



Zum Herausnehmen: Sommerprogramm der Autostadt



Während der Werksführung unterhielt sich der Ministerpräsident mit vielen Kolleginnen und Kollegen aus der Fertigung.



Ein Video hierzu findest du hier



CEO Thomas Sedran spricht über Wandel und Chancen.

Jetzt Reinhören: VWN Podcast ist online

Der Podcast für alle Nutzis und Bulli-Fans: Elektromobilität ist der Beginn eines gewaltigen Umbaus der Autohersteller. Wie die Zukunft unseres Bullis aussieht und was die Transformation für die Automobilkonzerne und auch VWN bedeutet, sprechen wir in unserem VWN Podcast „We transport success“ an. In den ersten beiden Folgen interviewt Moderator Thorsten Tromm unseren VWN CEO Thomas Sedran. Er steht Rede und Antwort zu ganz offenen, kritischen und wichtigen Fragen zur Elektromobilität und dem Wandel in der Geschichte der Automobilhersteller.

In den weiteren Folgen berichtet VWN Historikerin Cornelia Neves über die Anfänge unseres Bullis und welche Veränderungen und Herausforderungen die Bulli-Bauer in Hannover schon gemeistert haben.

Dranbleiben: Weitere Folgen sind bereits in Planung. Ihr findet unseren Podcast auf allen gängigen Audio-Portalen, wie Spotify oder iTunes, und im Web unter:

www.radio.de/p/wetransportsuccess

Produkte, Produktion und Personal: Stephan Weil besucht VWN-Werk

Ministerpräsident informiert sich über strategische Ausrichtung und spricht mit Beschäftigten in der Produktion

Im Mittelpunkt des Fabrikbesuchs von Niedersachsens Ministerpräsident Stephan Weil standen autonomes Fahren, Elektromobilität, Digitalisierung, Transformati-

on sowie neue Geschäftsmodelle. VWN CEO Thomas Sedran erläuterte zusammen mit weiteren Vorständen und dem Betriebsrat künftige Produkte und die strate-

gische Ausrichtung der Marke. Der Ministerpräsident nahm sich während seines Rundgangs durch die Produktion viel Zeit für Gespräche mit Beschäftigten. Sein Fazit: Die

Automobilindustrie stehe vor dem größten Umbruch in der Geschichte, aber „VWN ist auf einem guten Weg“.

→ SEITE 18

Service, Suche und der Speiseplan: Das alles kann die Volkswagen App

Bereits mehr als 11.500 Beschäftigte bleiben per Fingertipp auf dem Laufenden

Ob in der Werkshalle oder am Baggersee: Mit der 360° Volkswagen App haben Beschäftigte Neuigkeiten und Wissenswertes aus der Volkswagen Welt immer dabei. Schon 11.660 Kolleginnen und Kollegen (Stand: 5. Juli) haben die kostenlose App auf ihrem Smartphone installiert. Sie kann für private

Android-Handys aus dem Google Play Store und für dienstliche iPhones aus dem Volkswagen App Store kostenlos heruntergeladen werden. Eine Version für private Apple-Geräte ist in Arbeit.

App-Nutzer der ersten Stunde ist Personalvorstand Gunnar Kilian. Auf der Betriebsversammlung in Wolfsburg sagte er zu den Beschäftigten: „Ich kann Sie alle nur bitten: Installieren Sie diese App. Sie hilft Ihnen, sich durch den Dschungel der Volkswagen Welt zu navigieren.“

Was ist dort zu finden? In der 360° Volkswagen App gibt es News aus den Werken und Geschäftsbereichen der Volkswagen AG und von den Marken. Sie liefern spannende Artikel über Autos und Menschen, strategische und bunte Themen.

Ergänzt wird das Nachrichtenangebot um eine Vielzahl an Services. So können per Fingertipp Speisepläne, Werkspläne und eine Übersicht über die internen Bus-Routen abgerufen werden. Außerdem hat das Entwickler-Team um Marco Klein eine Suchfunktion integriert und will in Kürze weitere Schnittstellen zu Volkswagen Systemen schaffen, etwa den HR Self Services.

Marco Klein: „An welchen Stellen wird die App weiterentwickelt, entscheiden die Nutzerinnen und Nutzer. Sie stehen bei uns im Fokus. Wir möchten Ihnen die Möglichkeit geben, jederzeit und komfortabel auf die Informationen zuzugreifen, die sie gerade benötigen.“

Ebenfalls bequem: Die Anmeldung in der App funktioniert ganz einfach mit Volkswagen User-ID und dem WeServices-Passwort, das zum Beispiel auch für das Stimmungsbarometer oder für die Anwendung im 360° Volkswagen Net verwendet wird. Also: Herunterladen, einloggen und schon



Service, News und mehr: Immer mehr Mitarbeiter haben die Volkswagen App.

ist man mitten in der Volkswagen Welt – zu jeder Zeit und an jedem Ort. → An den Standorten in Sachsen und in Osnabrück wird die App zu einem späteren Zeitpunkt eingeführt.



Sie haben die App entwickelt: Das Entwickler-Team um Marco Klein (Dritter von links) war auf der Betriebsversammlung in Wolfsburg zu Gast.



Jetzt als 96-Einlaufkind bewerben

Teamgeist verbindet – gerade in sportlich schwierigen Zeiten gilt das gemeinsame Motto von Volkswagen Nutzfahrzeuge und Hannover 96 umso mehr. Auch in der Zweiten Bundesliga wird VWN den Traditionsverein unterstützen. Und ihr könnt dabei mitmachen!

Hand in Hand mit den Fußball-Stars im Stadion auflaufen. Für 22 Kinder wird dieser Traum bei einem Heimspiel wahr, 30 weitere Kinder können bei einem Spiel als Spalier-Kind dabei sein. Für viele weitere Spiele suchen wir Schiedsrichter-Kinder.

Und so geht's: Bewerbungsformular* ausfüllen und per E-Mail an VWN-Fussballschule@volkswagen.de schicken. Einsendeschluss ist der 31. August. Für die Teilnahme muss euer Kind zwischen 6 und 11 Jahre alt sein. Rechtzeitig vor den Heimspieltagen werden die Gewinner ausgelost.

*Das Bewerbungsformular mit Teilnahmebedingungen findet ihr auf Group Connect auf der VWN-Seite.

Liebe Kolleginnen und Kollegen,

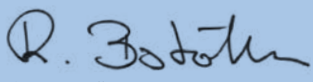
der heißeste Juni aller Zeiten liegt hinter uns, der Werksurlaub steht vor der Tür. Ich bedanke mich bei allen, die unter oft nicht einfachen Bedingungen gearbeitet und geschwitzt haben. Wir alle freuen uns jetzt auf erholsame Wochen mit der Familie und Freunden. Die Auszeit haben wir uns verdient.

Wir haben ein sehr ordentliches erstes Halbjahr absolviert. Unsere Autos – vor allem die neuen SUVs – kommen bei den Kunden hervorragend an. Der Touareg gewinnt alle Vergleichstests. Der T-Roc und T-Cross machen Volkswagen jünger und moderner. Mit dem Golf 8 steht die Neuauflage der Marken-Ikone in den Startlöchern. Unsere Teams haben ein sensationelles Auto entwickelt. Jetzt müssen wir gemeinsam den Anlauf schaffen und der Welt beweisen, dass der Golf DIE Nummer 1 unter den Kompakten bleibt.

Im Herbst auf der IAA in Frankfurt geht es dann Schlag auf Schlag weiter: Mit dem ID.3 fahren wir das Elektroauto aus der Nische. Der ID.3 zeigt wie die Zukunft des Autos aussieht: digital, vernetzt, emissionsfrei. Er unterstreicht unsere Vorreiter-Rolle beim Thema Nachhaltigkeit. Mit unserem Bekenntnis zum Pariser Klimaabkommen und zum Null-Emissionsziel bis 2050 übernimmt Volkswagen Führungsverantwortung. Der ID.3 wird als erster mit Stolz das neue Markenlogo tragen. Unser neuer Markenauftritt wird ein Quantensprung, mit dem das „neue Volkswagen“ für alle sichtbar und anfassbar wird. Ich freue mich darauf!

Wir alle merken es: VW stellt sich für die Mobilität von morgen auf. Das Umfeld macht es uns nicht leicht. Aber wir sind ein starkes Unternehmen mit viel Potenzial und einer tollen Mannschaft. Wir als Vorstandsteam freuen uns, Volkswagen gemeinsam mit Ihnen weiter nach vorne zu bringen. Vorher wünsche ich Ihnen und Ihren Familien aber eine schöne, entspannte Urlaubszeit! Und allen, die in der Ferienzeit die Stellung halten und weiterarbeiten: vielen Dank für den Einsatz.

Herzliche Grüße



Ralf Brandstätter
COO Marke Volkswagen

Verbesserungsideen: Erstmals neue Höchstprämie gezahlt

Zwei Mitarbeiter freuen sich über 75.000 Euro – Ihr Vorschlag: Elektrische statt mechanische Pumpe zum Entlüften

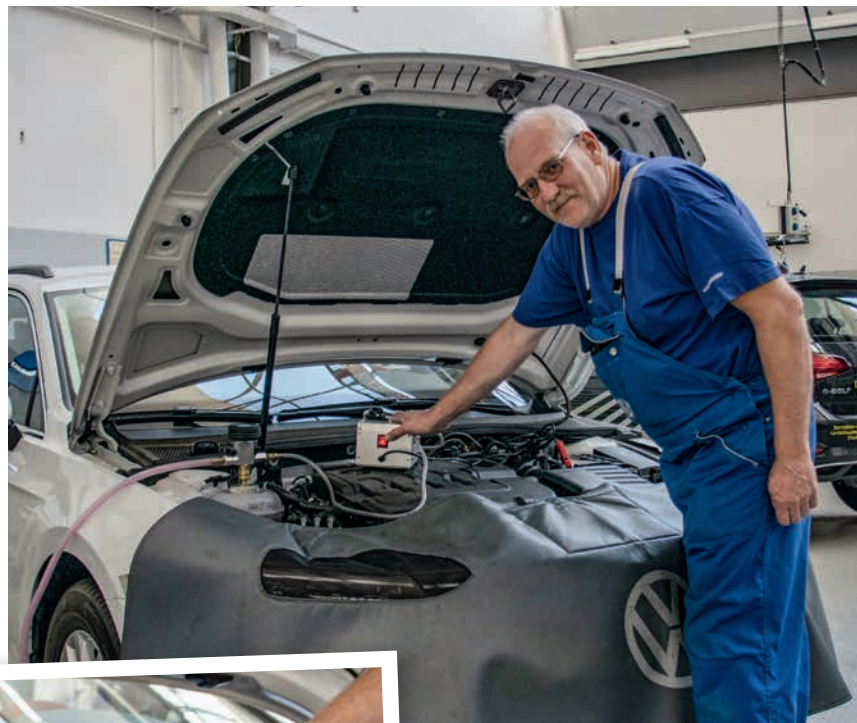
Zum ersten Mal hat das Ideenmanagement der deutschen Werke der Marke für Verbesserungsideen die neue Höchstprämie vergeben: Mit insgesamt 75.000 Euro belohnte es zwei Mitarbeiter aus Wolfsburg, die anonym bleiben möchten. Sie hatten den Vorschlag, den Kundendienstwerkstätten beim Wechsel von Kühlmittel freizustellen, ob sie



Thorsten Janotta, Ideenmanagement

weiter eine mechanische Standardpumpe zum Entlüften nutzen oder eine neue, elektrische Pumpe. Diese spart Zeit und Geld – schon jetzt mehr als eine halbe Million Euro. „Die erste Idee, die mit der neuen Höchstprämie belohnt wird, ist in doppelter Hinsicht etwas Besonderes: Zum einen hat das Unternehmen bereits im ersten Jahr mehr als 600.000 Euro gespart“, sagt Thorsten Janotta, Leiter Ideenmanagement. „Zum anderen hatten die Mitarbeiter die Idee noch im Gültigkeitszeitraum der alten Betriebsvereinbarung eingereicht. Durch die geltenden Übergangsregelungen konnte die Verbesserungsidee mit der neuen Höchstprämie honoriert werden.“

Hintergrund: Volkswagen hat auf Basis einer neuen Betriebsvereinbarung das Ideenmanagement modernisiert. Ein neues IT-System



Neue Methode: Andreas Hummel (er ist nicht einer der Ideengeber) arbeitet in der Kundendienstwerkstatt im Werk Wolfsburg mit der elektrischen Unterdruckpumpe.

Schritt nach rund 20 Jahren. Super, dass die Höchstprämie nun zum ersten Mal vergeben werden konnte.“

Die prämierte Idee

Das Problem: Wird in einer Kundendienstwerkstatt das Kühlmittel eines Fahrzeugs gewechselt, muss Unterdruck erzeugt werden, um Luft aus dem Kühlmittelsystem zu bekommen. Bisher erzeugen Mechaniker diesen Unterdruck bei allen Volkswagen Aggregaten mit einem

etwa vereinfacht die Online-Eingabe von Verbesserungsvorschlägen. Außerdem ist die Höchstprämie gestiegen – von rund 51.000 auf 75.000 Euro. Das freut auch Betriebsrat Mario Kurznack: „Mit der neuen Betriebsvereinbarung wurde im Februar auch die Höchstprämie angepasst. Ein absolut richtiger und nötiger

Standard-Werkzeug, das mit Druckluft betrieben wird. Bei Modellen mit Dieselmotor muss das komplexe Kühlsystem mithilfe unterschiedlicher Verfahren entlüftet werden. Dieser Prozess nimmt viel Zeit in Anspruch – Zeit, die Geld kostet. Denn: Wird eine Reparatur im Gewährleistungs- oder Kulanzzeitraum vorgenommen, zahlt Volkswagen die Materialkosten und die Zeiteinheiten, die der Mechaniker in der Werkstatt leistet.

Die Lösung: Im Reparaturleitfaden für Kundendienstwerkstätten stellt Volkswagen für den Dieselmotor nun eine alternative Arbeitsmethode bereit: Der Mechaniker kann eine elektrische Unterdruckpumpe benutzen. Durch ihren Einsatz verringert sich die Restluft im Kühlsystem und die abschließende Entlüftungsroutine dauert nicht mehr so lange. Die Arbeitszeit verringert sich dadurch um 13 Minuten. Über Volkswagen kann die elektrische Unterdruckpumpe bereits bestellt werden. Auswertungen zeigen: Werkstätten setzen diese Methode gern ein – die Pumpe wurde mehr als 60.000 Mal genutzt.



IDEENMANAGEMENT

Die alte Höchstprämie (rund 51.000 Euro) wurde im vergangenen Jahr 23-mal an deutschen Volkswagen Standorten an Beschäftigte ausgezahlt. Weitere Informationen zum Ideenmanagement und zum Einreichen von Ideen im Volkswagen Net.

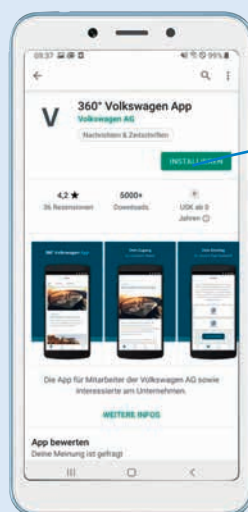
Schritt für Schritt: So kommt die App aufs Smartphone

Kurzanleitung erklärt die Installation für private Android-Handys und dienstliche iPhones

Blöß ein paar Mal tippen – und schon landet die neue 360° Volkswagen App auf dem Smartphone. Das nur wenige Megabyte große Programm kann kostenlos aus dem Google Play Store auf ein privates Android-Handy beziehungsweise aus dem Volkswagen App Store auf ein dienstliches iPhone heruntergeladen werden. Wie genau, das erklärt die Schritt-für-Schritt-Anleitung rechts.

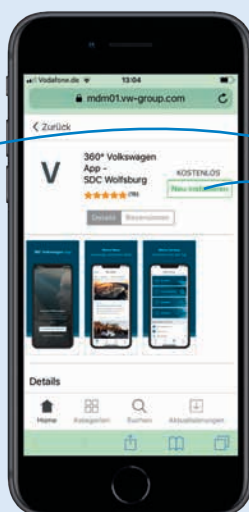
Noch etwas gedulden müssen sich die Kolleginnen und Kollegen an den Standorten Sachsen und Osnabrück: Sie können die App zwar herunterladen, allerdings wird für sie der Mitarbeiter-Zugang erst zu einem späteren Zeitpunkt freigeschaltet.

Privates Android-Handy:

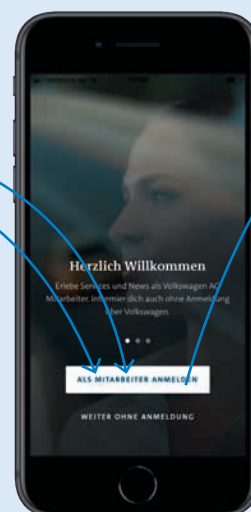


Öffnen Sie den Google Play Store und suchen Sie darin nach der App. Klicken Sie anschließend auf die Schaltfläche „Installieren“.

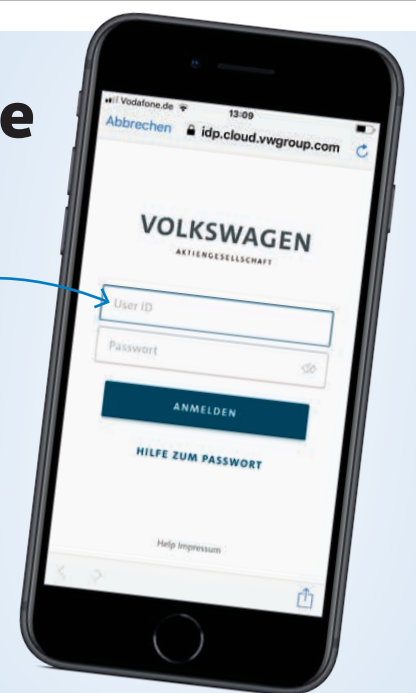
Dienstliches iPhone:



Öffnen Sie den Volkswagen App Store (nicht den Apple App Store) und suchen Sie nach der App. Tippen Sie anschließend auf die Schaltfläche „Neu Installieren“.



Starten Sie die Volkswagen App, indem Sie auf das App-Symbol tippen. Tippen Sie auf die Schaltfläche „Als Mitarbeiter anmelden“.



Melden Sie sich nun mit Ihrer Volkswagen Nutzer-ID und Ihrem Social-Media-Passwort an, mit dem Sie sich zum Beispiel auch bei Wir-bei-Volkswagen.de, dem Stimmungsbarometer oder wa@web anmelden. Dieses Passwort ist unter Umständen nicht mit dem Passwort identisch, mit dem Sie sich in Windows an ihrem Desktop-Computer oder Notebook anmelden. Wenn Sie Ihr Social-Media-Passwort vergessen haben, können Sie unter der Adresse <http://pwss.vw.vwg> neue Zugangsdaten beantragen. Bitte beachten Sie: PWSS ist nur im Volkswagen Netzwerk verfügbar. Sie benötigen zur Anmeldung Ihre PKI-Karte.

Impressum

360°

Herausgeber
Interne Kommunikation
Konzern und Marke Volkswagen

Anschrift
Brieffach 1977, K-S1
38440 Wolfsburg

Telefon 05361 9-89634
Mail 360Grad@Volkswagen.de

V. i. S. d. P.
Jörg Lünsmann/Fred Bärbock
Leitung Interne Kommunikation

CvD
Dirk Borth

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

Layout/Produktion
Dominic Stripling, Volkswagen;
TERRITORY CTR GmbH

Fotos/Illustrationen
Volkswagen AG, Getty Images, Adobe Stock, iStock,
dpa Picture-Alliance, Nina Stiller, TERRITORY CTR GmbH

Druck Dierichs Druck + Media, Kassel



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

Larry D. Thompson: „Bin vom Engagement der Volkswagen Mitarbeiter beeindruckt“

360° Interview mit dem Monitor über die Zusammenarbeit mit Volkswagen und das Feedback, das er von den Mitarbeitern erhält

Seit 2017 begleitet Larry D. Thompson als unabhängiger Compliance Monitor das Unternehmen im Rahmen eines Monitorships. Seine Aufgabe: beurteilen und beaufsichtigen, dass der nach dem Dieselskandal mit dem US-Justizministerium vereinbarte Vergleich erfüllt wird. Seit 2015 hat Volkswagen zahlreiche Maßnahmen getroffen, mit denen das Unternehmen seine Compliance-, Berichts- und Kontrollsysteme stärkt. Ob diese auch nachhaltig wirksam sind, testet Thompson derzeit mit seinem Team. 360° sprach mit ihm bei einem seiner Besuche in der Konzernzentrale in Wolfsburg.

Hat Volkswagen Ihrer Meinung nach etwas aus dem Dieselskandal gelernt?

Ja, Volkswagen hat die Bedeutung einer funktionierenden, verantwortungsbewussten und transparenten Unternehmenskultur verstanden. Das Unternehmen zieht Manager für ihr Verhalten im Dieselskandal zur Verantwortung und kommuniziert dies seinen Mitarbeitern.

Ist Volkswagen – nach dem Skandal – ein besseres Unternehmen?

Darüber besteht kein Zweifel. Volkswagen wurde nach dem Skandal zu einem besseren Unternehmen. Aber Volkswagen ist auch eine große und komplexe Firma. Sie hat noch einen weiten Weg vor sich, um ein Top-Integritäts- und Compliance-Programm zu etablieren und effektiv zu betreiben. Ich glaube, der Vorstand hat das verstanden. Deshalb widmet er dem T4I-Programm Ressourcen und besondere Kraftanstrengungen.

Wie wird Ihre Arbeit bei Volkswagen wahrgenommen und wie läuft die Zusammenarbeit mit dem Unternehmen?

Mein Team wurde von Volkswagen Mitarbeitern und vom Betriebsrat hervorragend unterstützt. Vom Project Management Office bekommen wir sehr gute logistische Unterstützung und die Zusammenarbeit klappt ausgezeichnet.

Bekommen Sie die notwendige Unterstützung, die Sie für die Erfüllung Ihrer Aufgabe benötigen?

In diesem Bereich besteht noch Verbesserungsbedarf. Wir sind jetzt in der Testphase meiner Arbeit. Das Gericht fordert von mir die Bestätigung, dass das Integritäts- und Compliance-Programm von Volkswagen reibungslos funktioniert. Entsprechend dem Wortlaut meines Mandats des Gerichtshofs muss ich bestätigen, dass die Programme „angemessen konzipiert sind, um Verstöße gegen Betrugs- und Umweltgesetze zu verhindern“. Wir haben eine Menge harter Arbeit vor uns, um sicherzustellen, dass das Unternehmen meine Erwartungen an die Zertifizierung versteht und mir dabei hilft, dem Unternehmen einen entsprechenden Nachweis auszustellen.

Welches Feedback erhalten Sie von den Mitarbeitern?

Es ist großartig: Die Volkswagen Mitarbeiter sind stolz auf das Unternehmen und wollen, dass es erfolgreich ist und besser wird. Sie sagen mir und meinem Team, dass sie die heute sichtbaren Verbesserungen gut finden. Es erfüllt mich mit großer Genugtuung, zumindest einen kleinen Teil zu diesen Verbesserungen und Änderungen beigetragen zu haben.

Einige Mitarbeiter haben kürzlich aber auch ihre Verunsicherung ausgedrückt und sogar gesagt, der Zertifizierungsprozess setze sie unter einen gewissen Druck. Allen Mitarbeitern muss klar sein, dass wir das Richtige tun. Wir werden uns auf die richtige Art und Weise am Zertifizierungsprozess beteiligen, und die Mitarbeiter sollten sich auf dem Weg durch diesen Prozess nicht unter Druck gesetzt fühlen. Lassen Sie mich meine Antwort näher erläutern: Es gibt Druck, da wir nur noch eineinhalb Jahre haben und noch eine Menge zu tun ist. Einige fühlen sich unter Druck, alles rechtzeitig zu erledigen.

Volkswagen ist weltweit aktiv. Darf es bei Integrität und Compliance zu Differenzen aufgrund kultureller Unterschiede kommen?



360°-Redaktionsgespräch in Wolfsburg: Larry D. Thompson stellt sich den Fragen von Jörg Lünsmann (links) und Kai Grüber.

Kulturelle Unterschiede muss man immer verstehen und respektieren. Volkswagen als weltweit tätiges Unternehmen muss aber einen Wertekanon besitzen, für den es steht und auf den es sich stützt, ganz gleich, wo es Geschäfte macht. Ein ökologisches, nachhaltiges Fahrzeug ist in China oder Spanien genauso wichtig wie in Deutschland. Ehrliches und integriertes Handeln ist in Brasilien genauso wichtig wie in den Vereinigten Staaten. Der Konzernvorstand betont regelmäßig, dass es für die Glaubwürdigkeit von Volkswagen wichtig ist, dass jeder von uns nicht nur die Gesetze befolgt, sondern auch integer handelt.

Kommt diese Botschaft bei den Mitarbeitern an?

Die Mitarbeiter von Volkswagen sind für diese Botschaft absolut offen. Alle Volkswagen Mitarbeiter, mit denen ich im Rahmen meiner Aufgabe als Monitor in Kontakt war, sind stolz auf die Firma und möchten, dass das Unternehmen den Dieselskandal so schnell wie möglich hinter sich lässt.

Fehlverhalten wurde bei Volkswagen schon immer bestraft, im schlimmsten Falle mit Entlassung. In letzter Zeit berichtet das Unternehmen zunehmend über Fehlverhalten und Sanktionen. Können Sie schon Auswirkungen feststellen?

Ich habe die Berichte der internen Medien zu diesem Thema gesehen. Sie sind alle sehr gut gemacht. Zum aktuellen Zeitpunkt kann ich nicht abschätzen, wie effektiv diese sind. Aber ich bin sicher, dass diese Botschaften bei den Mitarbeitern ankommen und angenommen werden, wenn sie über einen längeren Zeitraum fortgesetzt werden.

Die Mitarbeiter werden verstehen, dass sich Volkswagen dazu verpflichtet, seine Führungskräfte zur Verantwortung zu ziehen und diesen Prozess transparent zu gestalten.

Was sagen Sie über Volkswagen, wenn Sie in den USA sind?

Ich spreche über die Größe und Komplexität von Volkswagen. Auch spreche ich mit den Menschen in den Vereinigten Staaten über die Veränderungen, denen Volkswagen und der Rest der Automobilindustrie durch Elektromobilität, Ride-Sharing und autonomes Fahren gegenüberstehen. Die gesamte Industrie befindet sich in rasanter und intensiver Transformation. Und Volkswagen als



Feedback: Larry Thompson bei der Präsentation von neuen Videos zu den Group Essentials.

Wie lange wird Volkswagen noch mit dem Dieselskandal zu tun haben?

Volkswagen sollte den Dieselskandal und die damit verbundenen finanziellen Schäden sowie den Verlust an Reputation niemals vergessen.

Wann wird Ihre Mission erfüllt sein?

Rein technisch gesehen endet meine Amtszeit als Monitor im Juni 2020. Meine Mission wird jedoch hoffentlich für immer erfüllt bleiben. Und so lange, dass ein Skandal in der Größenordnung des Dieselskandals im Unternehmen nicht wieder eintritt.

Sie haben Wolfsburg oft besucht. Was waren Ihre eindrucksvollsten Erlebnisse hier?

Ich mag Autos, und die Autostadt ist ein fantastisches Erlebnis. Auch bin ich von der Reichweite der Partnerschaften, zum Beispiel mit Uitenhage in Südafrika, sehr beeindruckt. Sie reichen ihnen die Hände, sie helfen den Menschen dort. Jeder in Wolfsburg, vom Bürgermeister angefangen, hat mich sehr gastfreundlich empfangen.

größter Automobilhersteller hat in diesem Prozess eine Führungsrolle inne. Ich erzähle den Menschen in den Vereinigten Staaten auch, wie sehr ich von der Arbeitsmoral der Volkswagen Mitarbeiter beeindruckt bin. Sie arbeiten hart, sehr hart, und sie richten sich nach sehr hohen Maßstäben.



LARRY DEAN THOMPSON (GEBOREN 1945)

ist ein angesehener US-Jurist. Von 2001 bis 2003 war er stellvertretender Generalstaatsanwalt in Washington, die zweithöchste Position im US-Justizministerium. Als US-Staatsanwalt des nördlichen Bezirks von Georgia (Atlanta) hatte er mit komplexen Fällen zu tun, wie beispielsweise dem Enron-Skandal. Er lehrt Unternehmens- und Wirtschaftsrecht an der University of Georgia School of Law.

„Volkswagen wurde nach dem Skandal zu einem besseren Unternehmen.“

Larry D. Thompson

Das ist das neue Software-Ressort

Vorstandsbereich von Christian Senger bündelt die digitalen Aktivitäten rund ums Auto in der Marke Volkswagen – Sechs Abteilungen

Hochleistungscomputer auf Rädern: Die digitale Revolution hat das Automobil erreicht.

Volkswagen bündelt deswegen seine Digital-Kräfte. Christian Senger und seine Mannschaft treiben die mobile

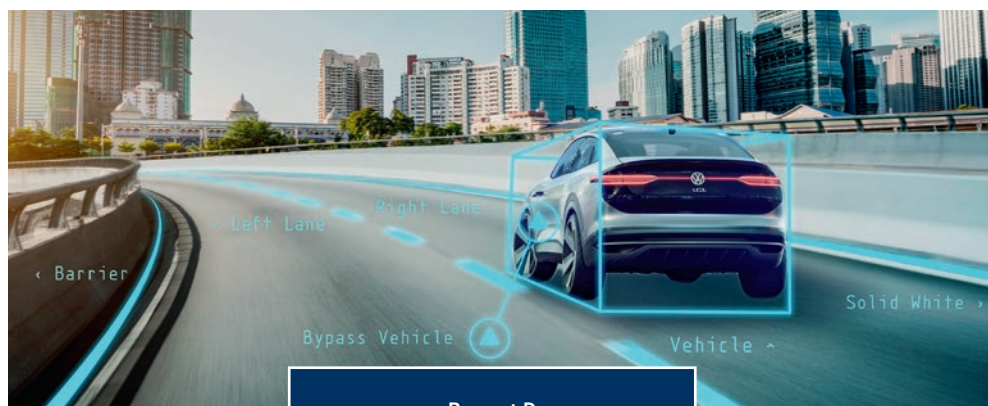


Software-Vorstand Christian Senger

Digitalisierung innerhalb des Konzerns und in der Marke weiter voran. Ziel ist, die Software-Aktivitäten zu bündeln und die markenübergreifende Zusammenarbeit an Software- und intelligenten Mobilitätskonzepten schlagkräftig und zukunftsfit aufzustellen. Christian Senger: „Volkswagen hat bereits einen wichtigen Schritt gemacht. Wir haben im Unternehmen die Entwicklung von Hardware und Software organisatorisch getrennt, und das übrigens als erster Automobilhersteller. Das ist wichtig, weil Software viel schnelleren Entwicklungszyklen folgt.“ Senger, der das hier vorgestellte Markenressort Digital Car und Services sowie in Personalunion die gleichnamige Konzernfunktion verantwortet, formt mit einem Team aus den Marken Audi, Porsche und Volkswagen eine agile, markenübergreifende „Car.Software“-Einheit in der bis 2025 mehr als 5.000 Experten und Top-Talente zusammengeführt werden sollen.

Abteilung DX

DX ist innerhalb des D-Ressorts die Zentralstelle für alle übergreifen-



Ressort D Vorstand Christian Senger



Angelika Braun



Rolf Zöller



Christoph Hartung



Christian Birke



Qing Chang



Matthias Erb

Abteilung EE

Die EE bringt Elektronik-Innovationen in Serie. Schwerpunkte bilden dabei Connected Car, Infotainment und User Experience. Nach der Architekturfestlegung und Konzepterstellung werden Anforderungen in Lastenheften definiert und als Bauteil-, Funktions- oder Systemverantwortliche agieren die Entwickler hochvernetzt in engen Abstimmungen mit den zahlreichen Lieferanten. Dabei spielen definierte Prozesse, Methoden und Tools eine entscheidende Rolle. Durch das Zusammenwirken der hohen Anzahl an Kompo-

nenten in einem äußerst komplexen Umfeld kommt der E/E-Integration eine Schlüsselrolle zu. Sie stellt mit einer systematischen Analyse und Abarbeitung der E/E-Fehler die Anlaufqualität der Fahrzeuge sicher. Zukünftig werden die Lieferungen der Car.SW.Org, z.B. der digitale Assistent, in der EE markenspezifisch appliziert und in alle Volkswagen Projekte integriert.

Abteilung G4S/VX

Bei VX und G4S dreht sich alles um digitale Geschäftsmodelle. Von neuartigen We-Diensten wie We

Deliver, WeShare oder We Park über Business-Lösungen wie die CDIS-Box bis hin zu Kunden-Webseiten, Apps und E-Commerce Lösungen: G4S/VX denkt vom Kunden aus und schafft digitale Mobilitätsangebote.

Abteilung FIX

FIX arbeitet gemeinsam mit VX und G4S an den We-Diensten und der Service-Plattform. Dabei übernimmt FIX die Gesamtverantwortung für alle IT-Zuliefer- und -Entwicklungsleistungen.

Abteilung GT

GT steuert die Umsetzung des neuen VW.os. Das VW.os ist die technologische Zukunft: Mit Entwicklung unserer E³-Elektronik-Architektur, als Basis für das neue Volkswagen Ökosystem, ermöglichen wir es unseren Fahrzeugen, in Zukunft immer online, vernetzt und up to date zu sein. Wie bei einem Smartphone sollen sich unsere Kunden die neuesten Funktionen per Knopfdruck in ihre Fahrzeuge laden können. Wir realisieren eine im Konzern einheitliche digitale Fahrzeugarchitektur und schaffen dabei Synergien über alle Marken und Regionen hinweg.

Abteilung GX

Bei GX dreht sich alles um das Thema Holistic User Experience (HUX). Unter HUX versteht man das ganzheitliche Nutzererlebnis. Das geht weit über die Benutzung eines Fahrzeuges hinaus. HUX umfasst alle Kontaktpunkte, die Kunden mit der Marke Volkswagen haben – also auch Websites, Apps sowie sämtliche Mobilitätsangebote. Der Kunde von heute erwartet an jedem dieser Kontaktpunkte ein einheitliches, ansprechendes Design sowie eine leichte und intuitive Bedienbarkeit.

Senger: „Unser Software-Logo wird ein Prädikat sein“

Das will Christian Senger mit der neuen Software-Einheit erreichen – Bis 2025 mehr als 5.000 Experten und Top-Talente an Bord

Herr Senger, Sie sind Vorstand in einem Ressort, das es vorher bei Volkswagen noch nicht gab: Digital Car and Services. Was war Ihre erste Amtshandlung?

Mir ist es sehr wichtig, allen erst einmal zu sagen, was wir wollen und wie wir das tun. Volkswagen entwickelt, produziert und verkauft in der ganzen Welt hervorragende Autos. Beim Thema Software aber gehören wir noch nicht zu den Großen. Natürlich gibt es da viele Fragen. Wohin wollen wir bei dem Thema? Wie kann das klappen? Und manchmal auch: Schaffen wir das? Ich bin überzeugt: ja! Ich will zusammen mit meinem Team beweisen, dass Volkswagen auch auf diesem Gebiet Spitzenleistung bringt.

Warum bewegt das Thema Digitalisierung ein Automobilunternehmen so sehr?

Ein Volkswagen wird Teil der digitalen Lebenswelt unserer Kunden: voll vernetzt und immer online. Das erwarten unsere Kunden von uns, wir sehen uns klar in der Pflicht. Mit Retro-Charme überzeugen wir keine Kunden. Unsere Software im Fahrzeug muss leistungsfähig, stabil, sicher und in schnellen Takten über eine Cloud-Anbindung aktualisierbar sein.

Sie wollen mehr Software selbst entwickeln, aber den Aufwand reduzieren?

Die Hauptlast haben wir heute mit der Vernetzung von Hardware und Software im Auto. Nur ein Beispiel: Aktuell müssen in Fahrzeugen der Marke Volkswagen bis zu 70 Steuergeräte

vernetzt werden, die mit Software von 200 verschiedenen Zulieferern laufen. Wir verwenden einen großen Teil unserer Kraft auf die technische Integration und arbeiten sehr viel auf den Entwicklungen Dritter. Das ist kein gutes Modell für die Zukunft. Wir müssen diejenigen sein, die die Software entwickeln, die die Standards bestimmen und sie für alle Marken und Zulieferer verfügbar machen.

Wie hoch ist der Anteil von selbst entwickelter Software heute?

Wir liegen heute bei einem Anteil von weniger als 10 Prozent. Das ist deutlich zu wenig. Im Volkswagen Konzern wollen wir bis 2025 einen Eigenanteil an der Softwareentwicklung von mehr als 60 Prozent erreichen.

Wie wollen Sie das erreichen?

Volkswagen hat bereits einen wichtigen Schritt gemacht. Wir haben im Unternehmen die Entwicklung von Hardware und Software organisatorisch getrennt, und das übrigens als erster Automobilhersteller. Das ist wichtig, weil Software viel schnelleren Entwicklungszyklen folgt. Den Weg gehen wir weiter. Wir wollen eine agile „Car.Software“-Einheit formen und dort bis 2025 mehr als 5.000 Experten und Top-Talente zusammenführen. Die Experten werden sich voll auf Fahrzeug-Digitalisierung und Entwicklung fahrzeugnaher Dienstleistungen konzentrieren.



Vorstand Christian Senger im Interview: „Mit Retro-Charme überzeugen wir keine Kunden.“

Was ist das Ziel dahinter?

Die Plattform-Expertise, die Volkswagen bei der Hardware besitzt, übertragen wir nun auf Software. Wir entwickeln eine Software-Plattform, die von allen Konzernmarken und in allen Regionen eingesetzt wird. Konkret geht es um ein einheitliches Fahrzeug-Betriebssystem und die dazugehörige Cloud-Plattform, die Volkswagen Automotive Cloud.

Was schreiben Sie denn als künftige Priorität für die Softwareentwicklung auf den Zettel?

Klare Antwort: die Absicherung der Anläufe, also den termingerechten Produktionsstart unserer Autos. Generell werden wir uns daran messen lassen müssen, immer zuverlässig zu liefern.

Werden die großen Marken im Volkswagen Konzern denn noch eigene Kompetenzen im Bereich Software behalten?

Ja. Das ist sinnvoll, denn Software und alle digitalen Funktionen, die für unsere Kunden erlebbar sind, werden in Zukunft noch stärker zur Markenpositionierung beitragen. Die Arbeitsteilung ist einfach: Wir werden in Konzernverantwortung die Software-Plattform mit Basisfunktionen für alle definieren und auf diese Weise ein virtuelles Regal befüllen, aus dem sich die Marken bedienen. Die Marken haben dann die Möglichkeit, bestimmte Basisumfänge zu individualisieren. Und ganz unberührt davon behalten die Technischen Entwicklungs-

abteilungen der Marken ihre Verantwortung für die hardwarenahe Entwicklung.

Was haben denn Volkswagen Kunden von dieser Neuorganisation der Softwareentwicklung bei Volkswagen?

Unsere Kunden profitieren davon erheblich. Sie erleben Autos von Volkswagen künftig noch dynamischer, aufregender und individueller. Der Schlüssel dafür ist die einheitliche Software-Plattform mit ihren Standards. Denn so können wir Softwareentwicklung neu denken, den Fokus verschieben auf die Kreation. Wir werden Fahrzeug-Updates, nützliche Services und neue spannende Features schnell und zuverlässig anbieten.

Herr Senger, zum Schluss noch eine Frage: Wie sieht Ihre Vision für die Software „made by Volkswagen“ in 2025 aus?

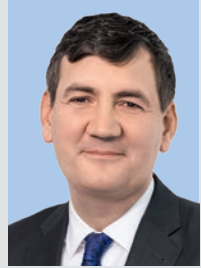
Viele Entwicklungen aus dem Volkswagen Konzern gelten heute als Gütesiegel für den technischen Fortschritt der Automobilindustrie. Ein Beispiel: Für viele Millionen Menschen steht das berühmte Label „quattro“ von Audi für das Maß der Dinge in Sachen Allradantrieb. Genau dahin wollen wir. Wenn sich die Menschen in wenigen Jahren in einem Autohaus oder virtuellen Showroom unsere Autos anschauen, dann sollen sie unser Software-Logo am Fahrzeug sehen. Das wird ein Prädikat sein.

Neue Struktur und neue Prozesse: Veränderungen im Bereich Personal

Gunnar Kilian: „Die Transformation der Marke Volkswagen gelingt nur, wenn auch das Personalressort optimal aufgestellt ist“

Das Personalressort der Marke Volkswagen besetzt in diesem Sommer die Personalstellen mehrerer Standorte und bei Gesellschaften neu. Darüber hinaus wird eine neue Funktion die Personalarbeit der Produktionsstandorte der Marke koordinieren.

Personalvorstand **Gunnar Kilian:**



„Die Transformation der Marke Volkswagen gelingt nur, wenn auch das Personalressort optimal aufgestellt ist. Deshalb überarbeiten wir unsere Prozesse, wir digitalisieren, wir strukturieren neu und setzen auf Top-Know-how unserer Führungsteams. Die personellen Veränderungen vertiefen das Know-how jedes Einzelnen, verbreitern den Erfahrungshorizont und fördern die Zusammenarbeit zwischen Standorten und Gesellschaften.“ Die Veränderungen erfolgen bis spätestens 1. September.

Die einzelnen Personalien:



Andrea Morgan-Schönwetter übernimmt die Gesamtverantwortung Recruiting & Talent-Marketing

für die Volkswagen AG und berichtet direkt an Personalvorstand Gunnar Kilian (siehe auch Interview S. 11). Sie studierte Betriebswirtschaftslehre und war vor ihrem Wechsel zu Volkswagen Anfang dieses Jahres für die Telekom

tätig. Verantwortlich war sie dort unter anderem für das Personalmarketing. Sie leitete außerdem das Recruiting und baute das Recruiting-Center auf und aus.



Nicole Kösling, Personalleiterin im Werk Chattanooga (USA), wird Leiterin Personal des Werks Wolfsburg. Kösling folgt auf Jörg Maszutt.

Sie ist Kauffrau und MBA, begann ihre Berufslaufbahn im Personalwesen von Faurecia und wechselte 2003 zur Auto 5000 in den Volkswagen Konzern. Nach verantwortlichen Funktionen, unter anderem als Personalleiterin des Sitzherstellers SITECH, übernahm sie 2017 die Personalleitung im Werk Chattanooga.



Jörg Maszutt, Leiter Personal Werk Wolfsburg, verantwortet künftig die Personalarbeit der weltweiten Automobilwerke von

Volkswagen. Er berichtet direkt an den Generalbevollmächtigten und Personalleiter der Marke Volkswagen, Martin Rosik. Maszutt arbeitet seit 41 Jahren im Konzern. Ab 1994 hatte er verantwortliche Funktionen im Personalwesen inne, unter anderem für die Personal-Service-Center in Wolfsburg sowie die Bereiche Produktion, Beschaffung, Qualitätssicherung und Finanzen. Seit 2011 ist er Leiter Personal Werk Wolfsburg.



Burkhard Ulrich, Geschäftsführer Personal und Organisation bei Volkswagen Osnabrück, wird Personalleiter in Chattanooga (USA).

Er folgt auf Nicole Kösling. Ulrich arbeitet seit 27 Jahren im Konzern, seit 2002 im Personalwesen in unterschiedlichen verantwortlichen Funktionen, unter anderem in der Managementberatung. 2016 wurde er Geschäftsführer in Osnabrück.



Katrin Börsting, Personalleiterin Werk Salzgitter, wird Geschäftsführerin Personal und Organisation bei Volkswagen Osnabrück. Sie folgt auf

Burkhard Ulrich. Börsting ist Politologin und begann 1992 bei Volkswagen. Sie war unter anderem Personalleiterin bei der SITECH in Polen. 2010 wurde Börsting erstmals Geschäftsführerin Personal und Organisation bei Volkswagen Osnabrück, 2016 dann Personalleiterin in Salzgitter.



Lutz Becker, Leiter Labour Relations und Mitarbeiterbeteiligung, wird Personalleiter im Werk Salzgitter. Er tritt die Nachfolge von Katrin

Börsting an. Becker ist Pädagoge und arbeitet seit 23 Jahren im Konzern. Nach Stationen unter anderem in der Coaching und im Personalwesen Management verantwortete er die Industrial Relations sowie die Labour Relations und das Stimmungsbarometer.



Susanne Scholtyssek, Personalleiterin Technische Bereiche Marke Volkswagen, wird Leiterin der Hauptabteilung Personalwesen Geschäftsleitung und Produktion der Porsche AG in Zuffenhausen. Scholtysseks bisherige Funktion übernimmt Dietmar Albrecht, Lei-

ter Volkswagen Group China Academy. Sie ist Politikwissenschaftlerin und arbeitet seit 2010 im Personalbereich. Nach Stationen in Kassel, als Vorstandsreferentin und Aufgaben in der Geschäftsführung der AutoVision Zeitarbeit übernahm sie 2016 die Personalleitung der Technischen Bereiche.



Dietmar Albrecht wird Personalleiter Technische Bereiche der Marke Volkswagen. Er studierte Mathematik und Informatik.

2002 kam er zu Volkswagen und trug dort unter anderem Verantwortung für Lerndesign, Kompetenzmanagement und Personalentwicklungsstrategie. 2015 übernahm er die Leitung der Volkswagen Group China Academy in Peking.



Sebastian Krapoth, Sprecher der Geschäftsführung der Volkswagen Group Services, wird Personalvorstand bei Volkswagen

Slovakia. Auf Krapoth folgt Hartmut Rickel. Zugleich wird Thorsten Falk, Geschäftsführer Volkswagen Group Retail Deutschland, in die Geschäftsführung der Group Services berufen. Krapoth ist Psychologe und seit 1998 im Konzern. Nach verantwortlichen Funktionen bei Volkswagen Nutzfahrzeuge in Hannover übernahm er 2014 die Personalleitung der AutoVision. Seit 2016 ist er Sprecher der Geschäftsführung der Volkswagen Group Services.



Hartmut Rickel wird Sprecher der Geschäftsführung der Volkswagen Group Services. Er

ist Wirtschaftsingenieur und seit 28 Jahren im Konzern. Nach Funktionen im Controlling bei Volkswagen in Wolfsburg und von Skoda leitete er seit 2009 die Vertriebssteuerung der Marke. 2017 wurde Rickel in die Geschäftsführung der Volkswagen Group Services berufen.



Thorsten Falk wird in die Geschäftsführung der Volkswagen Group Services berufen. Er ist

Ingenieur und seit 27 Jahren im Konzern. Ab 2008 hatte er verantwortliche Funktionen im Zentralen Personalwesen inne, unter anderem als Personalleiter für die Bereiche Vorsitzender des Vorstandes und Konzernbeschaffung. Zuletzt war er Geschäftsführer Personal und Organisation der Volkswagen Group Retail Deutschland (VGRD).



Stefan Baier, Projekt-Manager HR Leadership bei Audi, wird Executive Vice

President Human Resources bei der Volkswagen Group of America und Chief Human Resources Officer der Region Nordamerika. Er ist Kaufmann. Nach Stationen bei Infineon und Siemens wechselte er 2000 zu Audi. Dort arbeitete Baier als Personalleiter, unter anderem bei Audi of America. Später war er Leiter Konzern-Management-Entwicklung Vertrieb, Leiter HR Operations bei MAN und zuletzt Projekt-Manager HR Leadership bei Audi.



Klimaneutrales Rechenzentrum in Norwegen

Betrieben wird es ausschließlich mit Strom aus Wasserkraft – Hohe CO₂-Einsparung

Der Volkswagen Konzern hat ein neues, klimaneutral betriebenes Rechenzentrum in Rjukan (Norwegen) bezogen. Gemeinsam mit dem Partner Green Mountain hat er den Standort in sechs Monaten aufgebaut. Betrieben wird das Rechenzentrum zu 100 Prozent mit Strom aus Wasserkraft. So lassen sich pro Jahr



Mario Müller, Leiter IT-Integration

mehr als 5.800 Tonnen CO₂ im Vergleich zu einem konventionell betriebenen Rechenzentrum sparen. Die maximale Leistung von 2.750 Kilowatt werden Volkswagen und Audi für Hochleistungs-server nutzen, auf denen sie rechenintensive Projekte ihrer Fahrzeugentwicklung verarbeiten. Dazu zählen die Simulation von Crashtests und virtuelle Windkanal-Erprobungen. Sie auf



Blick auf und in das Rechenzentrum: Es ist etwa zwei Autostunden von Oslo entfernt.

externe Rechenzentren auszulagern, entlastet die IT-Infrastruktur an den Heimatstandorten. „Mit neuen Technologien und digitalen Formen der Zusammenarbeit wächst der Bedarf an Rechenleistung im Unternehmen. Wir bauen unsere Kapazitäten deshalb stetig aus“, sagt Mario Müller, Leiter IT-Integration und Services im Volkswagen Konzern.

Er betont: „Uns sind betriebswirtschaftliche Aspekte und Nachhaltigkeit wichtig. Das neue

Rechenzentrum in Norwegen überzeugt in beiden Punkten. Der Betrieb ist kostengünstig und vollständig klimaneutral.“ Hintergrund: Standorte für Rechenzentren in den nordischen Ländern Europas qualifizieren sich durch gute Verfügbarkeit von günstiger, umweltfreundlicher Energie und Witterungsbedingungen, die sich für eine effiziente Kühlung der Anlagen nutzen lassen. Volkswagen betreibt bereits in Island ein klimaneutrales Rechenzentrum.

Dieser Standort ist etwa so groß wie der in Norwegen und spart jährlich rund 6.200 Tonnen CO₂.

Darüber hinaus betreibt Volkswagen an vielen nationalen und internationalen Standorten Rechenzentren „innerhalb der Werkzäune“. Deren Leistung wird vor allem für unmittelbar geschäftsrelevante Anwendungen genutzt, zum Beispiel Applikationen für die Produktion, die Logistik oder den Vertrieb.



Rechenzentrum steht in Norwegen

Das neue Rechenzentrum in Norwegen liegt etwa 180 Kilometer westlich von Oslo im Ort Rjukan. Es wurde vom Partner Green Mountain gebaut, der auf die Bereitstellung von Rechenzentrum-Kapazitäten für internationale Unternehmen spezialisiert ist.



Herbert Diess: Volkswagen will Führungsrolle bei Elektromobilität übernehmen.

China: So plant der Konzern die E-Offensive

Volkswagen will in China die Führungsrolle beim Thema Elektromobilität übernehmen. Das bekräftigte der Vorstandsvorsitzende des Volkswagen Konzerns, Herbert Diess, jüngst beim ersten World New Energy Vehicle Congress in der südchinesischen Stadt Bo'ao. So bekennt sich Volkswagen zu dem Ziel, auf dem chinesischen Markt bis 2035 den E-Auto-Anteil auf 50 Prozent der jährlichen Auslieferungen zu steigern. Das entspricht dem im Abschlussbericht des Kongresses für 2035 auf dem Weltmarkt prognostizierten E-Auto-Anteil. Damit bekommt China entscheidende Bedeutung für die Dekarbonisierungsstrategie des Volkswagen Konzerns. Bereits in diesem Jahr will Volkswagen chinesischen Kunden 14 elektrifizierte Modelle anbieten. Bis 2028 sollen mehr als die Hälfte der vom Konzern geplanten 22 Millionen E-Autos in China produziert werden. Gleichzeitig stärkt Volkswagen die Entwicklungsarbeit. Mehr als 4.500 Ingenieure arbeiten im Land an Zukunftstechnologien. Im Zuge seiner E-Mobilitätsoffensive plant der Volkswagen Konzern, bis 2028 rund 11,6 Millionen E-Autos in China zu produzieren: mehr als die Hälfte des vom Konzern angestrebten Gesamtziels von 22 Millionen.



Im Gespräch: Axel Heinrich (r.) mit Vorständen Stefan Sommer und Frank Welsch (v. l.).

1.850 Gäste bei Group Innovation

Auf dem Prüfgelände in Ehra bei Wolfsburg haben wieder die „Future Mobility Days“ stattgefunden. Unter den 1.850 Gästen waren auch der Volkswagen Aufsichtsratsvorsitzende Hans Dieter Pötsch, mehrere Mitglieder des Vorstands sowie Vertreter des Nachhaltigkeitsbeirats. Eingeladen hatte die Group Innovation, ehemals Konzernforschung, die an vier Tagen eine Vielzahl von Projekten präsentierte. Unter anderem ging es um das autonome Fahren, um Sicherheitsassistenten, Mobilitätsdienste und nachhaltige Materialien im Fahrzeugbau.

„Unsere Kolleginnen und Kollegen aus den Innovation Centern Asien, Kalifornien und Europa sowie aus den Innovation Hubs Tel Aviv, Tokio und Barcelona brachten mit ihren Themen die übergreifende internationale Zusammenarbeit mit ein“, sagt Axel Heinrich, Leiter Group Innovation. „Für die Mannschaft der Group Innovation waren es sehr erfolgreiche Tage mit einem tollen Feedback von allen Marken.“

Das sagte Herbert Diess den Top-Managern

Konzernchef präsentierte die weiterentwickelte Konzernstrategie „Together 2025+“

Volkswagen Chef Herbert Diess hat vor rund 450 Top-Managern aus aller Welt die Weiterentwicklung der Konzernstrategie „Together 2025+“ vorgestellt. Anlass war die Global-Top-Management-Konferenz des Volkswagen Konzerns. Sie fand erstmals in der neuen Veranstaltungshalle „Hafen 1“ im Werk Wolfsburg statt.

„Shaping mobility – for generations to come“ – so lautet die neue Vision der geschärften Strategie. Mit ihr reagiert Volkswagen auf künftige Herausforderungen, um Mobilität nachhaltig zu gestalten. Diess: „Mit unserem Aktionsplan für unsere weiterentwickelte Strategie „Together 2025+“ erhöhen wir noch einmal das Tempo und schärfen den Fokus bei der Transformation unseres Unternehmens.“

Die Strategie sieht einen Aktionsplan mit fünf strategischen Modulen vor. Sie heißen: **Best Governance, Best Performance, Best Brand Equity, Software-Enabled Car Company, Excellent Leadership.**

• **Best Governance:** Wir schaffen eine fokussierte, schlanke Konzernholding, die Marken optimal steuert und Entscheidungsprozesse beschleunigt. Wir intensivieren den Austausch mit unseren Stakeholdern und überprüfen systematisch, ob wir der beste Eigentümer für die verschiedenen Geschäftsbereiche sind. Mit einem Dekarbonisierungs-Index machen wir unsere CO₂-Ziele messbar und die Fortschritte bis zur CO₂-Neutralität in 2050 transparent.

• **Best Performance:** Wir arbeiten an der nachhaltigen Wertsteigerung des Unternehmens durch eine stärkere Orientierung an der Kapitalrentabilität und dem konsequenten Heben von Synergien. Bis 2025 streben wir eine Kapitalrendite von mehr als 15 Prozent für den Konzern an. Auch in der Steuerung der Fahrzeugprojekte orientiert sich Volkswagen künftig an der Kapitalrendite.

• **Best Brand Equity:** Das Markenportfolio des Volkswagen Konzerns wird neu ausgerichtet und geschärft. Für jede Marke werden das Profil, der Markenauftrag und die Kernwettbewerber trennscharf festgelegt. Damit wollen wir den Wert unserer Konzernmarken bis 2025 deutlich steigern.

• **Software-Enabled Car Company:** Volkswagen will bis 2025 Software zur neuen Kernkompetenz machen und wird hierzu mehr als 5.000 Software-Experten in einer Organisationseinheit bündeln. Bis 2025 laufen alle neuen Fahrzeugmodelle konzernweit auf unserer eigenen, markenübergreifenden Software-Plattform – und holen mit unserem digitalen Ökosystem die Lebenswelt der Kunden ins Auto.

• **Excellent Leadership:** Beim Wandel zu einer offenen, partnerschaftlichen und integren Führungskultur müssen wir schneller vorankommen. Hierfür stellt Volkswagen die Managemententwicklung und -qualifizierung grundlegend neu auf und setzt auf mehr Vielfalt im Management: So soll unter anderem der Anteil weiblicher Führungskräfte bis 2025 auf mehr als 20 Prozent erhöht werden.



Herbert Diess: Der Konzernchef sprach in Wolfsburg vor 450 Top-Managern aus aller Welt.

Anzeige

SPEKTAKULÄRES SHOWPROGRAMM **MUSIK** **BEACHCLUB** **OPEN-AIR-ACTION** **ZUKUNFT DER MOBILITÄT**
SOMMERSPASS FÜR GROSS UND KLEIN **AUTOMOBILE ERLEBNISSE** **MITMACHANGEBOTE** **U. V. M.**

19. JULI – 1. SEPTEMBER 2019

A
AUTOSTADT

PROGRAMM UND TICKETS UNTER:
AUTOSTADT.DE/FESTIVAL

„Software-Experten werden heute heftig umworben“

360°-Interview: Andrea Morgan-Schönwetter über die Neuausrichtung des Personal Recruitings bei Volkswagen

Volkswagen wird in den nächsten Jahren mindestens 2.000 neue Arbeitsplätze mit Bezug zur Digitalisierung schaffen. Die Rekrutierung geeigneter Spezialisten wird eine der Hauptaufgaben von Andrea Morgan-Schönwetter sein. Seit Januar leitet sie den neu geschaffenen Bereich Recruiting & Talent Marketing in Wolfsburg.

Frau Morgan-Schönwetter, was ist neu am Bereich, den Sie gerade aufbauen? Bislang war das Rekrutieren neuer Mitarbeiter nur eine von vielen Aufgaben der Personalreferenten. Das werden wir ändern. Aktuell haben wir 25 Mitarbeiter, die sich nur um diese Sache kümmern. Bis Ende des Jahres sollen es bis zu 80 werden.

Warum ist das notwendig?

Bei Ingenieuren und anderen klassischen Berufen der Automobilbranche war Volkswagen viele Jahrzehnte lang als Top-Arbeitgeber gesetzt. Eine Ausschreibung über unsere Karriereseite reichte aus, um genügend Bewerbungen zu generieren.

Und das hat sich geändert?

Absolut. Wir suchen heute andere Profile als noch vor einigen Jahren, vor allem Softwareentwickler und IT-Spezialisten. Diese Experten werden aber heftig umworben, nicht nur von Unternehmen wie Google und Facebook, sondern auch von Wettbewerbern wie der Deutschen Bahn, Bayer und Adidas. Wenn wir für diese neue Zielgruppe noch nicht automatisch als potenzieller Arbeitgeber infrage kommen, dann müssen wir aktiv auf sie zugehen.

Wie wird das konkret aussehen?

In vielen Köpfen ist noch nicht angekommen, dass sich Volkswagen zu einem Software-Anbieter entwickelt. Als ich vor einem halben Jahr angefangen habe, war mir auch nicht bewusst, wie viel Bewegung hier drin ist. Dieses Momentum



Lust auf Volkswagen: Mit modernen Personal-Kampagnen (siehe Motive links) soll vor allem das Interesse bei Software-Spezialisten geweckt werden.



„Die aktuelle Kampagne zeigt es: Wir werden in der Ansprache persönlicher. Und wir duzen.“

müssen wir nutzen und den Leuten erklären, dass sie die Chance haben, die Transformation dieses Riesenunternehmens mitzugestalten. Um das zu kommunizieren, müssen wir die richtigen Leute natürlich erst einmal erreichen. Neben crossmedialen Kampagnen gehen wir daher auch auf Entwickler-Events, haben vor einigen Wochen zum Beispiel die große Software-Konferenz „We are Developers“ in Berlin besucht.

Sie verantworten auch das Personalmarketing. Was ändert sich dort?

Die aktuelle Kampagne zeigt es ja schon: Wir werden in der Ansprache persönlicher und duzen. Ein Plakat gibt den Denkanstoß: Stellt Volkswagen eigentlich auch Leute ein, die das Auto abschaffen wol-

len? So etwas wäre vor zwei bis drei Jahren wahrscheinlich nicht möglich gewesen. Das ist provokant, hat aber einen Hallo-wach-Charakter und sorgt für Aufmerksamkeit.

Zuständig sind Sie auch für den internen Konzern-Arbeitsmarkt. Wie läuft es hier?

Die Seite in Group Connect ist seit einigen Wochen online und wird gut angenommen. Es handelt sich hierbei um einen Piloten, es sind also noch nicht alle Marken an Bord. Aber es ist ein erster Schritt hin zu mehr Transparenz. Ziel ist es, alle Marken und Gesellschaften zu integrieren und damit allen Mitarbeitern Transparenz über Vakanzen und etwaige Entwicklungsmöglichkeiten innerhalb des Konzerns zu bieten.



Andrea Morgan-Schönwetter

war 18 Jahre bei der Deutschen Telekom in unterschiedlichen Funktionen im Bereich Personalmarketing und Recruiting tätig. Seit Januar arbeitet sie für Volkswagen. Hier ist sie für Konzern und Marke verantwortlich und berichtet direkt an Personalvorstand Gunnar Kilian.

Aufsichtsrat: Schönhardt folgt auf Dietze

Im Aufsichtsrat der Volkswagen Aktiengesellschaft hat es aufseiten der Arbeitnehmer einen Wechsel gegeben: Conny Schönhardt (41), die seit Januar im Vorstand der IG Metall im Bereich Strategische und Politische Planung tätig ist, hat das Aufsichtsratsmandat von Birgit Dietze (46)



Neu im Aufsichtsrat: Conny Schönhardt

übernommen. Beide Gewerkschafterinnen haben in den Gremien der Volkswagen Arbeitnehmervertreter in den vergangenen Monaten bereits gemeinsam Aufgaben wahrgenommen. Für Schönhardt ist die Aufgabe im Konzern auch eine Rückkehr: Mitte der 1990er Jahre absolvierte sie bei Volkswagen Nutzfahrzeuge in Hannover eine kaufmännische Ausbildung und arbeitete dort als Montagerin.

Internationale Stiba-Konferenz in Wolfsburg

Mehr als 100 Stimmungsbarometer-Koordinatoren und -berater aus 73 Konzerngesellschaften haben an der Internationalen Stimmungsbarometer-Konferenz 2019 teilgenommen. Sie kamen aus 19 Ländern zu der dreitägigen Veranstaltung in die Volkswagen Arena Wolfsburg. Im Mittelpunkt stand die Frage: Wie können wir das Stimmungsbarometer gemeinsam stärken? Der Fokus liegt dabei auf der Phase nach der Mitarbeiterbefragung.

Arne Meiswinkel, Leiter Konzern Personalpolitik und -standards, betonte in seiner Rede: „Wir müssen konsequent den Folgeprozess des Stimmungsbarometers stärken. Denn insbesondere die Durchsprache der Ergebnisse sowie das Ableiten und Umsetzen von Maßnahmen sind wichtig, um die notwendigen Veränderungen bei Volkswagen voranzubringen.“ Er hob außerdem hervor, dass alle Stimmungsbarometer-Koordinatoren mit ihren Aufgaben einen wichtigen Beitrag zur Unternehmensstrategie und dem Kulturwandel bei Volkswagen leisten.

KONSEQUENT!
aufgeklärt

Keine Toleranz bei Regelverstößen

Statistik veröffentlicht: Der Volkswagen Konzern informiert über den Umgang mit Fehlverhalten

Volkswagen veröffentlicht seit 2018 in seinen internen Medien halbjährlich eine Statistik zu Fehlverhalten und den daraus gefolgten Sanktionen im Volkswagen Konzern. Ziel ist es zu zeigen, dass sich der Erfolg des Unternehmens nur auf faires, kundenorientiertes und regelkonformes Verhalten gründen kann.

Dass das Unternehmen Fehlverhalten ahndet, wird auch am folgenden Beispiel aus dem Volkswagen Konzern deutlich: Das Unternehmen hat einem Manager gekündigt, dem eine lange Reihe von Verfehlungen nachgewiesen worden waren. So hatte er zum Beispiel falsche Abrechnungen eingereicht und Belege von Kollegen abzeichnen lassen, die er darum gar nicht hätte bitten



Konzern Vorständin für Integrität und Recht: Hiltrud D. Werner.

dürfen. Zudem ging er mehrmals ohne Genehmigung auf Dienstreise. Die Führungskraft hat außerdem wiederholt ein Abteilungsfahrzeug für private Fahrten ausgeliehen und es auf Kosten des Unternehmens betankt.

Dazu sagt Hiltrud Dorothea Werner, Mitglied des Konzernvorstands für Integrität und Recht: „Der Code of Conduct gibt jedem Mitarbeiter Orientierung und bildet die elementare Grundlage für unser Handeln im Unternehmen. Wer sich daran hält, kann sicher sein, dass er richtig und im Interesse des Unternehmens handelt. Unternehmensvermögen für private Zwecke zu nutzen, verstößt klar gegen die konzernweit verbindlichen Verhaltensgrundsätze und wird von uns nicht geduldet.“

Aktuelle Statistik Entlassungen und Verwarnungen

Im ersten Quartal 2019 kam es in 51 Gesellschaften des Volkswagen Konzerns mit jeweils mehr als 1.000

Mitarbeitern zu 903 Verweisen und Abmahnungen, 204 Mitarbeiter wurden wegen regelwidrigen Verhaltens entlassen. In diesen Gesellschaften arbeiten rund 427.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Die Gründe für die Sanktionen waren vielfältig:

- Arbeitszeit (zum Beispiel unentschuldigte Fehltag): 106 Kündigungen
- Eigentumsdelikte / betrügerische Handlungen inkl. Anstiftung: 24 Kündigungen
- Diskriminierung, Mobbing, Stalking: 1 Kündigung
- Nichterbringung der geschuldeten Arbeitsleistung: 21 Kündigungen
- Störung des Betriebsfriedens (zum Beispiel Tötlichkeiten, Drohungen oder Beleidigungen): 8 Kündigungen

- Verstoß gegen das Alkohol- und Drogenverbot: 30 Kündigungen
- Vorteilsnahme, Korruption, Interessenkonflikt (zum Beispiel Nutzung von Insiderwissen): 1 Kündigung
- Betrug gegenüber Dritten (zum Beispiel Behörden oder Kunden), inklusive der Anstiftung dazu: 1 Kündigung
- Verstoß gegen Datenschutzbestimmung und Geheimhaltungsvorschrift: 1 Kündigung
- Verstoß gegen Arbeitssicherheitsvorschriften: 1 Kündigung
- Sonstige Verstöße gegen arbeitsrechtliche Verpflichtungen (zum Beispiel Verstöße gegen die Verhaltensgrundsätze, gegen Verkehrsregeln auf dem Betriebsgelände oder unerlaubte Nebentätigkeiten): 10 Kündigungen

Mit „goTOzero“ zum CO₂-neutralen Unternehmen

Volkswagen verabschiedet neues Konzern-Umweltleitbild und neue Umweltpolitik

„goTOzero“ heißt das neue Konzern-Leitbild Umwelt von Volkswagen. Und der Name ist Programm, denn „goTOzero“ steht dafür, dass Volkswagen mit seiner Wirtschaftsweise nicht nur die Umwelt möglichst wenig belastet, sondern vor allem ab 2050 CO₂-neutral sein wird. Im Rahmen der Konzernstrategie „TOGETHER – Strategie 2025+“ wird damit der nächste logische Schritt hin zu einem umfassend nachhaltigkeitsorientierten Unternehmen unternommen. Konkret bedeutet dies, die Umweltauswirkungen sämtlicher Produkte und Mobilitätslösungen entlang des gesamten Lebenszyklus – von der Rohstoffgewinnung bis zum Recycling – zu minimieren, um einerseits die Ökosysteme intakt zu halten und andererseits einen positiven Beitrag für die Gesellschaft zu leisten. „goTOzero“ konzentriert sich hauptsächlich auf die vier Handlungsfelder Klimawandel, Ressourcen, Luftqualität und Umwelt-Compliance. Hinsichtlich des Klimawandels hat sich Volkswagen zur Einhaltung des Pariser Klimaschutzabkommens

kommens von 2015 verpflichtet (siehe Infokasten). Das Ziel ist, bis 2050 ein CO₂-neutrales Unternehmen zu werden. Bereits bis 2025 sollen die Emissionen von Pkw und leichten Nutzfahrzeugen im Vergleich zu 2015 über den gesamten

Lebenszyklus um 30 Prozent gesenkt werden. Die Ressourceneffizienz soll weiter verbessert sowie Ansätze zu Wiederverwertung und Recycling in den Bereichen Werkstoffe, Energie und Wasser weiterhin gefördert werden. Ziel ist es heute schon, bis 2025 – im

Vergleich zu 2010 – die Umweltbelastungen durch die Produktion hinsichtlich CO₂, Energie, Wasser, Abfall und flüchtiger organischer Verbindungen um 45 Prozent pro Fahrzeug zu reduzieren. Volkswagen will bis 2025 den Anteil der batterieelektrischen Fahrzeu-

ge (BEV) am Modellportfolio auf 20 bis 25 Prozent ausbauen. Bereits bis 2023 will der Konzern rund 30 Milliarden Euro in die Elektromobilität investieren und bis 2028 über 70 neue E-Modelle auf den Markt bringen. Bis 2030 soll der BEV-Anteil der Neuwagenflotte in Europa und China auf

mindestens 40 Prozent steigen. Darüber hinaus engagiert sich der Konzern beim Aufbau der Ladeinfrastruktur und bietet bereits heute über sein Unternehmen Elli Volkswagen Naturstrom an. Bis Anfang 2020 baut Elli schrittweise ein Angebot an smarten Lade-Lösungen auf, das von Hard-

ware über Abrechnungs- und digitale Zusatzdienste bis zu kompletten Beratungspaketen reicht. Dazu gehören auch Wallboxen, Ladestationen und IT-basierte Energiemanagementsysteme sowie Kundenkarten für das Laden unterwegs. Und auch auf einem anderen Sektor gibt es ambitionierte Ziele: So will Volkswagen hinsichtlich seiner Integrität zum Vorbild für ein modernes, transparentes und erfolgreiches Unternehmen werden. Dazu werden effektive Managementsysteme installiert und kontrolliert, die die Umweltauswirkungen der Mobilitätslösungen über alle Lebenszyklusphasen hinweg abdecken.


Für die umweltrelevanten Entscheidungsverfahren sowie für die Steuerung von Projekten und sein Verhalten im Umweltschutz hat Volkswagen im Mai 2019 neue Grundsätze zur Umweltpolitik verabschiedet. Folgende fünf Bereiche stehen dabei im Zentrum: Führungsverhalten, Compliance, Umweltschutz, Zusammenarbeit mit Interessengruppen und kontinuierliche Verbesserung unserer Umweltleistungen.



Umwelt-Compliance

Wir wollen in puncto Integrität zum Vorbild für ein modernes, transparentes und erfolgreiches Unternehmen werden, indem wir effektive Managementsysteme installieren und kontrollieren, die die Umweltauswirkungen unserer Mobilitätslösungen über alle Lebenszyklusphasen hinweg abdecken.

Fokus auf vier priorisierten Handlungsfeldern:



Klimawandel

Wir bekennen uns zum 2°-Ziel des Pariser Klimaschutzabkommens. Wir beabsichtigen, bis 2050 CO₂-neutrales Unternehmen zu werden.


Wir planen, bis 2025 unsere Treibhausgas-Emissionen von Pkw und leichten Nutzfahrzeugen im Vergleich zu 2015 über den gesamten Lebenszyklus um 30% reduziert zu haben. Wir tragen entlang des gesamten Lebenszyklus aktiv zum Umstieg auf regenerative Energien bei.



Ressourcen

Wir beabsichtigen, unsere Ressourceneffizienz zu maximieren, und fördern Kreislaufwirtschaftsansätze in den Bereichen Werkstoffe, Energie und Wasser.

Wir planen, bis 2025 die produktionsbezogenen Umweltexternalitäten (CO₂, Energie, Wasser, Abfall, flüchtige organische Verbindungen) im Vergleich zu 2010 um 45% pro Fahrzeug reduziert zu haben.



Luftqualität

Wir treiben die Elektromobilität voran, um die lokale Luftqualität zu verbessern.

Bis 2025 wird der Anteil von batterieelektrischen Fahrzeugen am Modellportfolio zwischen 20% und 25% betragen. Bis 2030 soll der E-Anteil in unserer Neuwagenflotte in Europa und China auf mindestens 40% steigen.

Klimaschutz: Dekarbonisierung ist der Weg zum Ziel

Bilanzielle CO₂-Neutralität bis zum Jahr 2050 ist verbindliches Konzern-Ziel

Alle Hoffnungen der Klimaschützer, von führenden Wissenschaftlern bis zur „Fridays for Future“-Bewegung, machen sich derzeit am Pariser Klimaabkommen fest. 197 Staaten hatten sich 2015 darauf verständigt, die Erwärmung der Atmosphäre auf maximal zwei Grad Celsius bis 2050 zu begrenzen (siehe Infokasten rechts). Dafür muss es allerdings gelingen, die CO₂-Emissionen drastisch zu verringern. Da immerhin rund 14 Prozent der globalen Treibhausgas-Emissionen auf den Transportsektor entfallen – Tendenz steigend –, sind hier vor allem die Autohersteller gefordert.

Die Gesellschaft und vor allem die Kunden erwarten auch von Volkswagen einen angemessenen Beitrag. Der Volkswagen Konzern ist für ein Prozent des weltweiten CO₂-Ausstoßes verantwortlich. Deshalb hat sich Volkswagen die bilanzielle CO₂-Neutralität für seine Geschäftstätigkeit entlang der gesamten Wertschöpfungskette seiner Produkte und Dienstleistungen (Lieferkette, Produktion, Nutzungsphase und Recycling) bis zum Jahr 2050 zum Ziel gesetzt. Dazu wird zurzeit das Programm „Dekarbonisierung“ entwickelt und damit einer unternehmensweiten Nachhaltigkeitsstrategie eine zukunftsweisende Orientierung gegeben. „Auf dem Weg zur vollständigen Dekarbonisierung bis 2050 hat der Volkswagen Konzern in allen Bereichen Meilensteine festgelegt, die in den nächsten Jahren erreicht werden sollen“, sagt Konzernchef Herbert Diess.

Und wo steht Volkswagen in seinen Bemühungen heute? Für etwa die Hälfte der Einsparungen bis 2025 stehen bereits konkrete Maßnahmen fest – beispielsweise der ID.3¹ oder die Umstellung des Kraftwerks in Wolfsburg. Es bleibt die Herausforderung, die andere Hälfte in den kommenden Monaten mit weiteren Maßnahmen zu belegen. Dazu sollen selbstverständlich auch alle Beschäftigten beitragen, indem sie z. B. ihre Ideen an ihrem Arbeitsplatz einbringen, mit ihren Vorgesetzten über das Thema sprechen oder im 360°-Portal über CO₂-Einsparung und Elektromobilität mitdiskutieren.

Was für konkrete Meilensteine hat sich das Unternehmen kurzfristig gesetzt?

Für den Bereich Pkw und leichte Nutzfahrzeuge verfolgt der Konzern das Ziel, den Ausstoß von Treibhausgas-Emissionen über den Lebenszyklus eines Fahrzeugs um 30 Prozent gegenüber 2015 zu senken. Dieses Ziel ist so ambitioniert, dass der Konzern damit seinen Beitrag zum Pariser Klimaziel leisten würde. Das geschieht unter anderem durch die ID. Modellfamilie, die 2020 mit der Einführung des ID.3¹ an den Start geht, inklusive Ladeinfrastruktur mit regenerativ erzeugtem Strom. Ein wichtiger Bestandteil ist die CO₂-neutrale Übergabe des Fahrzeugs an den Kunden. Dies geschieht durch Einsatz von regenerativ erzeugtem Strom beim Batterieerwerb sowie bei der Fahrzeugfertigung an den eigenen Standorten. Die nicht vermeidbaren CO₂-Emissionen werden dann durch entsprechende Klimaschutzprojekte kompensiert. Außerdem wird in der Energieversorgung der Standorte zum Beispiel von Steinkohle auf Gas umgestellt.

Doch was genau bedeutet eigentlich Dekarbonisierung? Der Begriff ist dem englischen Wort „decarbonization“ entlehnt und steht für die Verminderung von „carbon“ (das englische Wort für Kohlenstoff).

Pariser Klimaabkommen

Das Übereinkommen von Paris aus dem Jahr 2015 ist die Vereinbarung von 197 Vertragsstaaten der UN-Klimarahmenkonvention mit dem Ziel der „Begrenzung der globalen Durchschnittstemperatur auf deutlich unter 2° C über dem vorindustriellen Niveau“ und der „Anstrengungen, den Temperaturanstieg auf 1,5° C über dem vorindustriellen Niveau zu begrenzen“. Das Abkommen wurde von 186 Nationen ratifiziert. Konsequenz ist, dass die Gesamtmenge an CO₂, die zwischen 2011 und 2050 noch in die Atmosphäre abgegeben werden darf, auf maximal 1.240.000.000.000 t begrenzt ist. Im Jahr 2014 wurden von der Menschheit rund 49 Gigatonnen CO₂ emittiert.

Unser Konzern-Umweltleitbild: „goTOzero“

Für alle unsere Produkte und Mobilitätslösungen streben wir danach, Umweltauswirkungen entlang des gesamten Lebenszyklus – von der Rohstoffgewinnung bis zum Lebensende – zu minimieren, um Ökosysteme intakt zu halten und einen positiven Impact für die Gesellschaft zu schaffen. Compliance mit Umweltregulierungen, Standards und freiwilligen Selbstverpflichtungen ist eine Grundvoraussetzung für unser Handeln.

„Beim Umweltschutz wollen wir Vorbild in der Autoindustrie sein“

Interview: Konzernvorstand Oliver Blume über die Ziele des Konzerns zur Reduzierung der Umweltbelastung

Wo steht der Volkswagen Konzern momentan in Sachen Umweltschutz? Der Umweltschutz hat für uns im Volkswagen Konzern eine große Bedeutung. Am Beispiel der Produktion wurden bereits 2011 im Rahmen unserer Strategie ehrgeizige und messbare Ziele zur Reduzierung der Umweltbelastung definiert. Seitdem haben wir vieles erreicht. Beispielsweise wurde der CO₂-Ausstoß unserer Fabriken inzwischen um 34 Prozent pro Fahrzeug verringert. Der Anteil der erneuerbaren Energien am Stromverbrauch im Konzern liegt weltweit bereits bei 37 Prozent. Zudem nutzen wir an 26 Konzernstandorten zu 100 Prozent Strom aus erneuerbarer Energie. Auf der Produktseite leisten unsere hocheffizienten Diesel-, Benzin- und Erdgasautos sowie die elektrischen Fahrzeuge einen wichtigen



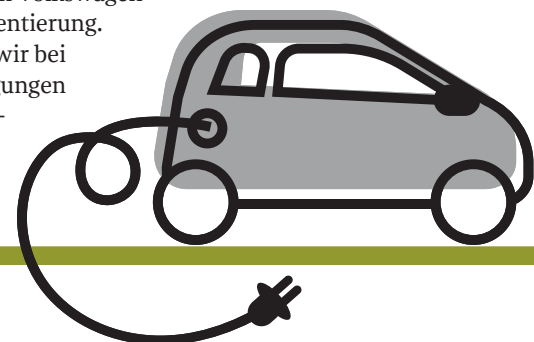
Beitrag zur Ressourcenschonung. Mit unserem konsequenten Bekenntnis zur E-Mobilität, der Selbstverpflichtung auf das Pariser Abkommen sowie dem Null-Emissions-Ziel bis spätestens 2050 sind wir Vorreiter in der Industrie.

Warum gibt sich der Volkswagen Konzern gerade jetzt das Umwelt-Leitbild „goTOzero“? Unsere Umwelt zu erhalten, ist die vielleicht wichtigste Aufgabe seit Bestehen der Menschheit. Insbesondere der Klimawandel ist ein drängendes Thema, das unsere Gesellschaft bewegt. Auch wenn der Umweltschutz seit Jahrzehnten Teil der Kultur des Volkswagen Konzerns ist, stimmt es, dass wir das Klima durch die CO₂-Emissionen unserer unternehmerischen Tätigkeit beeinflussen. Wir handeln jetzt, um unseren Beitrag zu leisten, die Erderwärmung zu begrenzen. Beim Umweltschutz wollen wir Vorbild in der Autoindustrie sein. Mit „goTOzero“ setzen wir ein starkes Zeichen und geben unserem gesamten Team im Volkswagen Konzern eine Orientierung. Wichtig ist, dass wir bei unseren Anstrengungen für mehr Umweltschutz den

„Unsere Umwelt zu erhalten, ist die vielleicht wichtigste Aufgabe seit Bestehen der Menschheit.“

gesamten Produktlebenszyklus von der Entwicklung über die Herstellung und den Betrieb bis zum späteren Recycling betrachten. Zudem beziehen wir auch unsere Lieferanten ein. Nur zusammen können wir unsere Ziele erreichen.

Wie ermöglichen Sie die konsequente Umsetzung des Umwelt-Leitbildes im gesamten Konzern? Der Konzernvorstand hat vor Kurzem eine Neufassung der Konzernrichtlinie zum Umweltmanagement beschlossen. Darin sind Anforderungen, Aufgaben und Verantwortlichkeiten definiert. Zusätzlich haben wir unser bestehendes Umweltmanagement-System um Compliance-Aspekte erweitert. Dort werden wir uns stark einbringen und besonders auf die Einhaltung des Regelwerks achten. Auch unser Umwelt-Berichtswesen haben wir überarbeitet und weiter systematisiert. Mit der neuen Konzernrichtlinie geben wir dem Umweltschutz die organisatorischen Grundlagen. Nun gilt es, „goTOzero“ im Unternehmensalltag zu leben.



Fernziel: Keine Umweltbelastung durch Fahrzeugproduktion

Konzernprojekt „goTOzero – Zero Impact Factory“ angelaufen

Eine Fabrik ohne negative Auswirkungen auf die Umwelt? Eine Fabrik, die unsere Umwelt durch ihre Abfälle, Schadstoffe und anderen Beeinträchtigungen für Mensch, Klima und Ökosysteme nicht belastet? Klingt zu schön, um wahr zu sein. Nicht für Roman Meininghaus, verantwortlicher Projektleiter bei Volkswagen. Zusammen mit seinem Team arbeitet Meininghaus an der Zero Impact Factory. „Unser Ziel ist eine Autoproduktion, die die Ökosysteme nicht belastet.“ Und das ist keine utopische Science-Fiction. Mit der Initiative „goTOzero – Zero Impact Factory“ der Konzern Produktionsstrategie wird der Weg beschrieben, wie aus der Vision Wirklichkeit werden kann. Mit einer Bewertungssystematik wird anhand von mehr als 130 Krite-

rien ermittelt, wie weit eine Fabrik davon entfernt ist, keine negativen Auswirkungen auf die Umwelt und die Nachbarschaft zu haben. Bewertet werden sowohl die Aspekte Klimaschutz und Energie, Emissionen, Wasser und Abfall als auch das Erscheinungsbild der Fabrik, die Förderung von Biodiversität und der Schutz des Bodens. Die Bewertungssystematik wurde

bereits an acht Konzernstandorten erprobt: Porsche in Zuffenhausen und Leipzig, Skoda in Mladá Boleslav, Volkswagen in Emden und Bratislava, Seat in Martorell, Audi in Brüssel sowie Volkswagen Nutzfahrzeuge in Wrzesnia. Noch dieses Jahr folgen die Audi Standorte in Ingolstadt und Neckarsulm sowie weitere Standorte der Marke Volkswagen und Komponentenstandorte in China.

Das Ergebnis der Bewertung dient als Grundlage für einen Konzeptkatalog, der technische Maßnahmen und Vorhaben zur Verbesserung der Umweltleistung beinhaltet. Er umfasst Themen wie effiziente Wassernutzung durch Kreislaufführung und Regenwassernutzung genauso wie Energieeffizienz in Lackiererei und Lüftungsanlagen. Als Konsequenz wurden am Standort Emden Vorschläge zur Dach- und Wandbegrünung aufgegriffen und Maßnahmen zur Verbesserung der Biodiversität auf dem Werksgelände eingeleitet. Bestimmte Themen erfordern ein besonderes Engagement, wie beispielsweise die Reduzierung von Plastikmüll. Die Konzern Produktion und die Marken starten deswegen gemeinsam unter dem Dach von „goTOzero – Zero Impact Factory“ die Initiative „Zero Plastic Waste Factory“. So zeigen erste Analysen von eingehenden und ausgehenden



Arbeiten an der Zero Impact Factory (von links): Meike Baudis, Liendel Chang, Roman Meininghaus und Malte Gebler.

Das Konzern-Umweltleitbild ist im Internet veröffentlicht unter: https://www.volkswagenag.com/presence/nachhaltigkeit/documents/policy-intern/Mission_Statement_Environment_de.pdf

Die Umweltpolitik des Volkswagen Konzerns ist im Internet veröffentlicht unter: https://www.volkswagenag.com/presence/nachhaltigkeit/documents/policy-intern/KRL_17_Anhang_1_de_V2.0.pdf

Neues Chatprogramm fördert Zusammenarbeit

Bessere weltweite Vernetzung mit moderierten Gruppendiskussionen

Chatten bei der Arbeit? Auf jeden Fall! Denn in einem weltweit tätigen Konzern mit rund 640.000 Beschäftigten ist es schwer, alle an einem Tisch zu versammeln, um herauszufinden, was die Mitarbeiter bewegt. Komplexe Themen lassen sich nicht mit einem standardisierten Fragebogen erfassen, dazu braucht es die ausführliche Diskussion. Um Antworten zu finden, werden der Austausch mit Kollegen, Netzwerken und Wissenstransfer in der Zusammenarbeit heute immer wichtiger.

Doch wie finden diese neuen Werte ihren Platz im Arbeitsalltag? Der Bereich HR Strategie & Innovation der Personalabteilung hat dazu ein Pilotprojekt gestartet. Möglichst viele Kollegen aus allen Hierarchiestufen sollten aktiv in die Umstrukturierung des Personalbereichs eingebunden werden. Gelungen ist das Vorhaben mithilfe des moderierten Online-Chats Synthetron. 400 von 1.800 Personalern haben die neue Möglichkeit der Zusammenarbeit getestet und bei der Online-Befragung mitgemacht.



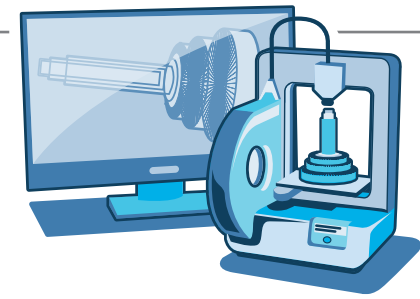
Leitet das Projekt: Janin Ebers.

Das Besondere: Wie in einem Workshop konnten die Teilnehmer all das auf den Tisch bringen, was sie gerade bewegt. Vorgegebene Antworten gab es nicht, jeder Mitarbeiter konnte anonym vom Arbeitsplatz aus teilnehmen. Kollegen, die mitdiskutierten, bewerteten die Aussagen der anderen Teilnehmer. Auf diese Weise kristallisierte sich schnell heraus, welche Themen den Mitarbeitern auf den Nägeln brennen – sogenannte Synthetrons entstanden. „Diese neue Form des Austauschs hat sehr geholfen in einem Prozess der Umstrukturierung und Neuordnung der Aufgaben der Personalabteilung, die Ängste und Sorgen, aber auch die Hoffnungen und Erwartungen zu hören. Hier zeigt sich, welches enorme Potenzial für Kulturveränderung in neuen digitalen Tools steckt“, fasst Projektleiterin Janin Ebers die Erfahrungen zusammen.



Virtuell im Dialog: Mitarbeiter tauschen sich weltweit über komplexe Themen aus.

Nach dem erfolgreichen Piloten wurde der Online-Chat bereits für andere Projekte genutzt: In Vorbereitung für die Volkswagen Management Conference haben Manager der Marke Volkswagen intensiv über die Elektro-Offensive, Zusammenarbeit im Konzernverbund und die geplanten Schritte bis 2025 diskutiert. Die internationalen Personalleiter haben sich damit auseinandergesetzt, wie die Zusammenarbeit verbessert werden kann. Janin Ebers: „Wir sind überrascht, wie positiv die Rückmeldungen sind. Die Zusammenarbeit ist hocheffizient und dabei wertschätzend, das Chatprogramm ein gutes Werkzeug für eine erfolgreiche Transformation.“



Leuchtturmprojekt: Ersatzteile aus 3D-Drucker

Konzern After Sales und Komponente: Neues Verfahren

Mit dem 3D-Druck-Verfahren will der Konzern After Sales ein weiteres Fertigungsverfahren für Kunststoffteile nutzen. Nach dem erfolgreich abgeschlossenen Pilotprojekt 2018 sind zwei Leuchtturmprojekte entstanden.

In Kooperation mit der Halle 2 des Komponentenwerks Kassel werden nun gemeinsam die nächsten Schritte eingeleitet, um für ein ausgesuchtes Portfolio zukünftig die Ersatzteilversorgung mit Teilen aus dem 3D-Druck abzusichern.

Das Verfahren ermöglicht es, Ersatzteile werkzeuglos herzustellen und die Teile nach Kundenbedarf anzufertigen. Dies spart bei kundenspezifischen Teilen erhebliche Werkzeugkosten. Lagerkosten können minimiert

und Allzeitbestände reduziert werden. Projektleiter Ulrich Evers: „Das vermeidet Verschrottungskosten, da die Allzeitbevorratung von bis zu 15 Jahren nach End of Production entfällt.“

Imelda Labbé, Leiterin Konzern After Sales sagt: „Damit können wir Kosteneffizienz steigern, Lagerbedarf und den CO₂-Fußabdruck senken.“ Erst kürzlich wurde dem Vorstand das neue Verfahren auf dem Standortssymposium in Kassel präsentiert.



Symposium im Werk Kassel: Projektleiter Ulrich Evers (rechts) stellt dem Konzernvorstand das 3D-Druck-Verfahren vor.

Anzeige

Audi BKK

„Nähe schafft Vertrauen.“

Verstanden. Wir sind persönlich für Sie vor Ort.



audibkk.de/kontakt

Zuhören ist unsere stärkste Leistung.

Nun möglich: Praktikum in Europa

Auszubildende können ab sofort mit Volkswagen Unterstützung am Erasmus-Programm der EU teilnehmen

Die Berufsausbildung bei Volkswagen wird internationaler: Das Unternehmen ermöglicht seinen Nachwuchskräften ab sofort, an „Erasmus+“ teilzunehmen. Dieses Programm der Europäischen Union fördert ein vierwöchiges Praktikum für junge Leute bei einem Unternehmen in Europa – bei voll weiterlaufender Auszubildungsvergütung durch Volkswagen und mit Zuschuss der EU.

Ab September starten 14 Frauen und Männer des Standorts Wolfsburg in ihr Erasmus-Abenteuer.



Claudia Cauers, kaufmännische Berufsausbildung

Die 18- bis 22-Jährigen zieht es nach Irland, Spanien, Frankreich und Malta. „Wir sind gespannt, was sie berichten werden“, sagt Claudia Cauers. Die Mitarbeiterin der kaufmännischen Berufsausbildung in Wolfsburg hat eigener Aussage zufolge im Werk Wolfsburg mit allen Ausbildungsbeteiligten die Strukturen und Prozesse dafür geschaffen, dass Azubis an dem EU-Programm teilnehmen können.

Das Ziel: Die jungen Leute sollen durch das selbst organisierte Auslandspraktikum selbstständiger und reifer werden. „Außerdem erweitern sie ihre Sprachkenntnisse. Und sie stärken ihre interkulturelle Kompetenz, wenn sie andere Kulturen nicht nur im Urlaub, sondern auch im Berufsalltag kennenlernen“, sagt Cauers und betont: „Wir sind ein weltweit agierendes Unternehmen und wollen unsere Azubis weltoffen ins Berufsleben starten lassen.“

Die Branche ist frei wählbar

Ihr Zielland in Europa können sich die Nachwuchskräfte selbst aussuchen. Und auch die Branche, in die sie hineinschnuppern möchten, ist frei wählbar. Die kaufmännischen Azubis werden zum Beispiel in Reisebüros oder Marketingagenturen tätig sein. Cauers: „Das ermöglicht ihnen den Blick über den Tellerrand und gibt Einblicke in vielleicht ganz andere Arbeitsweisen von Mittelständlern oder Kleinbetrieben.“ Bei Volkswagen in Wolfsburg lernen die jungen Leute Industriekaufmann/-frau, Kaufmann/-frau für Spedition und Logistikdienstleistungen oder Kaufmann/-frau für Büromanagement.

Cauers selbst hätte vor 20 Jahren auch gern ein derartiges Programm



„Erasmus“-Programmländer: Die EU-Mitgliedstaaten sowie Mazedonien, Island, Norwegen, Liechtenstein, Türkei und Serbien.

durchlaufen. Sie aber hat sich damals freistellen lassen, um in Spanien Auslandserfahrung zu sammeln. Das Geld lieh sie sich von ihren Eltern. Dennoch: „Es war die beste Zeit meines Lebens. Außerdem hat sich der Auslandsaufenthalt in meinem Lebenslauf gut gemacht und mir weitergeholfen.“ Umso glücklicher ist sie, dass die heutigen Azubis mit Unterstützung von Volkswagen an „Erasmus+“ teilnehmen können.

„ERASMUS+“ BEI VOLKSWAGEN

Auszubildende jeder Fachrichtung aus dem zweiten und dritten Lehrjahr (Mindestalter 18 Jahre) können mit der Unterstützung von Volkswagen am Programm „Erasmus+“ der Europäischen Union teilnehmen und ein vierwöchiges Praktikum bei einem Unternehmen in Europa absolvieren. Voraussetzung: Der vorgesezte Stammausbildende und das Personalwesen stimmen zu. Fragen oder Interesse? Schreiben Sie an **wvagr: wob, fachteam_erasmus**.



Freut sich auf die Zusammenarbeit: Beschaffungsvorstand Stefan Sommer.

Batterie: Volkswagen steigt bei Northvolt ein

Die Volkswagen AG investiert rund 900 Millionen Euro in gemeinsame Batterie-Aktivitäten mit Northvolt. Ein Teil der Summe ist für ein geplantes Joint Venture mit dem schwedischen Batteriehersteller vorgesehen, ein weiterer Teil geht direkt an Northvolt. Im Gegenzug erhält Volkswagen rund 20 Prozent der Anteile und einen Sitz im Aufsichtsrat – vorbehaltlich der kartellrechtlichen Prüfung.

Ein 50/50-Joint-Venture soll im Laufe des Jahres gegründet werden. Ziel ist der Aufbau einer 16-Gigawattstunden-Batteriezellfertigung in Europa. Geplant ist, das Werk frühestens ab 2020 in Salzgitter aufzubauen. Für den Jahreswechsel 2023/2024 ist dann der Start der Batteriezellen-Produktion für Volkswagen vorgesehen.

Beschaffungsvorstand Stefan Sommer: „Volkswagen schafft auf allen Ebenen die Voraussetzungen für die erfolgreiche Umsetzung seiner Elektrifizierungsstrategie. Mit Northvolt haben wir jetzt auch einen europäischen Partner gefunden. Mit dem Know-how und nachhaltigen, CO₂-optimierten Produktionsprozessen in der Batteriezellfertigung des Unternehmens wollen wir auch in Deutschland die Zell-Herstellung vorantreiben. Voraussetzung dafür ist, dass die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen gegeben sind.“



Northvolt

Northvolt ist ein europäischer Hersteller von nachhaltigen, hochwertigen Batteriezellen und Batteriesystemen. Derzeit baut das 2016 gegründete Unternehmen in Schweden eine Pilot-Fertigung von Batteriezellen und eine Batteriezellen-Fabrik mit einem Volumen von zunächst 16 Gigawattstunden auf. Zu den Partnern und Kunden zählen auch Scania, BMW, Siemens und Vattenfall.

Ermittlungen, Untersuchungen, Analysen: Neue Einheit in der Konzernsicherheit

Sie untersucht Verstöße gegen interne und gesetzliche Regelungen – Hinweise kommen auch über das Hinweisgebersystem

Die Konzern-Sicherheit hat ihre Kompetenzen in Sachen Ermittlungsarbeit gebündelt und die neue Unterabteilung „Crime – Investigations, Forensics und Analytics“ ins Leben gerufen.



Erik Liegle, Leiter Konzern-Forensik

Die Mitarbeiter untersuchen Verstöße gegen interne und gesetzliche Regelungen. „Die neue Einheit macht Volkswagen noch schlagkräftiger im Kampf gegen Bedrohungen von innen und außen“, sagt Erik Liegle, Leiter der Konzern-Forensik: „Außerdem können wir nun noch

gezielter Hinweisen nachgehen, die das Unternehmen im Rahmen des Hinweisgebersystems erhält.“

Die Schwerpunkte der Arbeit:

Investigations (Ermittlungen): Die Mitarbeiter der neuen Unterabteilung ermitteln bei strafbaren oder regelwidrigen Handlungen gegen den Konzern oder einen Volkswagen Standort – nun national und international nach konzernweiten Standards. „Standards, die weltweit gelten, helfen bei dieser sensiblen Aufgabe, stellen eine hohe Qualität der Ermittlungen und der gerichts-festen Dokumentation der Ergebnisse sicher“, betont Liegle. Das gelte besonders für die hohen Anforderungen an die Arbeit im Zuge des

Hinweisgebersystems. Dieses hat Volkswagen Ende vergangenen Jahres neu geordnet: Hinweise auf Fehlverhalten können online, per Telefon, Brief, Fax oder persönlich gegeben werden (nähere Infos im Portal oder auf der Konzernwebsite).

Forensics (Untersuchungen): Mithilfe von wissenschaftlichen Erkenntnissen und moderner Technik kriminelle Handlungen untersuchen – das ist unter Forensik zu verstehen. Die neue Einheit nutzt diese Methoden, die – zumindest oberflächlich – jeder Krimi-Fan vor allem aus amerikanischen Serien wie „CSI Miami“ kennt. Damit nicht genug: Auch Fragen nach den Eigenschaften und der Motivation eines Täters geht das Team nach, arbeitet also wie Profiler. In den Be-

reich Forensik fallen darüber hinaus Untersuchungen der generell stark zunehmenden Cyberkriminalität, also illegaler Handlungen im IT-Bereich.

Analytics (Analysen): Die neue Einheit analysiert national und international die Entwicklung der Kriminalität und mögliche Auswirkungen auf Volkswagen. Daraus leitet sie vorbeugende Maßnahmen ab und teilt Best Practices mit den Standorten auf der ganzen Welt. Service für alle Abteilungen: Das Team der Konzernsicherheit erstellt ein Risikoprofil und bietet ein Training an, um Sicherheitslücken vorzubeugen. Weitere Informationen dazu bei Jan-Frederic Wollschläger unter der E-Mail-Adresse: jan-frederic.wollschlaeger@volkswagen.de.

Maßgeschneiderte Tarnung per Mausklick

Virtuelle Tarnung: Neue Software sorgt für mehr Effizienz bei der Entwicklung von Tarnkonzepten für Prototypen

Die wichtigen Designmerkmale eines Prototyps verbergen und zugleich die Fahrsicherheit nicht beeinträchtigen – darauf kommt es in der Fahrzeugtarnung an. Die prägenden Konturen und Features des Fahrzeugs müssen unsichtbar sein, während Windschutzscheibe, Scheinwerfer und Sensoren frei bleiben. Diese Herausforderung macht die Tarnkonzeption zu einem zeitaufwändigen Prozess, der mit Abstimmungen und Nachbesserungen verbunden ist. Die neue Softwarelösung „Virtuelle Tarnung“ sorgt für deutlich mehr Effizienz.

Die Idee, an digitalen Modellen virtuell zu tarnen, hatte der Prototypenschutz der Konzernsicherheit. Dieser fand mit dem Virtual Engineering Lab der Konzern-IT einen kompetenten

Partner. Gemeinsam entwickelten die Teams einen ersten Prototyp der virtuellen Tarnung und stellten ihn den TE-Kollegen vor.

Der Bedarf zeigte sich, als TE-Tarnexperte Christian Lehner kurzfristig in die Vereinigten Staaten reisen musste, um vor Ort ein Tarnkonzept zu erstellen. „Auf dieser Dienstreise wurde mir klar, welches Effizienzpotenzial eine Software hat, mit der sich Tarnkonzepte standort-unabhängig umsetzen lassen“, sagt Lehner. Fortan trieb er das Projekt mit seinem Know-how voran. Seit Anfang 2019 arbeitet das Virtual Engineering Lab intensiv an der Entwicklung der Lösung. Bereits wenige Monate später war die virtuelle Tarnung einsatzfähig.

„Mit der Software können die Tarnexperten auf der Grundlage der Konstruktionsdaten ein Tarnkonzept entwerfen und bewerten, ohne dass ein physischer Prototyp vorliegen muss“, erläutert Softwareentwickler Florian Uhde. Änderungen können rasch per Mausklick umgesetzt und besprochen werden. Auch die Freigabe des Tarnkonzepts ist auf virtueller Basis möglich, was den Abstimmungsaufwand erheblich reduziert. Die Software ist auch in Virtual Reality nutzbar.

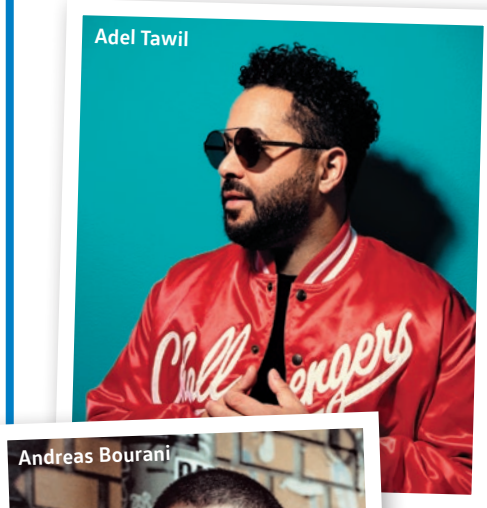
Tarnfolie aufbringen, Schnittkanten festlegen, Scheinwerfer freilegen, Designmerkmale verblenden – all dies ist schnell und mit wenig Aufwand am Rechner möglich. Außerdem können sicherheitsrelevante Funktionen virtuell überprüft und Tarnkonzepte in wech-

selnden Umgebungen getestet werden. Real erstellt wird die Tarnung später per Handarbeit, sobald der physische Prototyp verfügbar ist.

Steffen Springer und Uwe Nast vom Prototypenschutz stellten die Innovation gemeinsam mit den IT-Kollegen auf der International Security Management Conference vor, um die virtuelle Tarnung auch für andere Marken nutzbar zu machen.



Tarnkonzept per Mausklick (von links): Christian Lehner, Florian Uhde, Andre Breitenfeld und Sebastian Schulz.



Adel Tawil



Andreas Bourani

Sommerfestival mit Revolverheld und Adel Tawil

19. Juli bis 1. September: Konzerte in der Autostadt in Wolfsburg

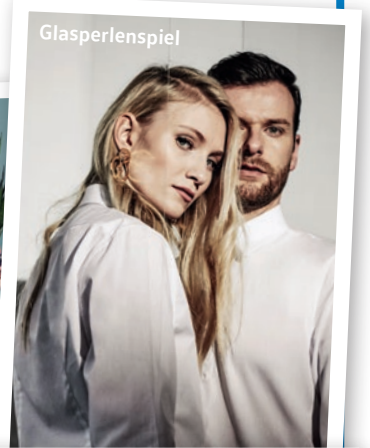
Die Autostadt wird zum Festivalgelände: Vom 19. Juli bis zum 1. September stehen im Themenpark zahlreiche Musik-Stars auf der Bühne. Zu ihnen zählen unter anderem Revolverheld, Namika, Adel Tawil, Andreas Bourani und Glasperlenspiel. Außerdem gibt es zukunftsweisende Fahrzeuge wie den Volkswagen ID.3¹, Volkswagen

ID. Buzz² und den SEDRIC Nightlife³ zu sehen. Kleine Gäste toben sich auf riesigen Hüpfburgen aus. „Die neue elektrisierende Formel der Autostadt lautet: Showprogramm plus Mobilität. Wir bringen im Rahmen des Sommerfestivals mehr als 50 Acts auf die Bühne, zeigen zukunftsweisende Fahrzeuge aus dem Volkswagen Konzern und bie-

ten zahlreiche Möglichkeiten, diese selbst zu testen“, erläutert Roland Clement, Vorsitzender der Geschäftsführung der Autostadt, das Konzept und ergänzt: „Denn erst durch das eigene Erleben und Erfahren macht die Zukunft der Mobilität Spaß!“



Revolverheld



Glasperlenspiel



Namika



Musik und Show

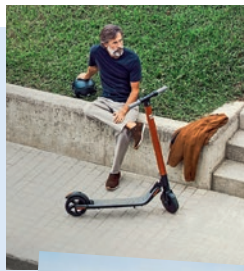
Mehr als 50 Acts treten beim Sommerfestival auf. Die komplette Übersicht ist unter www.autostadt.de/sommer zu finden.

Wer sich schon mal einstimmen möchte, findet auf Spotify die Playlist des Sommerfestivals:



Cooler Fahrzeuge und New Mobility

Cooler Fahrzeuge und die Zukunftstrends aus dem Volkswagen Konzern wechseln sich im Zeit-Haus ab. Für kostenlose Testfahrten stehen sechs Seat eXS Kick-Scooter sowie ein Audi E-Bike UMO bereit. Außerdem im Einsatz: MOIA Shuttle.



Entspannen auf schwimmender Insel

Auf Cool Summer Island geht es ruhig zu: Loungemusik, Sandstrand und leckere Cocktails laden zum Entspannen ein. Schwanentretboote, Elektro-Waterbuggys oder Loungeboote stehen kostenlos für eine Spritztour bereit. Kinder und Jugendliche können über Slacklines im Park balancieren oder sich auf den riesigen Luftgefüllten Spielandschaften austoben.



Eintrittspreise und Öffnungszeiten

Die Tageskarte kostet beim Sommerfestival ab 9.00 Uhr für Erwachsene 20 €, ermäßigt 16 €, für Kinder und Jugendliche (6 bis 17 Jahre) sowie Schüler 8 € und für Familien 47 €. Ab 16.00 Uhr zahlen Erwachsene 10 €, ab 20.30 Uhr ist der Eintritt frei. Für den Besuch des Showprogramms sind keine zusätzlichen Tickets erforderlich. Für Jahreskartenbesitzer ergeben sich keine weiteren Kosten. Alle Details und die Öffnungszeiten: www.autostadt.de/sommer

200 Brote täglich: So arbeitet die Bio-Bäckerei der Autostadt

Neunköpfiges Team verbraucht rund fünf Tonnen Mehl pro Woche – Krustenbrot und „Dinkelsee“ sind Verkaufsschlager

Wie testet ein Bäcker, ob ihm das Brot schmeckt? „Ich rieche immer zuerst an dem Brot“, so Bäckermeister Matthias Schaefer, „und es muss eine rösche Kruste haben, also knusprig und zartsplittrig.“ Deshalb ist sein Lieblingsbrot in der Brotmanufaktur der Autostadt „Das Brot.“ auch das Krustenbrot. Seit einem Jahr ist er dort einer von drei Bäckermeistern, denen man bei ihrer täglichen Arbeit über die Schulter schauen kann. Denn die Backstube ist nicht wie so häufig abgeschottet vom Verkaufstresen, sondern offen. Die Kunden können schon von außen durch eine große Glasscheibe den Bäckern bei ihrem Handwerk zusehen.

„Für mich ist es jeden Tag wieder besonders, dass ich sehen kann, wie die Kunden auf unsere Backwaren reagieren. Ganz toll ist es, wenn einer ins Brötchen beißt und mir durchs Fenster den nach oben gereckten Daumen zeigt“, erzählt Schaefer mit Stolz. Sein Arbeitstag startet morgens um 2.30 Uhr, in zwei Schichten werden bis um 18 Uhr täglich bis zu 200 Brote frisch gebacken.

Viereinhalb bis fünf Tonnen Mehl pro Woche verwandelt

das neunköpfige Team in sechs verschiedene Brotsorten sowie ein glutenfreies Brot, Brötchen, Baguettes, Croissants und Blechkuchen – alles in Bio-Qualität. „Einer der wichtigsten Faktoren beim Backen ist die Zeit, die wir dem Sauerteig geben, um zu gären und zu reifen“, so Schaefer.

Entspannt genießen: Wohlfühlen gehört zum Konzept

Serviceleiterin Christina Brösicke weiß, was den Kunden schmeckt: „Das Krustenbrot und die Dinkelsee – ein längliches Brötchen mit saftiger Krume – sind unsere Verkaufsschlager, aber auch unsere neue Hefeschnecke kommt gut an“, berichtet sie und ergänzt: „Wir passen unser Angebot immer wieder an und möchten, dass sich die Kunden bei uns wohlfühlen.“ Dass dieses Konzept aufgeht, zeigt sich schon bei einem kurzen Besuch in der Brotmanufaktur: Ohne Unterlass werden Backwaren über den Tresen gereicht, die die Kunden mit nach Hause nehmen, in ihrer Mittagspause auf der Terrasse am Mittellandkanal essen oder sich am langen, gemütlichen Holztisch schmecken lassen.



In der Backstube: Bäckermeister Matthias Schaefer bestreut den Teig der Dinkelseelen mit Salz und Kümmel.



Lecker: Christina Brösicke serviert Krustenbrot mit Aufstrich.

„Das Brot.“

Öffnungszeiten: täglich 7.30 – 18 Uhr (außer 24./31.12.)
Vorbestellungen: telefonisch unter 0800 6116 600 oder online über restaurants@autostadt.de
Mittagstisch: ab 11.30 Uhr täglich wechselnde Suppen und frisch belegte Ofenbaguettes
Sommereis: Eine feine Auswahl an Eissorten aus der Eis-Manufaktur der Autostadt gibt es direkt im „Brot.“
Nachhaltig halbiert: 17.30 – 18 Uhr fertig belegte Brötchen und Sandwiches zum halben Preis
Vergünstigung: 3 % auf alle Backwaren und in den Restaurants bei Vorlage der Premium-Jahreskarte der Autostadt
Parken: auf dem Kurzzeitparkplatz der Autostadt. Die ersten 30 Minuten sind kostenfrei. Zudem sind ganz nah am Eingangsbereich vier „Das Brot.“-Parkplätze für Kunden reserviert.
Ausgezeichnet: „Das Brot.“ ist Bioland-zertifiziert und wurde bereits mehrfach ausgezeichnet.



Eine menschliche Bildsprache für die Werbung: Beim neu gestalteten Marken-Auftritt von Volkswagen wird künftig die Perspektive des Kunden stärker im Mittelpunkt stehen.

„Die Marke wird lebendiger“

Interview: Marketing-Chef Jochen Sengpiehl und Klaus Bischoff, Leiter Design, über das neue Brand Design von Volkswagen

In einer Rekordzeit von neun Monaten haben Jochen Sengpiehl und Klaus Bischoff mit ihren Teams einen komplett neuen Auftritt für die Marke Volkswagen entwickelt. Das New Brand Design soll weniger die heile Werbewelt zeigen, sondern lebendige Geschichten aus der Perspektive des Kunden erzählen.

Herr Sengpiehl, Herr Bischoff, die Marke Volkswagen ist weltweit bekannt. Sie steht für Qualität und Innovationen. Warum muss der Markenauftritt überhaupt neu gestaltet werden?

Bischoff: Wir stehen vor der größten Transformation in der Geschichte unseres Unternehmens. Wir werden elektrisch. Im Design kehren wir mit dem geschlossenen Kühlergrill zu unseren Wurzeln zurück. Die Transformation auf Produktebene funktioniert nur gemeinsam mit Marke und Kommunikation.

Sengpiehl: Hinzu kommt, dass uns viele Wettbewerber in den vergangenen Jahren kopiert haben. Auf den ersten Blick ist häufig kaum zu unterscheiden, ob das eine Werbung von Volkswagen oder einem anderen Autohersteller ist. Es geht also auch darum, den nächsten Schritt zu machen. Uns wieder abzusetzen.

Wie würden Sie den neuen Markenauftritt beschreiben?

Sengpiehl: Die Bildsprache wird menschlicher und lebendiger. Wir wollen künftig stärker die Perspektive des Kunden einnehmen, authentische Geschichten erzählen. Es geht weniger darum, eine perfekte Werbewelt zu zeigen. Auch das hat mit unserer neuen Haltung zu tun, die das Brand Design visualisieren soll.

Bischoff: Da gebe ich Jochen recht. Wir wollen den Menschen beim Leben mit unseren Produkten zuschauen. Viele Kunden entwickeln eine innige Beziehung zu Volkswagen, sie geben ihren Autos Namen. Dieses Natürliche, das Anfassbare wollen wir transportieren.

Gab es intern längere Diskussionen zur neuen Ausrichtung?

Sengpiehl: Wir haben das neue Brand Design in einer Rekordzeit von neun Monaten entwickelt. Das zeigt, dass wir klare Vorstellungen hatten, welche Optionen es gibt. Für den Vorstand hatten wir zwei Varianten vorbereitet. Die erste Variante war eine Fortentwicklung des bestehenden Brand Designs. Die zweite Variante war deutlich mutiger. Wir nennen sie Vibrant Power. Während der Präsentation war

nach wenigen Minuten klar, dass wir den mutigen Weg gehen. Das Feedback im Vorstand war extrem positiv.

Bischoff: Mutige Wege kann man nur gemeinsam gehen. Was Volkswagen gerade macht, eine klare Richtung in eine nachhaltige Zukunft aufzuzeigen, findet nun auch Ausdruck in unserem Brand Design. Die Aufbruchsstimmung konnte man von Beginn an spüren – und jetzt auch sehen.

Sie haben auch das Herzstück der Marke, das Volkswagen Logo, neu gestaltet. Warum?

Bischoff: Das Logo ist das wichtigste Bindeglied zwischen Produkt und Marke. Es hat deutlich an Klarheit gewonnen. Das neue Brand Design zeigt die Essenz von Volkswagen: Wir wollen Menschen bewegen.



Haben das Design der Marke Volkswagen neu gestaltet: Klaus Bischoff (links), Leiter Design, und Marketingchef Jochen Sengpiehl.

Sengpiehl: Das stimmt. Außerdem geben wir mittlerweile fast 50 Prozent unseres weltweiten Marketingbudgets in digitalen Medien aus. Und das bestehende 3D-Logo mit seinen feinen Nuancen funktioniert im digitalen Umfeld nicht ideal. Mit der neuen 2D-Optik garantieren wir, dass das Logo in jedem Medium optimal angezeigt wird – auf großen Plakatwänden genauso wie auf einer Apple Watch.

Auf den Trikots der DFB-Auswahl ist das neue Logo ja schon zu sehen, oder?

Sengpiehl: Es geht zwar in die Richtung, ist aber eine Übergangslösung. Für die Kooperation mit dem DFB mussten Tausende Trikots und andere Bekleidungsstücke bedruckt werden. Es wäre nicht nachhaltig gewesen, das alte Logo zu nehmen und nach ein paar Monaten wieder alles neu zu machen. Unser neues Logo wird erst auf der IAA im September präsentiert. Lassen Sie sich überraschen.



Arbeiten im Powerhouse

Für den neuen Markenauftritt haben Marketing und Design von Volkswagen erstmals eng zusammengearbeitet. Im sogenannten Powerhouse in Berlin-Mitte trafen sich die Teams mit Agenturen und anderen Volkswagen-Bereichen, um abteilungsübergreifend in einem offenen Büro zu diskutieren und Entscheidungen zu treffen. Das Ergebnis stand nach einer Rekordzeit von neun Monaten.

360°

Zehn Ausgaben – alle online!

Alles Wichtige aus Konzern, Marke, Standort und Fachbereich aus einer Hand in einer Zeitung – das ist das Konzept der neuen 360°. Dafür gibt es zehn unterschiedliche Ausgaben: Wolfsburg, Emden und Osnabrück, Braunschweig, Salzgitter und Kassel, Zwickau, Chemnitz und Dresden sowie Hannover. Wer mehr lesen möchte als den Standortteil seines Werks, hat dazu online die Möglichkeit: Alle 360°-Ausgaben stehen als PDF zur Verfügung – im Volkswagen Portal (Intranet) und im Volkswagen Newsroom (www.Volkswagen-newsroom.de) unter „Presse-Service“ → „Publikationen“.



Ausgabe Wolfsburg



Ausgabe Osnabrück



Ausgabe Emden



Ausgabe Hannover



Ausgabe Komponente Wolfsburg



Ausgabe Kassel



Ausgabe Braunschweig



Ausgabe Chemnitz



Ausgabe Sachsen



Ausgabe Salzgitter

Herzstücke für den ID.3¹

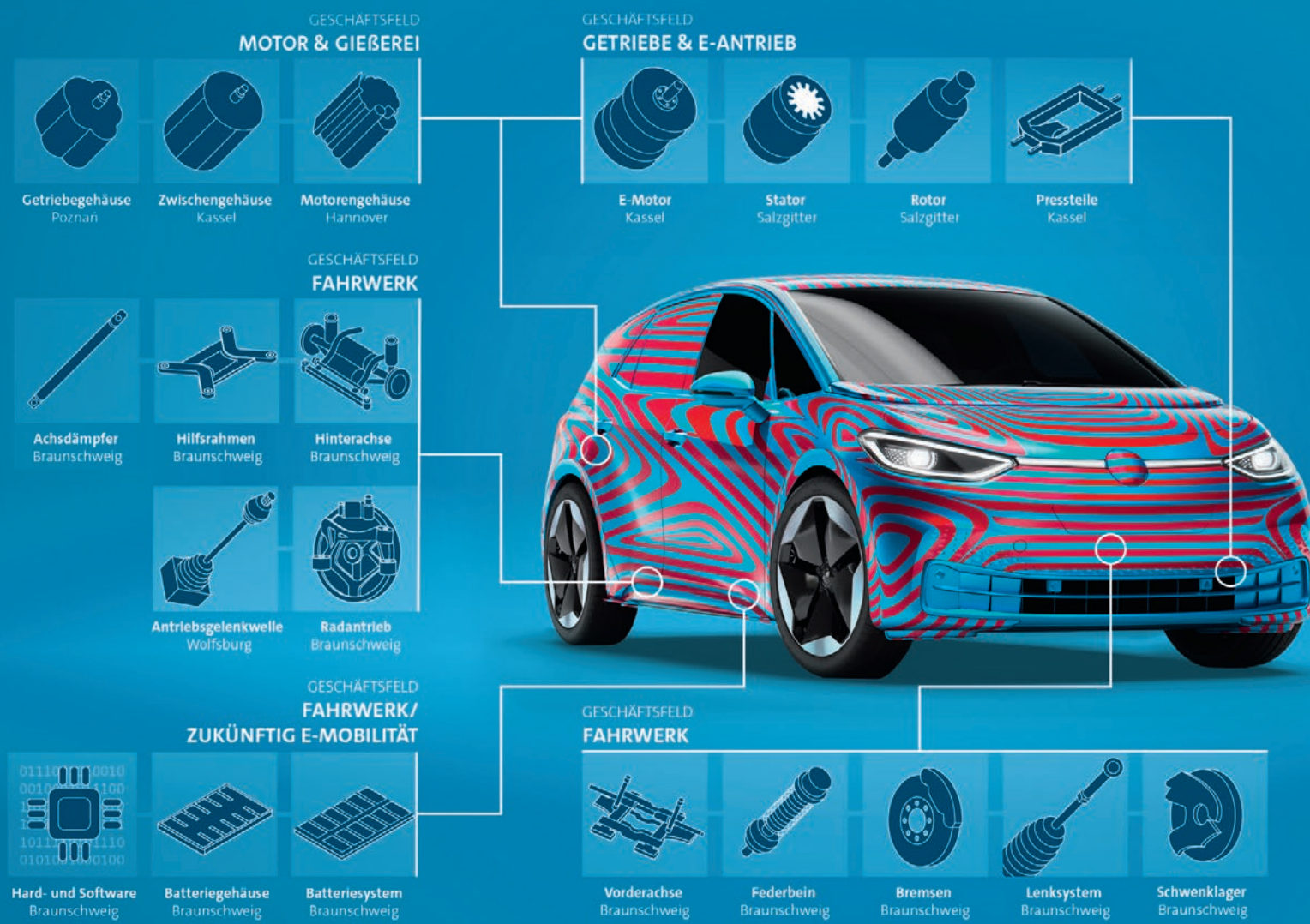
Komponenten-Kollegen in Deutschland und internationalen Werken fertigen Batteriesystem, E-Antrieb und weitere Bauteile

Die Vorbereitungen auf den Start des ID.3, des ersten vollelektrischen Volkswagen auf MEB-Basis, laufen auf Hochtouren. Im September steht die Weltpremiere auf der IAA in Frankfurt an. Der ID.3 beruht auf der Elektromobilitäts-Plattform (MEB). Mit dieser innovativen Basis soll ein neuer Standard für E-Mobilität etabliert

und Kostenvorteile durch Skaleneffekte ermöglicht werden – damit soll E-Mobilität künftig für Viele erreichbar werden. Ende des Jahres startet die Produktion in Zwickau, zu der die Komponentenstandorte wesentliche Bauteile zusteuern: So wird in Braunschweig unter anderem das Batteriesystem gefertigt und in Kassel der E-Antrieb, für den die Kollegen aus Salzgitter Stator und

Rotor zuliefern. Außerdem produzieren die Kollegen aus den Standorten sowie die Teams aus dem Fahrwerk Wolfsburg und Poznań weitere wichtige Bauteile für den ID.3. So werden beispielsweise die Antriebsgelenkwellen in Wolfsburg gefertigt. Vor kurzem hat die Produktion des E-Antriebs Base+ sowie der MEB-Batterie für die Vorserie begonnen. Die aktuelle Planung sieht vor, dass in

Kassel rund 500.000 E-Antriebe, in Braunschweig dieselbe Anzahl an Batteriesystemen und in Salzgitter ebenfalls so viele Stator- und Rotor-Einheiten pro Jahr gefertigt werden. Die Werke der Volkswagen Group Components produzieren in einem Mix aus Spezialisierung und Verbundfertigung, um Synergien zu heben und spezifisches Know-how voll zu nutzen.



Weitere News aus Group Components

Ladesäule meets Wolfsburg

Thomas Schmall und OB Klaus Mohrs zeigen Konzepte für elektromobile Ladeinfrastruktur in Wolfsburg.



Weil im Werk Salzgitter

Ministerpräsident Stephan Weil informiert sich über die Transformation der Komponente.



Book your boss

Teams stellen Thomas Schmall Projektergebnisse zur Flexibilität und Vielfalt im direkten Bereich vor.



Zielstrebig zum Erfolg

Nadine Muuß aus Salzgitter über ihren Weg ins Management.

Schlank und schlagkräftig

Die Top-Gremien der Komponente.

Komponenten aus China

Erfolgreicher SOP für E-Antrieb APP-290 und DQ400e.

Weitere Informationen

Die ganze 360° Ausgabe der Komponente finden Sie unter: <https://bit.ly/322Udil>



SPEED+: Großes Vernetzungsevent in Győr

Neben sportlichem Wettbewerb steht auch der Austausch untereinander im Fokus



135 Teilnehmer aus 23 Werken in elf Ländern: Am 3. und 4. Juli kamen Kollegen aus SPEED+-Award-Teams beim Vernetzungsevent im AUDI Komponentenwerk Győr zusammen. Ziel: sich markenübergreifend und international zu Best Practices auszutauschen, u.a. zu Digitalisierungsthemen. Denn neben dem sportlichen Medaillen-Wettkampf in acht Kategorien steht beim SPEED+ Award auch der Vernetzungsgedanke im Fokus – so profitiert die gesamte Komponente. Erstmals steigen 2019 auch Teams von Audi, Seat und Skoda ein. Thoralf Hanschel, Vorstand Motorenproduktion bei AUDI Hungaria: „Unsere Mannschaft in Győr startet von einer hohen Abprungbasis in den Award. Unabhängig davon können wir von den guten Impulsen der Kollegen aus der ganzen Welt etwas lernen und uns weiterentwickeln.“

Zwei Tage, 135 Kollegen und viele Vernetzungsideen: die Teilnehmer in Győr.

Voneinander lernen: In Gruppen tauschten sich die Kollegen auch über Best Practices aus.



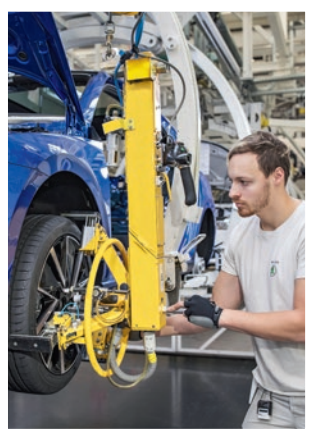
Sauberer Anlauf: Kollegen aus Tianjin und Braunschweig meisterten den Anlauf gemeinsam.

Qingdao produziert Batteriesysteme

SOP des elektrischen MQB-BEV-Batteriesystems

Erfolgreicher Start im chinesischen Komponentenwerk Qingdao: Als erster eigener Batteriestandort in China ging die Batterie-montagefertigung mit lokal gefertigten Anlagen im Juni ans Netz. Die 53-Ah-Batteriesysteme mit Batteriezellen vom lokalen chinesischen Hersteller CATL werden in die Fahrzeuge Golf und Bora sowie in den Audi Q2 eingesetzt. Im Anlaufjahr 2019 werden noch bis zu 30.000 Bat-

teriesysteme montiert. In der Endausbaustufe werden circa 50 Mitarbeiter rund 320 Batteriesysteme pro Tag fertigen. Rainer Schoske, Geschäftsfeldleiter Komponente FAW-Volkswagen: „Wir sind stolz auf die Leistung der Mannschaft bei dem Anlauf. Mein Dank geht auch an Stefan Lieske und die Kollegen aus Braunschweig, die im Rahmen der Typführerschaft ihres Werks unseren Anlauf unterstützt haben.“



Skoda: Gute Ideen aus der Belegschaft

Über 30.000 Vorschläge

Skoda ruft seine Belegschaft dazu auf, aktiv Ideen für Verbesserungen im gesamten Unternehmen einzubringen: 2018 haben Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter von Skoda mehr Vorschläge eingereicht als jemals zuvor. Über 60 Prozent der insgesamt knapp 30.000 Ideen hat der Automobilhersteller erfolgreich umgesetzt. Die einzelnen Maßnahmen sparen Ressourcen oder Kosten, erhöhen die Sicherheit im Betrieb oder die Ergonomie am Arbeitsplatz. Die besten Vorschläge belohnt das Unternehmen im Rahmen des Ideenmanagements „Zebra“ jetzt mit Geldprämien und verlost vier Mal jährlich Fahrzeuge unter den Teilnehmern.



Mit Urus¹ auf Erfolgskurs

Absatzrekord bei Lamborghini



Auf Erfolgskurs: Lamborghini erzielte im ersten Halbjahr 2019 einen neuen Absatzrekord. Der italienische Supersportwagenhersteller hat insgesamt 4.553 Fahrzeuge an Kunden rund um die Welt ausgeliefert. Verglichen mit derselben Zeitspanne des Vorjahres bedeutet dies eine Steigerung von 96 Prozent. Wie geplant kam ein wesentlicher Beitrag zu diesem Absatzwachstum vom Super-SUV Urus, von dem 2019 in den ersten sechs Monaten 2.693

Fahrzeuge ausgeliefert wurden. Der größte Einzelmarkt waren für Lamborghini erneut die USA, gefolgt von Greater China und UK, Japan und Deutschland. Die Region mit dem größten Wachstum war Amerika, mit einem Zuwachs von 128 Prozent auf 1.543 Fahrzeuge, gefolgt von Asia Pacific, das seinen Absatz auf 1.184 Einheiten mehr als verdoppeln konnte, sowie Europa mit einer Steigerung von über 67 Prozent auf 1.826 an Kunden ausgelieferte Fahrzeuge.



Neues Design: Das ändert sich beim Q7

SUV kommt Mitte September auf den Markt

Der Audi Q7 erhält ein umfassendes Update – sowohl optisch als auch technisch. Der große SUV präsentiert sich im neuen Design der Q-Familie und wartet neben seinem Raumangebot mit hoher Dynamik und viel Komfort auf. Die Mild-Hybrid-Technologie, das digitale Bedienkonzept und die optionalen HD Matrix LED-Scheinwerfer inklusive Laserlicht sind

nur einige seiner Highlights. Der neue Audi Q7 kommt Mitte September in Europa auf den Markt. Durch sein neues Design ist der große SUV um elf Millimeter auf 5.063 Millimeter Länge gewachsen. In der Breite misst er 1.970 Millimeter, in der Höhe 1.741 Millimeter inklusive Dachantenne. Viele Ablagen, ein neues Fach in der Instrumententafel sowie die große Ladekapazität sorgen für hohen funktionellen Nutzwert. Abhängig von der Position der Fondlehnen bietet der Gepäckraum bei der fünfsitzigen Version zwischen 865 und 2.050 Liter Volumen – Letztere bei einer ebenen Ladefläche.



Werk Barcelona: Seat investiert in neue Stahlblechpresse

Produktionsleistung deutlich gesteigert – Auch neue Warmumformungsanlagen installiert

Seat investiert in höchste Fertigungsqualität und hat im Werk in Barcelona eine neue Stahlblechpresse sowie zwei neue Warmumformungslinien installiert. Die Einweihung der rund 57 Millionen teuren

Investition fand im Rahmen des sogenannten Barcelona Days statt. Mehr als 3.500 Menschen nahmen an dieser Veranstaltung teil. Für die Installation der neuen „Presslinie XL“ (PXL) war eine Investition in Höhe

von 31 Millionen Euro notwendig. Dank der stärkeren Automatisierung, der höheren Produktionsgeschwindigkeit und dem hochmodernen Robotersystem wird die Produktionsleistung der Stahlblechpresse

deutlich gesteigert. Weitere 25 Millionen Euro kosteten die zwei neuen Warmumformungsanlagen, durch die das Produktionsverfahren noch einmal an Effizienz, Geschwindigkeit und vor allem an Präzision gewinnt.



MAN als Büromobil

Modell TGE mit Konferenzausstattung

MAN hat aus dem Modell TGE ein Büro- und Konferenzmobil für das Arbeiten von unterwegs gemacht.

Im Mittelpunkt des dunkel verglasten Fahrzeugs stehen vier drehbare Sitze mit integrierten Gurten um zwei klappbare Tische, deren Vis-à-vis-Position auch während der Fahrt beibehalten werden kann. Ein Lowboard mit Kühlschrank und kleiner Küche direkt hinter dem Fahrer- und Beifahrerraum sowie ein deckenhoher Schrank für Garderobe und Gepäck im Heck schließen den Konferenzraum nach vorne und hinten ab. In den seitlichen Paneelen links und rechts der Sitzgruppe sorgen 230-Volt-Steck-

dosen, USB-Anschlüsse und Induktionsladegeräte zusammen mit dem bordeigenen Internetrouter für die notwendige Vernetzung. Im Lowboard ist ein 43 Zoll großer Monitor integriert, der bei Bedarf per Knopfdruck elektrisch ausfährt. Über ihn können via HDMI-Funkübertragung die gespeicherten Dateien von Laptops oder Videokameras präsentiert werden.

Für wohlliches Ambiente sorgen Cupholder, dunkler Schiffsboden und die indirekte Beleuchtung des Innenraums mit LED-Panels. Eine elektrisch ausfahrbare Trittstufe erleichtert zudem das Ein- und Aussteigen in den Fond.



ID. Buggy³: Preis bei Design-Wettbewerb

Publikum zeichnet Studie bei Auftritt in Frankreich aus

Der ID. Buggy hatte beim „Chantilly Arts & Elegance Richard Mille“ seinen ersten großen Auftritt nach seiner Weltpremiere beim Autosalon in Genf. Zusammen mit einer Haute-Couture-Kreation der belgischen Modedesignerin Ann Demeulemeester wagte er sich auf den Laufsteg und erhielt gleich den Publikumspreis beim Concours d'Elegance. Volkswagen Chefdesigner Klaus Bischoff, der bei der Parade am Steuer saß, war begeistert: „Wenn internationale Automobilenthusiasten bei einem so hochkarätigen Event den ID. Buggy zum Publikumsliebbling küren, ist das eine sensationelle



Auszeichnung für unser Designteam. Unsere Vision von Elektromobilität ist bei den Menschen emotional angekommen.“ Das „Chantilly Arts & Elegance Richard Mille“ gehört neben

den Design-Wettbewerben in der italienischen Villa d'Este und im kalifornischen Pebble Beach zu den wichtigsten in der Automobilbranche.

¹ Urus: Kraftstoffverbrauch in l/100km: innerorts 16,8 /außerorts 10,2 / kombiniert 12,6; CO₂-Emission kombiniert g/km: 292 Effizienzklasse: G.

² Audi Q7: seriennahe Studie

³ ID. Buggy: Studie

**VOLKSWAGEN
FINANCIAL SERVICES**
THE KEY TO MOBILITY



70 Jahre im Dienste der Mobilität.



**Für Ihre finanzielle Mobilität:
Der Rahmenkredit der Volkswagen Bank.**

Wie ein Dispo, nur günstiger. Zum Beispiel:

7.000 € für nur 70 € mtl.¹

Einfach, sofort. Und überall.



Filialen

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



Telefon

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



Online

vwfs.de/rahmenkredit-konzern



¹Repräsentatives Berechnungsbeispiel: Nettodarlehensbetrag (Verfügungsrahmen) 7.000,- Euro; Sollzinssatz (gebunden) für 12 Monate ab Kontoeröffnung 2,95 % p. a.; Ab dem 13. Monat gilt ein veränderlicher Sollzinssatz von derzeit 6,46 % p. a. und ein effektiver Jahreszins von 6,65 %; Vertragslaufzeit unbegrenzt; konstante monatliche Rate 70,- Euro; Der Rahmenkredit mit Aktionszinssatz ist ein Angebot für Privatkunden, die in den letzten 6 Monaten keinen Rahmenkredit hatten. Je Kunde kann nur ein Konto eröffnet werden. Eine Erhöhung des Verfügungsrahmens ist während des 12-monatigen Sonderzinszeitraums ab Kontoeröffnung nur zum effektiven Jahreszins von 6,65 % möglich. Bonität vorausgesetzt.

Ein Angebot der Volkswagen Bank GmbH, Zweigniederlassung Irland. Stand: Juli 2019 Foto: Volkswagen AG

IdeenExpo: Mach doch einfach!

Bei den Azubis von Volkswagen Nutzfahrzeuge standen elektrifizierte Käfer im Mittelpunkt

Die IdeenExpo in Hannover ist Europas größtes Jugend-Event für Naturwissenschaften und Technik. In diesem Jahr fand die Mitmachmesse bereits zum siebten Mal statt – die Resonanz: überwältigend! Auf dem Messegelände präsentierten 270 Aussteller rund 670 Exponate zum Anfassen, die Veranstalter zählten mehr als 360.000 Besucher. Wieder mittendrin waren unsere Azubis von Volkswagen Nutzfahrzeuge, die in Halle 9 spielerisch an Mitmachständen die spannende Technik-Zukunft bei VWN demonstrierten. Die angehende Verfahrensmechanikerin Asiye und Maja, die sich gerade zur Gießereimechanikerin ausbilden lässt, halfen Besuchern zum Beispiel beim Bau eines kleinen Roboter-Käfers.

Einem anderen Käfer machten acht VWN-Azubis Beine: einem eBeetle! Die „NUTZ E-CREW“ nahm am „eBEETLE-Car-Race“ teil, einem Konstruktionswettbewerb der Volkswagen Group Academy, an dem sich Teams verschiedener Volkswagen Standorte beteiligten. Ziel des Projekts: Umbau eines Rutschautos zu einem eBEETLE-Car. Das Fahrzeug sollte autonom fahren können, aber auch über eine Fernbedienung zu steuern sein. Insgesamt hatten die Teams für den Umbau des Fahrzeugs nur zehn Wochen Zeit. Der Motor für die eBEETLE-Cars kam aus einem handelsüblichen Akkuschauber (18 Volt).

Highlight des Projekts: drei Renntage auf der IdeenExpo, an denen die eBEETLE-Cars der Standorte gegen-



Cleverer Krabbler: Asiye (links) und Maja haben mit Besuchern kleine Roboter-Käfer gebaut.

einander antraten. Die Fahrzeuge wurden in verschiedenen Kategorien wie Schnelligkeit, Geschicklichkeit, Design und Nachhaltigkeit benotet. Hinzu kamen zusätzliche Awards für Design, Konstruktion, Nachhaltigkeit, Qualität und der Os-CAR für das beste Making-of-Video. Für den Gesamtsieger gab es einen Wettbewerbsspokal. Unsere Azubis aus Hannover belegten den 3. Platz in der Gesamtwertung.

Andreas Wojtala, Auszubildender

zum KFZ-Mechatroniker, hat während des Projekts eine Menge gelernt und bereits Gelerntes gut anwenden können: „Die größte Herausforderung für unser Projektteam war es, dass das Fahrzeug autonom fahren soll. Doch auch das haben wir geschafft, indem wir zwei Helligkeitssensoren unter das Fahrzeug gebaut haben, die eine schwarze Linie auf dem Boden erkennen können. Hierbei spricht man von der optischen Variante des autonomen Fahrens.“

VWN-Betriebsratsvorsitzende Bertina Murkovic nannte die IdeenExpo am Eröffnungstag „eine tolle Möglichkeit für junge Menschen, sich Inspiration für die Zukunft zu holen“. Und für Nassia Zdravkova aus dem VWN-Personalwesen war die Mitmachmesse „ein richtig cooles Event, bei dem Jugendliche an unseren Ständen spielerisch erfahren, wie spannend Technik gerade jetzt im Automobilbau ist. Unsere Azubis zeigen hier schon heute, was morgen möglich ist“.



Auf geht's: Die Senioren freuen sich über die reparierten Fahrräder.

Benefiz-Aktion: Reparierte Räder für Senioren

Gute Idee, gute Fahrt! Rund 20 Beschäftigte von Volkswagen Poznań haben bei der Aktion „Yellow Senior Bike“ (gelbe Fahrräder für Senioren) 15 Fahrräder von Senioren aus der Umgebung gecheckt, repariert und mit einem Fahrradkorb ausgestattet. Damit die Bikes gut zu erkennen sind, bekamen sie eine sonnengelbe Lackierung. Besonderes Highlight: Bevor die Senioren ihre Fahrräder abgeholt haben, gab es noch eine exklusive Werksführung durch das Caddy-Werk.



Gegenseitige Unterstützung: Die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter von VWP restaurieren gemeinsam mit den Senioren die Fahrräder.

„Perspektivwechsel zulassen“

Interview: Frauke Sanders über Diversity Management bei VWN

Diversity wird mit „Vielfalt“ übersetzt. Was bedeutet „Diversity“ überhaupt für ein Unternehmen und warum ist es wichtig? Frauke Sanders verantwortet bei VWN das Diversity Management. Wir haben mit ihr über Vielfalt und die dadurch möglichen Chancen für VWN gesprochen.

Frauke, wann hattest du deinen letzten „Diversity“-Moment?

Frauke Sanders: Vor zirka vier Wochen. Eine Kollegin hatte eine Stellwand im Flur aufgestellt und uns gebeten, aus einer „halben Wolke“ ein eigenes Bild zu machen. Ich war so beeindruckt davon, wie viele unterschiedliche Ergebnisse bei dieser kleinen Aktion herausgekommen sind. Unglaublich, wie viele Ideen die

verschiedenen Menschen zu ein und demselben Impuls hatten.

Aber was bedeutet eigentlich „Diversity“ und warum ist es für VWN überhaupt ein wichtiges Thema?

FS: Diversität ist für mich die Akzeptanz der Vielfalt unserer Beschäftigten. Durch Vielfalt kann bei VWN eine offene, aktive Unternehmenskultur entstehen, in der sich Neues entwickeln kann. Als Unternehmen können wir Innovation und Kreativität erhöhen, wenn wir mehr Perspektivwechsel zulassen. Dabei geht es nicht um Frauen und Männer. Es geht darum, dass jemand mit anderem Blick darauf schaut und das akzeptiert wird. Es geht um Wertschätzung jedes Beschäftigten, unabhängig von Alter, Geschlecht,

kulturellem Hintergrund und persönlichen Fähigkeiten.

Warum ist denn ein Perspektivwechsel für unsere Arbeit notwendig?

FS: Wir wollen Diversity bewusst für unseren Unternehmenserfolg der Zukunft nutzen. Die Fahrzeugentwicklung war noch nie so komplex wie heute, außerdem bauen wir gerade neue Geschäftsmodelle auf. In unseren Fahrzeugen und Dienstleistungen der Zukunft kann nichts mehr isoliert betrachtet werden – alles hängt zusammen. Wenn wir akzeptieren, dass jemand eine andere Sichtweise auf dieselbe Fragestellung hat, können wir von anderen lernen und so bessere Entscheidungen treffen. Dann schaffen wir die Herausforderungen der Zukunft noch besser.

Wie weit ist VWN denn beim Thema „Diversity“?

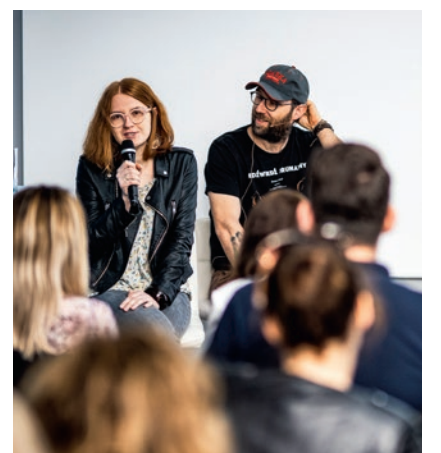
FS: Wir stecken mitten im notwendigen Kulturwandel, haben also schon erste Schritte gemacht. Ein großer Teil des Weges unserer Marke liegt noch vor uns. Denn es geht ja nicht nur darum, dass wir in unseren Organisationseinheiten vielfältig sind, sondern diese verschiedenen Sichtweisen auch zulassen. In der Produktion finden wir beispielsweise vielfältige Teams: Beschäftigte aus



Sanders: „Vielfalt der Beschäftigten akzeptieren!“

verschiedenen Nationen und Kulturen, mit langer Betriebszugehörigkeit oder erst seit Kurzem dabei. Da gibt es ganz viel Potenzial. Die Herausforderung ist, dieses zu heben und Gestaltungsspielräume zu öffnen. Im Management können wir die Vielfalt gern noch steigern. Zu beraten und aufzuzeigen, wie ein Perspektivwechsel gelingen kann – darin sehe ich meine Aufgabe im Diversity Management.

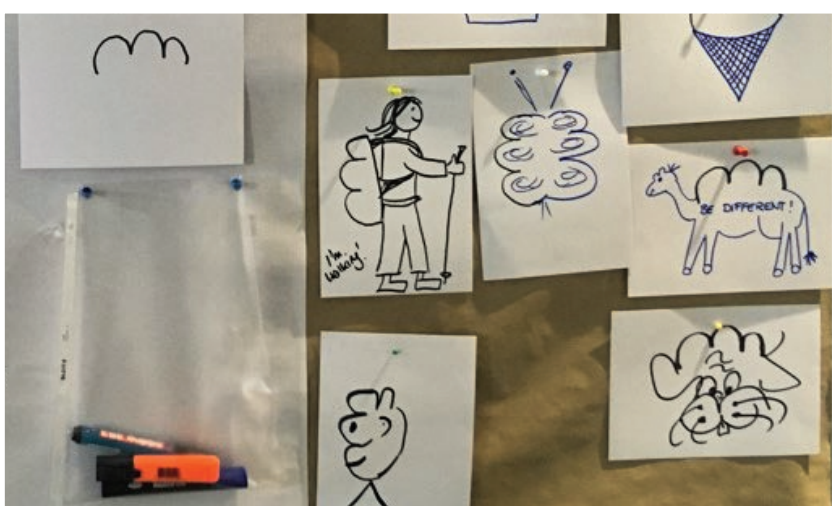
Ihr habt Fragen oder Anregungen zum Thema „Diversity“ bei VWN? Ihr erreicht Frauke Sanders per E-Mail: frauke.sanders@volkswagen.de



Berichteten über Vertrauen in Mitarbeiter und Work-Life-Balance: Monika und Jan.

VWP feierte „Woche der Diversität“

Vielfalt zulassen und (vor-)leben – das gilt auch für unsere Kolleginnen und Kollegen in den polnischen Werken. Bei Volkswagen Poznań fanden während der „Woche der Diversität“ zahlreiche Aktionen statt. „Wir wollen Vielfalt leben und positiv in unsere Arbeit einfließen lassen“, erklärt Jagoda Pertek vom Orga-Team. Über 170 Beschäftigte haben sich beteiligt und über neue Formen der Zusammenarbeit sowie über Zukunftsthemen und Herausforderungen für die Automobilindustrie diskutiert. Und dabei wurde natürlich auch über den Tellerrand hinausgeschaut. Wie beim Gastvortrag von Monika und Jan (Foto). Das Paar besitzt ein Restaurant in Poznań und hat trotzdem das Abenteuer gewagt, eine monatelange Reise durch Amerika zu machen – im Vertrauen auf die Mitarbeiter.



Ein Impuls, viele Ideen: Aus einer „halben Wolke“ werden Wanderer, Eis oder Tiere.

Stephan Weil: „VWN geht den richtigen Weg“

Neue Strategie, neue Geschäftsfelder, neue Produkte: Niedersachsens Ministerpräsident Weil informierte sich bei Volkswagen Nutzfahrzeuge in Hannover

Besuch in unserem VWN-Werk: Ministerpräsident Stephan Weil besichtigte die Produktion, sprach mit Mitarbeitern und mit Pressevertretern. Vorab informierte der Markenvorstand über autonomes und elektrisches Fahren, Digitalisierung und die notwendige Transformation in der Marke. „Die Automobilindustrie steht vor einer Revolution“, sagte Weil. Man brauche nun deutliche Schritte hin zu einer umweltschonenderen und digitalisierten Mobilität. „Ich konnte mir heute ein Bild davon machen, dass VWN bei diesen Zukunftsthemen auf dem richtigen Weg ist“, so Weil. Während der Führung durch die Produktion sprach der Ministerpräsident mit Mitarbeitern und zeigte sich beeindruckt, wie diese den Wandel mitgestalten. Man habe intensiv darüber gesprochen, wie das Unternehmen die Transformation gestalte, so Produktionsvorstand Josef Baumert. Betriebsratsvorsitzende Bertina Murkovic betonte, Transformation gelinge nur mit den Menschen. Es müsse konkret erarbeitet werden, „wie die Perspektiven für die Beschäftigten aussehen“.

Bulli der Zukunft kommt aus Hannover

Den Wandel zur E-Mobilität sieht Sedran hierbei als „einmalige Chance“ für VWN: „Wir investieren mehrere Milliarden Euro in nachhaltige Mobilität, ein Großteil davon fließt in die Elektromobilität. Zusammen mit der Belegschaft wollen wir diese Antriebstechnologie in ihrer alltäglichen Nutzung



Nahm sich viel Zeit für Gespräche mit der Belegschaft: Stephan Weil mit Qualitätsprüfer Mehmet Genc (rechts).

auf ein neues Level heben.“ Um die individuellen Kundenwünsche noch besser erfüllen zu können, produziere das Werk Hannover neben Fahrzeugen mit modernsten Diesellaggregaten künftig auch Hybridmodelle und ab 2022 E-Fahrzeuge der ID. Buzz Familie. Sedran betonte: „Der Bulli der Zukunft kommt aus Hannover! Damit sorgen wir für Zukunftssicherung der Marke und somit des Standorts.“ Der tief greifende Strukturwandel könne jedoch nur im „konstruktiven Dialog“ von Unternehmen und Politik gelingen. Sedran: „Wir bei



Am fahrerlosen Transportsystem im Werk: der Ministerpräsident mit Management und Betriebsrat.

VWN arbeiten intensiv an einem gesamtheitlichen Angebot, an einem Mehrwert für Gesellschaft und Umwelt.“ Zu einer erfolgrei-

chen E-Mobilitätsoffensive gehöre aber auch der zügige Aufbau einer flächendeckenden und länderübergreifenden Ladeinfrastruktur.



Ein Video hierzu findest du hier



Rahand Abdulkarim (links) im Gespräch mit Thomas Sedran, Stephan Weil und Josef Baumert.

„Der Ministerpräsident war sehr interessiert und hat viel über die Arbeitsabläufe in unserem Bereich gefragt. Als er mich fragte, wo ich mich in zehn Jahren sehe, habe ich geantwortet: Ich möchte Steuerberater werden! Ich studiere nämlich Wirtschaftswissenschaften und arbeite neben meinem Studium hier im KaRo-Bau.“

Rahand Abdulkarim, Karosseriebau

Bei uns im Werk: Konzern sucht Stapler-Meister

Zum zweiten Mal sucht der Volkswagen Konzern das beste Stapler-Team. In diesem Jahr machte die Stapler-Liga halt im VWN-Werk Hannover

Mit viel Fingerspitzengefühl, Geschick und Tempo zum Erfolg: 16 Fahrer traten in 10 Disziplinen bei der Konzern-Stapler-Liga in Hannover an. Mit dabei: Kollegen aus den Standorten Hannover, Emden, Kassel, Bratislava, Audi Neckarsulm und Audi Ingolstadt. Die Konzern-Stapler-Liga ist eine Gemeinschaftsaktion des Trainingszentrums Hannover und der Volkswagen Lean Akademie.

Gewinner der Finalrunde:

1. Platz: Christian Hellwig (Audi Neckarsulm), 2. Platz: Michael Roy (Audi Ingolstadt), 3. Platz: Arne Hinrichs (Volkswagen Emden), 4. Platz Tammo Röpkes (Volkswagen Emden). Diese besten Gabelstaplerfahrer der Konzern-Stapler-Liga dürfen sich nun im Finale in Aschaffenburg als Team der Volkswagen AG am 19. September und 20. September messen. Dort wird der deutsche Meister im Teamwettbewerb gesucht.

In zehn Geschicklichkeitsübungen, wie z. B. Korbwerfen, Kisten stapeln oder Luftballonbalancieren, bewiesen die „Staplerkünstler“ ihr Talent. Immer mit dem Ziel, der schnellste und präziseste Staplerfahrer zu sein. Bewertet wurden die Übungen durch eine Jury, bestehend aus Trainerinnen und Trainern der teilnehmenden Standorte.

Für VWN ging Sebastian Hylla an den Start: „Die Konzern-Stapler-Liga ist eine tolle Veranstaltung! Wir sind mit sehr viel Herzblut und Emotionen dabei. Für uns Fahrer



Unser Team für Hannover (v. l.): Selim Baysun-Gracia, Michael Peters (Organisator), Yusuf Celikbas, Martyna Malyska und Sebastian Hylla.

Volle Konzentration: Beim Kisten stapeln waren Ruhe und Präzision gefragt.



Millimeterarbeit: Bei dieser Übung ging es darum, den Tennisball auf einem Miniatur-Stapler ins Loch zu balancieren.

sind Konzentration und Genauigkeit besonders wichtig. Auch ist es spannend zu sehen, wie gut die eigenen Fähigkeiten sind.“

Joachim Butzlaff, Leiter Fahrzeugbau VWN, betont: „Ich freue mich sehr, dass es uns gelungen ist, die zweite Auflage der Konzern-Staplerliga nach Hannover zu holen. Die KSL ist bei Volkswagen sozusagen die Vorbereitungs- und Qualifizierungsrunde für den Staplercup,

der in Aschaffenburg stattfindet. Ich bin sehr stolz auf die herausragenden täglichen Leistungen unserer Mannschaft und dass wir sie in einem sportlichen Wettbewerb sichtbar machen. Die Fähigkeiten unserer Staplerfahrer sind enorm wichtig, da Sicherheit im Umgang mit diesen Fahrzeugen eine große Rolle spielt.“





Am Blockfertiger: Michael Wildung (links) und Eugen Matthias.



Werkleiter-Legende Dr. Bodo Dencker verstorben

Er war Wegbereiter des eigenständigen Volkswagen Nutzfahrzeugbereichs und der Marke Volkswagen Nutzfahrzeuge: Dr. Bodo Dencker, zweimaliger Werkleiter Hannover (1973-1984 und 1989-1992) – Ende Juni ist er im Alter von 79 Jahren verstorben.

Noch kürzlich besuchte er mit seiner Abiturklasse das Werk, tauschte sich mit dem jetzigen Werkleiter Thomas Hahlbohm aus. Dencker hatte die Produktion der Generationen T3 und T4 an verantwortlicher Stelle vorbereitet und durchgeführt.

Die Trauerfeier für Dr. Bodo Dencker findet Freitag, den 5. Juli 2019, 12.00 Uhr, in der Kreuzkirche Hannover statt.

Volles Rohr für den neuen Golf

Komponente in Hannover: Generationswechsel bei Wasserdadeluftkühlern

Vor zehn Jahren bekam der Bereich Wärmetauscher ein neues Produkt: den wassergekühlten Ladeluftkühler in Plattenbauweise. Jetzt wird eine der drei Fertigungslinien umgebaut, produziert werden hier demnächst Wasserdadeluftkühler in Rohrbündel-Bauweise. „Das ist ein echter Generationswechsel“, unterstreicht Projektleiter Thorsten Engelbart die Bedeutung dieser Maßnahme. Der Umbau der Fertigungsstrecke sei Teil des Zukunftspaktes, mit dem die Wettbewerbsfähigkeit des Bereichs gesichert werden solle, so Engelbart.

Die Ladeluftkühler mit Rohrbündel-Technik werden im neuen Ein-Liter-Dreizylinder-TSI-Motor



des Konzerns zum Einsatz kommen, der deutlich höhere Anforderungen an den Ladedruck stellt als ältere Motorgenerationen.

Verbaut wird der Dreizylinder beispielsweise im Polo, im Audi A3, in Seat-Modellen und auch im Ende des Jahres startenden Golf 8.

Mit dem Ladeluftkühler der neuen Generation (v. l.): Christian Nabe und Thorsten Engelbart (Planung Komponente, wassergekühlter Luftladekühler).

Die Nullserie des innovativen Kühlers wurde Ende Juni ausgeliefert, der SOP ist ebenfalls für das Jahresende geplant.

Das neue Produkt nennt sich „EVO R3“. Dafür habe man ein eigenes, hoch automatisiertes Fertigungsverfahren konzipiert und die Sondermaschinen bauen lassen, erläutert Thorsten Engelbart. „Die am Markt erhältlichen Standardmaschinen hätten die hohen Anforderungen an die Produktivität nicht erfüllt“, erklärt der 49-Jährige. Das Produktionsvolumen soll bei rund 850.000 Stück pro Jahr liegen.

Werkurlaub 2020



Jetzt schon planen: Der Werkurlaub in Hannover im kommenden Jahr geht vom 27. Juni bis zum 14. August 2020.

VWN spendet 70.000 Euro für Kinderheilstalt

Herzensangelegenheit für VWN: Spende unterstützt medizinische und therapeutische Projekte

Volkswagen Nutzfahrzeuge hilft. Anfang Juli überreichte VWN-Vorstandschef Thomas Sedran einen Spendenscheck über 70.000 Euro an die „Hannoversche Kinderheilstalt Auf der Bult“ (HKA). Damit sollen unter anderem Hör-screening-Geräte für Neugeborene und ein Rehabilitationsgerät für Kinder mit spastischen Lähmungen angeschafft werden. „Wir sind überwältigt von der Bereitschaft, unsere vielfältigen medizinischen und therapeutischen Projekte auch in diesem Jahr weiterhin großzügig zu unterstützen. Im Namen aller Beschäftigten und Patienten bedanke ich mich bei Volkswagen Nutzfahrzeuge und den dort arbeitenden Menschen“, sagte der ärztliche Direktor des Kinder- und Jugendkrankenhauses, Dr. Thomas Beushausen, bei der Scheckübergabe.

Thomas Sedran nannte es „eine Herzensangelegenheit für alle Nutzis“, die mit der Spende bei der Behandlung von Frühgeborenen, Säuglingen, Kindern und Jugendlichen helfen. VWN unterstützt die HKA seit 2017 mit großem Erfolg. „In den vergangenen zwei Jahren sind unsere Spenden wirklich effizient eingesetzt worden. Ich war

auf der Neugeborenen-Station und habe dort erlebt, wie die modernsten Brutkästen für Intensiv-Frühchen, die mit unseren Zuwendungen finanziert wurden, Leben retten“, betonte Sedran. Bertina Murkovic, Betriebsratsvorsitzende bei VWN, überbrachte einen Gruß der Belegschaft: „Die Kolleginnen und Kollegen finden es großartig, dass unser Unternehmen gezielt diese wichtige Institution fördert, die weit über die Region Hannover hinaus als Leuchtturm für Kinder- und Jugendmedizin hinaus strahlt und wirkt.“



Unterstützung mit Scheck und Bulli: Thomas Sedran (rechts) und Bertina Murkovic übergeben die Spende an HKA-Leiter Dr. Thomas Beushausen.



Mit der Spende werden unter anderem wichtige medizinische Geräte finanziert, wie ein Inkubator für Frühgeborene.



Fahrzeugübergabe für kranke Kinder in der T6-Produktion.

VWN spendet zehnmillionstes Fahrzeug an Kinderklinik

Auch diese Hilfe kam von Herzen: VWN spendete das zehnmillionste Fahrzeug aus dem Werk Hannover an die Stiftung „Hannoversche Kinderheilstalt Auf der Bult“. CEO Thomas Sedran und die Betriebsratsvorsitzende Bertina Murkovic übergaben den rot-weißen T6 auf der Betriebsversammlung im März unter dem Applaus von rund 4.500 VWN-Beschäftigten.

Der Caravelle wird bei der HKA vielseitig eingesetzt. Er ermöglicht unter anderem therapeutisch wichtige Ausflüge mit Patienten, unterstützt aber auch ein neues Programm des Kinderkrankenhauses, bei dem Mitarbeiter aus der Dermatologie Patienten mit schweren Hauterkrankungen zur Nachsorge besuchen.

7

Zahl des Monats Sieben neue Meister für den Fahrzeugbau

Sieben neue Meisterinnen und Meister aus den Bereichen Montage, Qualitätssicherung, Lackiererei, Pilotorga und Materialsteuerung bekamen ihren Meisterkittel überreicht.

Fahrzeugbau-Leiter Joachim Butzlaff beglückwünschte die frisch ernannten Meister: „Ich wünsche ihnen allen viel Glück und gutes Gelingen bei den neuen Aufgaben. Ich bin mir sicher, dass jeder von euch den Job im wahrsten Sinne gut meistern wird!“



Tragen ab jetzt ihren Meisterkittel (v. l.): Matthias Biermann (Lackiererei), Kristof Kehrmann (Pilotorga), Gregor Jäcke (Qualitätssicherung), Vivian-Adriana Menke (Lackiererei), Jens Hitzemann (Montage), Claudia von Chrzanowski (Montage) und Matthäus Kutz (Materialsteuerung).



Die Außenterrasse vor dem Betriebsrestaurant der Gießerei hat rund 60 Sitzplätze.

Neue Außenterrasse für Gießerei

Sommerlich: Vor dem Betriebsrestaurant der Gießerei werden endlich die Sonnenschirme auf der neuen Außenterrasse aufgespannt. Die Volkswagen Currywurst oder die Pizza können Beschäftigte ab sofort im Freien genießen. Auch Frozen Yoghurt ist im Angebot.

Nach den Terrassen vor Sektor 7 und Sektor 14 ist dies bereits die dritte Außenterrasse auf dem Werkgelände.

360° Hannover: Euer neues Mitmachmedium!

Mit der Ausgabe 360° Hannover habt ihr alles rundum im Blick: News aus dem Konzern und aus den Marken – und natürlich von Volkswagen Nutzfahrzeuge. Um garantiert nichts zu verpassen und immer aktueller und besser zu werden, ist die Redaktion aber auf eure Mithilfe angewiesen. Ihr habt ein tolles Thema aus eurem Team? Eine Frage? Oder Kritik? 360° ist ein Medium zum Mitmachen. Nicht zögern, schickt eine E-Mail an VWN:

InterneKommunikation@Volkswagen.de

Eure VWN Kommunikation.

Nach 42 Jahren im Werk: Kult-Tourguide Terry sagt goodbye

Über Jahrzehnte begeisterte Terry Whitbread Tausende Besucher und Mitarbeiter mit Geschichten rund um unser Werk

42 Jahre war es sein „Terry-torium“ – das Bulliwerk in Hannover. Von A wie Automatenstation bis Z wie Zählpunkt 8 – er kennt jeden Winkel im Werk. Jetzt sagt Kult-Tourguide Terry Whitbread (74) „Bye, bye, Bulli!“

Diesmal soll es für immer sein! Denn schon zweimal zuvor verabschiedete er sich, wollte in den Ruhestand gehen. Immer wurde er wieder zurückgeholt.

Denn mit Terry auf Tour – das war für jeden Besucher ein Erlebnis. Auf 4,5 Kilometern erzählte der gebürtige Engländer den Besuchern Geschichten und Geschichten rund um das Werk. Eine perfekte Mischung aus Info und Entertainment.

Der 1945 in Market Harborough, einer Kleinstadt rund 20 Kilometer südöstlich von Leicester, geborene Terry Whitbread kommt während seines Militärdienstes nach Deutschland und lernt hier seine große Liebe Christel kennen. 1969 heirateten sie, das Paar bekommt zwei Kinder und zieht 1974 in ein Eigenheim in Ahlden an der Aller. Der Engländer Whitbread wird ein „Heidjer“, wie er sagt. 1977, direkt nach dem Militärdienst, beginnt seine Zeit bei Volkswagen in der Fahrzeugmontage, zunächst am T2, wo er Benzinleitungen verbaut. Später, beim T3 und dem T4, spezialisiert er sich auf den Einbau von Vorderachsen und Motoren. Aus der Nacharbeit wechselt



„Last Terry Tour“: Terry mit seiner letzten Besuchergruppe am 23. Mai.

2019

er 1998 in den Besucherdienst. Dort suchte man zu jener Zeit einen englischsprachigen Guide mit sehr guten Kenntnissen der Fertigungsabläufe – die Stelle war wie gemacht für Terry Whitbread, er bekam den Job.

Für ihn ein Traumjob, wie sich in den folgenden 21 Jahren zeigen sollte. Für Terry Whitbread war jeder Besucher ein besonderer Gast, und er war gerne ihr Gastgeber. Er hat nie

einen Unterschied gemacht zwischen ganz normalen Gästen und den VIPs. Prinzen folgten ihm genauso aufmerksam wie Politiker und bekannte Fußballer, darunter der „Erfinder der Bananenflanke“, HSV-Legende Manni Kaltz. Dass er auch im Ruhestand als Honorarfürer regelmäßig in der Produktion unterwegs war, hat im Werk niemanden gewundert, der die Begeisterung kannte, mit der

Terry seine Touren absolvierte. Sein Großvater habe auch noch mit 75 gearbeitet, verriet der bekennende Landmensch einmal. Terry macht nun ein Jahr früher Schluss, mit Ehefrau Christel und dem Wohnwagen soll es künftig häufiger an die Ostsee gehen. PS: Auch seine 13 Tour-Guide-Kollegen werden ihn und seinen trockenen britischen Humor vermissen und sagen „Goodbye, Terry!“

1953

Am 2. Juni 1953 wird Queen Elizabeth II gekrönt. Aus diesem Anlass werden alle Schulkinder gratis fotografiert, der kleine Terry ist damals acht Jahre alt.



1964

Terry Whitbread (r.) beginnt 1964 seinen zwölfjährigen Militärdienst. Er wird zunächst als Richtschütze eingesetzt, später dann als Panzerfahrer.



1998

Wechsel in den Besucherdienst, Terry (2. v. l.) startet in seinen Traumjob.



2010

Ruhestand? Der Rentenbeginn ist für Terry höchstens ein Abschied auf Raten.



Hannover feiert Bulli-Parade

Das Schützenfest in Hannover gilt als das größte der Welt. Maßgeblichen Anteil an diesem Superlativ hat der festliche Ausmarsch am ersten Schützenfestsonntag: Auf einer Strecke von rund 3,5 Kilometern marschieren um die 12.000 Schützenfestbegeisterte stundenlang durch die hannoversche Innenstadt, der Zug ist insgesamt mehr als zehn Kilometer lang. Wenn die ersten Schützen also bereits im Ziel sind,

haben sich die letzten noch nicht einmal am Start formiert.

Auch 2019 wieder dabei: VWN mit seinen Oldtimern aus der umfangreichen Sammlung in Hannover-Limmer. VVNO-Leiter Thomas Zwiebler hat sich den Termin dick im Kalender angestrichen: „Das lassen wir uns nicht nehmen, da sind wir dabei!“

Großes Lob auch vom Gastgeber: Für Schützenpräsident Paul-Eric Stolle sind die Bullis „einfach ein Stück Hannover“ und „ein Teil unserer Tradition“.



Daumen hoch: Thomas Zwiebler (VVNO) war im Hannover-96-Bulli unterwegs.



Jubel-Trubel: Unsere Bullis am voll besetzten Ballhofplatz.



Blaues Wunder: Unsere „Nutzdrachen“ gingen beim Drachenbootrennen für VWN an den Start.

Echter Teamspirit bei den VWN-Nutzdrachen

Pflichttermin für das VWN-Drachenboot-Team: Beim Kultrennen auf dem Maschsee legten sich die „Nutzdrachen“ besonders in die Riemen und paddelten sich bis ins Halbfinale.

Unsere „Nutzdrachen“ setzten sich unter anderem gegen die Boote

von Kenpokan und TUI durch. „Der Weg zu dieser Platzierung war hart umkämpft und wir mussten bei jedem Rennen alles geben!“, betont Björn Butzlaff, Kapitän der Crew.

Das nächste große Turnier ist der Allersee-Cup in Wolfsburg vom 30. August – 1. September 2019.