher haben wir uns für den Kussmund entschieden – quasi eine Art Liebesbeweis, den jeder mit einem schnell gemachten Selfie erbringen kann. Außerdem wollten wir etwas Zeitgemäßes schaffen, das auch junge Leute anspricht. Die Aktion wurde in den sozialen Medien gespielt. Digitale Vernetzung, Emotionalität – das passt ja ausgezeichnet zum neuen Golf.

Wie gefällt Ihnen das Auto?

Es gefällt mir wirklich gut. Der neue Golf hat alles, was man sich wünschen kann. Von außen ist er nach wie vor eindeutig als Golf erkennbar. Innen ist er mit dem digitalen Cockpit voll vernetzt und modernisiert worden. Ganz persönlich freue ich mich auf den GTI, das war schon immer mein Traumauto. Die Auszubildenden von Volkswagen waren schon mehrfach mit ihrem Wörthersee-GTI am Rathaus. Das ist immer ein ganz besonderer Termin gewesen.

Wie sehen Sie generell die Beziehung zwischen Volkswagen und der Stadt? Beide Seiten wissen, dass es ohne den anderen nicht geht. Volkswagen war immer darauf angewiesen, dass sich Wolfsburg als moderne und interessante Stadt entwickelt, in der die Menschen

gern leben. Für uns war immer klar, dass die Stadt ohne Volkswagen in dieser Form nicht bestehen würde. Dass die Menschen keine Arbeit hätten.

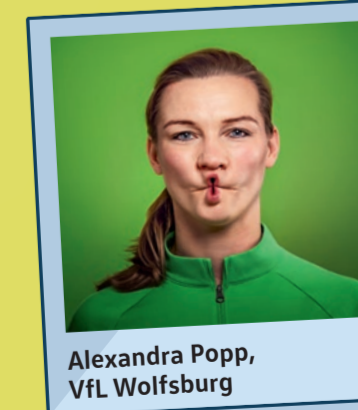
Und wie wird sich diese Beziehung in den nächsten Jahren weiterentwickeln?

Es vergeht kaum eine Woche, in der ich nicht im Werk bin oder in der Kollegen von Volkswagen zu mir ins Rathaus kommen, um gemeinsame Themen zu besprechen. In nächster Zeit wird es verstärkt um den Ausbau der Infrastruktur gehen. Um einige Stichworte zu nennen:

Glasfaser, 5G-Netz, die Möglichkeit des autonomen Fahrens und das Laden von E-Autos im Stadtgebiet. Außerdem wollen wir noch näher zusammenrücken, also räumlich gesehen. Volkswagen sollte noch stärker in der Innenstadt präsent sein. Die Stadt wird irgendwann vielleicht auch näher an das Ufer des Mittellandkanals rücken. Der Nordkopf in der Innenstadt sowie die Heinrich-Nordhoff-Straße sind die entscheidenden Berührungspunkte. Ideal wäre es, eine Entwicklung wie nach der Eröffnung der Autostadt zu wiederholen. Volkswagen und die Stadt rückten damals enorm zusammen.



Ehme de Riese, Wolfsburger Optiker



Alexandra Popp, VfL Wolfsburg



Die Wolfsburger sind stolz auf den Golf, sagt Klaus Mohrs, hier bei der Weltpremiere im vergangenen Oktober.

Der Gewinner steht fest: Bratislava ist „Transformer of the Year 2019“

Das Rennen um den Spitzenplatz war dieses Jahr sehr knapp. Am Ende hat ein Faktor den Unterschied gemacht.

Nach einem knappen Rennen hat das slowakische Werk in Bratislava den internen Wettbewerb „Transformer of the Year“ der Produktion und Logistik für sich entschieden. Den Ausschlag gaben die Ergebnisse der BOM-Liga (Best of Measures). Dieser Index steht für die Zusammenarbeit der Werke. Also genau das, was der Wettbewerb erreichen will: gemeinsam besser werden.

Satte 125 Ideen haben die Finalisten im Produktionsnetz-



So sehen Sieger aus: Die Mannschaft aus dem Werk Bratislava hat den Wettbewerb „Transformer of the Year“ gewonnen.

werk verbreitet. „Jeder Standort kämpft zwar für sich, aber letztendlich zählen wir alle in Produktion und Logistik zu den Gewinnern“, fasste Produktionsvorstand Andreas Tostmann zusammen.

„Der Wettbewerb machte zudem deutlich, welche faszinierenden Ergebnisse wir gemeinsam erzielen können, wenn die ganze Mannschaft an einem Strang zieht.“

Der jetzt beendete Wettlauf war um einiges spannender als in den vergangenen Jahren, weil er zum ersten Mal in zwei Stufen stattfand: Nach der Qualifikationsrunde „Race4Transformation“ mit der

monatlichen Bewertung messbarer KPI-Kennzahlen standen Ende 2019 die TOP 3 fest: Palmela, Kaluga und Bratislava. In der Finalrunde wurden alle Werke noch einmal unter die Lupe genommen. Beim Zielerreichungsgrad waren alle gleichauf, beim Business Cockpit lag Palmela leicht vorne – sodass der Vorsprung in der BOM-Liga den Ausschlag für Bratislava gab.

„Mit diesem internen Wettbewerb haben wir die Faszination Produktion für alle greifbar gemacht und es dabei geschafft, dem Begriff Effizienz ein neues Gesicht zu geben.“

Robert Cisek, Leiter Strategie



Gewonnen haben am Ende alle: Die Werkleiter der Finalisten – Stefan Depka (Kaluga, v. l.), Oliver Grünberg (Bratislava) und Miguel Sanches (Palmela) – mit Produktionsvorstand Andreas Tostmann (r.) und Robert Cisek, Leiter Produktionsstrategie.

Besondere Teams: So international ist die Produktion

Um die Zusammenarbeit zwischen den Werken und der Zentrale zu stärken, setzt die Produktion auf multinationale Teams – nicht nur in der Fahrzeugfertigung. Zurzeit arbeiten im Strategiebereich in Wolfsburg drei Kolleginnen aus Südafrika, Brasilien und Mexiko.

Verschlossen ist hier niemand

„Kurz nach meiner Ankunft habe ich meiner Familie erzählt, dass die Deutschen verschlossen sind und nur schwer Freundschaften schließen können“, sagt Ingrid Kotvan. „Aber das stimmt nicht. Mittlerweile ist meine Nachbarin meine beste Freundin.“ Die Brasilianerin arbeitet seit Sommer 2019 in der Zentrale – als eine von drei Kolleginnen, die für zwei bis drei Jahre aus ihrem Land nach Wolfsburg in den Bereich Produktionsstrategie gewechselt sind.



Produktion international (v. l.): Ingrid Kotvan, Nadia Espinosa und Anthonette Miller.

In ihrem Bereich geht es um die Zusammenarbeit der deutschen Zentrale mit den Werken in zehn Ländern, die nach weltweit einheitlichen Methoden ausgerichtet werden sollen. Dabei sind unterschiedliche Sichtweisen, persönliche Netzwerke und Sprachkenntnisse hilfreich. Nadia Espinosa aus Mexiko: „Wenn ich mit den Werken in ihrer eigenen Sprache sprechen kann, erleichtert das den Kontakt sehr.“ Nicht nur in der täglichen Zusammenarbeit mit den Standorten ist die internationale Besetzung im Strategieteam eine Hilfe. Je unterschiedlicher die Perspektiven und je vielseitiger die Erfahrungen, desto breiter das Verständnis und die Akzeptanz für einzelne Maßnahmen.

Zur Begrüßung ein Küsschen

„Am Anfang war ich zurückhaltend“, sagt Kotvan auf die Frage nach ihrer wichtigsten Erkenntnis. „Heute bin ich mehr ich selbst – und die Leute akzeptieren mich so, wie ich bin. In Brasilien geben wir uns zur Begrüßung einen Kuss. Hier in meinem Team haben sich nun auch schon viele daran gewöhnt.“

Auch Anthonette Miller aus Südafrika, die für den Informationsfluss mit und zu den Verantwortlichen für die einzelnen Strategiehandlungsfelder zuständig ist, ist froh über den Wechsel: „Ich habe das Who's who im Konzern kennengelernt und weiß jetzt viel besser, wie das Zusammenspiel von Konzern, Marke und Werken funktioniert.“

Neuer Golf: Tour durch die Werke

Beschäftigte lernen neues Mitglied der Kompaktfamilie hautnah kennen

Während die Volkswagen Händler zurzeit den neuen Golf in Wolfsburg kennenlernen (siehe Seiten 16–17), ging der Neue bereits auf eine Tour durch die europäischen Werke, um dort der Produktionsmannschaft live vorgestellt zu werden. Hier ein paar Eindrücke:



Produktion löst Problem in Poststelle

Mit 3D-Drucker: So macht Azubi Daniel Schmidt die Sortiermaschine wieder flott

Schon seit einiger Zeit hakte die Sortiermaschine der Poststelle: Das Gerät aus der Schweiz ist für Schweizer Briefformate eingestellt. Weil die deutschen Formate etwas größer sind, konnten die Briefe bislang nicht richtig vorsortiert werden, bevor sie per Hand in rund 2.000 Brieffächer weiterverteilt werden. Der Grund war schnell gefunden: Die Rollen unter dem Förderband waren nicht breit genug – und konnten deshalb beim Transport über das Band die Lage der Briefe nicht sichern, sodass diese nicht richtig gesannt werden konnten. Über einen Artikel in der 360° wurde die Poststelle auf die Additive

Fertigung aufmerksam, die mithilfe von 3D-Druck genau solche Probleme lösen kann.

Ab dann lief alles wie am Schnürchen. Daniel Schmidt kümmerte sich darum: Er fertigte Förderrollen an, die speziell für die Maschine zugeschnitten wurden. Dazu baute er die vorhandenen Rollen aus, überführte die Maße in CAD und änderte sie so ab, bis es passte. Nach Probedrucken mit verschiedenen Kunststoffen optimierte er noch Gewicht, Festigkeit und Oberfläche, bis alles perfekt funktionierte. Daniel Schmidt macht daraus keine große Sache: „Die hatten ein Problem, wir haben ihnen geholfen, fertig.“ Die Projektarbeit war für den 22-Jährigen, der sich im dritten

Lehrjahr zum Technischen Produktdesigner befindet, eine gute Gelegenheit, sich zu beweisen. Thomas Stein, Projektleiter in der Additiven Fertigung: „Wir wollen unsere Azubis auf den Arbeitsalltag vorbereiten und lassen ihnen dazu oft freie Hand.“ Daniel Schmidt hat die Gelegenheit genutzt, Thomas Stein ist stolz auf ihn: „Er hat das Projekt komplett eigenständig durchgezogen.“ Die schnelle Reparatur zeigt gleich dreierlei: Wie wichtig es ist, die richtigen Leute am richtigen Platz zu haben. Wie einfach es manchmal sein kann, zu einer schnellen und kostengünstigen Lösung zu kommen. Und wie sehr es dabei hilft, wenn Abteilungen zusammenarbeiten.



Runde Sache: Azubi Daniel Schmidt hat neue Rollen für die Sortiermaschine der Poststelle gefertigt.





Im Schnee: Die Wolfsburger Eishockeyspieler vor ihrem Mannschaftsbus. Kurze Zeit später begann ihr Winterfahrtraining.

Mit den Grizzlys: Mitarbeiter auf Tour

Gewinnspiel-Aktion: Cedric Klauenberg aus dem Werk Wolfsburg begleitete die Eishockey-Profis zu Spiel und Fahrtraining

Das Jahr 2020 hielt für Cedric Klauenberg gleich zu Beginn einen Höhepunkt bereit: Der Volkswagen Mitarbeiter begleitete das Erstliga-Eishockey-Team der Grizzlys Wolfsburg zum Auswärtsspiel nach München und zum anschließenden Winterfahrtraining ins österreichische Faistenau. Gewonnen hatte er die von der Volkswagen Sportkommunikation organisierte Reise bei einem Gewinnspiel im Volkswagen Net.

„Ich habe viele spannende Einblicke erhalten, die ich so schnell nicht vergessen werde“, schwärmte

Klauenberg im Anschluss an die zwei ereignisreichen Tage. An der Seite von Konzernvorständin Hiltrud Werner, die im Aufsichtsrat der Grizzlys sitzt, sah Klauenberg zunächst den überraschenden Auswärtssieg in der Deutschen Eishockey Liga (DEL) beim Tabellenführer in München.

Tags darauf ging es für den 27-jährigen gemeinsam mit den Grizzlys nach Österreich. Beim von der Volkswagen Driving Experience organisierten Fahrtraining nahmen Klauenberg und die Eishockey-Profis in Volkswagen Modellen Platz. Auf einem von Schnee

und Eis bedeckten Slalomparcours brachten die Gäste aus Wolfsburg die Fahrzeuge gehörig ins Driften.

„Es war interessant zu sehen, wie sich so

ein Auto in Extremsituationen verhält und wie ich als Fahrer reagieren muss“, sagte Klauenberg, der auf der Reise gefühlt ein Teil des Grizzlys-Teams war. So durfte er vor dem Spiel in München sogar bei der Abschlussbesprechung von Trainer Pat Cortina dabei sein. Und auf der Fahrt nach Österreich nahm der Volkswagen Mitarbeiter aus dem Controlling Zentralfunktionen für die Komponente in der oberen, für Spieler reservierten Etage des Busses Platz. Dort bekam er von Kapitän Gerrit Fauser und Co. einen Einblick in den Alltag eines Eishockey-Profis. Klauenberg: „So nah erlebt man die Jungs sonst nie.“



Erinnerungen: Klauenberg (kleines Foto) mit Hiltrud Werner, Grizzlys-Aufsichtsrätin und im Konzern Vorstand für Integrität und Recht. Oben: Der Mitarbeiter erhält von den Spielern Fabio Pohl (links) und Christoph Höhenleitner ein Trikot.



Driften im Schnee: Die Driving Experience machte es möglich.

Grizzlys Wolfsburg vor entscheidenden Spielen

Für die Grizzlys beginnt dieser Tage die heiße Phase im Kampf um die Teilnahme an den Play-offs. Die letzten drei Heimspiele in der Meisterrunde steigen am 21. Februar gegen Krefeld, am 1. März gegen Berlin und am 6. März gegen Nürnberg. Die Meisterrunde endet für die Wolfsburger am 8. März in Ingolstadt.

Europa League: VfL trifft zweimal auf Malmö FF

Europa, der VfL Wolfsburg ist da! Im Sechzehntelfinal-Hinspiel der Europa League gegen Malmö FF will der Fußball-Bundesligist am Donnerstag (20. Februar) den Grundstein für das Erreichen des Achtelfinales legen. Anpfiff ist um 21 Uhr in der Volkswagen Arena. Das Rückspiel steigt eine Woche später in Schweden: Am Donnerstag, 27. Februar, geht es schon um 18.55 Uhr los.

Etwa 4.000 Fans begleiten den Traditionsclub ins sieben Autostunden entfernte Wolfsburg. VfL-Manager Jörg Schmadtke erwartet zu Beginn der K.-o.-Runde aber nicht nur eine stimmungsvolle, sondern auch schwierige Partie. Mehrmals hat er gewarnt, den schwedischen Rekordmeister zu unterschätzen. Schmadtke sieht einen typisch skandinavisch spielenden Gegner auf den VfL zukommen – zweikampfstark und nie aufgebend.

Favorit aber sind die Wolfsburger. Schon allein deshalb, weil in Schweden die Saison erst im April beginnt. Die vergangene Spielzeit beendete Malmö im November als Tabellenzweiter mit einem Punkt Rückstand auf Djurgårdens Stockholm. Dennoch trennten sich Coach Uwe Rösler (nun in Düsseldorf) und der Klub wegen unterschiedlicher Auffassungen über die künftige Ausrichtung. Nachfolger ist Jon Dahl Tomasson. Übrigens: Trikotsponsor der Schweden ist Volkswagen.

Karten für das Europa-League-Spiel gegen Malmö gibt es ab 19.30 Uhr an den Tageskassen.



Freut sich auf die Europa League: VfL-Mittelfeldmotor Maximilian Arnold (links).

So entstanden die Spots für die United Sondermodelle

Volkswagen ließ in Dortmund Szenen mit Nationalspielern wie Timo Werner, Leon Goretzka und Julian Brandt drehen

Dreharbeiten in Dortmund: In der Westfalenhalle ließ Volkswagen die Werbespots für die United Sondermodelle drehen, die zurzeit im Fernsehen laufen.

Das Fußballjahr 2020 steht ganz im Zeichen der Europameisterschaft: Volkswagen stimmt sich aktuell mit den United Sondermodellen auf das erstmals in zwölf Ländern stattfindende Großereignis vom 12. Juni bis 12. Juli ein. Beworben werden die Sondermodelle von der deutschen Fußball-Nationalmannschaft. „Die Details machen das Spiel“, heißt es in dem Werbespot, der seit Mitte Januar im deutschen Fernsehen läuft. Darin sind die Nationalspieler zu sehen, wie sie sich in der Kabine auf ein



Tor für Deutschland: Timo Werner und Co. jubelten schon mal für die Kameras.



Spiel vorbereiten, wie sie durch den Spielertunnel ins Stadion einlaufen und wie sie ein entscheidendes Tor bejubeln.

Die Sonderedition United gibt es vom up!, e-up!, Polo, T-Cross, Golf Variant, Golf Sportsvan, T-Roc, Tiguan Allspace, Touran und Sharan. Für Kunden ergibt sich – abhängig vom Modell – ein Preisvorteil von bis zu 3.400 Euro.

Dreharbeiten in Dortmund: Bevor die Kameras surrten, wurden die Nationalspieler hübsch gemacht.

Ein Video von den Dreharbeiten mit der Fußball-Nationalmannschaft finden Sie hier: <https://youtu.be/f2BovZ6hlAI>



Azubis besuchten junge VfL-Kicker

Zehn Volkswagen Auszubildende haben die VfL-Fußball-Akademie besucht und die Welt junger Talente kennengelernt. „Wir hoffen, dass die Azubis einen Eindruck vom Tagesablauf eines jungen Fußballers bekommen haben“, sagte Francisco Coppi, Administrativer Leiter der VfL-Akademie. Er betonte: „Für uns ist der Austausch mit Volkswagen enorm wichtig, damit unsere Spieler den Alltag von Jungs abseits des Fußballs kennenlernen. Unsere Talente sollen einen Eindruck von der Berufswelt bekommen.“



Tour durch die Akademie: Francisco Coppi (rechts) mit den Volkswagen Azubis und Christoph Görtz, Leiter Berufsausbildung.



Bunt und vielfältig: So soll der Familientag im Werk Wolfsburg werden.

Familientag: Talente gesucht!

Musiker, Tänzer, Künstler: Wer am 20. Juni im Werk Wolfsburg auftreten will, kann sich bis zum 3. März bewerben

Die Vorbereitungen laufen auf Hochtouren: Am Sonnabend, 20. Juni, steigt von 10 bis 17 Uhr im Werk Wolfsburg der große Familientag. Ob Anreise-, Einlass- und Sicherheitskonzept oder Kinderprogramm – für das Projektteam gibt es viel zu tun, damit der Tag für die Gäste zum Erlebnis wird. Die Fachbereiche

sind bereits aufgerufen, den Kollegen und ihren Angehörigen zu präsentieren, woran sie arbeiten. Ausgewählte Arbeitsplätze in der Produktion werden für die Besucher erlebbar sein.

Als roter Faden zieht sich das Motto „Familie ist...“ durch die Veranstaltung. Für das Programm bedeutet es, dass Menschen im Mittelpunkt stehen –

und zwar auch mit ihren Talenten abseits des Berufsalltags. Für das Bühnenprogramm können sich alle Mitarbeiter am Standort Wolfsburg ab sofort bewerben. Was sie präsentieren, ist ihnen zunächst einmal freigestellt. Doch ganz egal, ob Tanzgruppe, Zauberer, Comedy-Künstler oder Walking Act, DJ, Duo, Band, Chor oder Orchester,

klassische Musik, Pop, Schlager oder Rock – so vielfältig die Wolfsburger Mannschaft ist, so vielfältig soll auch das Bühnenprogramm werden.

Wer dabei sein möchte, schickt seine Kontaktdaten inklusive Telefonnummer (für Rückfragen), einen kurzen Bewerbungstext und am besten auch gleich einen Youtube-Link zu einem aussagekräftigen Video bis Dienstag, 3. März, an das zentrale Postfach für den Familientag. Die Adresse lautet familientag.wolfsburg@volkswagen.de.



Rückblick: Auch beim letzten Tag der offenen Tür im Werk Wolfsburg spielten Mitarbeiter-Bands.

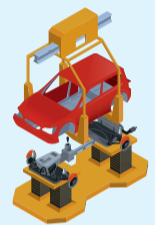


KENNEN WIR UNS NICHT?

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



Yavuz B. Ögüt (40) aus Wolfsburg, verheiratet, ein Kind, seit 23 Jahren bei Volkswagen



MEINE FRÜHEREN JOBS

Angefangen habe ich in der Produktion im Werk Wolfsburg – erst war ich in Halle 37, dann in Halle 53a. Später bin ich zur Service Factory in die IT gewechselt.



MEIN AKTUELLER JOB

Seit acht Jahren arbeite ich in der Konzern-IT am Projekt ODIS, also Fahrzeug-Diagnose. Hier bin ich für den Fehlerabstellprozess als Defect-Manager verantwortlich.



MEIN AUTO

Ich fahre einen Golf 7 GTD¹ – und bin sehr zufrieden. Der Golf ist wie ich ein echter Wolfsburger – vielleicht verstehen wir uns deshalb so gut ...



MEINE HOBBYS

Kampfsport – ich betreibe Brazilian Jiu-Jitsu und bin das ganze Jahr über weltweit für den VfL Wolfsburg bei Wettkämpfen im Einsatz. Ich war schon Welt- und Europameister.



MEIN TRAUM

Gern würde ich einmal auf dem Mond spazieren gehen und das Weltall erkunden!

Geschenk: Flexible Ladesäulen für Wolfsburg

Volkswagen Group Components hat sie im Stadtgebiet verteilt – Schmall: Wichtiger Schritt in e-mobile Zukunft

Die Volkswagen Group Components hat flexible Schnellladesäulen über das Wolfsburger Stadtgebiet verteilt. Damit geht ein wichtiger Teil des Geburtstagsgeschenks von Volkswagen für die Bürger der Stadt Wolfsburg an den Start: kostenfreies Laden für 80 Wochen an den neuen flexiblen Ladesäulen.



Thomas Schmall, Chef Group Components

Neun der zwölf Säulen sind in der ersten Phase des Pilotprojekts fest an das Stromnetz angeschlossen, drei weitere werden flexibel, zum Beispiel bei Großveranstaltungen, eingesetzt. Zu

finden sind die Schnellladesäulen von Fallersleben bis Vorsfelde und von Brackstedt bis Detmerode (siehe Grafik). Geladen werden können E-Autos und Hybridfahrzeuge unterschiedlicher Hersteller. Dabei ist nicht nur normales Laden, sondern auch Schnellladen mit bis zu 100 kW möglich.

„Eine flächendeckende Ladeinfrastruktur im urbanen Raum ist einer der wesentlichen Schritte in eine e-mobile Zukunft“, sagt Thomas Schmall, Vor-

standsvorsitzender Group Components: „Die von uns entwickelte flexible Ladesäule ist ein wichtiger Baustein für ein funktionierendes Netz an Ladepunkten.“

Mit ihren kompakten Abmessungen kann die flexible Schnellladesäule nahezu überall aufgestellt werden, wo Bedarf besteht oder noch keine Ladeinfrastruktur vorhanden ist. Mit Anschluss an das Niederspannungsnetz wird sie zu einem festen Ladepunkt, ohne den Aufwand für eine vergleichbare fest installierte Schnellladesäule zu betreiben.



Die flexiblen Schnellladesäulen der Volkswagen Group Components

1. Mozartstraße/Ecke Franz-Liszt-Straße 6 | 38442 Wolfsburg | Fallersleben
2. Vogtlandweg 4 | 38440 Wolfsburg | Laagberg
3. Autostadt | Stadtbrücke | 38440 Wolfsburg | Kurzzeitparkplatz vor dem ServiceHaus
4. e-Mobility-Station | Braunschweiger Straße 10 | 38440 Wolfsburg | Stadtmitte
5. Baking Baustoffhandel | Karl-Ferdinand-Braun-Ring 2 | 38448 Wolfsburg | Vorsfelde
6. real Markt | Hehlinger Straße 21 | 38446 Wolfsburg | Nordsteimke
7. Klausenerstraße 10 | 38444 Wolfsburg | Detmerode
8. ALDI Markt | Alte Schulstraße 30 | 38448 Wolfsburg | Wendschott
9. Hotel & Restaurant Brackstedter Mühle | Zum Kühlen Grunde 2 | 38448 Wolfsburg | Brackstedt

Stand Januar 2020

¹ Golf GTD – Kraftstoffverbrauch in l/100 km: innerorts 5,5–5,1 / außerorts 4,4–4,0 / kombiniert 4,7–4,4, CO₂-Emission kombiniert in g/km: 125–116; Effizienzklasse: B–A

Werk investiert Millionen in digitale Lösungen

Standortsymposium Wolfsburg: Produktionsvorstand Andreas Tostmann und Werkleiter Stefan Loth danken Beschäftigten

Standortsymposium im Werk Wolfsburg – dabei wurde deutlich: Die Marke Volkswagen stärkt weiter die Zukunfts- und Wettbewerbsfähigkeit ihres Stammwerks. „Wir haben 2019 viel erreicht. Um noch effizienter zu werden, wollen wir am Standort Wolfsburg allein 2020 einen mittleren zweistelligen Millionen-Euro-Betrag in die Digitalisierung unserer Prozesse und das Thema Industrie 4.0 investieren“, sagte Werkleiter Stefan Loth.

Appell: In den Anstrengungen nicht nachlassen

Allein im vergangenen Jahr nahmen die Mitarbeiter im Werk 400 Workshops zum Thema Effizienz vor. Die daraus resultierenden Maßnahmen sind zum überwiegenden Teil schon umgesetzt und haben zu mehr Geschwindigkeit und sinkenden Kosten beigetragen. „Wir haben beim Thema Effizienz trotz einiger Herausforderungen im vergangenen Jahr weitere Fortschritte gemacht“, sagte Produktionsvorstand Andreas Tostmann: „Das ist ein Verdienst der gesamten Mannschaft, die gute Arbeit geleistet hat und der ich dafür herzlich danke.“ Tostmann betonte aber auch, dass es jetzt gelte, „in den Anstrengungen nicht nachzulassen“.

Betriebsratschef Bernd Osterloh: „Die Belegschaft im Stammwerk Wolfsburg hat in einem schwierigen



Beim Symposium: Ralf Brandstätter (von rechts), Bernd Osterloh, Andreas Tostmann, Daniela Cavallo, Oliver Blume und Stefan Loth.

Jahr Flexibilität bewiesen und eine Top-Leistung gezeigt. Gleichzeitig verbesserte sie mit Ideen und Vorschlägen immer wieder die Produktionsanlagen und erhöhte so die Produktivität.“ Volkswagen investiere außerdem erheblich in das Werk Wolfsburg, so Osterloh: „Diese Innovationen aus der Belegschaft und die Investitionen öffnen die Tür für

neue Produkte. Die Mannschaft im Stammwerk ist dafür bereit.“

Ein Schwerpunkt der Maßnahmen lag auf digitalen Lösungen. Das Highlight und weltweit in der Automobilindustrie einmalig: Im Werk werden künftig Schweißpunkte an den Karossen per Ultraschall nicht mehr manuell, sondern automatisiert geprüft und die Daten in Echtzeit in ein IT-System überführt. Loth: „Das ist ein Riesenschritt in puncto Effizienz für das Werk und eine tolle Idee der Belegschaft.“ Nach Umsetzung des Projekts liegt die jährliche Kostensenkung bei rund drei Millionen Euro. Die Lösung soll anschließend auf andere Standorte übertragen werden.

Effizient: Roboter prüfen nun Ausrichtung der Scheinwerfer

Ein weiteres Beispiel für mehr Effizienz: die Mensch-Roboter-Kollaboration. In Wolfsburg prüfen und justieren seit Ende vergangenen Jahres Roboter die Ausrichtung der Scheinwerfer der Fahrzeuge. Mitarbeiter müssen die

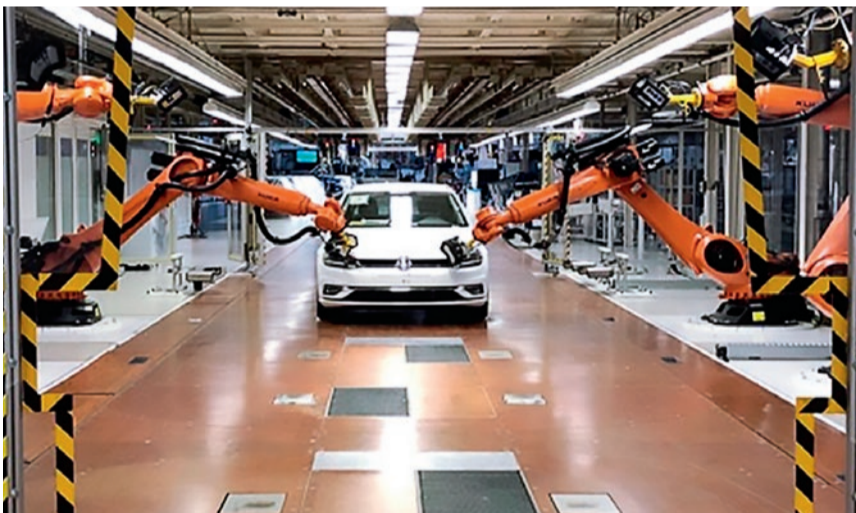


Künftig automatisiert: Kai Morgenstern und Thomas Berg präsentieren die Ultraschallprüfung von Schweißpunkten.

Scheinwerfer nur noch einschalten und nicht mehr selber justieren.

Eine weitere Einsparung in Millionenhöhe ergibt sich, wenn im Laufe des Jahres erstmals Roboter die Türen und Heckklappen in die Fahrzeuge einhängen. Daten wie die der Spaltmaße werden automatisch von einer IT-Lösung weiterverarbeitet. Loth: „Den Weg zum digitalen Werk werden wir 2020 weiter konsequent mit der ganzen Mannschaft gehen.“

Auch mit dem Demografie-Projekt STARK hat das Werk 2019 ein Ausdruckszeichen gesetzt, wenn es um den Einsatz von Menschen mit Tätigkeitseinschränkungen in der Fertigung geht: Bis zu 300 Beschäftigte auf 70 Arbeitsplätzen arbeiten dort Hand in Hand. Wertschöpfend und wertgeschätzt fertigen diese Mitarbeiter mit Tätigkeitseinschränkungen im laufenden Taktbetrieb jeden Tag 1.200 Cockpits an besonders eingerichteten Arbeitsplätzen.



Neuer Bandabschnitt auf der Montagelinie 3: Das automatisierte und robotergesteuerte Scannen von Spaltmaßen.



Strom aus Sonnenenergie: Darauf setzt VWI.

VWI: Photovoltaik auf dem Dach

Aus Sonnenenergie Strom gewinnen und damit gleichzeitig auf erneuerbare Energien setzen: Volkswagen Immobilien (VWI) unterstützt mit der Installation einer Photovoltaikanlage auf dem Dach des Bürogebäudes in der Schlosserstraße in Wolfsburg alternative Lademöglichkeiten für Elektrofahrzeuge und profitiert davon mehrfach: Zum einen kann der erzeugte Strom direkt für das Laden von Fahrzeugen genutzt werden, zum anderen fließt die überschüssige Energie in das Gebäude beziehungsweise wird in einem Batteriespeicher zwischengespeichert, um bei Bedarf den Stromverbrauch der technischen Anlagen im Haus zu reduzieren.

Nun automatisch: Abstapeln von gepressten Teilen

Projekt in Halle 1a schnell umgesetzt – Planer lobt Zusammenarbeit der Abteilungen

In der Halle 1a in Wolfsburg erfolgt das Abstapeln von Türinnenblechen und Heckklappen nun vollautomatisch. Es ist bereits die zweite Pressenstraße, die dazu in der Lage ist.

Alexander Goes, Planer im Presswerk, blickt auf intensive 14 Monate zurück: „Wir erhielten den Projekt-auftrag zu dem Umbau im Dezember 2018 mit dem Ziel, die Anlage noch im Jahr 2019 in Betrieb zu nehmen – außergewöhnlich für solch eine Automatisierungsmaßnahme, da die Projektlaufzeit äußerst kurz bemessen ist. Neue Förderbänder, die Installation der Roboter – all das haben wir im laufenden Betrieb geschafft. Nun sind wir auf der Zielgeraden – und das freut mich sehr.“ Dass der Zeitplan eingehalten werden könne, liegt laut Goes an der guten Zusammenarbeit zwischen dem Betreiber, dem Volkswagen internen Anlagenbau, der Instandhaltung und der Presswerkplanung. Und noch ein weiterer Punkt ist besonders: So stapeln die



Alexander Goes, Planer in der Presswerktechnik.



Voll automatisch: Roboterarme greifen die Bauteile direkt vom Förderband und stapeln diese in Transportbehälter.

vier Roboterarme die Türinnenbleche des Tiguan, des Touran und des neuen Golf nicht nur automatisch ab – vom Einlegen der Blechplatte über das Umformen in der Anlage bis zum Abtransport der fertigen Teile ins Lager funktioniert alles ohne dass Menschen eingreifen müssen. Ein Thema,

das laut Alexander Goes im ersten Moment nicht bei allen Presswerkern gut angekommen ist: „Jede Automatisierung von Anlagen geht häufig damit einher, dass wir Teams auflösen und Mitarbeiter in andere Bereiche versetzen. Das stößt nicht immer auf Gegenliebe, was vollkommen normal

ist. Umso wichtiger, dass wir früh in die Kommunikation miteinander gehen, um diese Veränderung so reibungslos wie möglich zu gestalten. Das haben wir auch in diesem Fall ganz gut gelöst.“

Der Abschluss der Integration aller Bauteile ist für Ende März geplant.



Offen, flexibel,
variabel: die
Projektfläche
im ersten
Obergeschoss.

FE: Mehr Platz für Zukunftsprojekte

Im neuen Projekthaus am Standort Wolfsburg gibt es 642 moderne Arbeitsplätze

Im neuen Projekthaus EP20 in der Forschung und Entwicklung (FE) haben die Mitarbeiter ihre Arbeit aufgenommen. Das zukunftsweisende Gebäude war im Dezember nach nur 14 Monaten Bauzeit eröffnet worden. Es ist maßgeschneidert für die neuen, flexiblen Formen der Zusammenarbeit in den Fahrzeugprojekten.

„Mit dem Projekthaus EP20 schaffen wir die baulichen Voraussetzungen für diese dringend

benötigte Flexibilität und Offenheit“, sagte Entwicklungsvorstand Frank Welsch. „Die innovativen Projektflächen und hochvariablen Arbeitsbereiche bieten buchstäblich Raum für die Zukunft.“

Der sechsgeschossige Bau südlich des Konstruktionshochhauses umfasst rund 17.000 Quadratmeter. Im Erdgeschoss stehen moderne Veranstaltungsbereiche für Events, Präsentationen und Workshops zur Verfügung. Das erste Obergeschoss bietet

Projektflächen für die Baureihen und das Projekthaus „Funktionen“. Die Einrichtung kann an die jeweilige Arbeitssituation angepasst und variabel genutzt werden – etwa für Einzelarbeit oder spontane Abstimmungen. Ein Übergang zum Konstruktionshochhaus am Eingang 102 sorgt für kurze Wege. Wegweisend für die neuen Arbeitswelten sind auch die offenen, modular aufgebauten

Bürobereiche im zweiten bis fünften Obergeschoss. Akustikwände absorbieren den Schall und strukturieren den Raum. Besprechungszonen mit Sofaecke fördern die Kommunikation und Kreativität. Die unterschiedlich gestalteten Büromodule bieten vielfältige Arbeitsmöglichkeiten für individuelle Wünsche und Bedürfnisse. Insgesamt beherbergt das Projekthaus 642 Arbeitsplätze.



Think Tank: Ruhiges Arbeiten ist hier möglich.



Außenansicht: Dank des Übergangs zum Konstruktionshochhaus sind die Wege kurz.



Frische Früchte: Da bekommt man Appetit auf Orangensaft.

Neu im Angebot: Frisch gepresster O-Saft

Ab Ende Februar wird in einigen Betriebsrestaurants der Service Factory am Standort Wolfsburg erstmals frisch gepresster Orangensaft angeboten. „Unser Ziel ist, das Angebot für die Belegschaft in Sachen Frische, Vielfalt, Qualität und gesunde Ernährung immer wieder zu verbessern. Dazu passt der frisch gepresste Orangensaft aus unserer Sicht ganz hervorragend“, sagt Nils Potthast, Leiter Gastronomie am Standort Wolfsburg.

Aus der Maschine direkt ins Glas

Per Knopfdruck wird der aus unbehandelten Früchten gewonnene Saft aus modernen Maschinen direkt ins Glas gefüllt. Der Preis für 0,2 Liter selbst gepressten Saft beträgt 1,60 Euro.

Potthast: „Viele Kollegen fragen sich sicher, warum nicht alle Betriebsrestaurants damit ausgestattet werden. Das hat gute Gründe – es geht zum einen darum, dass die Maschinen einen bestimmten Platz benötigen. Zum anderen müssen eine ganze Reihe technischer Voraussetzungen stimmen.“

Das Volkswagen Gesundheitswesen begrüßt das neue Angebot der Service Factory am Standort Wolfsburg. „Der Verzehr von Obst und Gemüse in Deutschland liegt weit unter der Empfehlung der Deutschen Gesellschaft für Ernährung“, sagt Katharina Beermann, Fachärztin für Innere Medizin und Arbeitsmedizinerin bei Volkswagen. Sie hat sich besonders mit dem Thema Ernährung auseinandergesetzt. „Kaum ein Konsument hat Zeit, täglich genug Gemüse oder Früchte zu sich zu nehmen. In Maßen konsumiert, also ein Glas mit 200 ml pro Tag, kann leckerer Orangensaft zu einer gesunden Ernährung beitragen und uns mit Nährstoffen versorgen, die unser Körper benötigt.“

Gut für die Gesundheit

Die in O-Saft enthaltenen Carotinoide zum Beispiel seien gesundheitsfördernd. Katharina Beermann: „Sie schützen die Körperzellen vor schädlichen Umwelteinflüssen. Außerdem spielen sie wegen ihrer Provitamin-A-Aktivität eine wichtige Rolle in der Ernährung.“ Allerdings sei frisch gepresster Fruchtsaft auch ein echter Energielieferant. Das müssten zum Beispiel Diabetiker im Ernährungsplan berücksichtigen.



Hier gibt's O-Saft

Saftpressen stehen in diesen Betriebsrestaurants in Wolfsburg:

- IT-City
- Oase
- Eat & Meet
- Mensa
- FE 3. OG
- FE 4. OG
- Bella Vista
- Aller-Restaurant

Mitarbeiter spendet dem Klinikum fast 9.400 Euro

Jens Heinrich verkaufte wieder Wolfsburg-Kalender für den guten Zweck – Auflage 2021 erscheint wohl im August

Eine stolze Summe: 9.339 Euro hat Volkswagen Mitarbeiter Jens Heinrich der Villa Bunterkund gespendet, einer Einrichtung für kranke Kinder am Klinikum Wolfsburg. Das Geld ist der Erlös aus dem Verkauf des Wolfsburg-Kalenders 2020, den Heinrich mit seinen Fotos unter anderem vom Werk und von der Autostadt gestaltet hat.

1.230 Exemplare hat der Hobby-Fotograf bis Dezember unter anderem im Volkswagen Shop im Werk abgesetzt – das sind noch einmal 145 mehr als im vorvergangenen Jahr und ein neuer Rekord! „Ich bin überrascht und überwältigt. Allen Käufern und Verkäufern herzlichen Dank“, sagt der Beschäftigte aus dem Vertrieb.

Seit 2013 verkauft Heinrich jedes Jahr einen Wolfsburg-Kalender für den guten Zweck. Insgesamt sind dabei inzwischen knapp 41.000 Euro für die Villa Bunterkund zusammengekommen. Heinrich: „Das hätte ich mir nie träumen lassen.“ Den ersten Kalender mit Aufnahmen seiner



Spendenübergabe: Jens Heinrich (links) und seine Frau Simone mit Gernot Sinnecker vom Klinikum Wolfsburg.

Heimat- und Lieblingsstadt erstellt er bereits vor 16 Jahren – für Familie und Freunde. Als immer häufiger die Frage kam, ob der Kalender auch zu kaufen sei, hat er sich 2013 dazu entschlossen. Heinrich: „Allerdings

wollte ich immer schon den kompletten Erlös spenden.“

Die gute Nachricht für alle Wolfsburg-Kalender-Fans: Die Auflage 2021 ist bereits in Arbeit und geht voraussichtlich im August

online und in einigen Wolfsburger Geschäften in den Verkauf – selbstverständlich wieder für den guten Zweck.

Weitere Infos auf Jens Heinrichs Website wolfsburgbilder.de

Fürs Hospiz: Belegschaft spendet 1.000 Euro

Die Volkswagen Belegschaft aller deutschen Standorte hat dem Hospizverein Wolfsburg 1.000 Euro gespendet. Das Geld stammt unter anderem vom Ideenmanagement – und zwar aus nicht ausgezahlten Prämien unterhalb des Sockelbetrags von 15 Euro. „Wir sind froh, die wertvolle Hospizarbeit unterstützen zu können“, sagt der Leiter des Ideenmanagements, Thorsten Janotta. Mario Kurznack, Betriebsrat am Standort Wolfsburg, würdigt voller Respekt die Leistung der zum Teil ehrenamtlichen Mitarbeiter des Hospizvereins. Dessen Geschäftsführer Lucas Weiß bedankt sich für die Spende der Volkswagen Mitarbeiter. Er kündigt an: „Die Spende wird in unser neues Projekt in Heiligendorf einfließen.“

Weitere Informationen zum Hospizverein gibt es online unter hospizarbeit-region-wolfsburg.de



Bei der Spendenübergabe: Lucas Weiß (Mitte) mit Thorsten Janotta (rechts) und Mario Kurznack.

Arbeitskleidung: Neue Regel für Mitnahme

Bisher benötigten Mitarbeiter einen sogenannten AV3-Schein, wenn sie ihre Arbeitskleidung zum Beispiel zum Waschen vom Werkgelände in Wolfsburg mit nach Hause nehmen wollten. Mit der Neuregelung zur Mitnahme von Arbeitsmitteln entfällt dieser Passierschein ab sofort.

Das bedeutet: Bei Volkswagen erworbene Bekleidung, zum Beispiel Softshelljacken, und berufstypische Arbeitskleidung einschließlich Arbeitssicherheitsschuhen können jetzt ohne weitere Formalitäten mitgeführt werden. Dabei gilt: Die Beschäftigten sind für die ihnen übergebene Arbeitskleidung selbst verantwortlich.

Namen & Nachrichten



Thomas Mundry (29) übernimmt eine Meisterfunktion im Bereich der Wagenfertigstellung Fertigung 1. Der 29-Jährige ist gelernter Kfz-Mechatroniker in der Fachrichtung Kommunikationstechnik und kümmert sich mit seinen Teams darum, dass die Modelle Golf 7, der neue Golf, Golf Sportsvan und Tiguan vor der Auslieferung an den Kunden die Vorgabe von 100 Prozent Qualität erfüllen. Thomas Mundry beschreibt sich selbst als „Kind der Wagenfertigstellung“, da er direkt nach seiner Ausbildung in diesen Bereich wechselte und dort seit 2011 seine berufliche Laufbahn engagiert vorantreibt.



Millimetergenau verschraubt: Zwei Leichtbauroboter justieren die Einstellschrauben an den Scheinwerfern.

Kollege Roboter hilft mit

Automatisierung nimmt auch an der Montagelinie 2 für Golf und Golf Sportsvan zu

Die Automatisierung in der Fertigung schreitet voran: An der Montagelinie 2 für Golf und Golf Sportsvan zogen Roboter in den Prüfstand für die Fahrwerk- und Scheinwerfereinstellung ein. Es ist zwar keine klassische Mensch-Roboter-Kollaboration, denn die Leichtbauroboter legen erst los, wenn der Mensch die Zelle verlassen hat. Aber sie kommen sich schon ziemlich nah.

Bisher war es so: Zwei Mitarbeiter arbeiteten gemeinsam am Prüfstand – in der Theorie jedenfalls. Einer stand auf der unteren Plattform und stellte das Fahrwerk ein. Der andere befand sich oben und justierte die Scheinwerfer. In der Praxis führ-

te das häufig zu Wartezeiten, da das nächste Fahrzeug erst bearbeitet werden konnte, wenn beide fertig waren. Nach dem Umbau stellt nun Kollege Roboter die Scheinwerfer ein. Zwei Arme justieren die Schrauben für die Positionierung der Leuchten. Mithilfe eines Kamerasystems und zweier sogenannter Lichtsammelkästen prüft das System dann automatisch, ob alles passt – bei einer Toleranz von wenigen Millimetern. Möglich wurde das nach langer Vorarbeit im Kompetenzzentrum für Technik und Innovation des Werks Wolfsburg.

Die Planer Ralph Skirde und Marcel Solkan erklären die Vorteile des neuen Vorgehens: „Obwohl die Arbeit auf dem Prüfstand insgesamt

Haben im Vorfeld lange am Einsatz der Roboter getüftelt: Marcel Solkan (links) und Projektleiter Ralph Skirde.



sogar länger dauert, haben wir die Produktivität verbessert. Denn aus der Fertigungszeit wurde Prozesszeit. Das heißt, wir vermeiden die Leerlaufzeiten durch das Warten. Der Mitarbeiter ist durchgängig beschäftigt.“ Außerdem wird nur

noch ein Beschäftigter benötigt, der während seines Arbeitsprozesses auf einer Bühne automatisch nach unten fährt.

Nach dem Pilotprojekt an der ML 2 wird diese Automatisierung an allen Montagelinien Einzug halten.

Kompressoren: Sie verdichten das Gas auf maximal 300 Bar.



An der neuen Tankstelle: Daniela Paul, Planerin Versorgungstechnik, und Dariusz Gillner, Planer Befülltechnik und Projektleiter.

Neue Erdgas-Tankstelle für den Golf

Bis zu 150 Fahrzeuge können dort pro Tag betankt werden

Hinter der Halle 30B im Werk Wolfsburg entsteht zurzeit eine neue Tankstelle für CNG (Compressed Natural Gas) für den Golf.

Bisher gab es eine Erdgas-Tankstelle für den Touran mit einer deutlich geringeren Kapazität an der Mittelstraße. An der neuen Tankstelle können bis zu 150 Fahrzeuge pro Tag befüllt werden. Die Betankung erfolgt im Serienlauf. Dafür müssen die Autos nur einen kleinen Schlenker fahren.

Das Gas kommt über eine Leitung mit 0,4 Bar an der Tankstelle an und wird mithilfe von Kompressoren auf maximal 300 Bar verdichtet. Zum

Vergleich: Gasflaschen für den Grill verfügen über 7 bis 8 Bar.

Projektleiter Dariusz Gillner betont, wie viel für Sicherheit und Umweltschutz mitgeplant wurde. Zum Beispiel erhielt die Tankstelle einen ableitfähigen Boden, um Funken zu unterbinden. Außerdem befindet sich im dazugehörigen Technikhaus eine Absauganlage, sodass im Fall einer Undichtigkeit am Fahrzeug das Gas wiederverwendet werden kann und nicht in die Atmosphäre gelangt. Zudem wurde unter anderem die Beleuchtung unter dem nahegelegenen Übergang von Halle 12 in Halle 54 gegen explosionsgeschützte Lampen ausgetauscht.

Montagelinie 2 bereitet sich auf den neuen Golf vor

Mitarbeiter werden in 3P-Workshops qualifiziert – neue Werkzeuge im Einsatz

Seit einigen Wochen qualifiziert sich die Mannschaft der Montagelinie (ML) 2 für den neuen Golf und den Golf Variant. Bisher wird die neue Generation nur auf der ML 3 gebaut – das ändert sich nun mit steigender Produktionszahl.

Vorab erarbeiteten die Teamsprecher und Meister zusammen mit der Montageleitung und der Planung ein Qualifizierungsprogramm in sogenannten 3P-Workshops (Produktions-Planungs-Prozess). Meisternachwuchskraft Oleg Lesowski, seit 2002 bei Volkswagen, erklärt die Vorgehensweise: „In meinem Fertigungsabschnitt überprüfen wir die Spaltmaße und die Passung. Meine Tür- und Deckelrichter sorgen dafür, dass alles den Vorgaben des aktuellen Fugenplans entspricht. Im ersten Schritt haben wir daher Unterschiede in den

Bauteilen und der Verbauweise im Vergleich zum Vorgängermodell identifiziert. Große Änderungen gab es zum Beispiel bei der Rückleuchte des neuen Golf und des Variant. Mit den Erkenntnissen aus den Workshops haben wir einen Schulungsplan erarbeitet.“ Zum einen besprechen die Planer zusammen mit den Werkern Schritt für Schritt die einzelnen Teilbereiche an der Karosserie. Dazu steht ein Schulungsfahrzeug permanent neben der Linie. Zum anderen finden Trainings in der Lernwerkstatt statt. Auch neue Werkzeuge kommen zum Einsatz – zum Beispiel zur noch genaueren Justierung der Einstellpuffer an der Rückleuchte. Jochen Raschkowski, Leitung ML 2: „Wir liegen gut im Zeitplan. Den ersten richtigen Leistungstest werden wir erleben, sobald die Stückzahlen weiter nach oben gehen.“



Schulung direkt an der Montagelinie: Hermann-Josef Berg zusammen mit Oleg Lesowski und Thomas Winkler am Heck des neuen Golf.

Gedenkfahrt: Mitarbeiter im Sattel

Mit dem Rad fuhren sie 850 Kilometer bis ins ehemalige Konzentrations- und Vernichtungslager Auschwitz

Ein Radsport-Team mit vier Volkswagen Mitarbeitern hat es geschafft: Nach fast 850 Kilometern erreichten die „Brunswick Wheelers“ die Gedenkstätte in Auschwitz. Kurz vor dem 75. Jahrestag der Befreiung des Konzentrationslagers am 27. Januar überreichten sie eine Spende zum Erhalt des Gedenkortes.

Beim Start der Radtour am Rathaus in Braunschweig stiegen vier ehemalige und aktive Mitarbeiter aufs Rad: Gerhard Ohlendorf (70), der lange in der Aggregate-Entwicklung tätig war, Henning Kuczewski (34) aus der Batteriezell-Fertigung in Salzgitter, Oliver Pietsch aus der IT-Informationssicherheit (51) und Philipp Krainick (30) aus der Entwicklung in Wolfsburg.

Jeder Fahrer war 18 Stunden im Sattel

In Berlin am Denkmal für die ermordeten Juden Europas legten die Radler einen Zwischenstopp ein. Die Kälte machte ihnen zu schaffen. Nachts war das Thermometer bis auf minus vier Grad gefallen. Auch bei Minustemperaturen erreichte das Team am frühen Samstagmorgen die Gedenkstätte. Jeder Fahrer hatte etwa 450 Kilometer in den Beinen und war 18 Stunden im Sattel gewesen.

Die „Brunswick Wheelers“ übergaben einen Scheck an Andrzej



„Memorial Ride 2020“: Die Radfahrer gedenken im Lager Auschwitz-Birkenau der Toten mit einem Stein.

Die Radtour nach Auschwitz beginnt: die „Brunswick Wheelers“ bei der Abfahrt in Braunschweig.

Kacorzyk, den stellvertretenden Direktor des Auschwitz-Museums. „Mit unserer Spende können wir ein starkes Zeichen für die Zukunft der Erinnerung in der Gedenkstätte Auschwitz setzen“, sagt Kuczewski.

Nach der Besichtigung des Stammlagers und des Vernichtungslagers Auschwitz-Birkenau trafen die Radfahrer zufällig in einem Restaurant die Zeitzeugin Bat-Sheva Dagan. Die 95-Jährige nahm sich Zeit für die

Gruppe aus Deutschland und erzählte. Entwickler Philipp Krainick: „Sie hat uns sogar die Häftlingsnummer auf ihrem Arm gezeigt. Dieser Moment hat viele von uns zu Tränen gerührt. Das werde ich niemals vergessen.“



Am neuen Golf: Beate Herweg mit Francesco Forte (rechts) und Tino Preiß, WA-Verkauf.

Erster neuer Golf ging an Beate Herweg

Beate Herweg hat im KundenCenter der Autostadt in Wolfsburg den ersten in Deutschland ausgelieferten Golf der achten Generation übernommen. Francesco Forte, Leiter Vertrieb an Mitarbeiter und interne Direktkunden der Marke Volkswagen, und Tino Preiß, Verkaufsleiter Vertrieb an Mitarbeiter in Wolfsburg und Braunschweig, übergaben ihr die Schlüssel des in der Farbe Mondsteingrau lackierten Fahrzeugs.

Der neue Golf ist digitalisiert und vernetzt wie keiner seiner Vorgänger. Seit dem Marktstart im Jahr 1974 wurden weltweit mehr als 35 Millionen Golf verkauft. Damit ist er eines der erfolgreichsten Fahrzeuge überhaupt.



Uwe Horn



Jürgen Haase

Autostadt: Haase folgt auf Horn

Jürgen Haase (57) verstärkt seit Februar die Geschäftsleitung der Autostadt in Wolfsburg. Er verantwortet die kaufmännischen Bereiche und folgte auf Uwe Horn, der zu Jahresbeginn als Geschäftsführer und Arbeitsdirektor zur IAV nach Berlin gewechselt war.

Haase wurde in Wippra in Sachsen-Anhalt geboren und begann seine Laufbahn als Gymnasiallehrer. 1992 wechselte er an das Volkswagen Bildungsinstitut in Zwickau und im Anschluss zur Volkswagen Coaching (später Group Academy), deren Geschäftsführung er 2006 übernahm. Weitere Stationen als Geschäftsführer führten ihn in den vergangenen Jahren unter anderem in das Volkswagen Werk nach Kaluga (Russland) und zuletzt zu Volkswagen Autoeuropa in Palmela (Portugal).

Nutzis-Pavillon neu gestaltet

Der Pavillon der Volkswagen Nutzfahrzeuge in der Autostadt in Wolfsburg erstrahlt in neuem Glanz: Nach einer Umbauzeit von knapp acht Wochen widmet sich die Marke in der neuen Ausstellung mit aktuellen Fahrzeugen, Studien und digitalen Exponaten vor allem den Themen Zukunft und Freiheit. Roland Clement, Vorsitzender der Autostadt-Geschäftsführung: „Der Volkswagen Nutzfahrzeuge Pavillon gibt unseren Gästen mit neuen Exponaten wie dem ID. Future Drive digitale Einblicke in die Mobilität der Zukunft. Mein Highlight ist der Bulli der Zukunft, die seriennahe Studie ID. Buzz Cargo.“

Neue Splice-Apartments gut gebucht

In der Nähe des Werks: Volkswagen Immobilien bietet in Wolfsburg nun auch Wohnen auf Zeit an

Vielversprechender Start: Als Repräsentanten von Volkswagen Immobilien (VWI), Politik und Verwaltung das neue Splice-Gebäude im Wellekamp in Wolfsburg eröffneten, waren alle 60 Apartments bereits vermietet. „Ein toller Erfolg. Wir haben ganz offensichtlich den Geschmack der Leute getroffen“, sagte Meno Requardt, Geschäftsführer von Volkswagen Immobilien.

Mit Splice bietet die Volkswagen Tochter in der Nähe des Werks hochwertig ausgestattete Ein- und Zwei-Zimmer-Apartments zum Wohnen auf Zeit an. Die Business-Apartments schließen als neue Wohnform die Lücke zwischen Hotel und klassischer Mietwohnung. Das Investitionsvolumen: rund 8,9 Millionen Euro.

„Temporäres Wohnen ist nicht nur ein Trend, sondern entwickelt sich immer mehr zu einem festen Produkt. Mit Splice wollen wir eine



Mit Sofa, Kunst und künstlichem Kamin: die Lobby.

breite Zielgruppe ansprechen, zum Beispiel mobile Manager, Projektmitarbeiter oder Fachkräfte, die ein Zuhause auf Zeit benötigen“, sagte Requardt. „Mit unseren Services wollen wir den Mietern möglichst viel vom Alltag abnehmen, damit sie sich voll auf ihre Arbeit konzentrieren können.“ Die aktuelle Nachfrage zeige, dass VWI die richtige Entscheidung getroffen habe.

Frank Witter, Konzernvorstand für Finanzen und IT sowie Vorsitzender



Offizielle Splice-Eröffnung: Anett Gregorius, Frank Witter, Bernd Osterloh, Meno Requardt, Klaus Mohrs und Ulrich Sörgel.

des VWI-Aufsichtsrats, war nach der Besichtigung des Gebäudes voll des Lobes. „Mit den Splice-Business-Apartments bietet Volkswagen Immobilien ein modernes und sehr attraktives Produkt am Konzernsitz an.“ Betriebsratschef Bernd Osterloh, der ebenfalls VWI-Aufsichtsrat ist, betonte: „Ich freue mich, dass VW Immobilien 60 neue Apartments mit gehobener Ausstattung errichtet hat. Aber wir vergessen nicht, dass es viele junge Kolleginnen und Kollegen gibt, die sich auch günstigere neue Wohnungen in Wolfsburg wünschen. Darüber sind wir in Gesprächen.“

Wolfsburgs Oberbürgermeister Klaus Mohrs begrüßte vor allem diesen Aspekt: „Durch das neue Wohnangebot wird unsere Stadt attraktiver und vielfältiger.“ Außerdem komme die Kommune ihrem Ziel näher, bis 2025 10.000 neue Wohneinheiten zu schaffen.



Das ist Splice

Zahlreiche Services stehen den Mietern der 60 Splice-Apartments zur Verfügung. Dazu zählt die freie Nutzung des Fitnessbereichs, der möblierten Dachterrasse, der Lobby und der Lounge sowie der Lademöglichkeiten für E-Fahrzeuge. Im Mietpreis inbegriffen ist laut VWI eine 14-tägliche Reinigung des Apartments. Im hauseigenen Waschsalon stehen Waschmaschinen und Trockner gegen eine Gebühr bereit. Auch das Thema Nachhaltigkeit wird im Splice großgeschrieben. Deshalb verfügt das Gebäude über eine Photovoltaikanlage, um einen Teil der benötigten Energie regenerativ und klimaneutral bereitzustellen. Weitere Informationen: www.splice.de.



Modern und gemütlich zugleich: Blick in eines der 60 Apartments.



Baumschnittkurs: Ein Mitarbeiter erklärt seinen Kollegen, worauf es ankommt.

Baumschnittkurse für die Vielfalt der Natur

Die Vielfalt alter Obstbaumsorten ist groß. In heimischen Gärten oder auf dem Volkswagen Gelände in Emden lassen sich richtige Schätze finden. Für den Erhalt dieser Obstbaumsorten sind die richtige Pflege oder die Veredelung unerlässlich. Aus diesem Grund hat Volkswagen in Emden im Jahr 2015 Baumschulungen nach dem Prinzip „von Mitarbeitern für Mitarbeiter“ ins Leben gerufen. Auch in diesem Jahr wird wieder ein Kurs angeboten, in dem das nötige Fachwissen und die richtigen Schnitttechniken weitergegeben werden.

Ein Zeichen der Solidarität

Das Emden Volkswagen Werk beteiligt sich an der Aktion „Rettungswesten“ und will damit auf das anhaltende Massensterben im Mittelmeer hinweisen. Diese humanitäre Katastrophe geschieht nicht irgendwo weit weg, sondern direkt an der europäischen Grenze. Zusammen mit 50 weiteren deutschen Städten erklärt sich auch Emden dazu bereit, aus Seenot gerettete Menschen direkt aufzunehmen und unterzubringen. Allein in den letzten fünf Jahren haben nach UN-Angaben rund 19.000 Menschen im Mittelmeer ihr Leben verloren. Sie starben bei dem Versuch, aus Kriegs- und Krisengebieten über das Meer nach Europa zu gelangen.



Aktion „Rettungswesten“: Das Werkmanagement und der Betriebsrat setzen ein Signal der Solidarität.

Arteon mit Unikat-Charakter

Der neue Arteon R-Line Edition² ist das exklusivste Modell der Baureihe. Das Modell ist auf 250 Exemplare limitiert und ab 55.970 Euro erhältlich. Optischer Hingucker ist die Zweifarblackierung in Mondsteingrau mit schwarzem Dach. Angeboten wird die Edition mit 20-Zoll-Leichtmetallrädern des Typs Rosario und abgedunkelten Scheiben im Fond. Das Infotainmentsystem Discover Pro weist neben der Navigationsfunktion auch Wireless App-Connect, eine Sprachbedienung und den digitalen Radioempfang DAB+ auf.



Limitiert auf 250 Exemplare: der Arteon R-Line in Mondsteingrau.



Großes Jubiläum: Die Emden Belegschaft verabschiedete das 12-millionste Fahrzeug.

Emden feiert 12 Millionen Autos

So viele Fahrzeuge wurden seit Gründung des Standorts 1964 produziert – Das Jubiläumsfahrzeug geht nach Essen

Die Emden Belegschaft hat kürzlich das 12-millionste Fahrzeug verabschiedet: einen Passat B8 GTE PA¹ (Produktaufwertung) in der Farbe Uranogrey, der Ende Januar produziert worden ist. Das Jubiläumsmotiv geht nach Essen und wird dort als Firmenfahrzeug genutzt.

Nach Gründung des Standortes im Jahr 1964 war das Emden Volkswagen Werk zunächst auf die Fertigung des Käfers spezialisiert, vor allem für den nordamerikanischen Markt.

Weitere unterschiedliche Modelle wie der Typ 2 Bus, Golf I, Typ 181 Kurrier, Audi 80, Santana, Typ 4 Bus und

Taro sind in der 56-jährigen Firmengeschichte des Standortes vom Band gelaufen.

Die Produktion des Passat in Emden startete 1977. Bis März 2019 wurden 30 Millionen Passat weltweit gefertigt. Damit ist der Mittelklasse-Bestseller nach Käfer und Golf das

dritte Modell, das diese magische Stückzahl erreicht hat.

Aktuell wird der Passat in der achten Generation gefertigt. Seit Mai 2019 ist der „neue Passat B8“ in Europa erhältlich. Seit 2016 baut das Werk auch den Arteon und bereitet sich aktuell auf die Elektromobilität vor.

Aktion zur Steigerung der Produktivität

„Nicht reden, sondern machen“: Unter diesem Motto fand die Sprintwoche in Emden mit 80 Beschäftigten statt

Insgesamt 80 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter aus allen Gewerken des Emden Werkes haben sich eine Woche lang ausschließlich mit Herausforderungen, neuen Ideen und Lösungen zur Steigerung der Produktivität und Verbesserung der aktuellen Situation beschäftigt. Unterstützt wurde das Gremium von 39 Kolleginnen und Kollegen aus anderen Standorten und Ländern.

Uwe Schwartz, Werkleiter des Emden Werkes, hatte diesen „Sprint“ kurzfristig angesetzt, um direkt auf die vielen offenen Fragen und Punkte einzugehen. „Emden hat ein hartes Jahr hinter sich und dennoch sind die Kennzahlen nicht ideal. Wir brauchen einen neuen Hub Richtung Produktivität und Motivation. Diese Woche soll es aber nicht nur um Produktivität gehen, sondern auch darum, wie wir das erreichen und wie wir alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter mitnehmen. Die E-Mobilität ist für Emden eine riesige Chance, die wir nutzen müssen“, erklärte Uwe Schwartz.

Eine Woche mit großer Themenvielfalt

In sieben Gruppen arbeiteten die Teilnehmer an unterschiedlichen Themenschwerpunkten. Zusätzlich kamen Experten in die jeweiligen Sprints und Gruppen, die entsprechend unterstützten und offene Fragen beantworteten. Dabei fand stetig ein regelmäßiger und gruppenübergreifender Austausch statt, um von ersten Schritten, Zwischenergebnissen und Erfahrungen zu berichten. Die Woche zeichnete sich durch eine



FASZINATION PRODUKTION #production



Starke Mannschaft: Werkleiter Uwe Schwartz bestärkt sein Team, so weiterzumachen.

In der Lackiererei: Richard Bojen, zu der Zeit Leiter der Lackiererei, bei einer Begehung vor Ort.

„Die E-Mobilität ist für Emden eine riesige Chance, die wir nutzen müssen.“

große Bandbreite an Themen aus. Darunter zum Beispiel das Thema „Zeitspreizung“, dem sich die Montage 1 und Montage 2 widmeten. Es ist ein Ansatz, alle Modelle über dieselbe Linie laufen zu lassen. Da dies bedeutet, dass Fahrzeuge mit unterschiedlichem Aufwand je Arbeitsgang beim Mitarbeiter ankommen, darf

dieser nicht überlastet werden, muss aber auch ausgelastet sein. Wie so etwas erfolgreich umgesetzt werden kann, zeigte Holger Schwartz von der Porsche Consulting in einem Impulsvortrag.

Am Ende der Woche standen unter anderem über 140 Maßnahmen für den Erfolg der spannenden, aufregenden

den, aber auch anstrengenden Sprintwoche. Diese werden nun von den Product Ownern mit in den Emden Arbeitskreis Produktivität zu Transform.Together genommen. In diesem Arbeitskreis werden die notwendigen Top-Maßnahmen für die Strategie in den kommenden Jahren in Emden aufgearbeitet, bewertet und für die Umsetzung vorbereitet.

Teams stellen zwei ihrer besten Maßnahmen vor

Bei der Abschlusspräsentation stellten alle Teams zwei ihrer besten Maßnahmen vor. Uwe Schwartz richtete zudem nochmals ein großes Lob an die Organisatoren und die Teilnehmerinnen und Teilnehmer.

Lackiererei: Belegschaft spendet

4.800 Euro kamen zusammen – Übergabe in Halle 17 an das Kinder- und Jugendhospiz „Joshuas Engelreich“

Die Belegschaft der Lackiererei organisierte wieder die unterschiedlichsten Spendenaktionen, um das Kinder- und Jugendhospiz „Joshuas Engelreich“ in Wilhelmshaven zu unterstützen. Und so wurde auch dieses Mal fleißig gesammelt. Dabei kam die stolze Summe von 4.800 Euro zusammen. Ein besonderes Highlight war der Ort der Spendenübergabe. Die Hospizleitung sowie Gäste der Einrichtung und ihre Familienangehörigen waren in die Lackiererei eingeladen, um die Spenden entgegenzunehmen und einen Blick hinter die Kulissen zu werfen.

Ein Tag voll bewegender Momente

Nach einem herzlichen Empfang an der Hauptwache begann der große Spendentag für die sechs Besucher direkt in der Halle 17. Richard Bojen (CC-Leitung Lackiererei) empfing sie und gab eine kurze Einführung in den Standort und die Prozesse innerhalb der Lackiererei. Anschließend ging es mit einer Begehung der unterschiedlichen Gewerke weiter. Bereits dort wurde den Besuchern deutlich, wie viele Kolleginnen und Kollegen sich an dieser alljährlichen Spendenaktion beteiligen.

Die Begehung endete mit einem kleinen Mittagssnack. Und als sich kurz darauf der Raum mit vielen weiteren Kolleginnen und Kollegen füllte, die in Vertretung ihrer Teams zur offiziellen Spendenübergabe eingeladen waren, war das Erstaunen groß. „Ich wusste nicht, dass es so viele Beteiligte an die-



In der Lackiererei: Übergabe der Spende an die Besucher.

ser alljährlichen Aktion gibt“, entgegnete eine Mitarbeiterin des Kinder- und Jugendhospizes. Anschließend nahmen die Besucher die Spende mit großem Applaus für „Joshuas Engelreich“ entgegen. Für alle Beteiligten waren es unvergessliche, teils sehr bewegende Momente und viele neue Eindrücke, die sie an diesem Tag mitnahmen.

Das Kinder- und Jugendhospiz bietet liebevolle Betreuung

Das Kinder- und Jugendhospiz „Joshuas Engelreich“ bietet schwer erkrankten Kindern und jungen Erwachsenen eine liebevolle Betreuung und hoch qualifizierte Pflege. Es ist ein Ort, um auch mal vom Alltag ab-

zuschalten und neue Kraft zu tanken. Doch ein solches Hospiz begleitet nicht nur sterbenskranke Mitmenschen in ihren letzten Monaten, Wochen oder Tagen, sondern es bietet ebenso Familien mit einem schwerstkranken Kind die Möglichkeit, unbeschwert Urlaub machen zu können. Besonders der nahe gelegene Nordseestrand bietet Erholung und Entlastung für die ganze Familie.

„Ein 18-jähriger junger Mann möchte auch mal einen Urlaub ohne seine Eltern erleben, das ist doch selbstverständlich, und genau diese Möglich-



Begehung: Unter anderem gab Thorsten Eilers (links, zu der Zeit Führungskraft in der Lackiererei) Einblicke in seinen Bereich.

keit hat er in Wilhelmshaven“, sagte die Stiefmutter eines Teilnehmers, der diese Einrichtung regelmäßig besucht. Dem konnte er nur zustimmen.

Auch in diesem Jahr hat sich wieder gezeigt, dass eine solche Spende eine wahre Teamleistung ist. Nur dank vieler Kolleginnen und Kollegen, die sich gemeinsam daran beteiligten, ist ein solch unvergesslicher Tag möglich.



SOP-Roadshow: Kollegen inspizieren den neuen Golf.

SOP-Roadshow: Der neue Golf zum Greifen nah

Wer über die Produktion bei Volkswagen spricht, der redet von rund 120.000 Menschen, von neuesten Technologien, anspruchsvollen Prozessen und von Autos, die die gesamte Produktionsmannschaft stolz auf ihre Arbeit machen. In Emden hatten die Kollegen jetzt die Möglichkeit, den neuen Golf ganz genau unter die Lupe zu nehmen. Bei der SOP-Roadshow besucht regelmäßig ein aktuelles SOP-Modell der Volkswagen Familien die europäischen Volkswagen Werke, um vor der Mannschaft live präsentiert zu werden.



Verabschiedung: einige der verabschiedeten Kollegen mit dem Werkleiter, dem Personalleiter und dem Betriebsratsvorsitzenden.

Rückkehr nach Bratislava

Zum Ende des Jahres wurden die letzten Kolleginnen und Kollegen aus Bratislava, die die Produktion in Emden unterstützt haben, nach Hause verabschiedet. Werkleiter Uwe Schwartz, Personalleiter Klaus Fröhling und Betriebsratsvorsitzender Manfred Wulff bedankten sich persönlich für den Einsatz und überreichten einen Dankesbrief auf Slowakisch sowie ein Modell des aktuellen Passat im Maßstab 1:43 als kleines Andenken an die Zeit in Emden. Jeweils in der Früh-, Spät- und Nachtschicht wurden die Präsente überreicht. Die Kolleginnen und Kollegen aus Bratislava zeigten sich einerseits froh über die Heimkehr, andererseits haben sie sich sehr an das Emdner Werk und die tollen Kolleginnen und Kollegen aus Ostfriesland gewöhnt.



Energiegeladen: Eine Mitarbeiterin probiert das Angebot an der neuen Station aus.

Powerfood am Aktions-Counter

Am neuen Aktions-Counter im Betriebsrestaurant der Halle 3 in Emden gibt es seit Januar die Möglichkeit, seine Ernährung gesünder und lecker zu gestalten. Das Standort-Motto „Energiegeladen“ wird damit auf energie- und eiweißreiches Essen übertragen. Angeboten werden verschiedene Komponenten wie Milch, Joghurt, Quark, Cerealien, Süßungsmittel und Öle, die zu mehr Kraft und Ausdauer verhelfen.

Vorbereitungen auf die E-Mobilität laufen

In Emden wurde das Werk an zahlreichen Stellen umgebaut und erweitert

Das lange Warten hat ein Ende, denn die ersten Schritte in Richtung E-Mobilität sind gemacht. Während des Werksurlaubs standen umfangreiche Umbau- und Erweiterungsarbeiten auf fast 100 Baustellen an. Unter der Leitung der Fertigungsplanung kamen täglich alle Verantwortlichen zur Baustellenrunde zusammen, um diverse Themenpunkte der Umbaumaßnahmen zu besprechen. Das ist alles um den Jahreswechsel herum passiert:

Arteon mit Hybridantrieb

Mit der Produktaufwertung des Arteon wird künftig auch der Hybridantrieb (PHEV) angeboten. Hierzu werden im Karosseriebau/Unterbau zahlreiche Fertigungsanlagen angepasst und erweitert. Beim Längsträger vorne rechts konnte die PHEV-Variante mit der Serie vereinheitlicht werden. In den Untergruppen des Bodens vorne und hinten wurden sieben Schweißroboter zur Stückzahlsteigerung integriert. In den Unterbaulinien wurden 51 Roboter auf ihre neuen Aufgaben beim Punkt- und Bolzenschweißen angelernt.

Erster Anlagenumbau: Im Karosseriebau wurde der Framer im

Bereich des Aufbaus erweitert. Dieser erste Umbauschritt dient der Vorbereitung, um im Jahr 2021 bis zu sechs Modelle im Karosseriebau produzieren zu können. Zwischenzeitlich schwebten rund fünf Tonnen Stahl über dem Boden, die am Ende wieder die Genauigkeit des

Präzisionsstahlbaus im Zehntelmillimeterbereich einhalten mussten.

Automatisiertes Stopfensetzen: In der Lackiererei wird im Sommer eine Zelle mit vier Robotern aufgebaut, die das Setzen von Stopfen am Unterboden übernimmt. Um das zu gewährleisten, wurden dazu

vorbereitende Tätigkeiten in der 6,5-Meter-Förderebene durchgeführt. Installiert wurde ein sogenannter „Schnellein- und Auszug“, um später die Karosse um einen Meter auszuheben. Außerdem wurde im Bereich Fördertechnik ein Querverschub verlagert und ein Schutzzaun aufgestellt.

Spalt und Bündigkeit

Im Technischen Prüfbereich Halle 7 wurden zwei neue Messzellen zur Messung von Spalt und Bündigkeit in Betrieb genommen. Sie messen während der Fließfertigung 90 Messpunkte am fertigen Fahrzeug. Gemessen wird an allen Oberflächen wie lackiertem Blech, Kunststoff und Chromleisten der Fahrzeugtypen Passat und Arteon.

Technischer Prüfbereich: Hier wurden zwei neue Messzellen in Betrieb genommen.



In der Lackiererei: Die Fördertechnik wurde umgebaut.



Karosseriebau, Aufbau: Auflegen des neuen, knapp fünf Tonnen schweren und verlängerten Kastenträgers.

Symposium: Neuausrichtung im Blick

Beim Standortsymposium der Volkswagen Osnabrück GmbH informierten sich Vorstände, Betriebsräte und Arbeitnehmervertreter über die Neuausrichtung des Standorts. Die Geschäftsführung stellte zu Beginn den Status der GmbH vor und Andreas Rottmann gab einen Einblick in das Effizienzprogramm für den Fahrzeugbau F³. Matthias Schmitz zeigte den aktuellen Stand der neuen Standortstrategie und betonte dabei insbesondere die enge Verzahnung der drei Geschäftsbereiche Technische Entwicklung, Metallgruppe und Fahrzeugbau. Im folgenden Rundgang durch den Fahrzeugbau und durch die Technische Entwicklung informierten André Heinrichs, Tim Steffen Brockmeyer und Karsten Lagemann über ihre Kompetenzen in Sachen Leichtbau und 3D-Drucktechnologie. Maren Diekhake stellte ihre Idee für einen Nachfolger des MOIA+6 vor. Und Winfried Bunsmann präsentierte ein neuartiges Fahrzeugkonzept.



Aus dem 3D-Drucker: André Heinrichs (links) zeigt, wie leicht eine A-Säule ist.

Modernisierung der Ziehpresse

Im letzten Schritt der Pressenmodernisierung im Tryout wurde die hydraulische Presse des Herstellers Müller Weingarten umgebaut. Diese Presse dient als Schlüsselmaschine zur Einarbeitung von Presswerkzeugen, die zur Herstellung von Karosseriebauteilen genutzt werden. Hauptsächlich werden Heckklappenwerkzeuge für alle Fahrzeuge der Marke Volkswagen in Osnabrück gefertigt. Die Pressenmodernisierung ist ein Meilenstein für die Digitalisierung des Werkzeugbaus. Unter anderem wurden die



Im Presswerkzeugbau: die modernisierte Ziehpresse.

Pressenelektrik und -steuerung sowie die Sicherheitsausstattung an der über 30 Jahre alten Hydraulikpresse auf den neusten Stand gebracht. Die Modernisierung führt zu einer einheitlichen Bedienoberfläche aller Hydraulikpressen im Presswerkzeugbau. Zudem sind die Reproduzierbarkeit der vorgenommenen Einstellungen nach einem Werkzeugwechsel sowie die Abrufbarkeit aller Pressenparameter gewährleistet. Außerdem ist eine direkte Kommunikation zwischen dem Werkzeug und der Presse möglich. Die Modernisierung der Pressen stellt für die Mitarbeiter im Presswerkzeugbau eine Arbeitserleichterung in der Pressenhandhabung dar.



SOP in Halle 5: Mitarbeiterin Kristina Müller zerschneidet das Band im Beisein der Belegschaft und mehrerer Vorstände.

T-Roc Cabrio¹: Serienproduktion am Standort gestartet

SOP während des Standortsymposiums – Vorstände zu Besuch in Osnabrück

Am Standort Osnabrück hat die Produktion des T-Roc Cabriolets begonnen. Der Startschuss für den SOP (Start of production) fiel während des Standortsymposiums, an dem unter anderem die Vorstände Gunnar Killian, Ralf Brandstätter und Andreas Tostmann sowie Betriebsratschef Bernd Osterloh und Vertreter des Standorts teilnahmen.

Im Beisein vieler Beschäftigter durchschneidet Kristina Müller, Mitarbeiterin im Karosseriebau, das Band. „Natürlich war ich nervös, als ich gefragt wurde. Am Tag selbst hatte ich aber keine Zeit, groß darüber nachzudenken. Und dann war es schon vorbei.“

Für Müller war es der erste SOP überhaupt. Produktionsvorstand Andreas Tostmann: „Das Fahrzeug wurde in weiten Teilen in Osnabrück entwickelt. Nun wird es auch hier produziert. Es ist ein echtes Kind des Standorts, der dabei seine Stärken voll ausspielen kann.“ Tostmann weiter: „Die Mannschaft hat viel dafür getan, das T-Roc Cabriolet hierherzuholen, und sich letztlich für die Anstrengungen belohnt. Produktion, Montage und Logistik sind für einen hohen zweistelligen Millionen-Euro-Betrag umfassend modernisiert worden und nun auf einem hervorragenden Stand.“ Der Produktionsvorstand betonte das nachhaltige Engagement von Volkswagen: „Auch

in den kommenden fünf Jahren werden wir weiter in ähnlicher Größenordnung am Standort investieren – vorwiegend in die Fertigung des T-Roc Cabriolets.“ Der Vorverkauf in den ersten Märkten, unter anderem

Deutschland und Großbritannien, ist gestartet. Inklusive Vorbestellungen durch Werksangehörige und von Geschäftsfahrzeugen wurden im ersten Monat fast 2.500 Fahrzeuge in Auftrag gegeben.



In Osnabrück: Die Vorstände Ralf Brandstätter (Vierter von rechts), Gunnar Killian (Fünfter von rechts) und Andreas Tostmann (rechts) sowie Betriebsratschef Bernd Osterloh (Dritter von rechts).

Stimmungsbarometer: Hohe Beteiligung

90 Prozent der Mitarbeiter nahmen teil – Index um 2,2 Punkte gestiegen

Am Standort haben 90 Prozent der Beschäftigten die Chance genutzt, ihre Meinung über das Stimmungsbarometer zu äußern. Nicht nur die Beteiligung war hoch, auch beim Stimmungsindex zeigte sich eine deutliche Steigerung im Vergleich zum Vorjahr. Mit 71,4 lag er 2,2 Punkte höher als 2018.

Angelina Korte, Striba-Koordinatorin, ist sehr zufrieden mit dem reibungslosen Ablauf und dankbar für die tolle Unterstützung des Projekt-

teams. „Ich freue mich, dass das Stimmungsbarometer mit einer so hohen Beteiligung genutzt wird, und hoffe, dass die Maßnahmenarbeit ehrlich und konstruktiv abläuft.“ Jetzt stehen die Ergebnisdurchsprachen an, damit Maßnahmen zur weiteren Verbesserung definiert werden. Wolfgang Rosprich, Striba-Berater, steht dabei den Führungskräften beratend zur Seite. „Ich unterstütze sie bei der offenen Auseinandersetzung mit den Ergebnissen.“



Das Striba-Team am Standort: Angelina Korte und Wolfgang Rosprich.

Italdesign neuer Partner

Kooperation vereinbart: Entwicklung für Hutprojekte soll künftig gemeinsam initiiert werden

Die Volkswagen Osnabrück GmbH hat mit Italdesign einen neuen Kooperationspartner gewonnen, mit dem sie gemeinsam Entwicklungsprojekte initiieren und künftig die gesamte Entwicklungsprozesskette für Hutprojekte anbieten kann.

Partner für Entwicklung innovativer Fahrzeugkonzepte

Italdesign Giugiaro S.p.A. ist ein Designstudio für verschiedene Automobilmarken mit hoher Expertise in der Entwicklung, das zur Audi AG gehört und in Italien beheimatet ist. Beide Unternehmen sehen optimale Voraussetzungen dafür, durch die Kom-



Vertragsunterzeichnung (von links): Frank Lins, Massimo Bovi, Antonio Casu, Yorck Herrmann, Matthias Schmitz, Paolo Pagella, Peter Behrendt, Salvatore Cieri und Jörg Astalosch.

bination vorhandener Kompetenzen wichtige Partner für die Entwicklung innovativer und zukunftsorientierter Fahrzeugkonzepte zu sein. Außerdem ermöglicht diese Zusammenarbeit die Chance, Großprojekte als Generalunternehmer anbieten zu können.

„Der Trend zur Vergabe von Großprojekten zeichnet sich im Konzern zunehmend ab“, sagt Peter Behrendt, Leiter Technische Entwicklung. „Strategische Partnerschaften werden für Volkswagen Osnabrück in Zukunft eine größere Bedeutung haben. Die Kooperation passt zur Neuausrichtung der Volkswagen Osnabrück GmbH“, ergänzt Strategie- und Produktmanager Matthias Schmitz.