



# 360° HANNOVER

Die neue Ausgabe  
der Mitarbeiter-Zeitung!



Größer, praktischer, effizienter, intelligenter: Der zu 100 Prozent neue Caddy startet durch.

## Der neue Caddy besteht ersten Härtetest

Erste Ausfahrt mit dem neuen Caddy: Internationale Journalisten testeten die fünfte Generation in München

Es ist immer einer der ersten Härtetests, wenn internationale Fachmedien neue Fahrzeuge erstmals auf der Straße Probe fahren. Unabhängig und mit kritischem Blick werden Fahrverhalten, Zuladung oder

Verarbeitung geprüft, verglichen und getestet. Jetzt waren die Journalisten im neuen Caddy unterwegs. In Ismaning bei München haben sie die fünfte Generation des Bestsellers unter die Lupe genommen. Das Ergebnis: Die Tester

bewerten den neuen Caddy in Berichten und Videos durchweg positiv. Das liegt besonders an den vielen Vorteilen des Modulare Querbaukastens (MQB), wie beispielsweise die „Auto Bild“ bemerkt: „Dank Golf-Technik ist der neue

Caddy weit mehr als ein Transporter.“ Und das Fachmagazin schließt den Bericht mit dem Fazit: „Das Auto [...] fährt komfortabler, agiler, leiser, edler. Nicht ganz der Golf, dafür viel praktischer.“  
→ SEITE 18

## Corona: An die Regeln halten!

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

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

und Truck & Bus, an die Beschäftigten.

Um schnell, geordnet und ziel-sicher reagieren zu können, beobachtet der Konzernkrisenstab die aktuelle Lage genau – und zwar weltweit. Ziel ist es, ein sicheres Arbeitsumfeld zu schaffen und einen zweiten Lockdown zu vermeiden.

Beitragen können dabei alle Beschäftigten, indem sie sich an die Regeln halten. „Auch wenn wir müde geworden sind, was die Maß-

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

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

Alle wichtigen Schutzmaßnahmen hat die Redaktion zusammen-



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

gestellt. Weitere Infos – immer tagesaktuell – außerdem im 360° Volkswagen Net und in der 360°  
→ SEITE 3



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



Thomas Hahlbohm

Liebe Kolleginnen  
und Kollegen,

die aktuelle Entwicklung der Corona-Pandemie in Deutschland und in der Region Hannover nehmen wir bei VWN sehr ernst. Jetzt hat die Bundesregierung für den November verschärfte Corona-Maßnahmen deutschlandweit eingeführt. Das Robert-Koch-Institut meldet, dass der Anstieg durch Ausbrüche verursacht wird, die insbesondere im Zusammenhang mit privaten Treffen und Feiern sowie Gruppenveranstaltungen stehen.

Auch bei uns im VWN-Werk Hannover verzeichnen wir einen leichten Anstieg von Infektionen mit dem Coronavirus bei Beschäftigten. Aber bei uns sind bisher keine Infektionsketten entstanden. Für mich ist das ein klares Zeichen dafür, dass wir die restriktiven Maßnahmen rechtzeitig beschlossen haben. Dazu gehören besonders die AHA-Regeln: Abstand, Hygiene, Alltagsmaske! Ebenfalls wurde die Regelung für mobiles Arbeiten bis zum Jahresende verlängert und Veranstaltungen und Dienstreisen auf ein Minimum reduziert.

Das machen wir, um eure Gesundheit zu schützen – und natürlich, um die Fahrzeugproduktion am Laufen zu halten. Die Auftragslage entwickelt sich positiv, jetzt müssen wir abliefern. Dafür brauchen wir jeden von euch! Aber nur gesund und fit!

Mein dringender Appell: Haltet euch an die Corona-Maßnahmen, bei der Arbeit und auch im Privaten! Leistet damit euren Beitrag für den Erfolg von VWN und für eure Gesundheit, die eurer Familien und Freunde sowie eurer Kolleginnen und Kollegen.

Bleibt gesund!

Euer Thomas Hahlbohm



Thomas Hahlbohm beim Einsatz in der Produktion (siehe S. 19) – mit Maske.

## Namen & Nachrichten



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

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



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

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



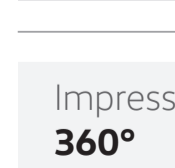
Zuvor leitete Motter bei Audi die internationale Logistik, die Betriebslogistik im Motorenwerk Győr und die Prozess- und Konzeptentwicklung in der Markenlogistik.

Zuvor leitete Motter bei Audi die internationale Logistik, die Betriebslogistik im Motorenwerk Győr und die Prozess- und Konzeptentwicklung in der Markenlogistik.



**Tobias Bahr**, Leiter Umwelt-Compliance der Konzernproduktion, hat zum 1. Oktober die Leitung der Umweltabteilung in der Konzernproduktion übernommen.

Er folgt in dieser Funktion auf **Liendel Chang**, der Ende September im Rahmen einer Altersregelung das Unternehmen verlassen hat.



Er folgt in dieser Funktion auf **Liendel Chang**, der Ende September im Rahmen einer Altersregelung das Unternehmen verlassen hat.

# Digitale Belegschaftsinfo: Vorstand und Betriebsrat wenden sich an Beschäftigte

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

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

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

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



Talkrunden: Vorstand und Betriebsrat im Dialog.

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

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

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



Sprachen zu den Beschäftigten: Bernd Osterloh und Herbert Diess.

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

### Hintergrund zum digitalen Format:

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

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

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

# Hinweisgeber wendet möglichen Schaden von 33 Millionen Euro ab

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

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

### Weitere Informationen

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

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



Kurt Michels, Chief Compliance Officer

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

### Statistik zu eingegangenen Hinweisen

Im dritten Quartal erreichten das Hinweisgebersystem der



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

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

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

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



# Mach mit – bleib gesund!

COVID-19: Richtiges Verhalten

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



## Selbsttest vor Arbeitsantritt

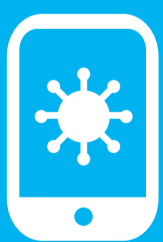
Gehen Sie NICHT zur Arbeit, wenn Sie mindestens eine der folgenden Aussagen mit Ja beantworten:

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



## Testzentren

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



## Corona-Warn-App

Volkswagen unterstützt die Corona-Warn-App der Bundesregierung.

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



## Mobiles Arbeiten

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



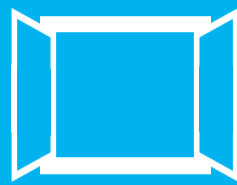
## Anreise/Pendeln

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

# AHA

## AHA-Regel

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



## Lüften

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



## Busshuttle

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



## Gastronomie und SB-Shops

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

## Max. 10



## Regeln bei Veranstaltungen

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



## Kontaktpersonenmanagement

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



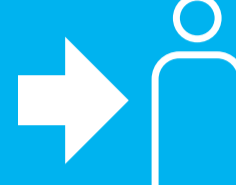
## Dienst-/Erprobungsfahrten

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



## Dienstreisen

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



## Externe Dienstleister

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



## Private Urlaubsreisen

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



## Rückkehr aus Risikogebieten

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

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

# 42 Wolfsburg: Gunnar Kilian und Max Senges im Interview

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

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

**Herr Kilian, warum setzt Volkswagen auf eine neue Programmierschule?**

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

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

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

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

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

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

**Wer kann sich an der 42 Wolfsburg bewerben?**

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

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

**Was ist das Besondere an der Schule?**

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

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

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

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

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

**Weitere Infos und Bewerbung unter [www.42wolfsburg.de](http://www.42wolfsburg.de)**



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



In der Markthalle: Hier findet der Unterricht künftig statt.

## Symposium: So treibt die IT den digitalen Wandel voran

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

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

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

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



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

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

teilten Kompetenzen.“

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

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

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

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

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



### Das Symposium

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



# So wird die Beschaffung digitaler

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



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



Nico Feirer, Bereichsleiter Beschaffung

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

Großen Wert legt die Beschaffung schon im

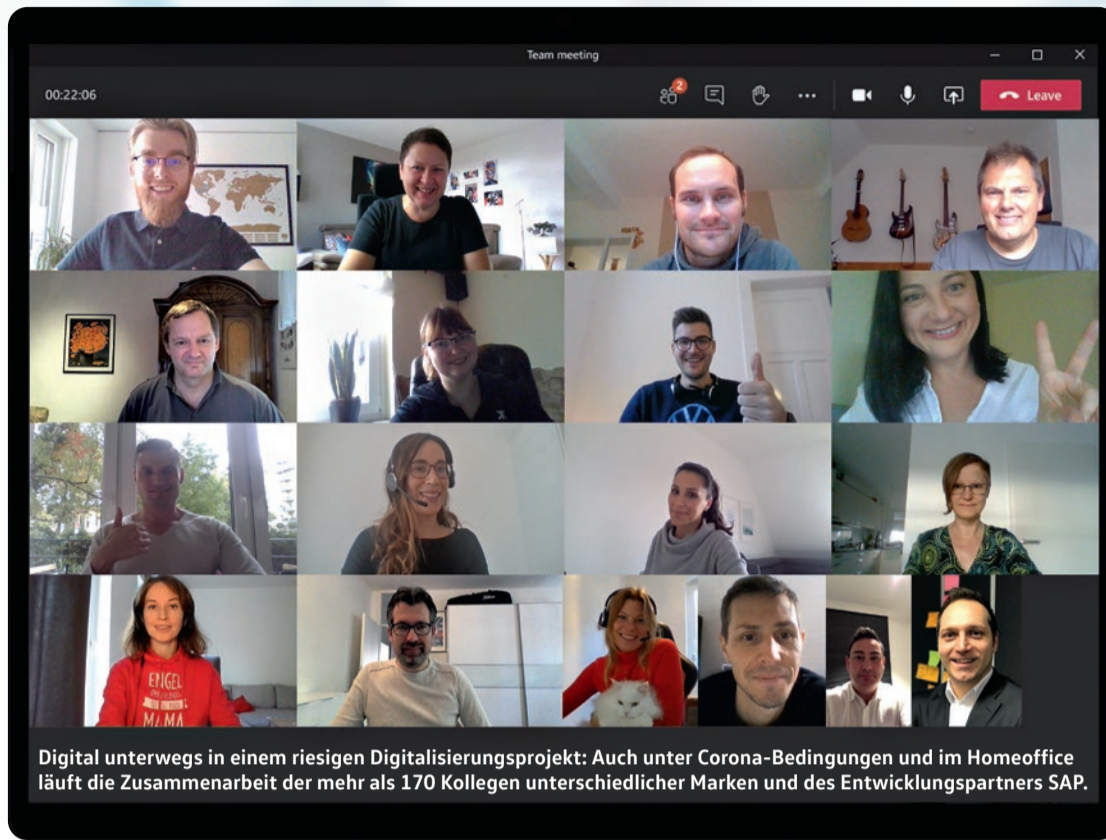
Entwicklungsprozess auf eine bereichsübergreifende Zusammenarbeit. Nico Feirer, Bereichsleiter „Globale Seriensteuerung Beschaffung“: „Unsere Mannschaft setzt sich aus verschiedenen Spielern zusammen. Für uns ist Digitalisierung auch deshalb echter Teamspirit.“ Bei den Spielern handelt es sich um die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

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

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

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

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



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

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

## Der Anwender steht im Mittelpunkt

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



## Mitarbeiterstimmen: Was das GPS-Projekt besonders macht

### ZUSAMMENARBEIT BESCHAFFUNG UND IT

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

Ruben Symalla, GPS-Projektmanagement der Konzern-IT



### ZUSAMMENARBEIT MARKEN UND REGIONEN

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

Stefan Prüller, Business Owner bei Audi



### AGILITÄT

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

Maria Alt, Product Owner GPS Sourcing der Konzernbeschaffung



## Digitalisierung: Das sagt Personalvorstand Kilian

### 3 Fragen



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

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

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

erfolgreich sein zu können.

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

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



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

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

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

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

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

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



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

## Neue digitale Dialogformate in TE

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

### TE-Skype-Dialog ergänzt die TE-Medien

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

Vor der Corona-Pandemie fanden die Kommunikationsveranstaltungen im TE-Hörsaal mit etwa 100 Teilnehmern statt. Man hätte mehr als drei Veranstaltungen organisieren müssen, um auf die Zahl von 350 Mitarbeitern zu kommen, die mit dem TE-Skype-Dialog erreicht wurden. Mit dem Online-Format sparten sich die Mitarbeiter zudem An- und Abfahrt. Wären sie von zuhause gekommen, hätten sie mehr als 12.000 Kilometer mit dem Pkw zurückgelegt – mit geschätzten CO<sub>2</sub>-Emissionen von 1,8 Tonnen.

### Online-Meetings tragen zum Klimaschutz bei

Wesentlich besser ist die Klimabilanz des Online-Meetings – bei 350 Teilnehmern fallen pro Stunde nur rund 35 Kilogramm CO<sub>2</sub> an. Der Wandel in der TE ist damit eines von vielen Beispielen, die zeigen, wie Volkswagen zu einem digitaleren und zugleich nachhaltigeren Unternehmen wird.

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



## Elektronikentwickler: Digitales Willkommen

Virtuell stellen sich neue Mitarbeiter und Führungskräfte vor

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

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

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

Die virtuellen Treffen nutzen nicht nur den neuen Mitarbeitern – sie sind auch besser für die Umwelt. Reisen 40 Teilnehmer zu einem Präsenz-Meeting nach Wolfsburg, dann legen sie geschätzte 2.000 Kilometer mit dem Auto zurück. CO<sub>2</sub>-Emissionen: rund 300 Kilogramm. Bei einem zweistündigen Online-Format fallen durch den Stromverbrauch der Laptops lediglich wenige Kilogramm an. Das gilt nicht nur für die Begrüßungsveranstaltungen, sondern für jeden Tag, an dem die neuen Kollegen von zuhause arbeiten.

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

Die EE hat auch viele andere Formate digitalisiert. In Videos berichten Mitarbeiter von ihren Arbeitsthemen – so stellt beispielsweise ein Entwickler eine Neuigkeit in der Navigation des ID.3<sup>1</sup> vor. „Die Technikfilme sind sehr beliebt bei unseren Kolleginnen und Kollegen – nicht selten entstehen daraus Diskussionen in unserer EE-Community“,



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



## Cloud-Lösung für mobile Arbeit

TE richtet über 1.000 digitale Arbeitsplätze für rechenintensive Aufgaben ein

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

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

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

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

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



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

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

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

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



### Diese Formate nutzt die EE

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

Kontakt: Margit Burkhard/Gian Carlo Brunetti



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

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

Patrick Conrad, virtueller Fahrzeugbau

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

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

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

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

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

### Was wissen wir über die Förderung?

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

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

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

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



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

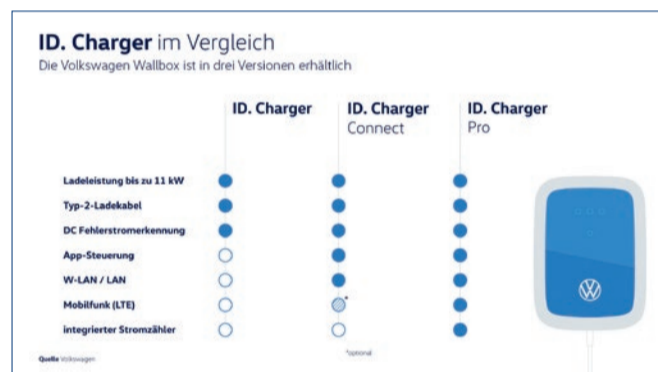
beantragt werden, dann können Erwerb und Installation der Wallbox folgen. Wer kurzfristig vor dem Beginn des Förderprogramms im November eine Wallbox benötigt, kann natürlich weiterhin wie gewohnt bei Elli bestellen.

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

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



Aufgeladen: 900 Euro gibt es für die heimische Wallbox.



Sicher: Der ID.3<sup>1</sup> überzeugt im Test.

## ID.3: Fünf Sterne im Sicherheitstest

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

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

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

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

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

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

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

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

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

abgebaut werden.

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

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

Das Aluminium-Strangpressprofil zu gestalten, war aufwändig und

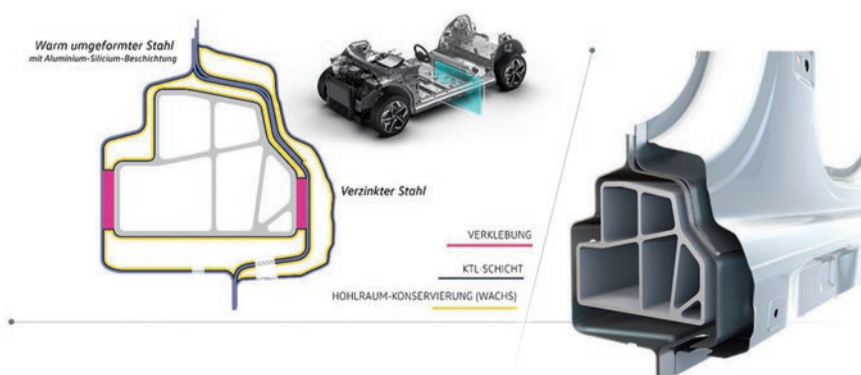


Leichtbau am Rechner: Sarah Brüggemann mit dem Alu-Profil des ID.3 Schwellers, der mit Künstlicher Intelligenz entwickelt wurde und die Crashenergie beim seitlichen Aufprall abbaut.

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

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

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



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

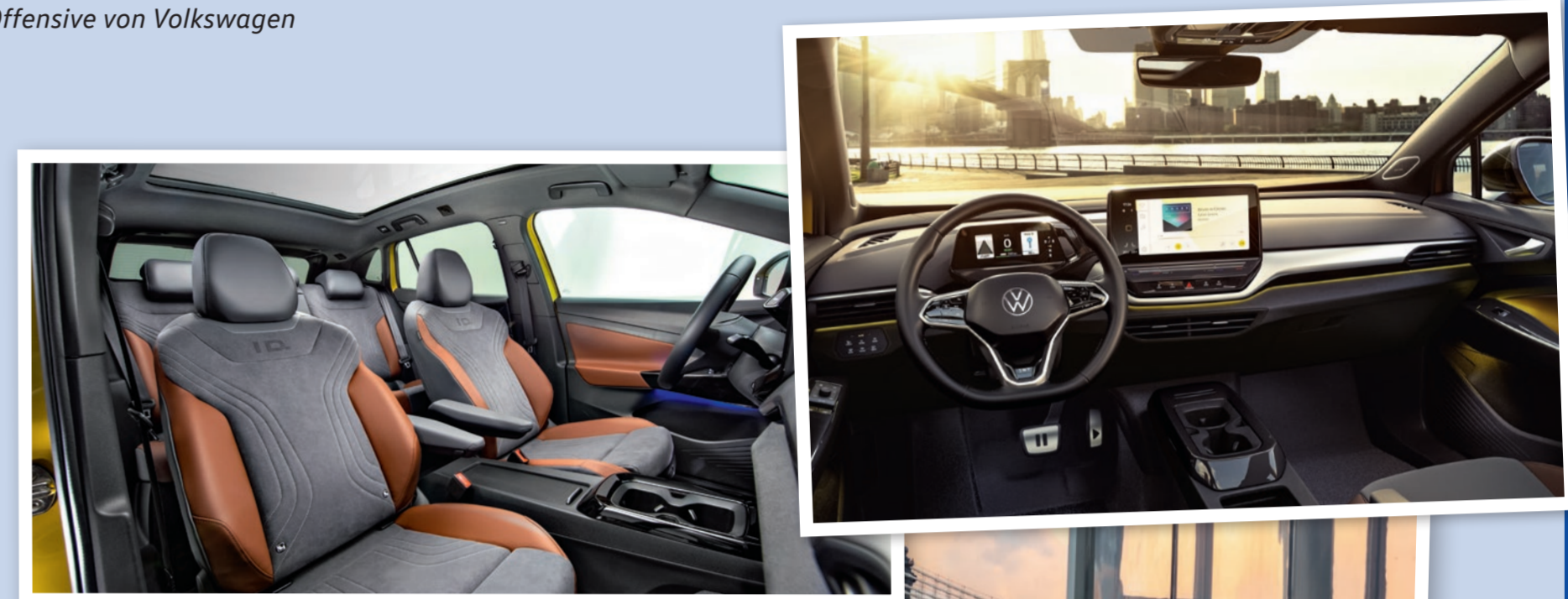
<sup>1</sup> ID.3 – Stromverbrauch in kWh/100 km (NEFZ): 15,4–14,5 (kombiniert), CO<sub>2</sub>-Emission in g/km: 0; Effizienzklasse: A+



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

**Technische Daten des ID.4**

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



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

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

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

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

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

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

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

**In Tennessee und Shanghai: Sie arbeiten am ID.4**

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



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

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

Freundin Nicole. Als Hochzeitsauto brachten Kollegen aus dem Volkswagen Werk Zwickau einen ID.3<sup>1</sup> der Mitarbeiterflotte mit. In wenigen Wochen ziehen die Franks nach Tennessee, wo Marco im Werk Chattanooga den Produktionsstart des ID.4 mit vorbereiten wird. Das erste Elektro-SUV der Marke Volkswagen wird damit dem Anspruch als Weltauto auf besondere Weise gerecht: Der ID.4 wird nicht nur weltweit gebaut

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

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

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

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

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

Zurück zu den Franks: Gemein-

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

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



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

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

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



## Kommunikation von Volkswagen gut benotet

### Die Pressearbeit von Volkswagen

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

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



Peik von Bestenbostel, Leiter Konzernkommunikation

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

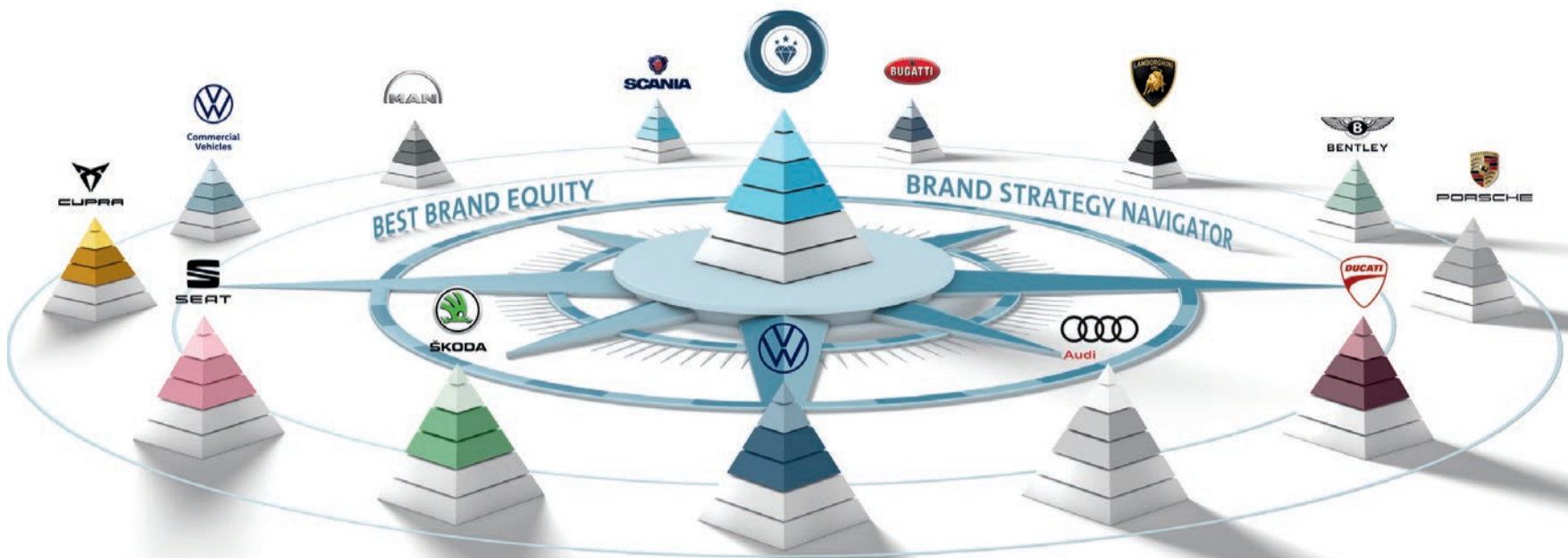
## Neue Allianz für Traton

Traton und der japanische Nutzfahrzeughersteller Hino haben eine Joint-Venture-Vereinbarung unterzeichnet.

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

# Profile geschärft: Dafür stehen die Marken im Konzern

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



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

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

### Trennschärfer am Markt auftreten

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

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

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



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

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

Stefan Büscher, Leiter Konzern Brand & Marketing Strategie

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

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

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

### Projekt aus der Konzernstrategie

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

## TE startet die „Mission Kulturwandel“

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

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

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

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



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

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

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

Weitere wichtige Themen der Diskussion waren der Abbau von Hie-

und TE-Betriebsratskoordinator Gerardo Scarpino.

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

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

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



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



# Hildegard Wortmann: „Zukunft der Mobilität ist elektrisch“

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



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

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

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

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

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

**Welche Konsequenzen ziehen Sie aus den vergangenen Monaten?**

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

**Welche Modelle haben den Aufschwung unterstützt?**

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

**Dann setzen Sie weiter auf die Elektromobilität?**

Absolut. Die Zukunft der Mobilität ist elektrisch. Wir haben eine ambitionierte Roadmap E, an der wir auch trotz der Corona-Pandemie festhalten: Wir bringen 30 elektrifizierte Modelle bis 2025 auf den Markt, davon rund 20 vollelektrische. Im nächsten Jahr kommen mit dem Audi e-tron GT und dem Audi Q4 e-tron zwei weitere emotionale Highlights auf den Markt, auf die ich mich jetzt schon sehr freue. Audi wird in den kommenden Jahren zum Anbieter ganzheitlicher CO<sub>2</sub>-neutraler Premiummobilität mit dem Ziel, die Führung im Wettbewerb zu übernehmen.

„Gemeinsam leben wir Vorsprung!“

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

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

## Namen & Nachrichten



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

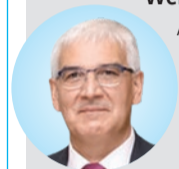
(Deutschland, Spanien, Portugal und Frankreich), ist seit dem 1. November neuer Sprecher der Geschäftsführung der VGRD GmbH. Er folgt



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



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



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

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

## Allianz der Konzernlenker: Umwelt im Fokus

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

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

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

Auf seiner konstituierenden Sitzung in Stuttgart unterstrich das

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

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

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

Jedes Mitglied hat seine eigene Strategie definiert, die Dekarbonisierung anzugehen, indem es etwa die Kohlenstoffemissionen über die relevanten Wertschöpfungsketten hinweg reduziert oder Kunden nachhaltige Produkte und Dienstleistungen anbietet. Um die jeweiligen CO<sub>2</sub>-Ziele zu erreichen, ist jedes Mitglied und jede Branche von anderen Unternehmen und Branchen abhängig, was besonders eine branchenübergreifende Arbeit erforderlich macht.

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



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

VOLKSWAGEN  
AKTIENGESELLSCHAFT



360°  
VOLKSWAGEN  
APP  
VON MITARBEITERN  
FÜR MITARBEITER

APP IN DIE  
ZUKUNFT!  
KOMMST DU MIT?

Jetzt runterladen und anmelden.



www.volkswagen-app.de

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

# Mutig in die Zukunft

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

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

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

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

## Volle E-Kraft voraus

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

Volkswagen Konzern die Schlüsselkomponente der E-Mobilität – von der Zelle bis zum Recycling. Dazu wurden an den Komponenten Standorten mit dem Start des neuen Geschäftsfeldes Batteriezelle Anfang des Jahres und den erfolgreichen Anläufen von MEB-Komponenten wie der E-Maschine in Kassel und dem Batteriesystem in Braunschweig neue Produktions- und Wertschöpfungsumfänge geschaffen (s. Grafik). Die starke Ausrichtung der Komponente auf die E-Mobilität zeigt sich bereits beim ID.3<sup>1</sup> und ID.4<sup>2</sup>: Hier liegt der Wertschöpfungsanteil der Group Components bei rund 40 Prozent – und ist damit um rund zehn Prozent höher als beim

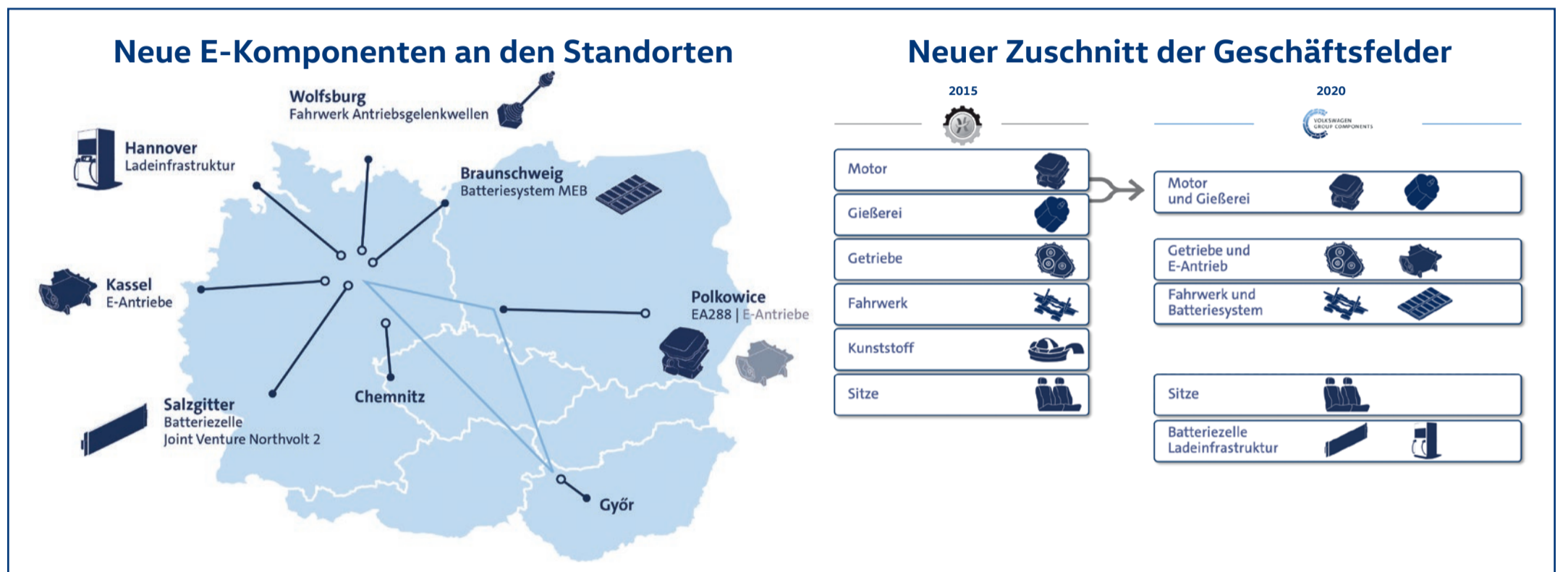
klassischen Verbrenner. Aber: Die wettbewerbsfähige Fertigung konventioneller Technologien ist als Volumen- und Ergebnistreiber wichtig, um auch weiterhin in die E-Mobilität investieren zu können.

## Transformation ist Teamsache

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

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

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



## Die Transformation ist in vollem Gange ...

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

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

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

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

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

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



Thomas Schmall, Vorstandsvorsitzender der Volkswagen Group Components

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



Bernd Osterloh, Gesamtbetriebsratsvorsitzender



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

## Weitere Themen der Group Components

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

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

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



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





## Labor auf Rädern: Schnelle Hilfe kommt von MAN

500 COVID-Tests am Tag möglich

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

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

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



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



## So hilft KI bei Suche nach Parkplatz

Kamera wertet Bilder auf Werksgelände aus

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



Wenn Bilder Bände sprechen: Alle Infos werden ausgewertet.



## Dank Photovoltaik: Werk bilanziell CO<sub>2</sub>-neutral

Größte Dachanlage Europas an Audi Standort Győr in Betrieb genommen

**Bilanziell CO<sub>2</sub>-neutral:** Das Audi Werk in Ungarn ist der zweite von fünf Audi Standorten, der bilanziell CO<sub>2</sub>-neutral ist. Dazu hat Audi gemeinsam mit



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

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



## Aus 150 Gramm Silber: Das Bugatti-Emblem

Von Hand gefertigt

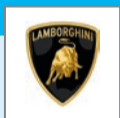
**150 Gramm Sterlingsilber.** Feinste Prägung, glänzende Emaile und ein 3D-Effekt. Seit dem Jahr der Gründung der Marke zeugt das Bugatti Emblem, das Macaron, am Hufeisenkühler von Exklusivität, Luxus, Design und außergewöhnlicher Handwerkskunst.

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



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

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



Absolvierten die Strecke: die beiden Lamborghini.

## Rallye: Zwei Oldies auf großer Fahrt

1.000 Kilometer Strecke

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



## Barcelona: Herbert Diess testet E-Scooter

Konzernchef lobt: „Eine perfekte Lösung“

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



Die E-Roller fahren mit einer Batterieladung bis zu 125 Kilometer weit. Die Batterie ist außerdem abnehmbar und austauschbar. Herbert Diess auf LinkedIn über seinen Test: „Eine perfekte Lösung, um Barcelona, eine der Städte mit den meisten Motorrädern in Europa, auf eine zugängliche, erschwingliche, unterhaltsame, geräuschfreie und CO<sub>2</sub>-freie Art und Weise zu erkunden. Die beste Mobilitätsoption in Coronavirus-Zeiten!“

Austausch: Seat Chef Wayne Griffiths und Herbert Diess.

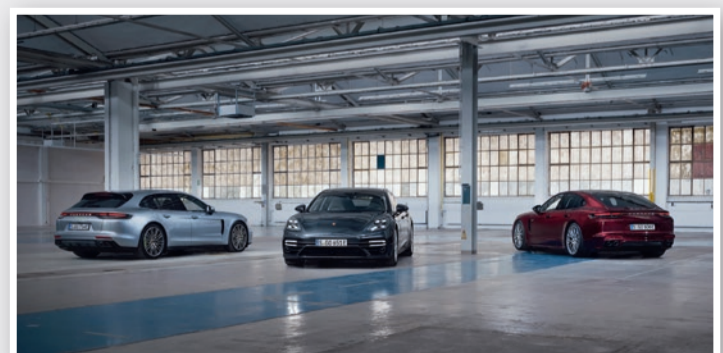


## Drei neue Panamera vorgestellt

Reichweite der E-Hybride gesteigert

**Porsche** vervollständigt das Angebot beim neuen Panamera mit drei neuen Modellen – dem Panamera Turbo S E-Hybrid<sup>1</sup>, dem Panamera 4 E-Hybrid<sup>2</sup> und dem Panamera 4S<sup>3</sup>. Der neue Panamera Turbo S E-Hybrid mit der Kombination aus Vierliter-V8-Biturbo mit 420 kW und 100 kW (136 PS) starkem Elektromotor markiert ab sofort die Leistungsspitze der rundum erneuerten Modellreihe. Die rein elektrische Reichweite konnte durch eine neue 17,9-kWh-Batterie und optimier-

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



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

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

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

Vertrieb an Mitarbeiter (WA-Verkauf)



# Der vollelektrische ID.4

## 100% SUV. 100% elektrisch.

Jetzt bestellen: Im Neuwagenkauf oder im Neuwagenkauf mit Rückgaberecht.



**Jetzt 9.000,- €\***  
Umweltbonus sichern

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

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

Abbildung zeigt ggf. Sonderausstattung gegen Mehrpreis

### Immer aktuell informiert:

**KundenCenter news** – abonnieren auf KundenCenter direkt

**Mein KundenCenter** – Kanal folgen auf 360° Volkswagen App

**KundenCenter direkt** – jederzeit online erreichbar unter [kundencenter.volkswagen.de](https://kundencenter.volkswagen.de)



## Zur Weltpremiere des ID.4<sup>1</sup> in Fernost: Das sagt China-Chef Stephan Wöllenstein

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

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

Einfach großartig. Denn: Vor gerade einmal drei Jahren haben wir die Move Forward Strategie gestartet. Wir haben die Schwerpunkte auf die Themen Design, Erweiterung unseres Produktportfolios vor allem in Richtung SUVs, Digitalisierung und E-Mobilität gesetzt. Der neue ID.4 kommt in China als ID.4 CROZZ<sup>2</sup> und ID.4 X<sup>2</sup> auf den Markt und vereint alle unsere Move Forward Ziele in sich. Daher sind die ID. 4 Modelle ein echter Game Changer für uns. Jetzt zahlt sich die harte Arbeit der Volkswagen Mannschaft hier bei Volkswagen Group China und bei seinen Joint Venture Partnern endlich aus: unsere Vision wird Realität.

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

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

Übrigens hat Präsident Xi Jinping erst vor wenigen Wochen angekündigt, dass China vor 2030 den Höhepunkt bei den CO<sub>2</sub>-Emissionen erreichen wird und ab 2060 CO<sub>2</sub>neutral sein will.

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

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



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

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



## Herbert Diess testet Volkswagen Viloran<sup>3</sup>

Konzernchef begeistert von Komfort des 5,31 Meter langen Vans

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

bequemste Chauffeurlimousine, die man sich vorstellen kann.“

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



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

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

Memorandum of Understanding unterzeichnet

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

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

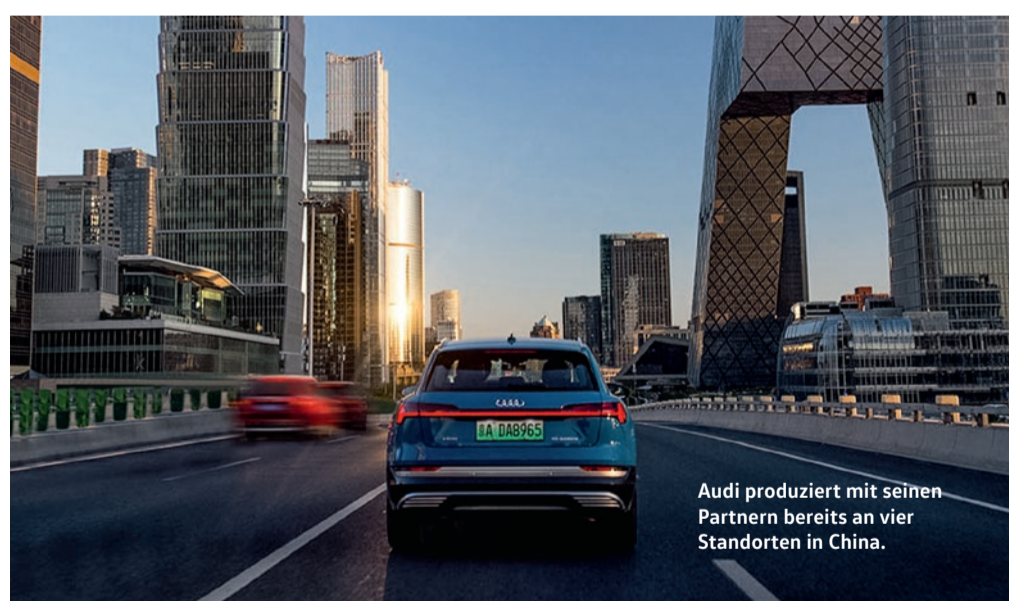
„Diese Entscheidung unterstreicht die strategische Bedeutung des chinesischen Markts. Damit treiben wir Innovationen vor Ort aktiv voran“, sagt Markus Duesmann, Vorstandsvorsitzender der AUDI AG und verantwortlich für das

China-Geschäft.

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

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

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



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

Audi und FAW produzieren gemeinsam den rein elektrischen Q2L e-tron<sup>4</sup> sowie den Plug-in-Hybrid A6L TFSIe<sup>5</sup>. Zudem wird der bisher importierte Audi e-tron<sup>6</sup> seit Ende September in Changchun produziert. In den kommenden Jahren wird Audi weitere vollelektrische Modelle der e-tron Familie in China anbieten oder lokalisieren. Bis 2025 will Audi rund ein Drittel des Absatzes in China mit elektrifizierten Automobilen erzielen.

Von Januar bis September 2020 hat Audi 512.081 Fahrzeuge an

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

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



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

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

**VOLKSWAGEN  
FINANCIAL SERVICES**  
THE KEY TO MOBILITY



Z.B.  
**5.000,- €**  
für nur  
**68,16 € mtl.<sup>1</sup>**

Uwe Borstel und Patrick Schliesio, Filiale Braunschweig

# Wir wissen vielleicht nicht alles – aber alles über Kredite!

Der Ratenkredit der Volkswagen Bank.

**Auf einen Blick:**

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



Filialen

Kommen Sie vorbei – wir beraten Sie gern.  
Terminvereinbarung 0531 212-859559  
[termine.vwbank.de](http://termine.vwbank.de)



Telefon

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



Online

[www.vwfs.de/ratenkredit-konzern](http://www.vwfs.de/ratenkredit-konzern)



Dies ist ein Angebot der Volkswagen Bank GmbH.

<sup>1</sup>Repräsentatives 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.

<sup>2</sup> Zinssatz ist bonitäts- und laufzeitabhängig. Stand: September 2020

# Entschleunigt bis zum Nordkap

Volkswagen Fan Frank Eusterholz fährt mit einem e-Crafter 7.500 Kilometer bis nach Norwegen

Auf eine ungewöhnliche Reise begab sich der auf Samsø (Dänemark) lebende Volkswagen Fan Frank Eusterholz. Er fuhr mit einem e-Crafter von Hannover bis an den nördlichsten auf der Straße erreichbaren Punkt Europas. Mit unserem großen Elektrotransporter, der vor allem für den Stadt- und Kurzstreckenverkehr konzipiert ist, trat er den Beweis an, dass eine begrenzte Reichweite kein K.-o.-Kriterium für eine Langstreckentour sein muss: „Mit einem Diesel kann es ja jeder“, so Eusterholz. Um im ansonsten serienmäßigen Kastenwagen etwas mehr Wohnlichkeit auf der Tour zu haben, hat er den e-Crafter mit einer

sogenannten Wohnbox von der Firma PlugVan aus Berlin bestücken lassen.

Auf den ersten Blick hört es sich für viele Autofahrer nach einer Straßepanze an, eine 7.500 Kilometer lange Strecke mit einem Elektrotransporter zurückzulegen, der eine Reichweite von 173 Kilometern (nach NEFZ) hat. „Reichweite ist aber gar kein Thema“, so Eusterholz, „man muss sich halt nur darauf einstellen.“

## Bewusster reisen mit dem e-Crafter

So empfand er die insgesamt 95 Ladestopps auf der gesamten Strecke auch nicht als anstrengend, sondern eher

als Bereicherung. „Man entschleunigt, fährt bewusster und ist am Ende des Tages sogar ausgeruhter am Ziel.“

Und die Tour bietet eine Vielzahl an Highlights und Erfahrungen rund um den Alltag mit E-Mobilen. Beispiel Trollstigen: Die teilweise einspurige Strecke ist mit ca. zwölf Prozent Steigung, verteilt auf elf Haarnadelkurven, sehr anspruchsvoll. Begonnen mit einer Reichweite von 100 Kilometern, erreicht Eusterholz das höchstgelegene Zwischenziel mit 50 Kilometern auf dem Display, bis nach schwungvoller Abfahrt die Restreichweite wieder 90 km betrug – Rekuperation sei Dank. „Auch dafür entwickelt man schnell ein Gefühl.“

Auch spannende Momente gab es: So erreichte er mit nur noch wenigen Kilometern Restreichweite die einzige Ladesäule weit und breit. Frei nach „Murphy's Law“ war diese defekt. Hilfe kam in dem Fall von einem Altenpflegeheim in der Nachbarschaft, bei dem er die Wallbox des Chefarztes nutzen durfte.

Dennoch war die Ankunft am Nordkap für ihn natürlich der emotionalste Moment: das Ziel der Reise zu erreichen – nach einer Tour, die viele für fast unmöglich hielten. Nicht nur für Eusterholz ein Gänsehautmoment.



## PlugVan

Mit dem PlugVan-Wohnmodul lässt sich ein Kastenwagen wie der Crafter binnen fünf Minuten in einen vollwertigen Camper verwandeln. Das PlugVan-Modul wird dafür einfach in den leeren Kastenwagen geschoben, ohne dass am Fahrzeug dafür irgendwelche Änderungen vorgenommen werden müssen. Über die serienmäßigen Verzurrösen wird die Box fest mit dem Fahrzeug verbunden – fertig ist das Wohnmobil.



Auf dem Weg zum Nordkap: Frank Eusterholz und der e-Crafter mit Camping-Modulen von PlugVan.



Geschafft: Eusterholz ist sichtlich zufrieden am Nordkap angekommen.

## Die Tour in Zahlen:

Dauer:  
18 Tage (ab/an Samsø)

Gesamtstrecke:  
7.544 km

Direkte Hinfahrt:  
Hannover-Samsø-Nordkap 3.333 km

Ladestopps:  
95

Ladezeit im Schnitt:  
1,5 Std.

Verbrauch:  
ca. 25 kWh auf 100 km

## e-Crafter Kastenwagen Das Fahrzeug:

Leistung:  
100 kW / 136 PS

Drehmoment:  
290 Nm

Ladevolumen:  
10,7 m³

Batterie:  
35,8 kWh

Reisemobilausbau:  
PlugVan Basic

## Die Mobilität von morgen ist unser Antrieb

Elektromobilität bei Volkswagen Nutzfahrzeuge nimmt weiter Fahrt auf

Die Zukunft fährt elektrisch. Dies gilt ganz besonders für das Segment der leichten Nutzfahrzeuge. Bereits heute sind die Elektromotoren so leistungstark, die Batterien so klein und die Ladezeiten so kurz, dass sich ein Umstieg lohnen kann.

Neben dem e-Crafter und dem ABT e-Caddy sind auch die neuen ABT e-T6.1 Modelle von VWN bei ausgewählten Händlern verfügbar. Der Schlüssel zum Durchbruch der Elektromobilität ist aber natürlich eine flächendeckende und optimal nutzbare Ladeinfrastruktur. Mit e-Charge bieten wir unseren Kunden nun genau das: den bargeldlosen Zugang zu einem der weltweit größten Ladenetze. e-Charge ist

mit 110.000 Ladepunkten in Zukunft in 24 europäischen Ländern vertreten. Die User schalten mit der e-Charge-Card oder -App vor Ort die Ladesäule frei. Die kostenlose App ist dabei ein echtes Multitalent: Sie liefert detaillierte Infos zu den Ladesäulen und navigiert auch dorthin.

Für den gewerblichen Einsatz: die E-Flotte von Volkswagen Nutzfahrzeuge.



Freuen sich über den Logistra-Award: Vertriebsvorstand Heinz-Jürgen Löw (rechts) mit Redakteur Johannes Reichel.

## So sehen Sieger aus: Zwei VWN-Modelle ausgezeichnet

Noch vor seiner Markteinführung wurde der neue Caddy von den Lesern der Fachzeitschrift LOGISTRA beim Innovationspreis „LOGISTRA best practice: Innovationen 2020“ in der Kategorie „Fahrzeuge und Fuhrpark“ zum Sieger gewählt.



Mit der Auszeichnung von Auto Bild Reisemobil: Marina Rau und Alexei Wolf aus der California Fertigung.

## Willkommen in der Familie: Der neue Caddy California

VWN bietet jetzt Reisemobile für jedes Budget, jede Reise und jedes Abenteuer



Perfekter California Dreiklang: Caddy, T6.1 und Crafter als Reisemobile.

Die Freiheit, Neues zu entdecken, war schon immer ein Sinnbild für die Mitglieder der California Reisemobile von uns. Mit dem Caddy California gibt es nun Neuigkeiten in der Modellfamilie selbst: Mit seinem bequemen Klappbett, der kleinen, ausziehbaren Küche, Klapptisch und Stühlen steht er dabei seinen

großen Brüdern California 6.1 und Grand California in nichts nach. Ein optional von Volkswagen Zubehör erhältliches freistehendes Heckzelt bietet sogar Raum für bis zu sechs Personen.

Absoluter Bestseller im Segment bleibt indes das Original: Mit bislang über 190.000 verkauften Exemplaren ist der California das erfolgreichste Reisemobil der Welt.

Zudem hat sich unsere Camper-Ikone bei der Auto Bild gleich gegen 39 Wettbewerber durchgesetzt: Der neue California 6.1 gewann die begehrte Auszeichnung „Das Goldene Auto Bild Reisemobil 2020“.





Auch bei der Pressekonferenz heißt es: Abstand einhalten!

### Fahrevent in Zeiten von Corona

Für das kleine Orga-Team war es eine zusätzliche Herausforderung, die Veranstaltung Corona-konform durchzuführen. Ein detailliertes Konzept wurde im Vorfeld ausgearbeitet und vor Ort penibel umgesetzt. Immer mit dem Ziel, die Veranstaltung für alle Journalisten, Volkswagen Experten und das Orga-Team sicher zu gestalten. Ein externer Corona-Beauftragter überprüfte die Einhaltung aller Maßnahmen vor Ort und begleitete das Event durchgehend.

# Neuer Caddy überzeugt Fachpresse

Internationale Medienvertreter testen zahlreiche Caddy Varianten in München

**G**rößer, praktischer, effizienter, intelligenter. Der zu 100 Prozent neue Caddy startet jetzt durch – und überzeugt auch die internationale Fachpresse. Wenige Wochen vor den ersten Auslieferungen an die Endkunden konnten Ende Oktober über 200 Pressevertreter, Blogger und TV-Teams exklusiv den neuen Caddy testen. Die Journalisten waren in insgesamt 45 Testwagen in der Nähe des Münchener Flughafens auf verschiedenen Routen unterwegs. Sie testeten den Caddy als Stadtlieferwagen, Kombi oder Kompakt-Van; verschiedene Motor- und Getriebevarianten standen zur Auswahl. Auch der Caddy in der Maxi-Version und ein Modell des neuen Caddy California waren vor Ort für die Teilnehmer ausgestellt.

Und der neue Caddy kommt an! Er sei „praktischer denn je und im Inneren mittlerweile fast auf Golf-Niveau“, urteilt stern.de. Schon das frische Erscheinungsbild wecke Neugierde aufs Einsteigen und Losfahren, schreibt die



Echter Hingucker (oben): Der Caddy Move.

Überzeugend (rechts): Testfahrt im neuen Caddy Move.

Motorzeitung. Nach den Testfahrten wird besonders das Fahrverhalten des Hochdachkombis gelobt. Ein angenehmes und straffes Fahrverhalten assistiert das Online-Portal autonotizen.de. Der Grund: Der Caddy profitiert von dem Modularen Querbaukasten (MQB). Ein weiterer Vorteil der neuen

„Die Bauweise macht ihn zu einem völlig neuen Auto, bei dem die Freiheiten innen und außen voll ausgenutzt werden.“

Handelsblatt

„Ganz ehrlich, mit so einem neuen Caddy hatte wohl niemand gerechnet [...] unterm Strich setzt der neue Caddy wohl neue Maßstäbe in einer Klasse, die trotz des SUV-Boom nach wie vor gefragt ist.“

autogazette.de



Plattform: die große Anzahl an Assistenzsystemen, wie das AutoMedienPortal bemerkt: „Auch bei den angebotenen Assistenzsystemen setzt VWN auf Wachstum und spendiert dem Caddy 19 Systeme.“

Fazit: Die Erwartungen der Fachleute an den

Caddy sind hoch, nach den ersten Testfahrten hat er diese jedoch vollends erfüllt. Flexibel und variantenreich wie eh und je. Oder wie das Nachrichtenmagazin n-tv schreibt: „Der Caddy ist sowas wie die eierlegende Wollmilchsau.“ Der Sprung auf den MQB mache den Caddy jetzt aber zum „Golf im Van-Gewand“ (LOGISTRA), die Tageszeitung nennt ihn sogar „Quantensprung“. Von der neuen Plattform profitieren nicht nur die Pkw-Varianten, sondern auch die Nutzfahrzeuge.

## Exklusive Testfahrt: Drei Münchner Start-up-Chefs checken den neuen Caddy

**Stefan Klare**  
Gründer von Tripstix Surfboards  
Testwagen: Caddy Move

„Die Größe des Caddy ist ein guter Kompromiss zwischen Stadtauto und Wochenend-Outdoor-Erlebnisauto. Egal was man dabei hat – man kann den Caddy genau so nutzen, wie man ihn gerade braucht.“

Angefangen hat alles im Jahr 2010, als sich eine Gruppe Eisbach-Surfer auf den Weg in Richtung Meer machte. Sie erkannten schnell, dass aufblasbare Surfbretter gut zum Reisen geeignet sind, aber sie sind nicht gerade ideal zum Surfen. Ihre Vision: die Lücke zwischen aufblasbaren Spielzeugen und Hardboards zu schließen. Bis heute ist Tripstix das einzige Unternehmen weltweit, das aufblasbare Hochpräzisions-SUPS mit einzigartigen Performance-Eigenschaften bauen kann, die schon mehrfach ausgezeichnet wurden.

Im Caddy Move ist auch das große Tripstix Allround SUP unkompliziert verstaut und lässt immer noch genug Platz für die gesamte Familie mit Kinderwagen und Picknickkorb.



**Michi Thalhammer**  
Gründer von Aloha BAVARIA  
Testwagen: Caddy Style

„Den Caddy kennt man aus dem Nutzfahrzeug-Bereich von der Baustelle und jetzt ist er ins Leben gerückt – ich finde ihn wirklich lässig. Coole Variante, wenn man einen kleinen Bus will, aber in Pkw-Größe, nur eben mit viel mehr Raum – absolut gelungen!“

Dem Style hat sich Michi Thalhammer verschrieben. Er produziert und verkauft hochwertige Hirschlederhosen – auf Wunsch mit Motiven, die ins Leder gebrannt werden. Mit der Tradition geht Thalhammer dabei entspannt um. Die Hirschlederhose darf auf die Hüfte rutschen und wird zu Chucks und einem Aloha-BAVARIA-T-Shirt getragen. Für Michi ist Aloha BAVARIA nicht nur eine Marke, sondern auch ein Lebensgefühl.

„Wenn Du das genauso siehst, habe ich die richtigen Produkte für Dich“, schreibt er auf seiner Homepage – und wir haben für Michi den richtigen Caddy im Angebot. Einen mit Style!



**Maximilian von Pückler**  
Gründer von THE DUKE Gin  
Testwagen: Caddy Cargo

„Wir könnten ganz gut was mit dem Caddy anfangen: Er ist palettenfähig und dabei klein und handlich für unsere Vertriebsleute, die in der Stadt unterwegs sind. Der Caddy ist halt ein Klassiker!“

Wenn aus einer Schnapsidee eine coole Marke wird: Zu einer Zeit, in der sich das Thema Gin weitgehend noch im tiefen Dornröschenschlaf befand, machten sich zwei findige Münchener ans Werk, dieser kulinarischen Ödnis ein Ende zu setzen. Das Ergebnis: die Destillerie THE DUKE. Mit alter Handwerkskunst und viel Hingabe werden nunmehr seit über 13 Jahren auf traditionelle Art und Weise feinste Destillate gefertigt, die mittlerweile zu den Klassikern zählen.

Doch nicht nur der Herzog ist ein Klassiker – unser Caddy Cargo ebenso: egal ob mit Palette an Bord oder unterwegs in der Stadt!



# In der Frühschicht: Werkleiter montiert Triebsätze

Praxiseinsatz: Thomas Hahlbohm arbeitete in der Montage

**S**eine Aufgabe: den passenden Montageschemel mit mechanischer Unterstützung des sogenannten Lastaufnahmemittels, eines Greifers für das ergonomische Arbeiten, auf das FTF setzen. FTF steht für fahrerloses Transportfahrzeug – das sind die autonom fahrenden Transportschlitten, auf denen der Trieb Satz in mehreren Schritten aufgebaut wird.

## Zweiter Einsatz in einem Jahr

„Es läuft wirklich gut“, sagte Hahlbohm in der ersten Pause. „Der Takt von knapp 60 Sekunden ist ganz gut zu schaffen, ich habe aber auch eine sehr detaillierte Einweisung von Recayi Demirci erhalten.“ Schon vor einem Jahr nutzte Hahlbohm die Gelegenheit und arbeitete in der Produktion mit. Damals in der Cockpit-Vormontage. „Das war eine echte Herausforderung, da brauchte man viel Fingerfertigkeit. Die Arbeit hier beim Trieb Satz ist nicht weniger anspruchsvoll, doch liegt mir das Arbeiten mit größerem Gerät scheinbar besser, als filigran mit den Händen Kleinteile zu montieren“, erklärte der Werkleiter.

Während der Arbeit trug Hahlbohm durchgängig einen Mundschutz. „Ja, das ist ungewohnt. Aber es ist not-

wendig, wenn wir Infektionsketten verhindern wollen. Genauso wichtig sind auch die weiteren Corona-Maß-

nahmen bei VWN. Ich halte sie ein – für mich und für meine Kolleginnen und Kollegen.“



In der Produktion: Werkleiter Hahlbohm (rechts) legt den Montageschemel auf das FTF – unter Aufsicht von Recayi Demirci (Mitte) und Teamsprecher Anastasios Zoumpoulis.



Showcar: ID. Buzz Cargo.<sup>1</sup>

## 800 Roboter für ID. Buzz Fertigung

Volkswagen Nutzfahrzeuge hat 800 Roboter beim Schweizer Hersteller ABB für den Standort Hannover geordert. Die Roboter werden hier ab 2022 in der Produktion den ID. Buzz bauen. „Wir liegen mit unseren Umbaumaßnahmen im Werk voll im Zeitplan“, sagt Produktions- und Logistikvorstand Josef Baumert. „Mit dem Start des ID. Buzz werden wir in Hannover die aktuelle Modernisierung unseres Werks abgeschlossen haben, von der auch alle weiteren Modelle am Standort profitieren werden.“ Der Volkswagen Konzern plant bis 2024 Investitionen in Höhe von insgesamt 33 Milliarden Euro mit dem Ziel, Weltmarktführer für Elektromobilität zu werden.



Josef Baumert, Produktions- und Logistikvorstand

Anzeige

# Highspeed serienmäßig. In Deutschlands größtem 5G-Netz.

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

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

Ihre Vorteilsnummer: **44000**

**Gilt auch für  
Ihre Familien-  
angehörigen**



Zum Online-Portal



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

<sup>1</sup>) Angebot gilt bis zum 31.12.2020. Nur solange der Vorrat reicht.



ERLEBEN, WAS VERBINDET.

# Honig aus dem Transporterwerk

Neun Bienenvölker am VWN-Kundencenter angesiedelt

Am Traditionsstandort der Marke VWN werden nicht nur Bullis gebaut. Seit Mitte des Jahres sind hier auch 450.000 neue Mitarbeiterinnen im Einsatz. Nicht an der Linie, sondern rund um unser Werk. Die Bienen sammeln Blütenpollen, um daraus eifrig ein neues VWN-Produkt, den werkseigenen Honig, zu produzieren. Die erste Tracht, wie Imker ihre Ernte nennen, ist jetzt fertig und wird ab sofort im VWN-Kundencenter verkauft. Damit leistet die Marke einen wichtigen Beitrag zum Schutz und Erhalt der Artenvielfalt von Fauna und Flora in der Region Hannover. Der Bulli-Bienenhonig ist eines von vielen Nachhaltigkeitsprojekten bei Volkswagen Nutzfahrzeuge.

„Nachhaltiges Handeln heißt für uns auch, konkrete Projekte umzusetzen, und das besonders dort, wo wir unsere lokalen Wurzeln haben“, betont Susanne Leifheit, die bei VWN die Abteilung „Außenbeziehungen und Nachhaltigkeit“ leitet. „Gelebte Nachhaltigkeit fängt vor der Haustür an und endet nicht am Werkstor.“

Hobbyimker und VWN-Kollege Metin Karsak war sofort begeistert von der Idee des Bulli-Bienenhonigs: „Ich freue mich, dass mein Arbeitgeber hier ein klares Zeichen setzt. Meine Bienen finden in der Umgebung des Werks ideale Bedingungen



Metin Karsak: „Achtzig Prozent unserer heimischen Nutz- und Zierpflanzen müssen durch Honigbienen bestäubt werden. Ohne sie läuft nichts.“

zur Honigproduktion, denn im Umfeld des Werks stehen viele Linden.“

Fakt ist: Seit 1990 hat sich der Bienenbestand in Deutschland um mehr als ein Drittel verringert und mehr als die Hälfte der Wildbienenarten in Deutschland steht bereits auf der Roten Liste gefährdeter Arten.

## Bulli-Garten-Kids gestalten das Etikett

Vier Auszubildende des Werks hatten zuvor eigens passende Bienenstöcke gestaltet. Und die Kinder der werkseigenen Kindertagesstätte Bulli-Garten hatten Bilder gemalt, aus denen in ei-

nem internen Wettbewerb ein Etikett für die Gläser des VWN-Honigs ausgesucht wurde. Am Ende setzten sich Romy Leimbach und Lena Huremovic nicht ohne Stolz mit handgemalten Bienen durch. Ihr Bild zielt nun die Honiggläser und lässt sich samt Honig der aktuellen Ernte im Kundencenter kaufen.

Auf viel Gegenliebe stößt das Projekt auch beim stellvertretenden Betriebsratsvorsitzenden Stavros Christidis: „Wir setzen damit ein tolles Zeichen der Vielfalt und es ist der beste Beweis, dass wir Nutzis auch in herausfordernden Zeiten zusammenhalten.“



Kreativ: Das Etikett wurde von den Bulli-Garten-Kids Romy und Lena gestaltet.



Im Shop des Kundencenters: Susanne Leifheit und Stavros Christidis mit den ersten Honiggläsern.

## Gewinnt den ersten Bulli-Honig!

Wir verlosen exklusiv fünfmal ein Glas des leckeren Nutzi-Honigs. Schickt eine E-Mail mit dem Stichwort „Bulli-Bienen“ bis zum **27. November** an [vwnkommunikation@volkswagen.de](mailto:vwnkommunikation@volkswagen.de). Die Gewinner werden per E-Mail benachrichtigt.

## Die rollende Packstation

VWN und das Start-up pakadoo testen Zustelldienst auf dem Werkgelände in Hannover

Nach Feierabend gehetzt zur Packstation, um schnell noch ein Paket abzuholen? Diesen Weg können sich VWN-Beschäftigte in Hannover künftig sparen. Denn auf dem Firmengelände wird jetzt pakadoo getestet, ein Zustelldienst für Unternehmen, der private Pakete zur Arbeitsstelle bringt. So sollen künftig Zeit gespart und unnötige Wege für Kunden und Lieferfahrzeuge vermieden werden.

Doch warum das Ganze? Mit Blick auf künftige Dienstleistungen reden wir oft recht abstrakt von MaaS/TaaS beziehungsweise „Mobility and Transport as a Service“. Was das für den Personentransportverkehr bedeuten kann, zeigt

etwa MOIA bereits auf den Straßen von Hamburg und Hannover. Und was ist mit neuen Lösungen für den Transport von Waren? Das testet VWN derzeit unter anderem mit pakadoo. Bei der zeitlich begrenzten Aktion werden wichtige Daten für die Weiterentwicklung unserer künftigen Lösungen für den Warentransport gesammelt und ausgewertet.

Euer Vorteil: Mit pakadoo könnt ihr hier private Pakete seit kurzem bequem und direkt ins Werk liefern lassen – und zwar an elf Haltepunkten. Ein e-Crafter liefert die Pakete dann aus, Schlangestehen fürs Paket fällt aus. Das ist gut für die Umwelt und die Nerven.



Neuer Service: Die Pakete werden im Werk per e-Crafter ausgeliefert.

## Mitmachen in drei Schritten

1. Registriert euch unter [pakadoo.de](http://pakadoo.de), um eure persönliche PAK ID zu erhalten. Für die Registrierung benötigt ihr immer den Registrierungscode VWNPIlot19. Diesen gebt ihr gleich bei der Registrierung ein oder wenn ihr euch das erste Mal einloggt.
2. Ladet euch die pakadoo-App auf euer Smartphone.
3. Adressiert eure Pakete künftig wie folgt, um sie direkt ins Werk liefern zu lassen: VWN, Halle 25 pakadoo, [persönliche PAK ID], Mecklenheidestraße 74, 30419 Hannover.

## „Ein Standort – Ein Team“: Vom Bürostuhl in die Produktion

Jetzt die Möglichkeit nutzen und für einen Praxiseinsatz in der Produktion anmelden

Freiwillige vor! Noch bis einschließlich Kalenderwoche 48 können Beschäftigte aus dem indirekten Bereich sich für die Aktion „Ein Standort – Ein Team“ anmelden. Für zwei Wochen tauscht man den Arbeitsplatz im Büro gegen einen Einsatz in der Produktion. Das Programm will Beschäftigte aus direkten und indirekten Bereichen auf Augenhöhe zusammenbringen und so ein gegenseitiges Verständnis für die Tätigkeiten und Prozesse fördern. Werkleiter Hahlbohm: „Wir wollen damit zeigen, wie es in der Produktion läuft, wie Prozesse und Strukturen fertigungsgerecht umgesetzt werden oder wie wir im Alltag an der



In Halle 2: Stefan Müller am Einsatzort.

Montagelinie Qualitätsmängeln, Nacharbeit und Verzögerungen vorbeugen.“

Bisherige Teilnehmer empfehlen das Mitmachen bei der Aktion. „Ich kann jeden nur ermutigen, sich ebenfalls zu bewerben. Für alle Beteiligten ist es ein echter Gewinn“, sagte Stefan Müller (großes Foto) nach seinem Einsatz in der T-Montage.

Ebenso wichtig wie der Praxiseinsatz selbst sei aber auch die Planung im Vorfeld mit den Kolleginnen und Kollegen der eigenen Abteilung, da die entfallende

Arbeit kompensiert werden muss. Für Philipp Baumhauer, Abteilungsleiter HR Businesspartner (kleines Foto), ist das aber kein Grund, die Teilnahme in seinem Team nicht zu fördern. „Der Perspektivwechsel, vom Büro in die Produktion, kann gerade bei unseren Aufgaben im Personalwesen nur helfen. Es ist eine gute Möglichkeit, unseren Konzerngrundsatz ‚Wir statt ich‘ mit Leben zu füllen“, sagt Baumhauer. Aus seinem Team wird die Hälfte an der Produktion teilnehmen – zeitversetzt und über den kompletten Aktionszeitraum.

Wie ihr mitmachen könnt, erfahrt ihr auf GroupConnect unter dem Suchbegriff „Ein Standort – Ein Team“.