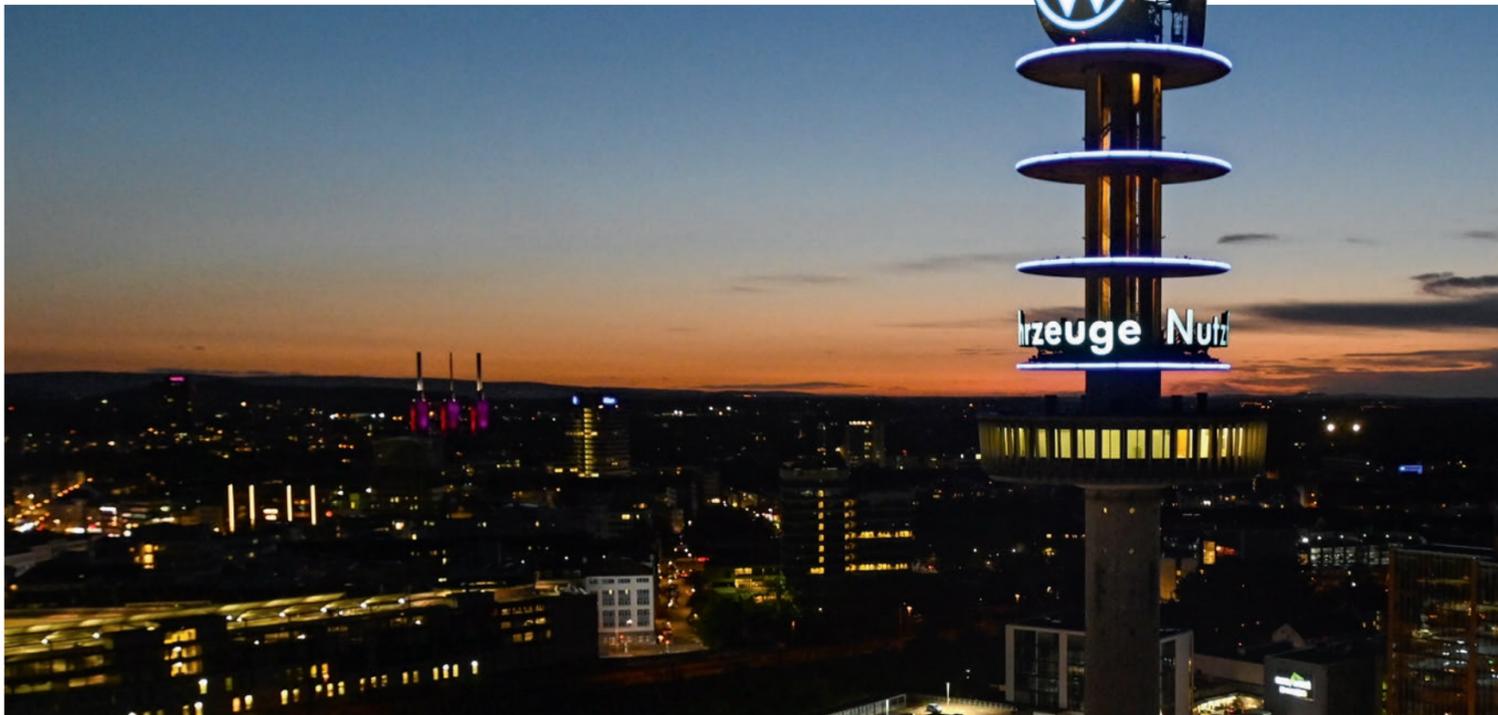




360° HANNOVER



Licht an: Mit den neuen Logos und neuer Beleuchtung gehört der VWN-Tower jetzt auch abends wieder zur gewohnten Skyline Hannovers.

VWN-Tower leuchtet wieder über Hannover

Neues Logo, neue Technik: Umbaumaßnahmen nach drei Wochen abgeschlossen

Ab sofort leuchtet er wieder an Hannovers Skyline: Am VWN-Tower brennt nach mehreren Wochen Umbau wieder das Licht. Die neuen Logos sind nun auch beim Einsetzen der Dunkelheit

sichtbar. Dafür sorgen die sparsamen LED-Lampen, die während der Bau- maßnahme eingesetzt wurden. Für viele Bewohner der Landeshaupt- stadt ist damit das vertraute Bild wiederhergestellt. „Wir freuen uns,

dass unser neues Logo nun wieder weithin sichtbar über den Dächern Hannovers leuchtet“, sagt Vertriebs- und Marketingvorstand Heinz-Jürgen Löw. „Der VWN-Tower im Herzen der Stadt ist mehr als ein Werbeträ-

ger für uns. Er zeigt unsere tiefe Verbundenheit zu unserem Traditions- standort, wo wir seit 1956 über zehn Millionen Bullis und andere leichte Nutzfahrzeuge gebaut haben.“
→ SEITE 23

Holger Kintscher im Interview

Seit fünf Monaten verantwortet Holger Kintscher den Bereich Finanzen und IT bei Volkswagen Nutzfahrzeuge. Wir haben uns mit ihm über Herausforderungen und Chancen unserer Marke unterhalten. Nach mehreren Rekordjahren in Folge müsse die Marke unter anderem hohe Investitionen für künftige Fahrzeug- und Geschäftsmodelle einstellen.
→ SEITE 22



Sedran zum ACEA-Chairman gewählt

Thomas Sedran ist neuer Chairman für leichte Nutzfahrzeuge beim europäischen Automobilverband ACEA. Er repräsentiert in dieser Funktion die im Verband vertretenen Hersteller leichter Nutzfahrzeuge im Gremium „Light Commercial Vehicles General Management“. Schwerpunkte sieht Sedran bei gesetzlichen Rahmenbedingungen für die Branche in Europa sowie bei der Senkung der CO₂-Emissionen im Segment der leichten Nutzfahrzeuge.
→ SEITE 21



Siegerehrung bei den Nutzi-Games

Großer Jubel für die Presswerker: Bei der Abschlussveranstaltung der Nutzi-Games erhielt das Team „Volkswagens Hoffnung“ im KundenCenter den riesigen Wanderpokal. Werkleiter Thomas Hahlbohm hob während der Siegerehrung erneut das große Engagement von allen Teilnehmern hervor. Die Nutzi-Games stärken die Gemeinschaft und den Teamgeist, betonte der Werkleiter.
→ SEITE 24

Weltpremiere des neuen Golf

Präsentation in Wolfsburg: Achte Generation ist noch digitaler und vernetzter

Wenn man ein Auto als Bestseller bezeichnen kann, dann ist es der Golf. Von Generation zu Generation weiterentwickelt, wurde er weltweit zu einer festen Größe. Am Abend des 24. Oktober feiert die Marke Volkswagen nun die Weltpremiere der achten Generation. Präsentiert wird der neue Golf



Ralf Brandstätter, Chief Operating Officer (COO) und Mitglied des Vorstands der Marke Volkswagen Pkw

in der Veranstaltungshalle Hafen 1 in der Autostadt in Wolfsburg.

Eine ganze Generation trägt seinen Namen

Ralf Brandstätter, der als COO das operative Geschäft der Marke Volkswagen leitet: „Seit 45 Jahren begeistert der Golf unsere Kunden. Eine ganze Generation trägt seinen Namen – die Generation Golf. Kein anderes Modell hat unsere Marke in den letzten

Jahrzehnten so stark und nachhaltig geprägt. Er ist ein Synonym für Volkswagen und für alles, wofür Volkswagen weltweit steht.“

Die Stärken des Golf, die ihn zu einem weltweiten Bestseller machen, wurden im neuen Modell weiter perfektioniert. Neben einem neuen, effizienten Motorenprogramm sorgt eine weiterentwickelte Fahrwerk-Technik für mehr Agilität. Zahlreiche zentrale Bauteile für die Produktion werden von Volkswagen Group Components zu-



Erste Skizze: das Cockpit im neuen Golf.

geliefert – von der Antriebsgelenkwelle bis zu den Getriebe- und Motorvarianten. Von außen wirkt der Golf 8 dynamischer als zuvor, und dennoch erkennt man ihn aus jeder Perspektive als Golf. Innen setzt er Impulse im Bereich der digitalisierten Interieurwelt. „Wir digitalisieren die Golf Klasse“, sagt Ralf Brandstätter in einem Editorial, das in dieser Ausgabe als Auftakt zu einem sieben-seitigen Golf Spezial dient. Darin zu lesen sind auch viele weitere Artikel zum Golf 8. → SEITE 13





Gold für 360° Volkswagen

Für ihr herausragendes Design hat unsere Mitarbeiterzeitung 360° Volkswagen in der Kategorie „Mitarbeiterkommunikation – Zeitung“ einen Galaxy Award in Gold erhalten. Die Galaxy Awards werden jährlich vom New Yorker Kommunikationsverband MerComm an herausragende Projekte im Bereich Kommunikation und Marketing vergeben. Wir – das Team der Internen Kommunikation der Marken Volkswagen Pkw, Volkswagen Nutzfahrzeuge und Volkswagen Group Components – freuen uns mit unserer Agentur Territory über diese Auszeichnung. Sie ist eine Bestätigung für die gemeinsame Arbeit und das neue Konzept. mercommawards.com/galaxy.htm



Impressum 360°

Herausgeber
Interne Kommunikation
Konzern und Marke Volkswagen

Anschrift
Brieffach 1977, K-SI
38440 Wolfsburg

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

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

CvD
Dirk Borth

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

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

Fotos/Illustrationen
Volkswagen AG, Getty Images, Adobe
Stock, iStock, dpa Picture-Alliance,
Nina Stiller, TERRITORY Content to
Results GmbH, Dana Zeber-Purcz

Druck Dierichs Druck + Media, Kassel



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

Volkswagen Konzern: Monitor soll 90 Tage länger bleiben

US-Justizministerium und Larry D. Thompson haben Antrag zugestimmt – Angestossene Prozesse gründlich prüfen

Dem Antrag des Volkswagen Konzerns auf Verlängerung der Testphase im Monitorship wurde vom US-Justizministerium (Department of Justice, DOJ) und dem unabhängigen Compliance-Monitor Larry D. Thompson zugestimmt. Damit hat das Unternehmen mehr Zeit um nachzuweisen, dass es seinen Verpflichtungen aus dem von Volkswagen und der US-Regierung im Jahr 2017 ausgearbeiteten Vergleich nachgekommen ist.

Dank dieser Vereinbarung hat Volkswagen 90 Tage länger Zeit, um die vom Konzern und seinen Marken umgesetzten Maßnahmen, einschließlich der Empfehlungen des Monitors, umfassend zu prüfen und gegebenenfalls zu korrigieren, damit Thompson seinen Zertifizierungsbericht über die Ethik- und Compliance-Programme des Unternehmens abgeben kann.

„Volkswagen durchläuft aktuell den größten Wandel seit der Gründung des Unternehmens. Wir arbeiten intensiv daran, eine Kultur der Integrität auf allen Ebenen einzuführen – und kommen gut voran“, so Herbert Diess, Vorstandsvorsitzender der Volkswagen AG. „Larry Thompson hat als wichtiger Impulsgeber für Veränderungen fungiert und wir wissen zu schätzen, dass er dem von uns vorgeschlagenen Zeitplan für diese wichtige Testphase aufgeschlossen gegenübersteht. Unser Ziel besteht darin sicherzustellen, dass es sich um eine langfristige Veränderung handelt, deren Auswirkungen noch wirken, wenn das Monitorship bereits lange beendet sein wird.“

Der Antrag auf eine kurze Verlängerung wurde vom Konzernvorstand

beschlossen und im Rahmen einer Sitzung mit dem Monitor, seinem Führungsteam und Vertretern des



Herbert Diess

US-Justizministeriums genehmigt. „In einem so großen und komplexen global tätigen Unternehmen wie Volkswagen brauchen wir genügend Zeit, um alle Tests sorgfältig und gewissenhaft durchzuführen“, so Hiltrud D. Werner, Konzernvorsitzende für Integrität und Recht. „Wir möchten ein optimales Ergebnis erzielen, es geht nicht einfach nur darum, die Prüfungen hinter uns zu bringen. Es gilt, mehr als 100 Prozesse zu prüfen und unsere Geschäftsbereiche sind angehalten, sehr gründlich vorzugehen.“

Unter Berücksichtigung der zusätzlichen Testphase muss Thompson seinen Zertifizierungsbericht nun im Juli 2020 beim US-Justizministerium einreichen. Sein Monitorship, das bei seiner Ernennung im Juni 2017 auf drei Jahre ausgelegt war, wird nun bis September 2020 dauern.

Thompson: „Durch die Verlängerung des Monitorship steht mehr Zeit zur Verfügung, so dass eine qualitativ hochwertige, zuverlässige Testserie umgesetzt werden kann und eine Zertifizierung möglich ist, so wie es 2017 als Verantwortlichkeit des Monitors im Rahmen des Strafverfahrens zwischen dem US-Justizministerium und der Volkswagen AG vereinbart worden war. Ich freue mich darauf, weiterhin produktiv mit dem Unternehmen zusammenzuarbeiten, um unser gemeinsames Ziel – die Volkswagen

AG zu einem besseren Unternehmen zu machen – zu erreichen.“

Als unabhängiger Compliance-Monitor ist es Thompsons Aufgabe sicherzustellen, dass die Compliance- und Integritätsprogramme von Volkswagen angemessen konzipiert und umgesetzt werden, um ähnliche Verstöße gegen US-Recht wie die-

jenigen die zum Abgasskandal geführt haben zu verhindern. Außerdem beaufsichtigt er die Einhaltung der Verpflichtungen von Volkswagen im Rahmen des Vergleichs zu den Umwelt- und Zivilklagen der US-Bundesstaaten im Jahr 2017 in seiner Eigenschaft als unabhängiger Compliance-Auditor.

Liebe Kolleginnen und Kollegen,

wir haben heute veröffentlicht, dass das US-Justizministerium (Department of Justice, DOJ) und der unabhängige Compliance-Monitor Larry D. Thompson unserem Antrag auf eine Verlängerung der Testphase zugestimmt haben, damit unser Unternehmen mehr Zeit hat um nachzuweisen, dass wir unseren Verpflichtungen im Rahmen des Monitorship nachgekommen sind. Der Konzernvorstand der Volkswagen AG hatte beschlossen, eine Verlängerung um 90 Tage zu beantragen. Dies wurde bei einem Treffen mit dem Monitor, seinem Führungsteam und Vertretern des US-Justizministeriums genehmigt. Dank dieser Vereinbarung haben wir mehr Zeit, um die vom Konzern und seinen Marken umgesetzten Maßnahmen umfassend zu prüfen und gegebenenfalls zu korrigieren, damit Thompson seinen Zertifizierungsbericht über die Integritäts- und Compliance-Programme unseres Unternehmens abgeben kann. Wir möchten sicherstellen, dass diese entscheidende Testphase so sorgfältig wie möglich durchgeführt wird. Wir möchten ein optimales Ergebnis erzielen, es geht nicht einfach nur darum, die Tests hinter uns zu bringen. Der Antrag auf Verlängerung war eine unmittelbare Reaktion auf die in einigen Bereichen geäußerten Bedenken hinsichtlich der Einhaltung der bestehenden Fristen gemäß den Bestimmungen des Monitorship. In einem so großen und komplexen Unternehmen wie unserem, in dem mehr als 100 Prozesse zu prüfen sind, müssen wir alle Tests sorgfältig und gewissenhaft durchführen. Wir wissen, wie wichtig es ist, keine unrealistischen Ziele zu setzen, und wir möchten das Verfahren nicht überstürzt abwickeln. Larry Thompson hat in unserem Unternehmen als wichtiger Impulsgeber für Veränderungen fungiert und wir wissen zu schätzen, dass er dem von uns vorgeschlagenen neuen Zeitplan aufgeschlossen gegenübersteht. Unter Berücksichtigung der zusätzlichen Testphase muss Thompson seinen Zertifizierungsbericht nun bis Juli 2020 beim US-Justizministerium einreichen. Sein Monitorship, das bei seiner Ernennung im Juni 2017 auf drei Jahre ausgelegt war, wird nun bis September 2020 dauern. Das Team ‚Zentralkoordination Monitorship‘ (K-IZ) arbeitet an einer konkreten Planung im Zusammenhang mit dieser Verlängerung und wird allen beteiligten Bereichen weitere Informationen zur Verfügung stellen. Volkswagen durchläuft aktuell die größte Transformation seiner Unternehmensgeschichte. Wir arbeiten intensiv daran, eine Kultur der Integrität und Transparenz auf allen Ebenen einzuführen – und kommen gut voran. Unser Ziel ist es sicherzustellen, dass es sich um eine langfristige Veränderung handelt, deren Auswirkungen noch zu spüren sind, wenn das Monitorship bereits lange beendet sein wird. Wir danken Ihnen für Ihre bisher geleistete Arbeit und kontinuierliche Unterstützung. Bei Fragen steht Ihnen das Team von K-IZ gerne zur Verfügung.

Hiltrud D. Werner
Vorständin
für Integrität
und Recht



Thomas Meiers
Leiter Zentral-
koordination
Monitorship



Die IT-City wird papierlos

1.500 Beschäftigte verzichten auf Ausdrücke

Rund 20.000 Seiten konnte die IT-City im September einsparen. Auf das ganze Jahr hochgerechnet wäre der Stapel sogar 50 Meter hoch.



Büroalltag, ganz ohne Dokumente auszu-drucken? Das versuchen derzeit 1.500 Beschäftigte in der IT-City in einem dreimonatigen Selbstversuch.

Bei den Druckern wurde die Druck- und Kopierfunktion deaktiviert, lediglich die Scanfunktion steht aktuell zur Verfügung.

Adrian Niefind (Volkswagen Group Information Systems): „Ziel ist es nicht, in erster Linie Papier zu sparen, sondern digital zu werden. Unser Anspruch ist es, dass keine IT-Mitarbeiterinnen und

IT-Mitarbeiter für ihre tägliche Arbeit drucken müssen.“

In der IT-City läuft der Arbeitsalltag bereits fast papierfrei. Noch vier bis fünf Formulare gilt es zu digitalisieren, um alle relevanten Prozesse vollständig digital zu haben. Der Bewirtungsschein ist zum Beispiel ein Prozess, an dem noch gearbeitet wird.

Praktisch: Der Großteil der Formulare lässt sich inzwischen elektronisch unterschreiben. Das geht mithilfe einer digitalen Signatur. „Diese praktischen Tools müssen wir in den Fokus rücken und den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern an die Hand geben, damit sie Ressourcen sparen können“, sagt Niefind.

Negatives Feedback zu der Aktion gibt es bisher nur wenig. „Das Motto der IT ist ‚Mitmachen statt Ablehnung‘.“ Viele Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter haben bereits Digitalisierungsvorschläge geliefert. „Die Group IT möchte ihrer Vorreiterrolle

gerecht werden“, so Niefind.

Schöner Nebeneffekt: Von 28.440 gedruckten Seiten im August sank die Zahl auf 9.165 Seiten im September. Wenn man die Druckzahlen aus 2018 mit den Hochrechnungen aus dem Pilotprojekt vergleicht, so werden im Jahr über 550.000 Seiten eingespart. Gigantisch: Das entspricht einem Papierstapel von über 50 Meter Höhe.

Pro Jahr über 550.000 Seiten eingespart

Ist die Digitalisierung bei Volkswagen also schon in vollem Gange? „Klares Ja und klares Nein“, so Niefind. In der IT funktioniert generell wenig auf dem Papierweg. In anderen Arbeitsbereichen gebe es noch Möglichkeiten, Dinge zu digitalisieren. Arbeiten ohne Drucker sei aber auch hier möglich.

Dabei bietet die Group IT den Fachbereichen ihre Unterstützung an. „Wir teilen gerne unsere Erfahrungen.“

Batteriezelle in Salzgitter: Konzern setzt neue Maßstäbe

Experten entwickeln, erproben und pilotieren innovative Fertigungsverfahren zur Produktion von Lithium-Ionen-Akkus

Der Volkswagen Konzern setzt neue Maßstäbe bei der Entwicklung, Erprobung und Fertigung der zukunftsweisenden Batteriezelltechnologie am Standort Deutschland. Allein im niedersächsischen Salzgitter sollen bis 2023/24 mehr als 1.000 Arbeitsplätze entstehen – 300 im Volkswagen Entwicklungszentrum mit Pilotanlage, 700 in einem Joint Venture zwischen Northvolt und Volkswagen zum Aufbau und Betrieb einer Batteriezellfabrik. Mehr als eine Milliarde Euro soll im gleichen Zeitraum in die Batteriezellaktivitäten des Volkswagen Konzerns investiert werden. Am Komponentenstandort Salzgitter wurde im September im Center of Excellence (CoE) eine Pilotanlage zur Batteriezellen-Produktion für Kleinserien eröffnet.

Rund 300 Experten entwickeln, erproben und pilotieren am Standort innovative Fertigungsverfahren zur Produktion von Lithium-Ionen-Akkus. Mehr als 100 Millionen Euro investiert Volkswagen im ersten Schritt in die eigenen Entwicklungs- und Fertigungs-



Der Start: Thomas Schmall (von links), Bernd Althusmann, Bernd Osterloh, Herbert Diess und Frank Blome eröffneten die Pilotlinie.

kompetenzen. Hinzu kommen rund 900 Millionen Euro an Investitionsvolumen, die Volkswagen für gemeinsame

Batterieaktivitäten mit dem schwedischen Batteriehersteller Northvolt bereitstellt. Ab 2020 soll in Salzgitter eine 16-Gigawattstunden-Batteriezellfabrik entstehen. Der Start der Produktion ist für den Jahreswechsel 2023/2024 geplant. Dazu hat Volkswagen jüngst ein 50/50-Joint-Venture mit dem schwedischen Batteriehersteller Northvolt gegründet. In diesem eigenständigen Unternehmen sollen mittelfristig 700 Arbeitsplätze entstehen.

Der Volkswagen Konzern hat das Geschäftsfeld CoE/Batteriezelle geschaffen. Hier soll im Zusammenspiel mit Zulieferern die Batteriezelle für den künftigen Einsatz in den E-Modellen des Konzerns weiter verbessert werden. Das Spektrum reicht von der Erhöhung der Kapazität für mehr Reichweite über die Reduzierung seltener Rohstoffe und die Optimierung nachhaltiger Fertigungsprozesse bis zum Recycling der Batteriesysteme.

Eine Pilotanlage für das Recycling von Batterien befindet sich ebenfalls am Standort Salzgitter im Aufbau und soll 2020 in den Betrieb überführt werden.

Neues Geschäftsfeld CoE/Batteriezelle

Strukturelle Veränderung im Zusammchnitt der Konzern Komponente:



„Die Zusammenführung von Entwicklung, Erprobung und Pilotfertigung der Batteriezelle in Salzgitter ist ein Meilenstein in der Elektro-Offensive des Konzerns. Durch die Bündelung der Kompetenzen treiben wir die Weiterentwicklung der Batteriezellen selbst voran, entwickeln neue Standards und können sie schnell in die Serienfertigung überführen.“

Stefan Sommer, Vorstand für Komponente und Beschaffung Volkswagen AG



Thomas Schmall und Dr. Stefan Sommer zur Batteriestrategie und Elektro-Offensive.

„Beschäftigungssicherung und Wirtschaftlichkeit sind auch in der Transformation kein Widerspruch. Das zeigen unser Center of Excellence, die Pilotanlage und die künftige Zellfabrik. Wir als Arbeitnehmervertreter haben diese Themen immer getrieben. Inzwischen ist das Know-how unserer Kolleginnen und Kollegen rund um den Kreislauf der Zellproduktion Gold wert für Volkswagen. Auch die Preise für die Zellen aus Salzgitter sind wettbewerbsfähig. Jetzt muss das Unternehmen die Transformation der Beschäftigten am Standort mit Qualifizierung und Weiterbildung intensiv begleiten.“

Bernd Osterloh, Vorsitzender Gesamt- und Konzernbetriebsrat Volkswagen AG



„Wir entwickeln und fertigen schon heute Leistungselektronik, Batteriesysteme, E-Motoren und Ladesysteme und bauen Recycling-Kompetenz für Batterien auf. Mit der Integration des Entwicklungs- und Produktionszentrums Batteriezelle in die Komponente werden wir ein weltweit führender Hersteller von E-Komponenten.“

Thomas Schmall, Vorstandsvorsitzender Volkswagen Group Components



„Die Entscheidung ist gut für Niedersachsen und Deutschland, da wichtige Wertschöpfungsprozesse des künftigen Autobaus bei Volkswagen und seinen Zulieferern bleiben. Nur so behalten wir bei dieser Technologie Anschluss an die Weltspitze. Um den Transformationsprozess in die E-Mobilität zu gestalten, waren mutige Entscheidungen notwendig. Dafür gebührt dem Volkswagen Konzern, insbesondere Herrn Dr. Diess, große Anerkennung.“

Bernd Althusmann, Wirtschaftsminister Niedersachsen



„Das Auto der Zukunft fährt elektrisch. Volkswagen muss deshalb die Kompetenzen in der Batterie-Technologie deutlich ausweiten. Die Batterie bildet den Kern nachhaltiger Mobilität und ist ein wesentlicher Teil künftiger Wertschöpfung. Daher investieren wir in den nächsten fünf Jahren massiv in den Kompetenzaufbau auch bei Batteriezellenentwicklung- und -produktion und gehen Partnerschaften ein. Damit leisten wir unseren Beitrag für einen erfolgreichen Wandel der Automobilindustrie in Deutschland.“

Herbert Diess – Vorstandsvorsitzender Volkswagen AG



Was ist eine Anode, was ist der Memory-Effekt? Eine Erklärung der wichtigsten Begriffe zur Batteriezelle gibt es unter:



3 Fragen



Frank Blome verantwortet das Geschäftsfeld CoE/Batteriezelle bei der Group Components

„Batteriezelle ist wichtiges Thema für Europa“

1 Welche Bedeutung hatte die Eröffnung des CoE/Batteriezelle, die auch medial großes Interesse geweckt hat?

Das breite öffentliche Interesse zeigt eindrucksvoll, wie wichtig das Thema Batteriezelle in Europa ist und welche Bedeutung es für die Automobilbranche als Zukunftsthema hat. Uns war wichtig, dass alle Mitarbeiter an der Eröffnung teilhaben können. Das hat geklappt und war eine schöne Wertschätzung für die harte Arbeit in der Aufbauphase.

2 Sie haben das CoE aufgebaut und leiten nun das Geschäftsfeld CoE/Batteriezelle bei Group Components. Warum braucht es dieses Geschäftsfeld in der Komponente?

Die Batteriezelle gewinnt durch die starke Elektrifizierungsstrategie im Volkswagen Konzern weiter an strategischer Bedeutung. Wir werden nun neben dem Management der Lieferanten und dem Kompetenzaufbau auch aktiv in die Produktion von Batteriezellen einsteigen. Unsere Beteiligung an der Northvolt AB und unser 50/50-Joint-Venture mit Northvolt bedingen den weiteren Ausbau der Aktivitäten im Konzern. Da hier der Fokus deutlich stärker auf Produktionsinhalten liegt, ist das Geschäftsfeld CoE/Batteriezelle in der Konzern Komponente der nächste wichtige Meilenstein.

3 Was sind die nächsten Schritte im Geschäftsfeld und welche Themen gehen Sie priorisiert an?

Die Geschäftsfeldstruktur haben wir bereits ausgeplant. Aktuell sind wir dabei, die entsprechenden Beschlüsse im Vorstand einzuholen, um dann die Besetzung der Stellen anzugehen. Aber auch die Gründung des Joint Ventures treiben wir voran: Hier befinden wir uns in der Start-up-Phase und gehen nun die Details zur Umsetzung des Businessplans an. Wir planen also die Organisation im Detail aus, arbeiten an der Besetzung der relevanten Stellen, definieren die grundsätzlichen Regeln und Prozesse der Firma und vieles mehr, was den Geschäftserfolg des Joint Ventures ausmacht. Es liegen also viele spannende Themen vor uns!

Neuer Weg: Einer entwickelt für alle

Nächste Stufe in Konzernstrategie „Together 2025+“ eingeleitet: Synergien durch Lead-Verantwortung in Forschung und Entwicklung

Die Potenziale und Synergien des Konzernverbunds stärker zu nutzen, ist eine Leitlinie der Strategie „Together 2025+“, die der Vorstand im Juni 2019 auf den Weg gebracht hat. Bei einer Vorstandsklausur in Wolfsburg haben Frank Welsch, Entwicklungsvorstand der Marke Volkswagen, Audi Technikvorstand Hans-Joachim Rothenpieler und Michael Steiner, Entwicklungsvorstand bei Porsche, über die nächsten Schritte im Programm „Best Performance Engineering“ (BPE) berichtet und grünes Licht für die Umsetzung erhalten.

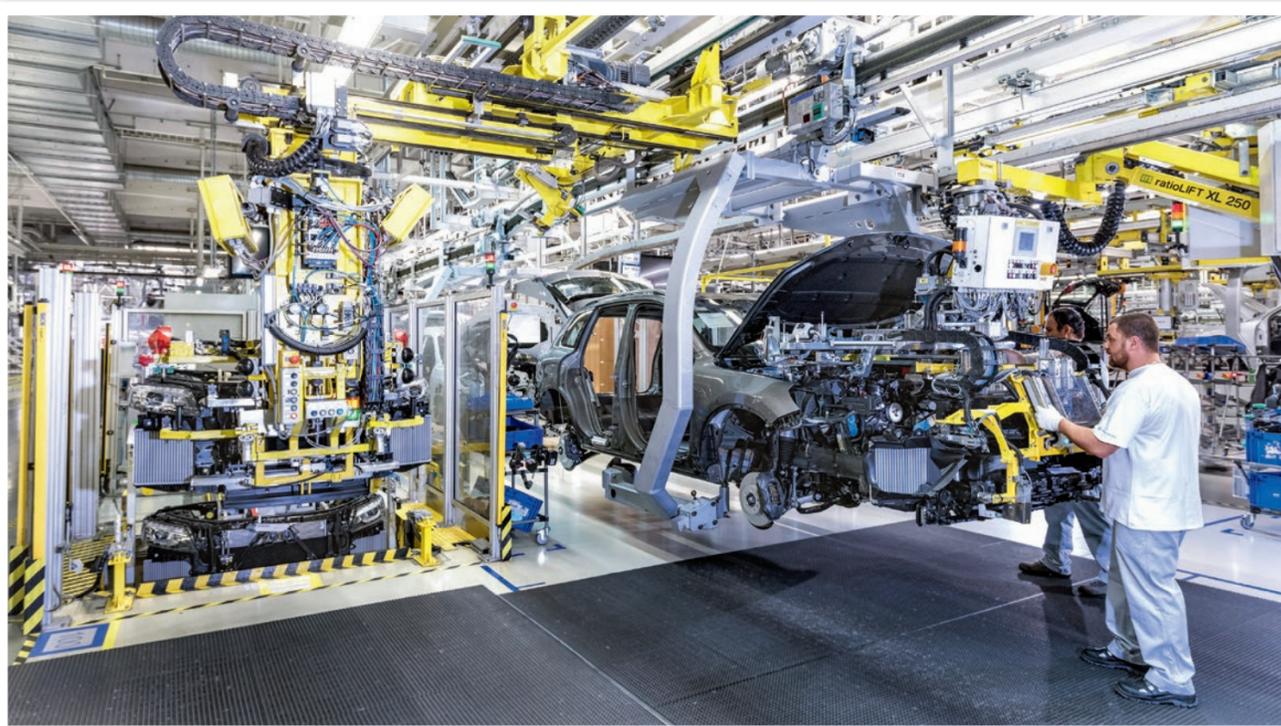
Für die Forschung und Entwicklung legt die Konzernstrategie „Together 2025+“ fest: Der Entwicklungsverbund soll stärker markenübergreifend und effizienter arbeiten als bisher. Experten sollen sich enger vernetzen, ihr Knowhow teilen und partnerschaftlich zusammenarbeiten. Audi Entwicklungsvorstand Rothenpieler ergänzt:



Hans-Joachim Rothenpieler, Vorstand für Technische Entwicklung bei Audi

„Je eingespielter unsere Marken im Team sind, desto erfolgreicher werden wir zusammen als Konzern sein. Deswegen setzen wir jetzt mehr auf Augenhöhe und Kooperation unter den Marken als auf Wettbewerb.“

Im BPE-Programm gibt es zwei Handlungsfelder. Das erste: Synergiefamilien in der Entwicklung finden. Wie aktuell beim Volkswagen Passat und dem Škoda Superb: Zwei



Das „Einer-für-alle-Prinzip“ schafft im Konzern-Entwicklungsverbund starke Synergien und verringert die Kosten deutlich, da mehr gleiche Bauteile in der Fertigung montiert werden.

Marken wollen eigene Modelle auf der gleichen Plattform entwickeln und bauen, eine (!) Marke übernimmt die Entwicklungsverantwortung. Ein Projektteam arbeitet dann als „Generalentwickler“ für beide Marken.

Für alle Marken spart das Kosten bei Prototypen und Erprobungsträgern. Zudem werden deutlich mehr gleiche Bauteile verwendet; teure Doppelarbeit wird vermieden. Michael Steiner,



Michael Steiner, seit 2016 Entwicklungsvorstand bei Porsche

der bei Porsche die Forschung und Entwicklung leitet, merkt an: „Aber wir achten darauf, die Identität der Marken zu wahren – ein Porsche bleibt ein Porsche, ein Audi ein Audi, ein Volkswagen ganz klar ein Volkswagen. Und genau das muss für alle Marken im Konzern gelten.“

Handlungsfeld zwei ist die zentrale Entwicklungsverantwortung durch Lead-Verantwortliche im Konzern-Entwicklungs-

verbund: Die Lead-Entwickler tragen dauerhaft die Verantwortung für Inhalte, Prozesse, Konzepte und für die Budgets der Teilbaukästen (TBK). Die anderen Marken sind als Nutzer der Komponenten dieser TBK für Applikation und Integration in ihre Fahrzeuge verantwortlich. Diese zentrale Steuerung von Entwicklungsprojekten hilft, das Knowhow und die Ressourcen der Technischen Entwicklungen im



Frank Welsch, Entwicklungsvorstand Volkswagen Pkw

Konzern effizienter und nachhaltiger einzusetzen. Denn auch hier gilt das „Einer-für-alle-Prinzip“. Volkswagen Entwicklungschef Welsch sagt: „Das Ausrollen der Lead-Verantwortungen vermeidet Doppelarbeiten im Konzern und schafft Freiräume für neue Projekte und Zukunftsthemen. Die wichtigste Voraussetzung für die Einführung der Lead-Entwickler sind klar definierte Rollen und Verantwortungen.“

Volkswagen gedenkt der Opfer von Halle

Schweigeminute am Gedenkstein bei Volkswagen in Wolfsburg

Am Gedenkstein vor dem Eingang des Unternehmensarchivs im Volkswagen Werk Wolfsburg gedachten Personalvorstand Gunnar Kilian, der Gesamt- und Konzernbetriebsratsvorsitzende Bernd Osterloh, Mitglieder des Markenvorstands, Vertreter des Gesamt- und Konzernbetriebsrats, der Jugend- und Auszubildendenvertretung sowie weitere Mitarbeiter der Opfer des Terrorakts von Halle. Der Markenvorstand und der Betriebsausschuss hatten dafür ihre Sitzungen unterbrochen. Nach einer Schweigeminute legten die Teil-

nehmerinnen und Teilnehmer weiße Rosen auf den Gedenkstein.

Gunnar Kilian erklärte: „Es macht mich fassungslos und stimmt mich zutiefst traurig, dass in meinem Heimatland Deutschland solch hemmungslose Gewalt ausgeübt und unschuldige Menschen auf der Straße ermordet werden. Das darf nicht sein.“ Er betonte, dass Volkswagen auch mit dieser Schweigeminute ein klares Zeichen setzt, dass Antisemitismus, Rechtsextremismus und Gewalt im Unternehmen keinen Platz haben. „Wir müssen heute, Jahrzehnte nach

dem Ende des Naziregimes, mit aller Entschlossenheit gemeinsam aufstehen und uns dem entgegenstellen.“

Bernd Osterloh sagte: „Der Anschlag in Halle hat uns erschüttert. Er macht uns fassungslos und wütend. Für die Belegschaft bei Volkswagen sind die historische Erinnerung und unsere aktuelle Verantwortung seit Langem untrennbar mit unserer Unternehmenskultur verbunden. Wir signalisieren daher ganz klar: Volkswagen steht mit aller Geschlossenheit gegen jede Form von Antisemitismus.“



Schweigeminute am Gedenkstein: Unternehmen und Betriebsrat gedachten der Opfer von Halle.

Stimmungsbarometer: Jetzt mitmachen!

Wie läuft es im Team? Mehr als 600.000 Beschäftigte werden um ihre Meinung gebeten

Der Volkswagen Konzern geht mit seiner konzernweiten Mitarbeiterbefragung in eine neue Runde.

Weltweit erhalten in den nächsten Wochen mehr als 600.000 Beschäftigte aus rund 180 Gesellschaften die Gelegenheit, ihre Meinung zu Themen wie Zusammenarbeit und Führung, Information, Arbeitsplatz und Arbeitsabläufen einzubringen. Vor allem aber können sie durch ihr Feedback Verbesserungen vortreiben. In jeder Gesellschaft stehen

für die Teilnahme bis zu vier Wochen zur Verfügung, bei der Volkswagen AG läuft der Zeitraum vom 21. Oktober bis zum 17. November 2019.

Personalvorstand Gunnar Kilian sagt: „Wir meistern die Transformation unserer Industrie nur, wenn wir im Unternehmen bestmöglich zusammenarbeiten. Das Stimmungsbarometer ist deshalb nicht nur ein Instrument, die Stimmung zu messen. Es gibt jeder Mitarbeiterin, jedem Mitarbeiter eine Stimme, sich einzu-

bringen. Sie wird gehört. Denn nach der Befragung sind alle Führungskräfte angehalten, die Ergebnisse in ihren Teams zu besprechen, Verbesserungen zu vereinbaren, sie umzusetzen und auch zu dokumentieren. Damit gewährleisten wir Verbindlichkeit, Transparenz, Nachhaltigkeit. Wir geben damit ein klares Signal: Jeder kann etwas bewegen!“ Die Teilnahme ist freiwillig und anonym.

Mitmachen im Volkswagen Net unter stibam.de



Aus Konzernforschung wird Group Innovation

Interview: Leiter Axel Heinrich über veränderte Strukturen und die Leuchtturmprojekte der nächsten Jahre

Herr Heinrich, die Konzernforschung heißt jetzt Group Innovation. Warum dieser Name?

Forschung ist kein Selbstzweck – der Anspruch des Forschens sollte immer Innovation sein. Seit einem Jahr sind wir dabei, uns neu aufzustellen. Früher war die Konzernforschung eher lokal orientiert, wir hatten einen starken Fokus auf das Automobil, und das von Wolfsburg aus. Jetzt haben wir viele internationale Innovationsstandorte integriert und den Fokus auf regionale Mobilitätsbedarfe erweitert. Hinzu kommt das Venturing, also das Ziel, sich an Start-ups zu beteiligen. Außerdem haben wir unser Innovationsportfolio gebündelt. Statt wie früher viele einzelne Themen zu bearbeiten, konzentrieren wir uns nun auf strategische und zentrale Handlungsfelder. Der neue Name bringt das zum Ausdruck.

Wie sieht diese Neuausrichtung aus?

Die Volkswagen Group Innovation besteht aktuell aus den drei Zent-

Fototermin am autonom fahrenden Konzeptfahrzeug Sedric: Axel Heinrich, Leiter der Konzernforschung, die jetzt in Group Innovation umbenannt worden ist.



Die Welt von morgen gestalten

Der Forschungsbereich wurde 1969 gegründet. Aktuell arbeiten etwa 750 Mitarbeiter an mehreren Standorten – etwa in Wolfsburg, Potsdam, Tel Aviv, Kalifornien, Peking und Tokio. Vieles aus der Forschung fließt später in die Entwicklung und Produktion des Golf, des ID.3 und anderer Konzernmodelle. Bis Juli wurde der Bereich unter dem Namen Group Innovation strategisch neu ausgerichtet.

ren Europa, Asien und Kalifornien sowie kleineren Hubs mit lokalem Fokus. In den Zentren werden wir jeweils bestimmte Mobilitätslösungen als Leuchttürme vorantreiben. In Europa zum Beispiel werden wir schwerpunktmäßig das autonome Fahren auf Langstrecke erforschen. Es geht unter anderem um Antriebe wie die Batterie und die Brennstoffzelle. Wir nennen das Leuchtturmprojekt „Gen.Travel“.

Was passiert in Asien und den USA?

Die Kollegen in Asien fokussieren sich auf urbane Systemmobilität. Das Projekt nennen wir „Gen. Urban“. Es geht um 5G-Kommunikation und intelligente Verkehrsführung, aber auch um neue Innenraumkonzepte beim autonomen Fahren. Und in Kalifornien forschen wir zu allem, was mit

De karbonisierung zu tun hat. Das Projekt heißt „Go.Green“. Also: Was kann Volkswagen tun, um seinen CO₂-Footprint zu verkleinern und nachhaltige Individualmobilität zu demokratisieren.

Was ist der Vorteil dieser Struktur?

Der Mehrwert spiegelt sich in vielen Ebenen, die Standorte sind im engen Austausch, es fließen viele Innovationskulturen und Perspektiven zusammen. Kollegen aus Peking oder Tokio zum Beispiel leben in Megacities, in denen das Fahren in urbanen Räumen eine ganz andere Bedeutung hat als bei uns in Deutschland – es ist ein gewinnbringender und gemeinsamer Weg in die Zukunft der Mobilität.

In Wolfsburg haben Sie die sogenannten Center of Innovation ge-

gründet. Was verbirgt sich dahinter?

Das sind Organisationseinheiten, also Teams, die sich intensiv mit sogenannten Deep-Tech-Themen beschäftigen: mit der Batterie, der Brennstoffzelle und dem autonomen Fahren. Das Besondere: Sobald die Innovationsziele erreicht sind, implementieren wir die Schlüsselkompetenzen als Multiplikatoren in den für dieses Thema definierten Bereich.

Die Beschäftigten verlassen die Group Innovation?

„Verlassen“ ist hier nicht das richtige Wort. Bestimmte Führungskräfte und Mitarbeiter wechseln als Wissensträger in die richtigen Positionen, um die Entwicklung der Themen nachhaltig vorantreiben zu können. Nehmen wir das Beispiel Batterie. Die Einheit wird in den

nächsten zwei bis drei Jahren ins Center of Excellence wandern, das gerade in Salzgitter eröffnet worden ist. Wir setzen unseren Fokus dann auf die Initialisierung neuer Center of Innovation.

Was sagen die Mitarbeiter?

Wir haben die Neuausrichtung in neun Monaten umgesetzt. Dass das so schnell und gut gelungen ist, hat mit unseren Mitarbeitern zu tun, die diesen Weg hoch motiviert mitgegangen sind. Natürlich gab es Ängste und auch offene Kritik. Ein wichtiger Faktor in einer Neuausrichtung ist Transparenz: Wir haben alle früh in die Planung einbezogen, über die anstehende Transformation informiert und Plattformen zur Partizipation initiiert – alles in enger Absprache mit Betriebsrat und Personalwesen.

Monitorumfrage in der Belegschaft: Antworten sind ausgewertet

Antworten von 24.000 Mitarbeitern bei Volkswagen, Audi und Volkswagen Group of America – Positive Veränderungen

Mitarbeiter bei Volkswagen und Audi sind eng vertraut mit den Instrumenten des Unternehmens, die den Kulturwandel vorantreiben und Integrität fördern. Dies hat die Studie bestätigt, die der US-Monitor Larry D. Thompson Ende vergangenen Jahres beauftragt hatte. Insgesamt über 63.000 Beschäftigte von Volkswagen AG, Audi AG und Volkswagen Group of America waren eingeladen, teilzunehmen. Gefragt war ihre Meinung bezüglich Compliance, Kulturwandel, Führung und Integrität im Unternehmen.

Die Umfrageergebnisse zeigen sowohl Stärken als auch Verbesserungspotenzial im Volkswagen Konzern:

Rund 95 Prozent der Befragten kennen alle oder zumindest mehrere der Instrumente. Dazu zählen unter anderem die Verhaltensgrundsätze, das Integritätsprogramm T4I, die

Konzerngrundsätze sowie die Whistleblower-Hotline des Hinweisgebersystems. Knapp 75 Prozent der Befragten sind die Verhaltensgrundsätze bekannt und bewerten sie als hilfreich bei Entscheidungen in der täglichen Arbeit.

Mehr als drei Viertel aller Befragten gaben auch an, dass sowohl ihr direkter Vorgesetzter als auch die Top-Manager mit ihnen über Fragen von Compliance und Integrität reden. 73 Prozent sagen, dass sie ihre direkten Vorgesetzten auch in der täglichen Arbeit als integer erleben. Die Studie thematisiert aber auch kritische Punkte, an denen das Unternehmen weiter arbeiten muss:

Die überwiegende Mehrheit der Befragten ist davon überzeugt, dass Tarifmitarbeiter und Manager für Fehlverhalten verantwortlich gemacht werden. Dabei gehen mehr



Befragte davon aus, dass Tarifmitarbeiter mit Sanktionen rechnen müssen. Deutlich weniger glauben, dass auch Top-Manager bei Fehlverhalten zur Verantwortung gezogen werden. Dazu sagt Hiltrud Werner, Konzernvorständin für Integrität und Recht: „Dies zeigt deutlich, dass wir unsere Anstrengungen auf allen Ebenen fortsetzen und eher noch erhöhen müssen, um den Kulturwandel in unserem Unternehmen voranzubringen. Wir werden die jetzt vorliegenden Ergebnisse der ECI-Studie intensiv auswerten, um daraus Lehren für den weiteren Rollout unseres T4I-Programms zu gewinnen.“

Die Umfrageergebnisse basieren auf den Aussagen Ende vergangenen Jahres. Seitdem hat das Unternehmen bereits viel getan, um Compliance, Kulturwandel und Integrität

weiter voranzubringen. Dazu zählen unter anderem Initiativen wie das „Role Model Program“, bei dem Management und Mitarbeiter über rein fachliche Themen hinaus ins Gespräch kommen.

Alle Mitarbeiter werden in regelmäßigen Abständen verpflichtend zum konzernweit gültigen Code of Conduct geschult. Mitarbeiter können rund um die Uhr über die einheitliche Rufnummer 00800 444 46300 Hinweise auf schwere Regelverstöße abgeben. Für Manager besteht eine Meldepflicht. Rund 3.000 Hinweise sind im vergangenen Jahr eingegangen. Das in diesem Jahr initiierte Programm „Excellent Leadership“ stellt darüber hinaus die Managemententwicklung und -qualifizierung grundlegend neu auf und setzt auf mehr Vielfalt im Management.

360°: Hier steht das Geburtshaus der App

Software Development Center mitten in Wolfsburg: Team von zehn Mitarbeitern entwickelt Programm innerhalb eines Jahres

Die 360° App versorgt die Mitarbeiter der Volkswagen AG verlässlich mit allen Neuigkeiten aus dem Konzern. Was kaum jemand weiß: Die App ist ein echter Wolfsburg, programmiert im Software Development Center (SDC).

In einem unscheinbaren Gebäude in der Alessandro-Volta-Straße mitten in Wolfsburg liegt das Software Development Center. Gerade kehrt auch dort wieder etwas Ruhe ein, denn bis vor Kurzem war das SDC noch in zwei Büros über die Stadt verteilt.

Hier wird tagtäglich agil und mit Kundenfokus die digitale Zukunft von Volkswagen, nämlich Software, entwickelt. Der Arbeitsalltag beginnt mit einem Office-Stand-up, in dem alle Kolleginnen und Kollegen sich kurz zu den aktuellen Dingen des Tages absprechen.

Danach geht es für die meisten Teams gleich weiter in den Team-Stand-up, wo sich die einzelnen Entwicklungsteams zu den aktuellen Produktthemen kurz austauschen.

Dann geht's auch schon los: Die Entwickler nehmen sich ihre Userstories und beginnen im Pair-Programming-Modus an dem jeweiligen Kundenbedürfnis zu arbeiten.

Das Besondere beim Pair-Programming ist, dass sich zwei Entwickler einen Arbeitsplatz und auch einen Rechner teilen – einer schreibt den Code, der andere gibt dazu Feedback.

Hier wird also auch noch nebenbei schnell Wissen vermittelt und es hilft, Fehlern im Software-Code vorzubeugen. Auch über die Mittagspause hinweg bis hin zum Feierabend wird alles im Team erledigt.

„Wir haben bereits 120 Kolleginnen und Kollegen aus den unterschiedlichsten Berufen in unserem Team, beispielsweise als Softwareentwickler, UX-Designer oder Product-Manager, die täglich einen tollen Job im Dienste des Kunden verrichten“, sagt Holger Urban, einer der Leiter des SDC in Wolfsburg.

Das Entwicklungsportfolio reicht von Produkten wie „ElsazGo“ für den After-Sales-Bereich bis hin zu „My Volkswagen“, dem neuen Kundenportal, wo alle relevanten Informationen rund um das Fahrzeug, digitale



Arbeit an der 360° App: Im Software Development Center (SDC) haben Volkswagen Mitarbeiter das Programm entwickelt.



Alle Arbeiten agil: Entwickler und Führungskräfte

Dienste und Services zur Verfügung stehen.

Das SDC in Wolfsburg sowie das in Berlin zählen zum Typ 3, wo auf die Zusammenarbeit mit internen Mitarbeitern gesetzt wird. SDCs vom Typ 1 arbeiten vorrangig mit externen

Partnern. Eine Mischform daraus ist der Typ 2, in dem überwiegend mit internen Mitarbeitern zusammengearbeitet wird, wo aber auch eine Kooperation mit externen Partnern möglich ist. Inzwischen ist das SDC nicht nur national in Wolfsburg, Berlin, Dresden, sondern auch international in Pune und

Lissabon vertreten.

Der Betriebsrat ist seit Jahren eine treibende Kraft hinter den Investitionen in die SDCs. „In der laufenden Transformation unserer Branche ist mehr eigene Kompetenz für Softwareentwicklung ein zentraler Erfolgsfaktor“, sagt der zuständige Betriebsratskoordinator Heinz-Joachim Thust. „Wir fördern die SDCs



Heinz-Joachim Thust

daher von der ersten Stunde an. Neben ihrer innovativen Arbeit selber ist es für uns entscheidend, diese Hubs als Zentren einer starken Gemeinschaft in unsere weltweit wachsende IT-Familie einzubinden. Dabei geht es nicht zuletzt um nachhaltige neue Arbeitsplätze und um zukunftsweisende Wege der Zusammen-

arbeit im Büro.“ Im SDC Wolfsburg ist auch das wohl derzeit bekannteste Produkt, die 360° Volkswagen App, entstanden. Sie ist die erste von Volkswagen selbst entwickelte Mitarbeiter-App für die Volkswagen AG. Ein Team von zehn Kolleginnen und Kollegen, bestehend aus Softwareentwicklern, UX-Designern, Product-Managern sowie Product-Ownern, erarbeitete in nur einem Jahr die erste App-Version.

„Ich bin stolz darauf, an einem intern entwickelten Produkt von Mitarbeitern für Mitarbeiter zu arbeiten. Mithilfe des Feedbacks der Kollegen versuchen wir die App stetig weiter zu verbessern, um besser im Berufsalltag unterstützen zu können.

Es freut mich sehr, als Teil des SDC den digitalen Wandel bei Volkswagen mitgestalten zu können“, sagt Dennis Franke, Softwareentwickler.

In der sechsmonatigen Pilotierungsphase wurde in vielen Nutzer-Workshops, durch Befragungen und Usability-Tests herausgefunden, was die Kolleginnen und Kollegen sich von einer modernen Mitarbeiter-App wünschen. Seit Mai ist sie kostenlos verfügbar für dienstliche iPhones sowie für private Android- oder Apple-Smartphones. Inzwischen hat die App mehr als 22.000 interne Nutzer, die sich zu aktuellen News und über interessante Services wie die Speisepläne der Betriebsrestaurants informieren. Eine neue App-Version steht ebenfalls schon in den Startlöchern und folgt in Kürze – beispielsweise mit dem vereinfachten Zugriff auf die HR Self Services (An- und Abwesenheit, Gehaltsnach-

360° Volkswagen App

Hier kann man die App runterladen

Die 360°-Mitarbeiterapp versorgt die Beschäftigten mit allen wichtigen Nachrichten aus der Konzernwelt. Sie ist sowohl auf dienstlichen als auch auf privaten Smartphones nutzbar. Zum runterladen QR-Code scannen.

JETZT BEI
Google Play

Laden im
App Store

weis etc.), den internen Kleinanzeigen (Suche & Biete) und weiteren Funktionen. Auch können die Kolleginnen und Kollegen zukünftig einen Ersatz-Werksausweis über die App beantragen – und das bequem von der Couch aus.



Dennis Belling

„Ich bin sehr stolz auf unser App-Team, denn inzwischen sind wir eine echte Talentschmiede für App-Experten geworden. Das zeigt sich gerade bei Herausforderungen, denn dort finden wir schnell den richtigen Lösungsweg“, sagt Dennis Belling, Product-Owner der App.

See statt Silo: Die Datenverarbeitung der Zukunft

Im Logistics-Data-Lake sammelt die Konzernlogistik ihr Wissen für den gesamten Konzern

Nein, selbsterklärend ist das nicht. Deswegen beschreibt Carolina Moreno González, Leiterin Logistics, Analytics, Reporting & Controlling der Konzernlogistik, die Zukunft der Datenverarbeitung mit einem Bild:

„Früher haben wir Informationen in Silos ohne Verbindung zueinander aufbewahrt. Heute fließen Kennzahlen und Fachwissen in einem großen See zusammen, auf den jeder zugreifen kann.“ In diesem sogenannten Logistics-Data-Lake stellen IT-Systeme aus der Logistik automatisiert Daten aus Texten oder Kalkulationstabellen bereit. Zusammen mit den IT-Kollegen des Application-Managements konnte die Konzern Logistik innerhalb weniger



Roland Harms, Carolina Moreno González, Hadhami Dhraief, Thorsten Sommer, Daniel Markow und Tobias Faust (von links).

Monate eine neue Datenplattform in der Cloud aufbauen. Moreno González betont: „Als Teil der Volkswagen Indus-

trial Cloud (Digital Production Plattform – DPP) bei Amazon steht unsere Plattform allen Fachbereichen offen.“

Denn je höher der Datenbestand im See, desto stärker der Mehrwert fürs Unternehmen. Zumindest theoretisch: Im Date-Lake liegen erst einmal bloß Rohdaten. Stand heute: ca. zehn Terabyte an komprimierten Daten, umgerechnet mehr als 10 Milliarden DIN-A4-Seiten. Moreno González erläutert: „Damit wir solche Datenmengen gewinnbringend nutzen können, benötigen wir Data-Scientists, also Experten für die Vernetzung und Auswertung großer, vielschichtiger Informationen. In der Konzernlogistik haben wir ein entsprechendes Rollenprofil entwickelt und bauen passende Jobs auf.“

Die Data-Scientists machen schließlich gemeinsam mit Soft-

wareentwicklern die Daten aus dem See praktisch nutzbar: Die Informationen fließen als Wissensbasis beispielsweise in Frühwarnsysteme, Maschinensensoren und Smartphone-Apps. Unterstützt von künstlicher Intelligenz helfen sie dabei, Verkehrsflüsse zu optimieren, automatisch Termine mit Speditionen zu vereinbaren und Teilebestände zu überwachen. Damit ersetzen sie Excel-Tabellen und manuellen Aufwand. Die Leiterin Logistics Analysis, Reporting & Controlling erklärt: „Der Date-Lake ist die Grundlage für mehr Effizienz, Qualität und Kundenzufriedenheit. Erfolg ist nämlich eine Frage des Wissensvorsprungs.“



DHL setzt auf E-Transporter von MAN

Modell eTGE
in Paris im Einsatz

Er ist Vorbote der neuen City-Mobilität in Paris: der MAN eTGE. In diesem Jahr ist er bei drei großen französischen Unternehmen in den täglichen Betrieb gegangen. Für den internationalen Expressdienstleister DHL Express befördert er auf der ersten und letzten Meile Pakete im neunten Bezirk der französischen Hauptstadt. An den Bahnhöfen Gare de Lyon sowie Gare de l'Est wird er bei SNCF Réseau Gleis-Wartungstechnik und Material auf kurzen Distanzen zwischen Werkstatt und Baustellen transportieren. SNCF Réseau ist der Betreiber des Eisenbahnnetzes in Frankreich. Der weltweit tätige Logistikdienstleister GEODIS nutzt den lokal emissionsfreien 3,5-Tonner-Kastenwagen von MAN ebenfalls für seinen Lieferverkehr in Paris.



Neu: Lkw ohne Fahrerhaus

Scania präsentiert Konzept-Lkw



Mit einem Konzept-Lkw ohne Fahrerhaus hat eine Gruppe von Scania Experten aus verschiedenen Bereichen einen weiteren Meilenstein in der Entwicklung schwerer selbstfahrender Nutzfahrzeuge erreicht. Da verschiedene Branchen bestrebt sind, Transportaufgaben zu rationalisieren und nachhaltiger zu gestalten, kommt es immer häufiger zu Überlegungen, selbstfahrende Nutzfahrzeuge einzusetzen. Gut kontrollierte Standorte, wie beispielsweise Bergwerke und Großbaustellen in geschlossener Bauweise, bieten gute Voraussetzungen für den Einsatz in einem Pilotprojekt. „Mit dem Konzept-Lkw Scania AXL unternehmen wir einen wichtigen Schritt in Richtung intelligenter Transportsysteme der Zukunft. Selbstfahrende Fahrzeuge werden dabei immer



Henrik Henriksson

selbstverständlicher“, so Henrik Henriksson, Vorsitzender und CEO von Scania. „Wir entwickeln und testen weiterhin neue Konzepte, um zu zeigen, was wir mit der heute verfügbaren Technologie erreichen können.“ Die Software ist für autonome Fahrzeuge in vielerlei Hinsicht wichtiger als die Hardware. Lenkung und Überwachung des Scania AXL erfolgen über eine intelligente Steuerungsumgebung. In Bergwerken beispielsweise wird der autonome Betrieb durch ein Logistiksystem unterstützt, das dem Fahrzeug vorgibt, wie es sich verhalten soll. Der Verbrennungsmotor, der das Konzeptfahrzeug antreibt, ist ein Beispiel für das Zusammenspiel von traditioneller und neuer Technologie. Er wird zweckmäßigerweise mit Biokraftstoff aus erneuerbaren Quellen betrieben.



Seat: Treibstoff aus Biomüll in Fahrzeugen

Marke beteiligt sich an EU-Projekt

Seat wird sich bis 2023 an dem kürzlich von der Europäischen Kommission genehmigten Projekt „Life Landfill Biofuel“ beteiligen. Ziel des Projekts ist, erneuerbares Gas aus kommunalen Deponien zu gewinnen. Das Projekt wird in den kommenden vier Jahren gemeinsam mit anderen Partnern entwickelt und verfügt über ein Gesamtbudget von 4,3 Millionen Euro. Davon wird die Europäische Kommission 55 Prozent übernehmen. Die Europäische Union wird die Menge der Siedlungsabfälle, die bis 2035 deponiert werden



können, auf 10 Prozent begrenzen. Die Umwandlung von Abfällen in Fahrzeug-Biokraftstoff ist daher eine Lösung für diese ökologische Herausforderung. In Europa gibt es fast eine halbe Million Deponien, sodass die Erforschung zur Umwandlung in eine Energiequelle eine große unternehmerische Chance darstellt.



110 Jahre Bugatti

Jubiläum: Sternfahrt und Fest „Grand Fête“

Bugatti feiert in diesem Jahr sein 110-jähriges Bestehen. Kunden, Journalisten, Mitarbeiter und interessierte Besucher waren deshalb zum Jubiläumsfest „Grand Fête“ nach Molsheim eingeladen. Am elsässischen Unternehmenssitz standen

die Fahrzeuge der Marke im Mittelpunkt. Präsentiert wurden Klassiker und aktuelle Modelle. Das Fest war Abschluss einer Sternfahrt entlang von Lebensstationen des Gründers Ettore Bugatti wie Mailand, Monaco und Paris nach Molsheim.



Neue Erlebniswelt im Audi Forum Neckarsulm

Interaktive Stationen warten auf Besucher

Faszination „rote Raute“ hautnah erleben: Im Audi Forum Neckarsulm ist anlässlich des 25-jährigen Jubiläums der RS-Modelle eine neue Erlebniswelt entstanden.

Die Ausstellungsfläche vor dem Audi exclusive Studio im ersten Obergeschoss wurde komplett umgestaltet. Neben Highlight-Fahrzeugen mit individueller Ausstattung und Lackierung sorgen nun auch zwei Rennwagen von Audi Sport customer racing und zwei interaktive Stationen für ein besonderes Erlebnis. Der neue Bereich kann ab sofort besucht werden. Die

Umgestaltung der Fläche im ersten Obergeschoss zur Erlebniswelt von Audi exclusive ist umfangreich: Die Wände sind mit deckenhohen Bildern und markeneigenen Slogans versehen. An der Glasfront zur Piazza prangt eine rot-schimmernde Beklebung.

Die neue Erlebniswelt lässt Besucher an zwei interaktiven Stationen selbst aktiv werden: Sogenannte „Soundduschen“ machen Motorgeräusche von aktuellen Modellen und Rennwagen akustisch und physisch erlebbar, indem die Sitze zum Sound vibrieren.

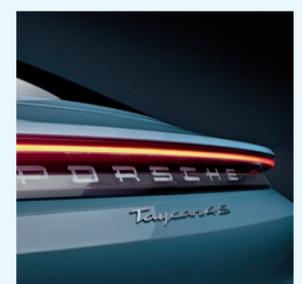


Karoq¹: Viertelmillion in zwei Jahren

Kompakt-SUV überzeugt bei Kunden

Im Škoda Werk Mladá Boleslav ist jetzt der 250.000. Škoda Karoq vom Band gerollt. Das Jubiläumsmo- dell ist ein Karoq 1,0 TSI 85 kW (115 PS) in der Farbe Schwarz Magic Metallic. Das Kompakt-SUV feierte seine Weltpremiere Mitte Mai 2017 in Stockholm, die Serienfertigung begann im Juli 2017. Damit hat der

Karoq die Marke von einer Viertelmillion Exemplaren kaum mehr als zwei Jahre nach Produktionsbeginn erreicht. Ins Modelljahr 2020 geht der Karoq mit einem noch einmal verbesserten Sicherheits- und Komfortangebot. Ein weiterer Ausbau des Angebots im SUV-Segment ist ein Eckpfeiler der Škoda Strategie 2025.



Das neue Modell ist mit zwei Batteriegrößen erhältlich.

E-Sportler: Porsche bringt den Taycan² 4S

Bis zu 571 PS

Porsche stellt mit dem Taycan 4S bereits die dritte Version der Sportlimousine vor. Das neue Modell ist mit zwei Batteriegrößen erhältlich und leistet bis zu 420 kW (571 PS). Porsche bietet im Taycan erstmals eine komplett lederfreie Ausstattungsvariante an. Innenraum-Umfänge aus innovativem Recyclingmaterial unterstreichen die Nachhaltigkeit des Elektro-Sportwagens.

¹ KAROQ 1,0 TSI 85 kW (115 PS) innerorts 6,7 l/100km, außerorts 4,7 l/100km, kombiniert 5,4 l/100km, CO₂-Emissionen kombiniert 124 g/km, CO₂-Effizienzklasse B.

² Taycan 4S (420 kW/571 PS) Stromverbrauch in kWh/100 km (NEFZ): 24,6 - 25,6 (kombiniert), CO₂-Emission in g/km: 0 (kombiniert), Effizienzklasse: A+.

Produktion: So sieht die Fabrik der Zukunft aus

Internationales Projektteam arbeitet 13 Szenarien für Kleinserien- und Großserienfertigung aus

Die Mobilität der Zukunft verändert sich: Neue Lebenswelten, Kundenanforderungen und Produkte erfordern auch neue Produktionskonzepte. Mit der Initiative „Fabrikwelten 2030+“ der Produktionsstrategie hat der Volkswagen Konzern die Fertigung und Logistik der Zukunft ganzheitlich betrachtet. Ein markenübergreifendes Projektteam entwickelte eine Zukunftslandkarte mit 13 Fabrikszenarien, von denen vier detailliert wurden: „Classic (R)evolution“ ist eine Weiterentwicklung der heutigen Großserienfabrik mit Production-as-a-Service-Ansätzen, „Copy Shop“ fokussiert das Marktsegment „shared mobility“ und „Slim Flex Mover“ ist ein ortsflexibles Konzept, das in neuen Märkten oder zur Erweiterung der Fabrikkapazität eingesetzt werden kann. Dazu kommt die „Flag-Ship Boutique“ als Szenario für individuelle Mobilitätsprodukte der Markengruppen Premium und Sport & Luxury.



Fabrikwelten 2030+: Auch die strategische Werkebelegung spielt in den ausgearbeiteten Szenarien eine wichtige Rolle.

Markenübergreifendes Team gebildet

„Um die zukünftigen Fabrikszenarien zu entwerfen, haben wir ein markenübergreifendes und agiles Projektteam in Wolfsburg eingerichtet. So konnten wir das Expertenwissen aus allen Marken bündeln“, sagt Markus Haupt, Leiter Produktionsplanung im Volkswagen Konzern. „Das Projektteam hat eine Systematik entwickelt, um zu beschreiben, wie die Fabriken in Zukunft aussehen können. Dazu wurden Schlüsselfaktoren zur Gestaltung einer Fabrik identifiziert, Zukunftsvisionen je Faktor entwickelt und Konsistenzen beschrieben. Insgesamt wurden so systematisch 13 Zukunftsszenarien entwickelt und vier detailliert. Die

Ergebnisse sind hervorragend.“ „Die vier ausgearbeiteten Konzepte bilden ein breites Spektrum ab“, ergänzt Uwe Schwartz, Leiter Planung und Produktionstechnik der Marke Volkswagen. „Es werden sowohl Kleinserien- als auch Großserienfabriken beschrieben. Darüber hinaus unterscheiden sich die Konzepte in Aspekten wie Fertigungstiefe, Grad der Automatisierung, Produktart und Variantenspektrum. Mittelfristiges Ziel ist es, die erstellte Methode zur Weiterentwicklung unserer Fabriken fest in unserer weltweiten Produktion zu verankern. Dazu laufen bereits Transferprojekte mit den Marken Volkswagen, Audi und Seat.“ „Gemeinsam mit unseren Marken und unseren weltweiten Experten

entwickeln wir die Zukunft für unsere Produktion und Logistik“, sagt Gerd Walker, Leiter der Konzern Produktion. „Mit dem Projekt ‚Futures of Production‘ haben wir das Umfeld unserer Produktion in der Zukunft beschrieben. Die ‚Fabrikwelten 2030+‘ zeigen mögliche Fabrikkonzepte und die strategische Werkebelegung stellt unser Produktionsnetzwerk in den Fokus. Die Verknüpfung dieser strategischen Projekte ermöglicht es uns, gemeinsam mit den Marken die strategische Ausrichtung der Produktion weiter voranzutreiben und somit die Standorte auf dem Weg in die Zukunft zielgerichtet zu unterstützen.“



Arbeiten an der Fabrik der Zukunft: Das Projektteam hat verschiedene Herausforderungen definiert.

Musterfeststellungsklage: So lief der erste Verhandlungstag

Volkswagen Rechtsanwältin Katharina Meier: Darum will das Unternehmen ein zügiges Verfahren



Sie verantworten das Thema Musterfeststellungsklage in der Rechtsabteilung: Katharina Meier (von links) und Janett Fahrenholz.

Am 30. September begann die mündliche Verhandlung der Musterfeststellungsklage gegen Volkswagen vor dem Landgericht Braunschweig. Rund 470.000 Menschen hatten sich durch Eintragung ins Klageregister dem Verfahren angeschlossen. In die Stadthalle Braunschweig, die eigens für die Verhandlung angemietet worden war, kamen dann aber weit weniger Zuschauer als erwartet. Im Gerichts-

verfahren soll grundsätzlich geklärt werden, ob Fahrzeughalter ein Schaden entstanden ist und ob Volkswagen den betroffenen Kunden daher Schadensersatz zahlen muss. Katharina Meier, Unternehmensrechtsanwältin bei Volkswagen, zum aktuellen Stand der Musterfeststellungsklage. **Fr. Meier, der erste Verhandlungstag ist vorüber. War es ein guter oder ein schlechter Tag für Volkswagen?**

Der Vorsitzende Richter Michael Neef hat bei der Verhandlung deutlich gemacht, dass ein Schaden für die Kunden „nicht offensichtlich“ sei. Tatsächlich gibt es mehrere Gutachten, in denen die Preisentwicklung von verschiedenen Dieselfahrzeugen untersucht wurde und die bestätigen, dass es keinen auf die Software zurückzuführenden Wertverlust gibt. Das Gericht jedenfalls hat angekündigt, bei der Frage eines möglichen Schadens genau hinzuschauen. Worin der Schaden zu sehen ist, müssen die Kläger darlegen. Der Richter hat auch deutlich gemacht, dass er keinen Grund sieht, warum auf die Anrechnung einer Nutzungsentschädigung für den Gebrauch der Fahrzeuge verzichtet werden müsse, sollte es für Kunden

einen Anspruch auf einen möglichen Schadensersatz geben. **Volkswagen sieht sich dem Vorwurf ausgesetzt, das Verfahren in die Länge ziehen zu wollen – ist das so?** Es ist im Interesse von Volkswagen, das Verfahren möglichst zügig zu führen. Wir möchten Klarheit für die Kunden und für uns. Denn ein langes Verfahren bedeutet immer wieder negative Schlagzeilen und weitere hohe Kosten für die Prozessführung – insbesondere im Falle von etwaigen Folgeverfahren. **Wie geht es nun weiter in Sachen Musterfeststellungsklage?** Am 18. November wird die 2. mündliche Verhandlung stattfinden. Es wird dann deutlich konkreter

werden. Es ist sogar schon ein erstes Teilverfahren möglich. Dies betrifft jedoch lediglich die Zulässigkeit einzelner Anträge. Bevor ein abschließendes Urteil Klarheit für Unternehmen und Kunden schafft, wird es aus unserer Sicht allerdings noch drei bis vier Jahre dauern.



Janett Fahrenholz und Katharina Meier aus der Volkswagen Rechtsabteilung beantworten am 19.11. in einem Live-Talk bei Group Connect Mitarbeiter-Fragen zur Musterfeststellungsklage. Weitere Informationen dazu gibt es im Vorfeld rechtzeitig im Volkswagen Net.

**VOLKSWAGEN
FINANCIAL SERVICES**
THE KEY TO MOBILITY



Der Ratenkredit.

5.000,- € für 68,16 € mtl.¹

Online-
Sofortzusage
unter
[vwfs.de/ratenkredit-
konzern](http://vwfs.de/ratenkredit-konzern)

Auf einen Blick:

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

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

Stand: Oktober 2019



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

www.vwfs.de/ratenkredit-konzern



Dies ist ein Angebot der Volkswagen Bank GmbH.

² Zinssatz ist bonitäts- und laufzeitabhängig.

Ziel: CO₂-neutral produzieren

In der Komponentenstrategie ONE MISSION 2025 ist Umweltmanagement mit konkreten Projekten und Maßnahmen verankert

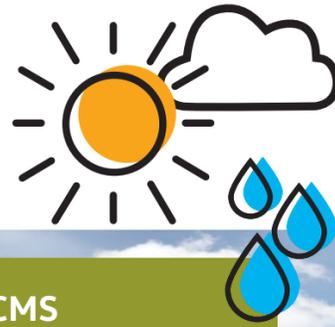
Der Volkswagen Konzern arbeitet konsequent an Produktion und Prozessen. Das neue Konzernumweltleitbild goTOzero legt den Fokus auf die Handlungsfelder **Klimawandel, Ressourcen, Luftqualität und Umwelt-Compliance**. Das Ziel: Die Volkswagen AG soll bis 2050 bilanziell CO₂-neutral sein. Mit der Strategie „Zero Impact Factory“ soll dieses Ziel in der Produktion bereits bis 2030 erreicht werden.

Viele Stellschrauben – ein Ziel

Von der Zuliefererkette über die Produktion an den Standorten bis zum Batterierecycling: Um negative Umwelteinflüsse über den gesamten Produktzyklus zu minimieren, braucht es nachhaltige Maßnahmen und innovative Ideen. In der Komponente gibt es dafür die Konzern-Komponenten-Initiative (KKI) „Vision Zero Impact Factory“, die in der Komponentenstrategie ONE MISSION 2025 im Handlungsfeld „Nachhaltige Prozesskette“ verankert ist. Das große Ziel: die über 60 Werke von Volkswagen Group Components CO₂-neutral aufzustellen. Das Ressourcen- & Kompetenzmanagement Team in Wolfsburg unterstützt die Standort-Kollegen bei vielen Projekten und

Maßnahmen. Die Komponente leistet mit konkreten Maßnahmen, unterteilt in die vier Themenschwerpunkte **Dekarbonisierung, Environment**

Compliance Monitor System (ECMS), Stoffkreisläufe und Planung, einen positiven Beitrag zu den vier Handlungsfeldern aus goTOzero und setzt Zielvorgaben um.



Was heißt das in der Praxis? Ein paar Beispiele:

- Ein Ziel der Komponente ist es, bis 2025 50 Prozent CO₂ in der Produktion zu reduzieren. Dafür gibt es Schwerpunktprojekte: Dazu gehören Maßnahmen in der Produktion, um den Verbrauch von Energie und Wasser sowie CO₂-Emissionen zu reduzieren, wie Beleuchtungsumstellung auf LED, Waschtechnik oder Wärmerückgewinnung. Die Umsetzung der Projekte ist in einer Roadmap bis 2025 für die Standorte festgelegt und über die Planungsgrundlage finanziert.
- Nutzung des Carbon Fund für Schwerpunktprojekte: Durch den Carbon Fund werden den Volkswagen AG

Standorten im Fahrzeugbau und der Komponente jährlich in Summe 50 Mio. Euro zur Umsetzung von Energieeffizienz-Maßnahmen zur Verfügung gestellt. Davon profitiert auch die Komponente.

- Dekarbonisierungspfade für alle deutschen, polnischen und internationalen Komponentenwerke inkl. SITECH (ohne China und Komponentenstandorte anderer Marken) bis 2030 erstellt und bewertet. Die Dekarbonisierungspfade bilden ein mögliches Szenario ab, wie diese Werke ihre CO₂-Emissionen bis 2030 auf ein höchstmögliches Minimum reduzieren können.

Weitere Informationen

Eine innovative Maßnahme zum Alu-Recycling stellen wir Ihnen auf unserem **Group-Components-App-Kanal** vor.

Weitere Umweltmaßnahmen unserer Komponentenstandorte lesen Sie auf den Standortseiten 27, 30 und 32.



72%

Die Umweltkennzahl der Komponente: C-UEP

Wie viel Prozent vom Umweltjahresziel (Reduzierung von Energie, CO₂-Emissionen, Wasser, Abfall und VOC) konnte durch die vielen Projekte und Maßnahmen in der Komponente bereits erreicht werden? Die C-UEP (Components – Umwelt Entlastung Produktion) gibt quartalsweise die Verbesserung prozentual an. Nach dem zweiten Quartal 2019 liegt diese Kennzahl schon bei 72 Prozent.

Weitere Informationen

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



Spielregeln, E-Antrieb und Kompetenzwandel: Weitere News der Group Components im Überblick

Von Verantwortung bis Vielfalt: Sieben Komponenten-Spielregeln als Basis unserer Zusammenarbeit. Mitarbeiter-Impulse werden aktuell eingearbeitet.



E-Antrieb im Sporttaschenformat: Der elektrische Antrieb für den neuen ID.3¹ aus der Komponente ist so kompakt, dass er in eine Sporttasche passt.



Gemeinsam die Transformation meistern: Die Komponente treibt mit verschiedenen Projekten und Ansätzen das Kompetenzmanagement in der Transformation voran.



Das sind die neuen Transform Minds der Komponente!

34 Kollegen werden zu Multiplikatoren der Transformation bei Group Components

Wandel gestalten, kommunizieren und Zukunftsprojekte entwickeln: Dafür steht das Transform-Minds-Programm der Komponente, für das sich Mitarbeiter bis Ende August bewerben konnten. Ob kreatives Video oder ein Steckbrief im Magazin-Format: Für die zweite Runde des Transform-Minds-Programms der Komponente hatten die Kollegen viele Bewerbungs-ideen. Alle Bewerbungen wurden gesichtet – jetzt stehen die 34 neuen Transform Minds fest! Neben vielen Kollegen aus den deutschen Komponentenstandorten kommen in diesem Jahr einige Transform Minds auch aus Komponentenstandorten von Porsche (Zuffenhausen), Škoda (Mladá Boleslav) oder Audi (Győr) sowie aus Polkowice.

Das erste große Kennenlernen der neuen Transform Minds fand vergangene Woche am 17. und 18. Oktober in Wiesbaden statt: Nach einer gemeinsamen Vorstellungsrunde gab es bereits einen ersten Blick auf die Strategiethemata, die die Transform Minds künftig begleiten sollen. Außerdem standen auf der Agenda spannende externe Impulse zu den Themen Transformation und Effizienz sowie Einblicke in die innovations- und technologierelevanten Themen der Komponente durch Ariane Kilian. Ab jetzt werden die neuen Transform Minds aktiv an strategischen Initiativen der Komponente teilnehmen und dadurch auch als Multiplikatoren der Transformation für ihre Kollegen in den Standor-

ten auftreten. Neben einer Learning-Journey mit vielen spannenden Stationen werden die neuen Transform Minds auch Strategieveranstaltungen und Dialogformate mit Thomas Schmall und den zwölf Transform Minds aus Runde eins begleiten.



Weitere Informationen

Wer die neuen Transform Minds sind und in welchen KKI sie mitarbeiten, lesen Sie im **Group-Components-Kanal der 360° App**.



Erfolgreicher Auftakt in Wiesbaden: Ab sofort sind die Transform Minds Challenger und Multiplikatoren der Komponentenstrategie ONE MISSION 2025.



Neue Comic-Serie: Integrität und Compliance im Arbeitsalltag

Im Rahmen von „T4I“: Fachbereiche Integrität, Compliance, Risikomanagement, Personal und Unternehmenskultur entwickeln neues Format



Im Rahmen des Integritäts- und Compliance-Programms Together4Integrity (kurz „T4I“) haben die Kommunikatoren aller am Programm beteiligten Fachbereiche – Integrität, Compliance, Risikomanagement, Personal und Unternehmenskultur – ein neues Format entwickelt. „Unsere ‚Weitergedacht‘-Fälle zeigen in Comic-Art typische Situationen aus dem beruflichen Umfeld in Büros und Produktion, in Teams sowie in der Zusammenarbeit mit Partnern“, erläutert Christian Cauers von der T4I-Kommunikation die

Grundidee. Die kurzen Geschichten sollen bewusst machen, welche Berührungspunkte Beschäftigte tagtäglich mit Integrität, Compliance, Risikomanagement und der Unternehmenskultur haben. Sie haben die Titel „Lange Kundenbeziehung – privates Geschenk?“ (Nr. 1) und „Sprich an, was nicht in Ordnung ist“ (Nr. 2).

„Geplant sind insgesamt 13 Fälle, die in den nächsten Wochen veröffentlicht werden sollen“, sagt Anna-Kathrin Süßner von der T4I-Kommunikation, die die Entstehung der Comics koordiniert.



Kommunikation über Comics: Christian Cauers erläutert die Maßnahme.

Die T4I-Geschichten zeigen allgemein verständlich die „Integritäts-Verhaltensanker“ auf und dienen als beispielhafte Leitlinie für Situationen, die ein integriertes Verhalten und persönliches Entscheidungsbewusstsein erfordern.

Die Comics stehen als PDF-Datei auf Deutsch und Englisch bei Group Connect zur Verfügung – sie können somit auch international von allen Gesellschaften des Volkswagen Konzerns und zu unterschiedlichen Anlässen, Teambesprechungen oder Workshops eingesetzt werden.



Together4Integrity

Ziel des strategischen, konzernweiten Programms „Together4Integrity“ ist es, Integrität und Compliance im Arbeitsalltag der Beschäftigten sowie auch auf höchster Ebene, in Strategie und Entscheidungen des Unternehmens zu verankern. Die Comics finden sich auf der Group-Connect-Seite von Together4Integrity zum Download.

Lernen per Flatrate: So können sich Beschäftigte online weiterbilden

Neues Angebot der Volkswagen Group Academy: Videotrainings zum Thema IT und E-Books zu Business-Themen

Videotrainings zum Thema IT absolvieren oder E-Books zu Business-Themen lesen: Das ist jetzt nach dem Flatrate-Prinzip möglich. Die Volkswagen Group Academy arbeitet dazu mit internationalen Online-Trainingsportalen zusammen.

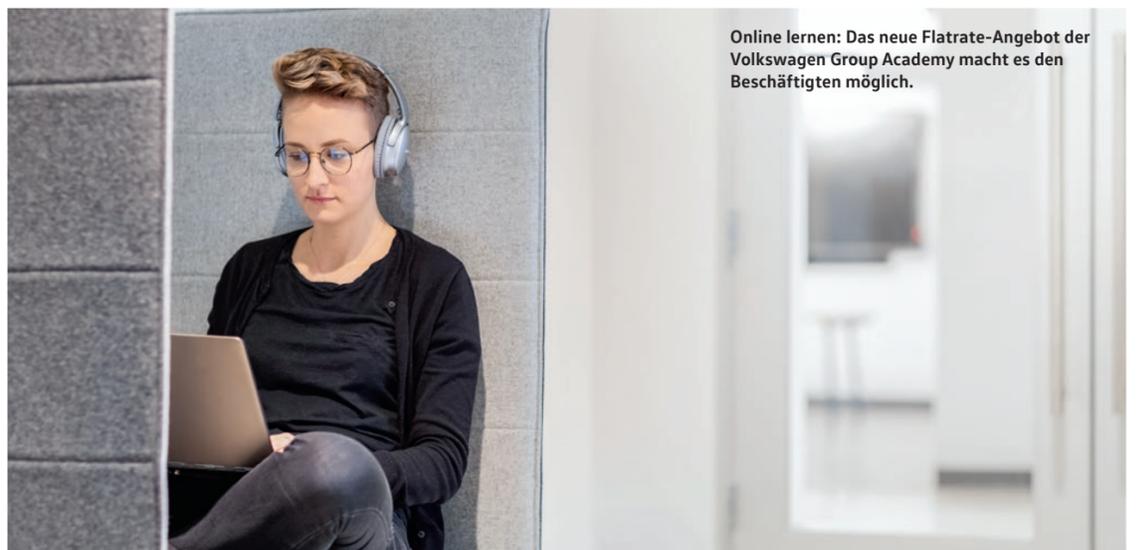
„Mit den Videokursen von Pluralsight oder den Büchern von Bookboon können Mitarbeiter zeit- und ortsunabhängig sowie im eigenen Tempo lernen“, erklärt Ralph Linde, der die Volkswagen Group Academy leitet. „Echte Kompetenzentwicklung geschieht im Austausch mit Kolleginnen und Kollegen. Onlinekurse bieten dabei einen Einstieg und ein Werkzeug zum Wissenserwerb. Deshalb begrüßen wir diese Angebote der externen Bildungsplattformen als Erweiterung der guten Arbeit der Group Academy“, sagt Gerardo Scarpino, Mitglied des Betriebs-

rates und Vorsitzender des Bildungsausschusses.

Pluralsight bietet über 6.000 Videokurse zum Thema IT für Einsteiger und Experten. Die Inhalte reichen von Powerpoint über Programmiersprachen bis zu Cyber Security. Die englischen Kurse haben Untertitel in der Sprache des Lernalters. Gut zu wissen: Kurs-Abschlüsse können über das Personalwesen in die Bildungshistorie eingetragen werden.

Der weltgrößte Online-Buchverlag Bookboon hat rund 1.500 E-Books und Hörbücher in mehreren Sprachen im Programm. Zu den Themen zählen unter anderem Marketing und Verkauf, Kommunikation und Präsentieren sowie Buchhaltung und Finanzen.

Mitarbeiter der Volkswagen AG können nach Abstimmung mit ihrem Vorgesetzten kostenpflichtige Lizenzen für Pluralsight oder



Online lernen: Das neue Flatrate-Angebot der Volkswagen Group Academy macht es den Beschäftigten möglich.

Bookboon in Group Learn erwerben. Damit stehen ihnen alle Kurse bzw. Bücher bis zum Ablauf des

Lizenzzeitraums im August bzw. September 2020 zur Verfügung. Der Weg zu den Lizenzen: „Pluralsight“

oder „Bookboon“ in die Suche bei Group Learn eingeben. Weitere Kooperationen sind geplant.



Offizielle Eröffnung: Gemeinsam durchschnitten alle das Band bei der V-Space Opening Ceremony in Peking.

Neue Ära bei der Volkswagen Group China: Stammsitz V-Space in Peking eröffnet

Herbert Diess: China hat besondere Bedeutung für den gesamten Konzern

Eine neue Ära: Volkswagen Group China hat in der vergangenen Woche in Peking den neuen Stammsitz V-Space eröffnet. Mehr als 2300 Beschäftigte arbeiten in dem Gebäude. Volkswagen Vorstandschef Herbert Diess nahm an der Eröffnungszeremonie teil.

„V-Space setzt ein überzeugendes Zeichen, unsere Strategie in China zu fördern. Dieser inspirierende Standort zeigt nochmals unser Bekenntnis zu China und die Bedeutung dieses Marktes für den gesamten Konzern“, so Diess. „Der ganzen Volkswagen Group in China wünsche ich das Allerbeste und großen Erfolg, besonders hier in den neuen Räumlichkeiten des Standorts Peking.“

China-Chef Stephan Wöllenstein: „Ich bin überzeugt, dass diese neue Einrichtung uns zu mehr Agilität, Kreativität und Inspiration

verhilft. Dynamische Bereiche haben geschlossene Konferenzräume ersetzt – mit dem Ziel, Hierarchien abzubauen und den Austausch von Ideen zu fördern. Unser neuer Standort ist Ausdruck einer nachhaltigen und dynamischen Arbeitskultur und drückt zugleich auch unsere Zugehörigkeit zum Konzern aus.“

Während es in der Vergangenheit zahlreiche in ganz Peking verteilte Bürogebäude gab, erforderte das enorme Wachstum der Volkswagen Group China eine Lösung, mit der alle

Kräfte gebündelt werden. Mitarbeiter gaben dem Gebäude seinen Namen: V-Space.

Bei der Entwicklung des V-Space wurden Umweltaspekte in besonderer Weise berücksichtigt. Modernste nachhaltige Technologien kommen zum Einsatz: separate Heiz- und Kühlanlagen mit vermindertem Energieverbrauch und einer geringeren CO₂-Emission, Heizluft-Trockeneinrichtungen sowie 150 Elektroladestationen.

Im V-Space sind nun vier Tochtergesellschaften der Volkswagen Group China und zahlreiche Marken unter einem Dach vereint. Von 2016 bis 2018 waren rund 750 Mitarbeiter daran beteiligt, alle Bedürfnisse und Ideen zusammenzutragen, die dann im Design und der Einrichtung des Gebäudes berücksichtigt wurden. Alle Bereiche werden bis Ende 2019 umgesetzt.



China-Chef Stephan Wöllenstein



Blick in das neue Gebäude: Offene Flächen und viel Glas.



Eröffnungszeremonie mit Herbert Diess: Traditionelle Elemente durften nicht fehlen.

Herbert Diess: „Die Entwicklung Chinas ist beeindruckend“

Der Volkswagen Konzernchef im Interview: Diese Rolle spielt der chinesische Markt für den Konzern

Welche Rolle spielt Volkswagen auf dem chinesischen Mobilitätsmarkt? Das verrät Konzern-Vorstandsvorsitzender Herbert Diess im Interview. Außerdem spricht er über die Entwicklung des Landes, seine Zukunftsaussichten und eine wachsende Kundengruppe.

In diesem Jahr jährt sich zum 70. Mal die Gründung der Volksrepublik China. Wo steht China heute wirtschaftlich aus Ihrer Sicht? Die Entwicklung Chinas in den letzten 70 Jahren ist beeindruckend. Im vergangenen Jahr erreichte das chinesische BIP 13,6 Billionen Dollar und China etablierte sich als zweitgrößte Volks-

wirtschaft der Welt. Die Bevölkerungsgruppe mit mittlerem Einkommen ist auf mehr als 400 Millionen Menschen angewachsen, und es gibt heute fast zehnmal mehr Universitätsstudenten als noch vor 20 Jahren.

Wir beobachten eine schnell wachsende chinesische Kundengruppe – sie wird immer jünger, gebildeter und unabhängiger. Eine Perspektive für ein besseres Leben für so viele Millionen Menschen in so kurzer Zeit geschaffen zu haben, ist eine absolut einzigartige Leistung in der Geschichte der Menschheit.



Herbert Diess im Volkswagen ID. ROOMZZ Showcar während der Auto Shanghai 2019.

schon dem Volkswagen Konzern und China hergestellt. Als wegweisendes ausländisches Automobilunternehmen hat Volkswagen dazu beigetragen, China auf die Straße zu bringen. Wir haben mit unseren bewährten chinesischen Partnern SAIC und FAW die lokale Produktion aufgebaut. Heute haben wir nicht nur ein drittes Joint Venture mit JAC, sondern sind aufgrund der guten Zusammenarbeit mit unseren chinesischen Partnern immer noch mit Abstand der führende Automobilhersteller in China. Mehr als 35 Millionen chinesische Kunden fahren derzeit ein Auto aus dem Volkswagen

Konzern. Allein im vergangenen Jahr haben wir 4,21 Millionen Autos an chinesische Kunden ausgeliefert.

Unilateralismus und Handelsprotektionismus nehmen zu und die Weltwirtschaft steht vor großen Herausforderungen. Welche Rolle kann China bei der Weiterentwicklung der globalen Ökonomie spielen?

Da sich Automobiltechnologien und -dienstleistungen von China aus auf den Rest der Welt ausbreiten, schätzen und unterstützen wir den globalisierten fairen Handel und den multilateralen Handel. Die Erfahrung hat gezeigt, dass einseitiger Protektionismus langfristig niemandem hilft. Historisch gesehen war es die Globalisierung, die dem Volkswagen Konzern die Chance gab, auf dem chinesischen Automobilmarkt eine führende Position einzunehmen. Unser Unternehmen steht mit über 660.000 Mitarbeitern, davon über 100.000 in China, für eine globalisierte Welt. Mehr als ein Viertel der

Werke des Volkswagen Konzerns befindet sich in China.

Wie beurteilen Sie die Zukunftsaussichten der chinesischen Wirtschaft? Wir sind sehr zuversichtlich in Bezug auf die positiven Zukunftsaussichten und insbesondere in Bezug auf die Entwicklung des Automobilmarktes. Für die Welt der Mobilität wird der chinesische Automobilmarkt das „Powerhouse“ sein. Zukunftstechnologien und Trends wie E-Mobilität oder autonomes Fahren werden von China aus die globale Mobilität beeinflussen.

Daher werden wir unsere lokalen Forschungs- und Entwicklungskompetenzen für zukünftige Produkte oder Dienstleistungen weiter stärken. Mit unserer umfassenden „ONE R&D“-Strategie wollen wir alle unsere F&E-Kapazitäten bündeln, um für die gesamte Gruppe, China und den Rest der Welt zu forschen und zu entwickeln. Über 4.200 unserer F&E-Experten arbeiten an der Mobilität von morgen. Um diese Forschungsanstrengungen zu verstärken, arbeiten wir auch mit starken chinesischen Partnern zusammen.



Herbert Diess, Vorstandsvorsitzender der Volkswagen AG, bei der Volkswagen Group Night, Auto Shanghai 2019.

Welche wirtschaftlichen Chancen sind in den vergangenen Jahrzehnten für Volkswagen in China entstanden?

Mit dem Beginn der Reform- und Öffnungspolitik vor 40 Jahren wurden erste Verbindungen zwi-



Der Golf 8 und seine Mannschaft



Halle 12: Mehr als 100 Mitarbeiter aus der Fertigung im Werk Wolfsburg mit dem noch verhüllten Modell des Golf 8.

Vorfreude auf den neuen Golf

Zur Weltpremiere: Sieben Sonderseiten zur nächsten Generation der Volkswagen Ikone

Am 24. Oktober feiert der neue Golf Weltpremiere in Wolfsburg. Präsentiert wird die achte Generation in der Veranstaltungshalle Hafen 1 in der Autostadt.

Die Vorfreude auf das nach wie vor wichtigste Modell der Marke Volkswagen ist groß: „Wir digitalisieren die Golf Klasse und machen damit neue digitale Technologien für viele Menschen zugänglich – eben typisch Volkswagen“, sagt Ralf Brandstätter, der als COO die operativen Geschäfte der Marke leitet (siehe Editorial auf dieser Seite).

Der Golf ist einmalig, das soll auch auf den folgenden sechs Sonderseiten dieser 360°-Ausgabe deutlich werden. Baureihenleiter Karlheinz Hell bezeichnet den neuen Golf im Interview als Ikone und dankt der Belegschaft: „Die Mannschaft hat mal wieder gezeigt, was in ihr steckt. Dafür möchte ich mich herzlich bedanken.“ Und

Stefan Loth, Leiter des Werk Wolfsburg, sagt: „Mein Herz schlägt für den Golf, seit ich den Führerschein habe. Schließlich war mein erstes Auto ein weißer gebrauchter Golf 1.“

Mitarbeiter erzählen, was ihnen am neuen Golf gefällt

Auch Mitarbeiterin Janine Thiel, Teamsprecherin, Montagen Technik, will das Auto endlich auf der Straße sehen: „Ich bin Fan vom Golf 8, weil er viel vereint: Dynamik, Eleganz, und er bleibt trotzdem ein Golf.“

Weitere Mitarbeiterstimmen lesen Sie auf den folgenden Seiten. Zu finden sind dort außerdem Artikel zur Historie des Golf, zur Qualifizierung der Beschäftigten und zur Zusammenarbeit von Produktion, Entwicklung und Baureihe sowie über zentrale Bauteile in der achten Generation, die von Volkswagen Group Components stammen.

Noch getarnt: Am 24. Oktober feiert der neue Golf 8 Weltpremiere in Wolfsburg.



„Der Golf ist das beste Auto der Welt. Und es wird hier in Wolfsburg gebaut von der besten Mannschaft der Welt. Darum bin ich zuversichtlich, dass alle beteiligten Kolleginnen und Kollegen mit dem neuen Golf 8 diese Erfolgsgeschichte weiter schreiben werden. Und die Kunden können sich darauf verlassen, dass sie mit dem Golf 8 wieder ein Fahrzeug bekommen, das in seiner Klasse neue Maßstäbe setzt.“

Jürgen Hildebrandt, Betriebskoordinator Golf-Montagen



„Wer den Namen Golf hört, der denkt automatisch an Wolfsburg, an das Werk und seine Produktionsmannschaft. Seit mehr als vier Jahrzehnten sind diese Begriffe untrennbar miteinander verbunden.“

Andreas Tostmann, Produktionsvorstand der Marke Volkswagen Pkw

„Die Stadt Wolfsburg fiebert der Premiere des neuen Golf wieder mit Spannung entgegen. Den Golf und Wolfsburg verbindet eine junge Tradition und der Drang, sich ständig weiterzuentwickeln. Ich bin fest davon überzeugt, dass der Golf 8 erneut ein Bestseller und ein würdiger Botschafter Wolfsburgs wird.“

Klaus Mohrs, Oberbürgermeister der Stadt Wolfsburg



Liebe Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter,

seit 45 Jahren begeistert der Golf unsere Kunden. Eine ganze Generation trägt seinen Namen – die „Generation Golf“. Kein anderes Modell hat unsere Marke in den letzten Jahrzehnten so stark und nachhaltig geprägt. Er ist ein Synonym für Volkswagen und für alles, wofür Volkswagen weltweit steht.

Er ist und bleibt absehbar das wichtigste Modell am Standort Wolfsburg, der Marke Volkswagen und des gesamten Konzerns. Mit dem neuen Golf 8 legen wir noch eine Schippe drauf und führen diese einmalige Erfolgsgeschichte fort.

Der Volkswagen Golf steht nach wie vor für die Demokratisierung wegweisender Technologien aus der Oberklasse. Auch die achte Generation unseres Dauerbrenners setzt – wie schon seine Vorgänger – Maßstäbe. Wir digitalisieren die Golf Klasse und machen damit neue digitale Technologien für viele Menschen zugänglich – eben typisch Volkswagen.

Das Antriebsportfolio des Golf ist besser als je zuvor: Der elektrifizierte Mildhybrid setzt ein Benchmark beim Thema CO₂ und überzeugt gleichzeitig mit einem tollen Fahrerlebnis. Der Plug-in-Hybrid ermöglicht mit 60 Kilometern elektrischer Reichweite Alltagsfahrten voll elektrisch und damit emissionsfrei. Umweltfreundlichkeit und Fahrspaß gehen beim Golf Hand in Hand. Eben so, wie das Leben spielt – Life happens with a Golf!

Ich bin stolz auf diese starke Teamleistung und freue mich auf den neuen Golf 8. Denn er ist das Ergebnis Ihrer hervorragenden Arbeit. Ich bin mir sicher: Auch die achte Generation wird unsere Kunden begeistern.

Ihr

R. Brandstätter

Ralf Brandstätter
Chief Operating Officer (COO) und Mitglied
des Vorstands der Marke Volkswagen Pkw





„Ich baue den Golf“



„Der Golf 8 ist deutlich sportlicher und hat eine dynamische Optik. Er ist technisch sehr aufwändig, hat viele Features.“

Ronald Wießner – Meister, Montagelinie 3



„Das Innendesign ist mein Highlight, vor allem das Cockpit.“

Anne-Kathrin Rau – Montagelinie 3



„Mich begeistert besonders die Technik des Golf 8.“

Elisabeth Sommer – Fahrzeugendabnahme, Qualitätssicherung



„Mein Highlight sind die vielen technischen Features im Innenraum.“

Heinrich Gordzielik – Fahrzeugendabnahme, Qualitätssicherung



„Der Golf steht für Zuverlässigkeit und hat Wiedererkennungswert. Ich freue mich über jeden Golf, den ich sehe, denn ich finde ihn toll und er sichert meinen Arbeitsplatz.“

Alfred Gergel – Meister in der Sonderlackiererei

„Die Mannschaft hat gezeigt, was in ihr steckt“

Interview: Karlheinz Hell, Leiter Baureihe Compact, über den neuen Golf 8

Herr Hell, der neue Golf feiert Weltpremiere. Was macht ihn so besonders?
Der Golf ist eine Ikone: Er verkörpert wie kein zweites Auto qualitativ hochwertige Mobilität für jeden. Ich kann Ihnen versprechen, dass die achte Generation erneut Maßstäbe setzen wird. Er ist modern und elegant. Er steht für Technologie, Vielfalt und Individualität. Auch mit den sportlichen GT- und R-Modellen spricht er eine breite Kundengruppe an.

Was wird ihn vom Vorgängermodell unterscheiden?

Klaus Bischoff und sein Design-Team haben ihn aus meiner Sicht meisterhaft weiterentwickelt. Er trägt die typischen Golf Gene in sich. Er ist außen evolutionär, sodass er sofort erkennbar ist, und innen revolutionär. Der Golf 8 wird uns ins digitale Zeitalter tragen, zum Beispiel mit seinem neuen Innovation-Cockpit. Mit seinem innovativen Bedienkonzept setzt er wieder neue Maßstäbe und demokratisiert mit serienmäßigem Lane Assist, Front Assist und Car2X viele FAS-Technologien. Komfort und Sicherheit kennt man in dieser Form eigentlich nur aus höheren Fahrzeugklassen.

Kürzlich ist der ID.3 vorgestellt worden. Braucht es den Golf überhaupt noch?
Ich bin sicher, dass wir seine Erfolgsgeschichte weiterschreiben. Mit seinen sparsamen und sauberen Aggregaten

Freut sich auf den neuen, hier noch verhüllten Golf: Karlheinz Hell, Leiter Baureihe Compact.



wird er für viele Kunden die erste Wahl bleiben. Auch bei der Elektrifizierung wird sich der Golf 8 weiterentwickeln. Wir werden zum Beispiel alle Automatik-Fahrzeuge mit TSI-Aggregaten als eTSI anbieten und das E-Hybrid-Angebot auf zwei Alternativen ausweiten. Damit leisten wir einen wichtigen Beitrag auf dem Weg zur CO₂-neutralen Mobilität.

Wie bewerten Sie das Projekt insgesamt?

Ich bin sehr zufrieden. Innerhalb der Baureihe haben wir die Kundenbedürfnisse analysiert und wenig gefragte Varianten, wie etwa den 3-Türer, gestrichen. Damit konnten wir im Vergleich zum Golf 7 die Varianten um 35 Prozent senken. Gleichzeitig haben wir neue Funktionen ins Fahrzeug gebracht. Außerdem erhöhen wir die Produktivität. Die Fertigungen aus Zwickau und Puebla werden mit Einführung des Golf 8 im Wolfsburger Stammwerk zusammengeführt, das sorgt für eine bessere Auslastung und wird eine Senkung der Kosten zur Folge haben.

Wie lief die Zusammenarbeit?

Sie lief über alle Bereiche hinweg sehr gut. Die Mannschaft hat mal wieder gezeigt, was in ihr steckt. Dafür möchte ich mich herzlich bedanken. Natürlich ist die Arbeit teilweise sehr fordernd. Das Auto steckt voller neuer Ideen. Daher haben wir erstmalig auf das sogenannte Golf Camp gesetzt.

Was steckt dahinter?

Kollegen verschiedener Bereiche und Lieferanten arbeiten agil zusammen. Wir treffen uns mehrfach täglich, um offene Punkte ohne Hierarchie und Bereichsdenke anzusprechen. Wir treffen sehr schnell Entscheidungen, damit weitergearbeitet werden kann. Dadurch haben wir kürzeste Reaktionszeiten und eine konsequente Abarbeitung von Problemen.

Wie laufen die Vorbereitungen zur Markteinführung?

Wir liegen im Plan. Ende des Jahres feiert der Golf seine Markteinführung in Deutschland. Der Kunde kann dann sein individuelles Fahrzeug konfigurieren. Die sportlichen GTx- und R-Modelle folgen erst in 2020, diese stufenweise Anlaufstapelung ist aber normal.



Kurz vor der Weltpremiere der achten Generation: das Golf Team.

Rund um die Golf 8 Premiere

Vorfriede: Service Factory feiert neues Modell – Golf 8 geht auf Tour – Löw in Wolfsburg

DER GOLF 8 feiert Premiere und die Service Factory ist dabei: Vom 22. bis 24. Oktober erwartet die Gäste der Betriebsrestaurants am Standort Wolfsburg jeweils ein besonderes Golf Menü.

- **Mittwoch, 23. Oktober:** Golf Burger, bestehend aus Vollkorn-Burger-Bun, Angus-Patty, Guacamole, gegrillten Zucchini-scheiben und Lollo rosso, dazu Süßkartoffelpommes
- **Donnerstag, 24. Oktober:** Energy Bowl, bestehend aus Vollkornreis, Süßkartoffeln, Edamame, warmen marinierten Tofuwürfeln oder Hähnchenbruststreifen, Hummus, gerösteten Walnüssen, Sonnenblumen- und Kürbiskernen

Das Team der Betriebsgastronomie freut sich auf alle, die mit einem Golf Menü die Weltpremiere feiern möchten.

DIE SERVICE FACTORY bringt zur Premiere des neuen Golf eine Sonderedition von 35.000 Packungen der Currybockwurst in den Handel: Auf den Verpackungen und dem Schäl-darm der Würste prangt der Schriftzug



Fleischerei-Team mit Golf Currywurst

„Golf 8“. Verkauft wird die Sonderedition in den Shops der Volkswagen Standorte Wolfsburg, Emden, Hannover, Braunschweig, Salzgitter und Kassel – außerdem in Edeka-Märkten, die die Volkswagen Currywurst ständig im Sortiment haben.

AB KW 45 geht es los: Nach der Premiere in Wolfsburg geht der Golf 8 auf Tour durch die europäischen Produktionswerke von Volkswagen. Innerhalb von fünf Wochen ist das Fahrzeug in Osnabrück, Emden, Zwickau, Bratislava, Palmela und Pamplona. Die Roadshow ist eine Initiative von Produktion und Logistik im Rahmen der Kampagne

„Faszination Produktion“. Dabei wird das jeweils jüngste Modell der Marke den Produktionsmannschaften vor Ort vorgestellt.

PROMINENTER PREMIERENGAST: Bundestrainer Joachim Löw kommt zur Weltpremiere des Golf 8 in die Autostadt nach Wolfsburg. Ein Highlight: Neben der Veranstaltung besucht er auch das Werk. Dort lernt er die Fertigung kennen. Löw wird sich außerdem Zeit nehmen, um mit der Belegschaft ins Gespräch zu kommen.



Gast in Wolfsburg: Joachim Löw

„Ich baue den Golf“



„Die Elektronik ist beeindruckend und der Innenraum ist klasse.“

Giuseppe Lapi – Teamsprecher, Montagelinie 3



„Das Design des Cockpits sieht aus wie im Flugzeug. Das ist super.“

Hans-Peter Ritter – Fertigungs-koordinator, Montagelinie 3



„Das Exterieur gefällt mir sehr gut und ich hoffe, dass er draußen bei den Kunden auch gut ankommt.“

Martina Korte – Montagelinie 3



„Wir haben mal wieder ein tolles Auto entwickelt. Ich hoffe, dass es häufig gekauft wird.“

Iris Skibitzki – Fahrzeugendabnahme, Qualitätssicherung



„Der Golf 8 hat ein super Design. Das Cockpit ist sehr digital. Das gefällt mir gut.“

Dieter Gampe – Montagetechnik

„Ich baue den Golf“



„Ich hoffe, dass das Auto ein Verkaufsschlager wird. Von außen sieht er klasse aus, mit richtig bösem Blick.“

Steven West –
Teamsprecher, Montagelinie 3



„Ich freue mich darauf, ganz viele neue Golf auf der Straße zu sehen. Mir gefallen besonders die Scheinwerfer.“

Talin Alo –
Montagelinie 3



„Der neue Golf lebt die DNA der Vorgängermodelle. Der Golf bleibt ein Golf – und das ist auch gut so. Bei der Konnektivität schließen wir zum Touareg auf. Wenn man im Golf 8 sitzt, fühlt man sich sofort wohl.“

Stefan Gieseler –
Qualitätssicherung Kaufteile Exterieur



„Ich bin Fan vom Golf 8, weil er alles vereint: Dynamik, Eleganz und er ist trotzdem noch ein Golf.“

Janine Thiel –
Teamsprecherin, Montagen Technik



„Die Elektronik mit den vielen neuen Komponenten gefällt mir sehr gut.“

Marc Paulmann –
Betriebsmanagement, Wagenfertigstellung



Gute Zusammenarbeit: (von links) Arved Maecker (Entwicklung), Christian Meier (Produktion) und Jürgen Wimmer (Baureihe).

„Ich baue den Golf“



„Ich finde, dass das Design besonders schön ist. Der Golf 8 sieht einfach gut aus.“

Alexandra Vetter –
Montagelinie 3



„Allein das Innendesign ist ein ganz großer Schritt in Richtung Zukunft, weil wir hier neueste Technik miteinander verknüpfen.“

Tim Walter –
Meister, Qualitätssicherung



„Die Ausstattung und das Cockpit sind gut, die Form ist schön – ein spritziges, wendiges Auto.“

Simone Neum –
Montagelinie 3



„Ich finde das Design sehr gelungen. Es ist schnittig und sportlich. Ich bin begeistert.“

Natalia Glijun –
Montagelinie 3



„Der Golf 8 ist der beste Golf aller Zeiten: sportlich und funktionell zugleich. Für mich Begeisterung pur. Ein wunderschönes Auto mit modernem Design und tollen Funktionen.“

Andreas Dorne –
Qualitätssteuerung Gesamtfahrzeug

So wird der Golf gemeinsam auf die Straße gebracht

Zusammenarbeit: Fahrzeug erstmals unter Federführung der Baureihe entwickelt

In den vergangenen Wochen und Monaten haben hunderte Kollegen im Werk Wolfsburg mit Hochdruck daran gearbeitet, den neuen Golf auf die Straße zu bringen. Wie lief dabei eigentlich die Zusammenarbeit zwischen den verschiedenen Bereichen – etwa der Baureihe, der Produktion und der Entwicklung?

Der Golf 8 wurde als erstes Neufahrzeug im Rahmen der Baureihenstruktur entwickelt. Die Bereichsprojektvertreter sitzen zusammen in einem Projekthaus in der FE, haben kurze Abstimmungswege und sind die direkten Ansprechpartner der Geschäftsbereiche. „Das hat die Arbeit deutlich effizienter gemacht“, sagt Jürgen Wimmer, Leiter Modellreihe Golf Familie.

„Die gemeinsame Arbeit begann bereits Ende 2015“, sagt Arved Maecker, Leiter Technische Projektsteuerung Golf Familie. Bereits in der frühen Phase saßen Vertreter der Entwicklung, der Produktion und des Designs zusammen. Die Frage, die intensiv diskutiert wurde: Wie schaffen wir es,

ein tolles Design zu entwerfen, das gleichzeitig robust in der Produktion ist? Ziel war es, ein Auto zu entwickeln, das in der Fabrik möglichst nacharbeitsarm ist. Außerdem sollte der Golf so entwickelt werden, dass viele der bestehenden Produktionsanlagen weiter genutzt werden können. „Das ist uns gelungen“, sagt Christian Meier, Leiter Bereichsprojektleitung Produktion. „Die frühe Abstimmung hat zu Einsparungen in dreistelliger Millionenhöhe geführt.“

Die Software beim Golf 8 ist so komplex wie nie zuvor

Darüber hinaus gab es große Herausforderungen: Mit dem Einzug der Digitalisierung ins Fahrzeug hat sich der Schwerpunkt in Richtung Softwareentwicklung und Funktionsintegration verlagert. „Die klassischen Themen wie die Umsetzung eines präzisen Designs in die Großserie beherrschen wir seit Jahren“, sagt Wimmer. Doch darüber hinaus sei der Softwareumfang im Fahrzeug beim Golf 8 exponentiell

gewachsen. „Während die Software eines Fahrzeugs im Jahr 2010 etwa 15 Millionen Codezeilen umfasst, sind es beim Golf 8 etwa 80 bis 100 Millionen.“

Um die Komplexität in den Griff zu bekommen, ist Anfang des Jahres das sogenannte Golf Camp entstanden. „Kollegen verschiedener Bereiche trafen sich täglich um 8 Uhr, um zu besprechen, wie bestimmte Funktionen so schnell wie möglich fehlerfrei werden“, sagt Maecker. Dabei waren auch Lieferanten kritischer Bauteile vor Ort. Am Abend dann der Bericht: Wie ist der Tag gelaufen, welche Fehler sind behoben worden? „Das haben wir konsequent 30 Wochen lang durchgezogen“, sagt Meier und fügt hinzu: „Das Golf Camp hat sich bewährt.“

„Während des Anlaufs ist die Mannschaft noch weiter zusammengerückt“, sagt Jürgen Wimmer. Und alle sind sich einig: Der Golf ist etwas Besonderes und wird als Herzstück der Marke Volkswagen von allen Kollegen am Standort Wolfsburg getragen.

Qualifizierung: Belegschaft der Montage bereitet sich auf Golf 8 vor

Acht Werker zum Multiplikator weitergebildet

Neue Bauteile, neue Stücklisten, geänderte Verbaureihenfolge: Jeder Modellanlauf macht es erforderlich, dass sich die Kolleginnen und Kollegen für die neuen Arbeitsumfänge qualifizieren. Die Montage geht dabei mit einem „Multiplikator-Programm“ einen besonderen Weg.

Alexandr Arkhipov aus dem Montage-Service erklärt das Konzept dahinter: „Wir haben frühzeitig im Fahrzeuganlauf acht Werker, die bisher in unterschiedlichen Teams in der Montage eingesetzt waren, für mehrere Monate herausgelöst und intensiv in der Lernwerkstatt und in der Pilothe auf den neuen Golf 8 trainiert. Mit den Erfahrungen, die wir dabei gesammelt haben, erarbeiten wir gemeinsam einen Qualifizierungsplan für alle anderen Werker. Der klare Vorteil dabei ist, dass sie genau wissen, wo es zu Knackpunk-

ten an der Linie kommen könnte. Diese Punkte können wir vorab im Qualifizierungsplan mit aufgreifen.“ Zu den Multiplikatoren gehören Oliver Dornedde, Denis Wiesner und Serge Schudilowski. Jeder von ihnen betreut nun einen Montagebereich als sogenannter Multiplikator. Mithilfe von Bereichsmusterwagen und mobilen Trainingsstationen schulen sie ihre Kolleginnen und Kollegen direkt an der Linie oder in der Lernwerkstatt. Aus Sicht von Serge Schudilowski bewährt sich diese Vorgehensweise: „Als Montagewerker kennen wir



Qualifizieren ihre Kollegen: (von links) Oliver Dornedde, Alexandr Arkhipov, Denis Wiesner und Serge Schudilowski.

die genauen Gegebenheiten an der Montagelinie. Mit den Erfahrungen, die wir bei anderen Anläufen gesammelt haben, nehmen wir direkten Einfluss auf das Schulungsprogramm. Wir sprechen die Sprache der Kolleginnen und Kollegen am Band. Das hilft, die Qualifizierung erfolgreich ins Ziel zu bringen.“



„Ich baue den Golf“



„Die Form ist sehr schön. Das Modell ist kantiger.“
 Laura Jane Sälzer – Montagelinie 3



„Der Golf ist eine Ikone aus Wolfsburg. Er gehört zu unserem Standort dazu und wir als Produktion sind stolz, zukünftig die komplette Golf Familie hier fertigen zu dürfen.“
 Henning Habicht – Leiter Golf Fertigung



„Ich dachte, dass man den Golf 7 eigentlich nicht mehr toppen kann, aber der Golf 8 ist optisch und technisch noch mal deutlich besser geworden.“
 Stephan Damm – Teamsprecher, Montagen Technik



„Scheinwerfer, Front und Cockpit: Das sieht alles gut aus.“
 Joachim Bülte – Montagen Technik



„Am Golf 8 begeistern mich die neuen Fahrerassistenzsysteme und das aufgepeppte Design. Ich bin Golf Fahrer und schon gespannt, wie sich der Golf 8 auf der Straße anfühlt.“
 Maximilian Timm – Fahrwerk-Konzepte, Forschung und Entwicklung

Der Golf



Golf 1 1974–1983

Im März 1974 läuft der erste Golf in Wolfsburg vom Band. Die Werbung startet mit dem Slogan: „Der neue Volkssport: Golf“ – eine Vision, die in Erfüllung gehen sollte. Technisch ist alles anders: Der Motor arbeitet nicht mehr wie beim Käfer hinten, sondern vorn. Geht nicht mehr mit Luft, sondern mit Wasser. Die Zylinderanordnung heißt nicht mehr Boxer, sondern Reihe. Die neue Technologie kommt an: Schon im ersten Jahr ist der Golf das meistverkaufte Auto in Europa. Im Oktober 1976 – nach nur 31 Monaten – feiern die Mitarbeiter den einmillionsten Golf. Vielfalt zählt von Anfang an: Im September 1976 kommt der GTI mit 37 kW / 50 PS, wenig später der Golf D mit Saugdiesel. Mit dem Golf Cabrio bringt Volkswagen 1979 frischen Wind in die Klasse. Von der ersten Generation und seinen Derivaten werden 6,99 Millionen Exemplare verkauft.



Golf 2 1983–1991

Die Serienfertigung des zweiten Golf beginnt im Juni 1983 in der Halle 54 im Werk Wolfsburg. Technisch ist er bei der Golf, der im September 1984 beim 1,8-Liter-Einspritzmotor einen geregelten Katalysator bringt. Fünf Jahre bevor in Deutschland die Katalysatorpflicht gesetzlich eingeführt wird, – eine Weltneuheit. Weitere technische Innovationen: das Antiblockiersystem (ABS), die Servolenkung und der erste 30 Jahre! – stellte Volkswagen von diesem Golf mit dem Citystramer einen E-Prototyp und eine Hybrid-Studie vor. 1985 wird die Marke Volkswagen die Nummer eins in Europa – dank des Golf mit 790.342 verkauften Modellen. Im Juni 1988 hat der Golf die magische Schallmauer von 10 Millionen Einheiten durchbrochen. Nach 6,3 Millionen Exemplaren lief die zweite Generation 1991 aus.



Golf 3 1991–1997

Mit dem Golf III setzt eine neue Ära der Sicherheit ein: Er ist der erste Golf mit Frontairbags. Durch seine Karosserie-Konstruktion sind auch die Crasheigenschaften klar verbessert. Technische Neuheiten: der Sechszylindermotor (VR6), die Geschwindigkeitsregelanlage, der Oxydationskatalysator für Dieselmotoren sowie der Dieseldirekteinspritzer (TDI). 1996 hat der Golf auch erste Seitenairbags. Wenig später wird ABS für alle Golf Serienmäßig. Familienzuwachs: 1993 stellt Volkswagen ein neues Cabriolet vor. Der Vorgänger war mit 388.600 Exemplaren das meistverkaufte Cabrio der Welt. Zudem folgt ein neuer Allradler mit dem Golf Syncro II. Kurz darauf feiert der Golf Variant sein Debüt. Im Mai 1994 überspringt der Golf die 15-Millionen-Grenze. Der Golf III macht nach 4,83 Millionen gefertigten Einheiten seinem Nachfolger Platz.



Golf 4 1997–2003

Am 18. August 1997 wird der Golf IV in Bonn der Presse vorgestellt – die „Generation Golf“. Design-Chef Hartmut Warkuß schlägt Brücken zum Ur-Golf: langes Dach, steiles Heck und die kräftige C-Säule sind in die Design-DNA der Marke eingegangen. Auch dieser Golf bringt Innovationen in die Breite. Er hat ESC und Bremsassistenten an Bord. 1998 wird der erste allradgetriebene Golf vorgestellt – der Golf Allroad mit dem Golf Syncro II. Kurz darauf kommen im Golf das Sechsgang-4MOTION. Kurz darauf kommen im Golf das Sechsgang-Getriebe und der 241 PS-stärke R32, der in der Spitze 247 km/h fährt. Zum 25. Geburtstag erscheint ein GTI-Sondermodell mit 132 kW. Nach 4,99 Millionen Modellen läuft die Generation aus.



Golf 5 2003–2008

Der Golf V läuft in Wolfsburg, in Zwickau und in Brüssel an. Wolfsburg, die Stadt, in der die Golf Geschichte 1974 begann, wird „Golfburg“. Die fünfte Generation ist überzeugt durch viele technische Innovationen: die lasergeschweißte Karosserie, Seitenairbags im Fond, Vierlenkerhinterachse, das 7-Gang-DSG, Bi-Xenonscheinwerfer, Regensensor und Panoramashiedbedach. Zudem punktet der Golf V mit dem Turbo-Benzindirekteinspritzer im GTI sowie dem damals weltweit ersten Twincharger (TSI) mit Turbo- und Kompressoraufladung. Auch bei den Karosserievarianten tut sich viel: 2006 debütiert der Golf Plus, dann 2007 der CrossGolf, ein neuer Variant und der sparsame Golf BlueMotion. Im März 2007 feiert der Golf ein großes Jubiläum: 25 Millionen Golf sind gefertigt. Über die Laufzeit gehen von dieser Generation 3,4 Millionen Exemplare an Kunden.



Golf 6 2008–2012

In vier Jahren laufen von der sechsten Generation 2,85 Millionen Golf von den Bändern. Auf Island wird die Markteinführung läuft unter dem Slogan „Wertigkeit neu erleben“. Der Golf VI macht bei der Sicherheitskarosserie große Fortschritte. Die mit Laser geschweißte Sterne im Euro-NCAP-Crashtest erzielt. Serienmäßig Assistenzsystemen bringt er mit, die wir bis heute im Light Assist, den Park Assist, den Berganfahrassistenten, die elektronische Dämpferregelung DCC, das dynamische Kurvenlicht sowie LED-Rückleuchten. 2009 wird der Golf zum „World Car of the Year“ gewählt – wieder einmal.



Golf 7 2012–2019

Am 4. September 2012 feiert Volkswagen in Berlin die Weltpremiere des siebten Golf. Sein Gewicht ist um 100 Kilogramm gesunken. Auch der Verbrauch ist je nach Motor um bis zu 23 Prozent geringer. Der Golf TDI BlueMotion verbraucht nur noch 3,2 Liter auf 100 Kilometer. Motion verbraucht nur noch 3,2 Liter auf 100 Kilometer. Im Jahr 2014 elektrisiert Volkswagen die Kompaktklasse. Der vollelektrisch angetriebene e-Golf* kommt auf eine Reichweite von rund 190 Kilometern. Kurz darauf startet der Golf GTE mit Plug-in-Hybridantrieb. Danach startet der Golf GTE in den Standorten Wolfsburg. Die siebte Generation wird an den Standorten Wolfsburg, Zwickau, Foshan (China) und Puebla (Mexiko) gebaut. Im Juni 2013 feiern die 130.000 Mitarbeiter und ihre Familien in Wolfsburg am Tag der offenen Tür den 30-millionsten Golf. Der Golf ist und bleibt das meistgebaute Volkswagen Modell aller Zeiten. Vom Golf VII laufen bis September 2019 5,94 Millionen Einheiten vom Band.

Das Auto, das sich immer neu erfindet

Historiker Dieter Landenberger über die Qualitäten des Golf

Das Erfolgsgeheimnis des Golf war und ist die Summe seiner Eigenschaften: Er ist ein perfekter Begleiter für den Alltag, er verkörpert Vielseitigkeit, Funktionalität, Zuverlässigkeit und Qualität wie kein anderes Auto. Seit seiner Einführung im Jahr 1974 gilt er als der sprichwörtliche Urmutter der Kompaktklasse, die bald „Golf Klasse“ hieß. Alle anderen müssen sich seitdem an ihm messen. Und dies rund um den Globus, denn der Golf ist ein Weltauto. Dass er als GTI auch emotional begeistert und sogar Kultstatus hat, rundet das Bild ab. Ein weiterer wichtiger Faktor ist sein Design, das stets modern, aber nie modisch war. Ein Golf ist immer ein Original – alle Generationen sind sofort als Golf zu erkennen. Mit dem ersten Golf präsentierte Volkswagen nicht nur einen technisch zeitgemäßen Nachfolger für den Käfer, sondern auch eine Antwort auf gesellschaftliche Trends. Anfang der 1970er Jahre erschütterte die Ölkrise die Welt, die Menschen beschäftigten sich mit den „Grenzen des Wachstums“. In dieser Situation der Unsicherheit baute Volkswagen mit dem Golf ein höchst vernünftiges und ökonomisches Auto,



Dieter Landenberger (45), Technikhistoriker und Leiter Heritage

was sich auch in seinem zeitlosen und sachlichen Design ausdrückte. Hinzu kam der hohe Nutzwert mit vier Türen und großer Heckklappe. Das Konzept überzeugte auf ganzer Linie: Bis zum ersten Generationswechsel 1983 entschieden sich sechs Millionen Käufer für den Golf. Volkswagen hat sich mit dem Golf immer wieder selber neu erfunden. Mit dem wassergekühlten Reihenmotor und Frontantrieb begann 1974 in Wolfsburg eine neue Ära. Mit jeder folgenden Generation gelang es Volkswagen, neue Maßstäbe zu setzen. Im Golf wurden technische Innovationen für einen breiten Kundenkreis demokratisiert. Denn von Anfang an setzte der Golf auf wegweisende Technik: mit hochmodernen Motoren, später mit Aufladung und Direkteinspritzung, mit Allradtechnik, mit Elektro- und Hybridantrieb, mit modernsten Sicherheits- und Assistenzsystemen, Leichtbau-Technologien und vielem mehr. Der Golf war immer besser als die anderen und brachte Technologie der Oberklasse in die Kompakt-Segmente. Das wird dem Golf 8 sicher auch gelingen.

3 Fragen



Stefan Loth, Leiter Werk Wolfsburg

„Der Golf ist entscheidend für Wolfsburg“

1 Die neue Generation des Golf 8 ist angelaufen, die Weltpremiere folgt. Wie haben Sie als Werkleiter die vergangenen Wochen erlebt?

Den neuen Golf in die Linie zu bringen, hat die Mannschaft vor eine große Aufgabe gestellt. Sie haben diese Herausforderung hervorragend gelöst. Derzeit fahren wir die Stückzahlen Tag für Tag hoch und liegen mit unserer Hochlaufkurve im Plan. Darüber bin ich sehr froh und danke der gesamten Mannschaft für ihren außerordentlichen Einsatz und dass sie sich für den Anlauf der achten Golf Generation so ins Zeug gelegt haben.

2 Welche Bedeutung hat der Golf für den Standort Wolfsburg?

Seit mehr als 45 Jahren wird der Golf im Werk Wolfsburg gebaut. Über Generationen hinweg haben ganze Familien aus der Region die verschiedenen Golf Modelle gefertigt: Seien es die Großeltern, die Eltern, Tanten oder Onkels. Der Golf spiegelt unsere Tradition wider, die den Standort Wolfsburg und die Menschen in der Region miteinander verbindet. Das macht auch mich sehr stolz.

Darüber hinaus ist der Golf nach wie vor entscheidend für die Zukunft unseres Standorts und natürlich für die Stadt Wolfsburg. Diese Bedeutung wird sogar noch wachsen, wenn wir im kommenden Jahr den Golf Variant bauen werden und damit die Produktion der Golf Familie im Werk Wolfsburg bündeln. Künftig kommen dann alle Derivate der Golf Familie aus Wolfsburg. Das sichert in unserem Stammwerk zum einen die Auslastung und zum anderen natürlich die Arbeitsplätze.

3 Wie ist ihre persönliche Verbindung zum Golf?

Mein Herz schlägt für den Golf, seit ich den Führerschein habe. Schließlich war mein erstes Auto ein weißer gebrauchter Golf 1. Obwohl das Auto zum Zeitpunkt des Kaufs bereits älter war, war es in seiner Raumausnutzung und Fahrdynamik einfach klasse. Meine Verbindung zum Golf ist also seit der ersten Generation stark ausgeprägt. Daher war es für mich ein bewegender Moment, die ersten Autos der neuen Generation in der Linie und am Zählpunkt 8 zu sehen.

Mittlerweile bin ich schon mehrfach den neuen Golf gefahren – ein tolles Auto, das mich mit seinen Innovationen und dem schicken Cockpit überrascht hat. Ob damals oder heute: Für mich ist der Golf nach wie vor der Inbegriff zeitgemäßer Mobilität. Ich bin sicher, dass die Kunden von der achten Generation genauso begeistert sein werden.

* Quelle: <https://www.autoblog.com/2009/04/09/new-york-2009-and-the-world-car-of-the-year-is/>
 * e-Golf: Stromverbrauch kWh/100 km: kombiniert 14,1 mit 17-Zoll-Rädern – 13,2 16-Zoll; CO2-Emission kombiniert g/km: 0; Effizienzklasse: A+

„Ich baue den Golf“



„Die Technik im Fahrzeuginneren ist besonders gut, vor allem das Infotainment.“

Anas Saidi –
Montagen Technik



„Die neue Beleuchtung ist echt klasse. Das gab es vorher noch nicht.“

Anika Kaczmarek –
Schicht 2, Wagenfertigstellung

Fertigung bereit für den Golf 8

Für eine effiziente Produktion: Umbau bestehender Anlagen statt Neubau

Seit anderthalb Jahren wird die Golf-Fertigung im Werk Wolfsburg umgebaut, um sie fit für den Golf 8 zu machen. Im Gegensatz zu früheren Modellwechseln gibt es nur wenige neue Anlagen. Bestehende Stationen werden umgebaut, um Golf 7 und Golf 8 parallel zu fertigen.

Fertigungsleiter Henning Habicht erklärt: „Es ist das erste Mal im Unternehmen, dass wir eine reine Integration eines neuen Fahrzeugs in die bestehende Produktion vornehmen. Ein Neubau wäre einfacher, aber auch teurer gewesen.“

Möglich wird das durch die identische MQB-Plattform und eine frühzeitige Absprache zwischen Produktion und Entwicklung. Schon bei der Konzeption des Autos spielte die parallele Fertigung der beiden Golf Generationen eine entscheidende Rolle.

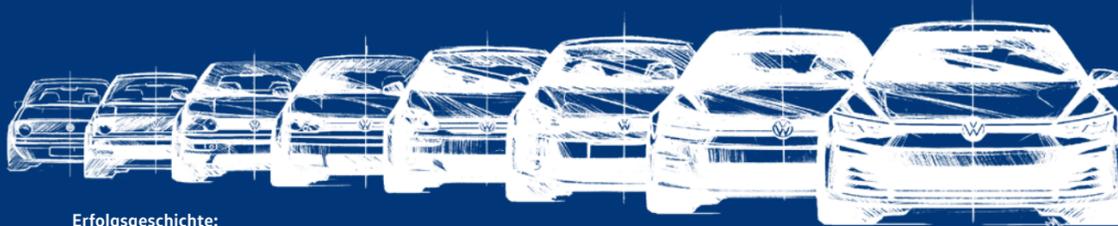
Praktisch jedes Wochenende werden Anlagen umgebaut und für den Golf 8 ertüchtigt. Herausfordernd ist das zum Beispiel im Karosseriebau: Passen am Sonntagabend wieder alle Schweißpunkte? Wenn nicht, kommt die Abweichung schon im Golf 7 an, mitten in der Großserienfertigung.

Habicht: „Das schaffen wir nur, wenn wir das als Mannschaftsleistung begreifen. Anlagenbetreiber und Planer müssen Hand in Hand gehen.“



„Ein Neubau wäre einfacher, aber auch teurer gewesen.“

Henning Habicht, Fertigungsleiter



Erfolgsgeschichte:
Skizzen des Golf der Generationen eins bis acht.

„Ich baue den Golf“



„Mich überzeugt das neue Design. Neben den Scheinwerfern und den Rückleuchten sticht vor allem das neue Cockpit des Golf 8 hervor. Ich bin auf das Kundenecho gespannt.“

Tabata Timm –
Auszubildende zur Kfz-Mechatronikerin



„Alles touch, alles modern. Sieht schick aus, der Golf.“

Melina Böhm –
Montagelinie 3

Anzeige

Freie Fahrt in den Herbst – Lifestyle Artikel für jedes Wetter

Kalte Temperaturen, Regen oder sogar bald schon der erste Schnee? Alles kein Problem mit den Volkswagen Lifestyle Angeboten. Damit sind Sie für jedes Wetter bestens gerüstet. Und sollte es Sie doch einmal in sonnigere Gefilde ziehen: auch für Ihre nächste Reise haben wir die passende Ausrüstung zu bieten.



UPE ~~39,90 €~~

Für VW-Mitarbeiter

25,90 €

VW Design
Stockschirm



UPE ~~12,90 €~~

Für VW-Mitarbeiter

10,30 €

T1 Kissen



UPE ~~69,90 €~~

Für VW-Mitarbeiter

55,90 €

GTI Schlitten



UPE ~~129,00 €~~

Für VW-Mitarbeiter

103,00 €

GTI Koffer

Erhältlich sind die Lifestyle-Artikel im Volkswagen Zubehör Shop, Autostadt KundenCenter, Mo. - Sa. 08:00 - 18:00 Uhr. Nur solange der Vorrat reicht! Verkauf an Werksangehörige mit registrierter Stammmummer. Der Rabatt für Werksangehörige beträgt im Volkswagen Zubehör Shop in der Autostadt ganzjährig 20% auf alle Original-Zubehörteile und Lifestyle-Produkte. Aktionsware ist davon ausgeschlossen. Jegliche Nachlässe können der geldwerten Besteuerung unterliegen. Alle genannten Preise beinhalten die gesetzliche Mehrwertsteuer. Zahlungsmöglichkeiten: Bar, EC-Karte, alle gängigen Kreditkarten und der Kreditschein der VW AG. Druckfehler vorbehalten!





Komponente im Golf 8



Group Components liefert zentrale Bauteile für den Golf 8 – ein Überblick

Die Vorbereitungen für die Weltpremiere des Golf 8 war für zahlreiche Kolleginnen und Kollegen aus der Kompo-

nente eine herausfordernde Aufgabe. Viele zentrale Bauteile werden von Group Components zugeliefert – von der Antriebsgelenkwelle über Ge-

triebe- und Motorenvarianten bis zu Zylinderköpfen. Mitgearbeitet haben die Teams aus den Geschäftsfeldern Motor und Gießerei, Getriebe und

E-Antrieb, Fahrwerk und Sitze. Hier sehen Sie eine Auswahl der Bauteile, die in der neuesten Ausführung des Golf verbaut sind. Außerdem haben

wir Mitarbeiter aus den Teams in Braunschweig, Salzgitter, Kassel und Wolfsburg gefragt, warum sie sich auf den neuen Golf freuen.



Geschäftsfeld Fahrwerk

Vorderachse

- Hilfsrahmen
- Querlenker
- Schwenklager
- Federbein
- Brems Scheibe
- Antriebsgelenkwelle

Hinterachse

- Hinterachse (ZSB)
- Hilfsrahmen
- Federlenker
- Radantrieb
- Brems Scheibe
- Antriebsgelenkwelle



Geschäftsfeld Sitze

- Sitzstruktur
- Komplettsitz



Geschäftsfeld Getriebe und E-Antrieb

- MQ200/281/350
- DQ200/381
- Abgasanlage EA211 evo
- Abgasanlage EA288 evo
- Diverse Pressteile



Geschäftsfeld Motor und Gießerei

EA211 evo

- Zylinderkurbelgehäuse
- Zylinderkopf
- Kurbelwelle
- Pleuel
- Aktives Zylindermanagement (ACT)

EA288 evo

- Zylinderkurbelgehäuse
- Zylinderkopf
- Kurbelwelle
- Pleuel
- Integriertes Ventiltriebsmodul (IVM)



„Die Weltpremiere des Golf 8 ist auch für mich ein besonderer Tag, denn ich bin zuständig dafür, unsere Komponentenumfänge wie Aggregate und Fahrwerksteile in die Pilothonnen der Fahrzeugprojekte einzubringen. Als ‚Schnittstelle‘ zum Fahrzeug konnte ich somit einen Teil zum Gelingen des Gesamtprojektes beitragen.“

Nicola Brandhorst, Änderungsmanagement, Zentrale Group Components in Wolfsburg



„Wir bauen für den neuen Golf das Direktschaltgetriebe DQ381 zusammen. Ich bin stolz auf den Golf 8, weil unser Getriebe den Wagen besonders CO₂-effizient macht.“

Timo Schneider, Getriebe Montage, Werk Kassel



„Wir fertigen die Vorder- und Hintersitze des neuen Golf zur Just-in-sequence-Lieferung und haben den Anlauf der Komplettsitzfertigung super im Team gemeistert. Daher bin ich stolz auf unsere SITECH-Sitze im Golf 8 und schon auf das gesamte Fahrzeug gespannt.“

Pascal Mahlke, Vordersitze der Produktionslinie 3 am SITECH-Standort Wolfsburg



„Ich bin stolz auf den Golf 8, weil er nicht nur gut aussieht, sondern in ihm auch eine Klasse Hinterachse aus Braunschweig verbaut ist. Das sorgt für einen sehr guten Fahrkomfort.“

Eva Cichosz, Fertigungsmitarbeiterin Hinterachse, Werk Braunschweig



„Wir bauen den Motor für den Golf 8. Ich bin sehr gespannt auf den neuen Golf – insbesondere in Sachen Interieur und Vernetzung mit dem Fahrer hoffe ich auf viele Neuerungen. In meiner Familie fahren viele Golf, ich auch.“

Steve-Nicola Zoher, Instandhalter Montage EA211 evo, Salzgitter

„Ich freue mich sehr auf unseren neuen Golf mit den besten EA211-Ottomotoren! Denn ich vertrete die Motorprojekte seitens der Qualitätssicherung in der Pilothonne und bin mitverantwortlich dafür, dass die Projekte in die Serienfertigung gehen – entsprechend unseren hohen Qualitätsstandards.“

Wilfried Hexel, Qualitätssicherung Motor Otto, Zentrale Group Components in Wolfsburg





Einfach sicher fahren.

Der Neuwagenkauf mit Rückgaberecht.
Es lohnt sich: Schauen Sie selbst!

Neue Modelle und höhere Prämien¹

Der Polo z. B. ab 55,67 €²

Abgebildetes Modell³ „IQ.Drive“ monatl. ab 109,79 €²

Mehr Informationen sowie die Bedingungen zu „Neuwagenkauf mit Rückgaberecht“ erhalten Sie auf KundenCenter *direkt* oder in einem unserer KundenCenter. Das Angebot ist gültig für e-up!, up!, Polo, T-Cross, T-Roc, Golf, Golf Sportsvan, Golf Variant, Touran und Tiguan. Für Neubestellungen ab 01.10.2019 und Auslieferungen bis zum 30.12.2019.

¹ Prämien stellen einen geldwerten Vorteil dar und sind entsprechend steuer- und sozialversicherungspflichtig.

² Die monatliche Beispielrate ist ein Mittelwert aus der Differenz von Kaufpreis und Rückkaufwert nach 24 Monaten. Die Beispielrate setzt eine Anzahlung von 1.500,- € voraus. Ohne Anzahlung ist die monatliche Rate höher. Zugrunde gelegt ist ein effektiver Jahreszins von 1,99%. Die Preise sind exklusive Steuer und Versicherung.

³ Abgebildetes Modell enthält Sonderausstattungen.

kundencenter.volkswagen.de

ID. Buzz Cargo: Erster Lieferauftrag kommt von Nike

Volkswagen Nutzfahrzeuge begleitet Sportartikelhersteller auf gemeinsamer Tour durch die USA



Passt: VWN und Nike verbinden mit der Aktion Heritage und neue Technologien.

Just do it“ trifft auf „We transport success“: Der ID. Buzz Cargo fährt zusammen mit Nike von Küste zu Küste, um nicht nur Sportfans in den USA zu begeistern. Teilnehmer der Tour erhalten die Gelegenheit,

Sportartikel einzukaufen, und erfahren mehr über die Anfänge von Nike und die elektrifizierte Zukunft von Volkswagen Nutzfahrzeuge. Der erste gemeinsame Auftritt war Anfang Oktober in Kalifornien, vor Nikes erstem

Ladengeschäft in Santa Monica. Nun sind unser ID. Buzz und Nike unterwegs nach Chicago und New York.

Back to the roots: Die Weltmarke Nike wurde 1964 von Phil Knight und Bill Bowerman ursprünglich als „Blue Ribbon Sports“ (BRS) gegründet. Im Januar 1967 eröffnete Nikes erster offizieller Mitarbeiter Jeff Johnson das erste BRS-Ladengeschäft für Laufsport in Santa Monica. Johnson war dafür bekannt, neben seiner Aufgabe als Shop-Manager lokale Laufsportveranstaltungen zu besuchen und dabei Produkte aus seinem privaten T2 heraus zu verkaufen. 50 Jahre später öffnete BRS an derselben Stelle in Kalifornien nun erneut seine Türen. Immer dabei: unser ID. Buzz Cargo. Der vollelektrische

Bulli für das 21. Jahrhundert ist die moderne Referenz an die Anfänge der Nike-Firmengeschichte. Retro Look, kombiniert mit Technik von morgen.

„Es bedeutet uns viel, dass der Bulli eine derart wichtige Rolle in Nikes Geschichte spielt“, sagt VWN Vertriebs- und Marketingvorstand Heinz-Jürgen Löw. „Die Wiedergeburt von BRS zu begleiten, ist für uns die perfekte Plattform zur Förderung von gemeinsamen Werten wie Nachhaltigkeit und Authentizität. Gleichzeitig zeigen wir, dass es auch bei unserem ID. Buzz Cargo darum geht, alles auf eine intelligente und emissionsfreie Art und Weise zu bewegen – Menschen und Güter. Getreu unserem Motto ‚We transport success‘.“



Hingucker aus Hannover: Unser ID. Buzz Cargo ist ein begehrtes Fotomotiv.

3 Fragen



Eingespieltes Team: Frank Alten vom Team Messe/Presse und der ID. Buzz. Wir wollten von Frank wissen, wie unser blau-weißes Concept Car in den USA ankommt.

1 Wie läuft die Nike-Aktion genau ab?

Nike präsentiert mit dem ID. Buzz Cargo eine Special Edition von Turnschuhen, die es nur 3.107-mal zu kaufen gibt – als Hommage an die Hausnummer 3107 am Pico Boulevard, wo die ersten Schuhe vor dem Laden aus einem Bulli verkauft wurden.

2 Wie kommt der ID. Buzz Cargo bei den Amerikanern an?

Die Amis lieben den ID. Buzz! Überall, wo wir auch auftauchen, gehen sofort die Smartphones an, jeder macht ein Foto. Ich habe auch schon ein Kaufangebot für den Buzz bekommen.

3 Wie fährt sich eigentlich unser ID. Buzz Cargo?

Er fährt ja nicht so schnell, ist eben noch ein Prototyp. Aber er ist schon cool mit dem eckigen Lenkrad – und er sorgt für viel Aufsehen.

Thomas Sedran zum ACEA-Chairman gewählt

Die ACEA und ihre Gremien vertreten die Interessen der Mitglieder gegenüber den europäischen Institutionen

Gute Wahl: Volkswagen Nutzfahrzeuge CEO Thomas Sedran ist neuer Chairman des Gremiums „Light Commercial Vehicles General Management“ beim Verband Europäischer Automobilhersteller (ACEA). In dieser Funktion repräsentiert er die europäischen Automobilhersteller vor dem europäischen Automobilverband vertretenen Hersteller leichter Nutzfahrzeuge. In seiner neuen Funktion als Chairman wird Thomas Sedran die Interessen der ACEA-Mitglieder in der Sparte „Leichte Nutzfahrzeuge“ vertreten.

„Es gilt jetzt, die wichtigen strategischen Themen für die Branche in



Thomas Sedran: „Das Erreichen der Klimaziele hat Priorität für unsere Branche.“

Europa anzugehen.“ Einen Schwerpunkt sieht Sedran bei gesetzlichen Rahmenbedingungen für neue Mobilitäts- und Transportlösungen und für die zunehmende Automatisierung in der

Branche bis hin zu autonom fahrenden Autos. „Ganz oben auf der Agenda steht zudem, die CO₂-Emissionen in unserem Sektor weiter deutlich zu senken, um unseren Beitrag zum Erreichen der

Klimaziele zu leisten. Der Zeitpunkt ist genau richtig, jetzt mit dem neu gewählten EU-Parlament und einer sich neu formierenden EU-Kommission diese wichtigen Themen zu diskutieren und Lösungen zu erarbeiten.“

Im Gremium sitzen CEOs und Top-Manager aller europäischen Hersteller leichter Nutzfahrzeuge. ACEA-Generaldirektor Eric-Mark Huitema begrüßte die Wahl von Thomas Sedran: „Ich freue mich auf die enge Zusammenarbeit mit ihm, vor allem bei den wichtigen Zukunftsthemen unserer Branche.“



Über die ACEA



Der Verband der Europäischen Automobilhersteller (ACEA) ist der in Brüssel ansässige Handelsverband der 15 größten Pkw-, Transporter-,

Lkw- und Busersteller in Europa. Die Mitglieder der ACEA für leichte Nutzfahrzeuge sind Daimler, Fiat Chrysler Automobiles, Ford of Europe, Iveco, Opel Group, PSA Group, Renault Group, Toyota Motor Europe und Volkswagen.

„Müssen Kundenorientierung konsequenter leben“

Starker Fokus auf „Gewerbekundenorientierung“ – Verantwortung liegt jetzt in Fachbereichen

Gewerbekundenorientierung mit dem Ziel der europäischen Marktführerschaft ist eine der drei tragenden und elementaren Säulen der VWN-Strategie GRIP 2025+. Wurden individuelle Kundenlösungen bisher in der Einheit „Customised Solutions“ bearbeitet, liegt die Verantwortung nun in den Fachbereichen – gesteuert vom neu geschaffenen „Solution Management“. Das Ziel: Kundenanfragen schnell und effizient beantworten. Zusätzlich werden das Segmentmarketing und das Aufbauhersteller-Management zentralisiert. Ein Interview mit Markus Wlodasch.



Markus Wlodasch, Leiter Großkunden International

immer dicht dran an Handwerk und Handel. Sind wir da nicht ohnehin kundenorientiert?

VWN ist natürlich ein kundenorientiertes Unternehmen. Die Erfolge belegen dies – zuletzt lieferten wir jährlich 500.000 Fahrzeuge an Kunden. Für uns als Marke ist wichtig: Mehr als die Hälfte der Fahrzeuge werden für den Kunden weiter individualisiert, also speziell branchenspezifisch ausgestattet. Wir kennen die individuellen Anforderungen unserer Kunden, die Einbauten, jedoch teilweise noch nicht gut genug.

Was müssen wir im Sinne der strategischen Gewerbekundenorientierung besser machen?

VWN ist als Traditionsmarke und mit dem Transporter seit fast 70 Jahren erfolgreich im Markt und war schon



Müssen funktionieren: Für Gewerbetreibende sind Nutzfahrzeuge wie Werkzeuge.

Wir müssen Kundenorientierung konsequenter leben – in allen Geschäftsbereichen. Wir müssen Gewerbetreibenden Fahrzeuge als Werkzeuge liefern, die ihnen helfen, Geld zu verdienen. Nicht mehr und nicht weniger.

Wurden die Kunden bislang nicht gefragt? Beim Crafter wurden die Kundenstimmen von Anfang an in den Entwicklungsprozess eingebunden, was ihn prinzipiell zu einem hervorragenden Produkt macht. Aber: Kundenanforderungen ändern sich – oft

rapide. Hierfür wollen wir uns richtig aufstellen. Alle Unternehmensbereiche müssen sich immer wieder in die Lage des Kunden versetzen. Das geht nur mit praxisbezogener Kundenorientierung über alle Fachbereiche hinweg.

Haben Sie ein Beispiel, wie so etwas in der Praxis aussehen kann?

Neulich ist ein aus allen Geschäftsbereichen zusammengestelltes Team in ein Logistikzentrum eines Kunden gefahren und hat dort selbst mit angepackt. Nur so erleben wir hautnah, wie unsere Produkte genutzt werden und wo die Herausforderungen liegen.

Das ganze Interview findet ihr auf der GroupConnect-Seite von Volkswagen Nutzfahrzeuge.



Starke HU-Bilanz für Transporter T6: 55 von 100 Transportern weisen eine absolute Mängelfreiheit nach zehn Nutzungsjahren und 160.000 Kilometern auf.

T6 und Caddy sind „Musterschüler“ beim TÜV-Report

Prädikat „sehr gut“: Unsere Nutzfahrzeugmodelle überzeugen im aktuellen „TÜV-Report Nutzfahrzeuge“. Zum dritten Mal nach 2015 und 2017 hat die Prüforganisation Nutzfahrzeuge ausgewiesen, die bei der Hauptuntersuchung besonders gut oder schlecht abschneiden. Das Fazit der Prüfer: „Der City Van Caddy wie auch der Transporter T6 zeigen sich geradezu als Musterschüler im TÜV-Report und glänzen mit durch die Bank hervorragenden Werten – spricht einer beachtlich niedrigen Mängelquote.“ Auch Crafter und Amarok werden von der Prüforganisation positiv bewertet.

Der Caddy präsentiere sich „äußerst solide“, dem T6 bescheinigt der TÜV eine „beachtliche Robustheit“. Die HU-Bilanz bescheinigte dem Transporter in diesem Jahr unter dem Strich sogar, dass 55 von 100 getesteten Bullis absolute Mängelfreiheit nach zehn Nutzungsjahren und rund 160.000 Kilometern Laufleistung aufwiesen. Die neue Generation des Crafter sei noch besser als der Vorgänger und fahre sich „sicherer und komfortabler als manch anderer seiner Klasse“. Und auch den Pick-up Amarok bewertet der TÜV als „zuverlässigen HU-Kandidaten“.

Die Modelle aus Hannover und den polnischen Standorten Poznań und Września gehören im Wettbewerbsvergleich damit zu den sogenannten Mängelzwerger.

Neu: VN auch auf LinkedIn

Jetzt vernetzen: Der neue LinkedIn-Kanal unserer Marke „Volkswagen Commercial Vehicles“ ist online – schaut doch mal vorbei!

Was findet ihr hier? VWN postet auf der internationalen Business- und Recruitingplattform alle News zur Marke und bietet interessante Blicke hinter die Kulissen – seien es aktuelle Unternehmensnachrichten oder Infos in Sachen Karriere und zu unserer Unternehmenskultur. Es gibt zudem die neuesten Informationen zu den Themen E-Mobilität, autonomes Fahren sowie neue Mobilitätskonzepte – und natürlich zu unseren Produkten.

Wenn ihr schon auf LinkedIn unterwegs seid, könnt ihr ganz einfach den VWN-Corporate-Kanal bei euch im Profil als Arbeitgeber verlinken. Wir freuen uns auf euch!



„Spätestens jetzt den Schalter umlegen“

Ein Interview mit Finanzvorstand Holger Kintscher über Herausforderungen und Chancen

Herr Kintscher, haben Sie in den vergangenen Tagen Kosten eingespart?

In Zeiten, in denen es um jeden Euro geht, sind auch geringe Beiträge wichtig. Das wird manchmal belächelt, aber es kommt auch darauf an, Zeichen zu setzen. Ein plakatives Beispiel sind Bewirtungen, die wir im Vorstand deutlich reduziert haben. Und wir haben beschlossen, die Beauftragung externer Beratungsfirmen in Hannover einzustellen. Die aktuellen Verträge werden noch erfüllt, neue wird es nur noch in absoluten Ausnahmefällen geben. Richtig relevant wird es dann bei zukünftigen Fahrzeugprojekten, bei denen es um sehr hohe Beträge geht. Hier ist es entscheidend, in einer frühen Phase die Weichen richtig zu stellen.

Warum ist es für Volkswagen Nutzfahrzeuge wichtig, jetzt zu sparen?

Die Automobilbranche steht vor einem tiefgreifenden Wandel. Ob alle derzeitigen Autohersteller diesen unbeschadet überstehen, wissen wir heute nicht. Wir bei Volkswagen Nutzfahrzeuge haben aber einen klaren Plan für die kommenden Jahre. Die Marke muss sich fit machen für die Zukunft, dafür sind hohe Aufwendungen nötig. Wir bauen unser Geschäftsmodell grundlegend um. Das bedeutet: Wir müssen es schaffen, von einem reinen Hersteller von Fahrzeugen auch zu einem Anbieter von Mobilitätsdienstleistungen zu werden.

Was heißt das genau?

Wir sind als Marke schon jetzt im Konzern verantwortlich für autonomes Fahren, entwickeln Geschäftsfelder um MaaS/TaaS – also Mobility as a Service und Transport as a Service – und haben zeitgleich mehrere Produktanläufe mit unterschiedlichen Antriebskonzepten



Über Holger Kintscher:



Holger Kintscher wurde 1960 in Liebenau (Niedersachsen) geboren und graduierte an der Hochschule Ostwestfalen-Lippe

in Fertigungstechnik. Seine berufliche Laufbahn begann er 1987 bei der Volkswagen AG. Dort arbeitete er zunächst in verschiedenen Funktionen, darunter Schulung/Training und Controlling. Von 1994 bis 1997 war Kintscher im Volkswagen Werk Poznań (Polen) Mitglied der Geschäftsleitung und zeichnete ab 1995 für die Finanz verantwortlich. Ab 1997 leitete er das Produktcontrolling bei VWN, wo er im Jahr 2000 zum Leiter Controlling und Rechnungswesen ernannt wurde. Von 2005 bis 2010 verantwortete er als Mitglied des Vorstands den kaufmännischen Bereich von Skoda Auto, anschließend wurde er zum Vorstand bei Seat für Finanzen, IT und Organisation berufen. Seit Juni dieses Jahres ist er Vorstand für Finanzen und IT bei Volkswagen Nutzfahrzeuge.



vor uns. Dieser komplette Umbau im laufenden Geschäftsbetrieb ist die größte Herausforderung unserer Unternehmensgeschichte. Wir sind auf diese Transformation vorbereitet und haben diesen Prozess auch schon angestoßen. Der Transformationsprozess verlangt hohe Investitionen in die Zukunft.

Und das hat Auswirkungen auf unsere Ergebnissituation?

Ja, schon in diesem Jahr werden wir ein abgeschwächtes Ergebnis haben. Das liegt einerseits an den beschriebenen Investitionen der Marke. Dazu kommen aber auch schwierige Situationen in einzelnen Absatzmärkten. Ab kommendem Jahr müssen wir als Marke außerdem CO₂-Lenkungsabgaben zahlen, denn unsere aktuellen Modelle halten 2020 und 2021 die CO₂-Compliance-Richtlinien nicht ein. Das schaffen wir erst mit dem ID. Buzz ab 2022. Diese Ausgleichszahlungen gleichen wir zum überwiegenden Teil im Volkswagen Konzern intern aus, da die CO₂-Abgaben gesamthaft im Konzern betrachtet werden. Für uns als Marke ist es ein Vorteil, Teil der Volkswagen AG zu sein. Trotzdem werden die CO₂-Abgaben unser Ergebnis stark beeinflussen. Diesen Einbruch gilt es abzumildern. Darum arbeiten wir hart daran, das EAP konsequent umzusetzen.

Sie sprechen vom Ergebnis-Absicherungs-Programm bei VWN. Was steckt genau dahinter?

Mir ist wichtig: EAP ist nicht einfach nur ein Einsparprogramm, bei dem pauschal überall an der Kostenschraube gedreht wird. Es geht auch darum, mit unserem operativen Tagesgeschäft weiterhin Geld zu verdienen,

und wir dürfen trotzdem wichtige Zukunftsinvestitionen nicht gefährden.

Bei wem liegt die Verantwortung zu sparen? Bei den Abteilungsleitungen?

Nein, jeder Einzelne ist gefordert. Das ist auch mein Aufruf an alle Beschäftigten: Jeder muss spätestens jetzt den Schalter umlegen und sich fragen, ob er oder sie einen Beitrag zur Ergebnisabsicherung leistet oder leisten kann. Ich sage bewusst: Wir müssen alles in Frage stellen! Das gilt auch für kleine Dinge. Ich bin sicher, wir können noch viele Potenziale heben. Einige Entscheidungen werden sicherlich auch un bequem sein. Aber wo diese zu finden sind, das wissen die Bereiche am besten. Das kann darum nicht nur die Aufgabe des Vorstands oder der Finanz sein.

Wenn ich als Beschäftigter Einsparpotenziale sehe, was kann ich machen?

Sprechen Sie Ihren Vorgesetzten an und zeigen Sie ihm Ihre Idee. Wir haben in der Finanz außerdem eine EAP-Sprechstunde eingerichtet, bei der Potenziale vorgestellt werden können. Meine Botschaft an alle: Sagen Sie uns, wo noch sinnvoll eingespart werden kann, und lassen Sie uns Ihre Idee dann gemeinsam umsetzen.

„Wir müssen den Gürtel enger schnallen, aber woanders wird das Geld mit beiden Händen ausgegeben!“ Wie begegnen Sie Mitarbeitern, die das sagen?

Die Einsparungen betreffen jeden Geschäftsbereich bei VWN, da gibt es keine Ausnahmen. Aber wie gesagt: Wir dürfen dabei nicht das aktuelle Tagesgeschäft oder wichtige Entwicklungen für die Zukunft behindern. Wir

brauchen das Verständnis aller Beschäftigten, dass es beim EAP wirklich um die Zukunft unserer Marke geht. Und natürlich auch um den Standort Hannover. Der ist und bleibt ein fester Bestandteil unserer Strategie, Hannover bleibt der Kern von VWN! Aber es muss auch hier jeder verstehen, dass wir kostenoptimal arbeiten müssen. Nur so können wir die Weichen für künftige erfolgreiche Jahre stellen. Diese Sensibilität fällt nach den vergangenen Rekordjahren vielleicht schwer, aber es ist unumgänglich, dass wir hier im Werk an den Kosten arbeiten.

In der Industrie drohen bei Sparprogrammen oft auch Entlassungen. Wie sieht das bei VWN aus?

In Hannover sind die Arbeitsplätze sicher! Wir haben eine Beschäftigungsgarantie bis Ende 2029 vereinbart. Gleichwohl wird sich in Hannover die Anzahl der Beschäftigten reduzieren. Aber das geschieht entlang der demografischen Kurve, niemand braucht Angst um seinen Arbeitsplatz zu haben – ganz im Gegenteil: Mit dem Ergebnis-Absicherungs-Programm tun wir alles dafür, den Standort Hannover und die Arbeit zu sichern.

Was macht Sie persönlich sicher, dass das Unternehmen die kommenden Jahre unbeschadet übersteht?

Was mich wirklich überzeugt, ist der „Nutzi-Spirit“ in der Belegschaft. Das war schon zu meinen Anfängen in Hannover so und das spüre ich auch heute noch. Bei VWN ist man eine Gemeinschaft und man kämpft auch in schwierigen Zeiten gemeinsam, unterstützt sich gegenseitig. Das können wir als kleine Einheit im Konzern viel besser als andere, größere Marken. Und dieser Kampfgeist macht mich sicher, dass wir gestärkt aus den kommenden schwächeren Jahren hervorgehen werden.

Wie wurden Sie nach Ihrer Rückkehr von Ihrer Mannschaft aufgenommen?

Das war ein sehr herzlicher Empfang hier in Hannover, nicht nur von meinem Team, sondern in allen Geschäftsbereichen. Ich habe mich darüber sehr gefreut und eine hoch motivierte Mannschaft vorgefunden. Und viele Mitstreiter kenne ich noch von früher.

Sie haben bei VWN schon als Student angefangen, heute sind Sie Vorstand. Was macht für Sie denn eine gute Führungskraft aus?

Mir sind drei Dinge wichtig: zuhören, motivieren und Vorbild sein. Eine gute Führungskraft muss zuhören und verstehen können, was die Teams umtreibt. Ein starker Motivator zu sein ist gerade in schwierigen Zeiten enorm wichtig. Jede Mitarbeiterin und jeder Mitarbeiter muss merken, dass ihr bzw. sein persönlicher Beitrag wertvoll für das Unternehmen ist. Und in meinem gesamten Berufsleben habe ich immer versucht, so ein Vorbild zu sein. Dazu gehört, dass man von seinen Mitarbeitern immer nur das verlangen kann, was man auch von sich selbst verlangen würde.

Eine private Frage zum Schluss: Jeder erinnert sich an sein erstes Auto. Welches war Ihres?

Das war ein alter Opel Kadett (lacht). Aber mein zweites Auto war dann schon ein VW Käfer. Und privat überlege ich, mir jetzt einen T6.1 California zu kaufen. Ein richtig cooles Auto!

Logoaustausch in 102 Metern Höhe

Innerhalb von vier Wochen haben bis zu sieben Industriekletterer die drei riesigen Logoplanen auf dem VWN-Tower auf den neuesten Stand gebracht und die Lichttechnik auf sparsame LED-Beleuchtung umgestellt. Seitdem erstrahlt das Wahrzeichen der Stadt im neuen Look. Ein Gespräch mit Projektleiter Matthias Pohlmann von der Firma Seilpartner GmbH über eine Arbeit mit Höhen und Tiefen.

Wie fühlt es sich an, mehr als 100 Meter über Hannover zu arbeiten?

Ganz hervorragend. Die Arbeit macht viel Spaß, insbesondere, wenn das Wetter mitspielt.

Die große Höhe ist kein Problem?

Die blendet man schlichtweg aus. Wir

führen eine ganz normale Montage durch. Und am Ende ist es egal, ob man 20 Meter Luft unter dem Hintern hat oder 100.



„Rumhängen und damit Geld verdienen“ – Matthias Pohlmann leitete die Arbeiten am VWN-Tower.

Wie war das Wetter bei Ihren Arbeiten am VWN-Tower?

Sehr gut. Wir hatten innerhalb der vier Wochen nur einen einzigen Ausfalltag, das ist extrem gut für diese Jahreszeit.

Wie wird man Industriekletterer?

Indem man zuvor ein Handwerk erlernt und sich anschließend in Seilzugstechnik kundig macht und offiziell zertifizieren lässt. Ich bin zum Beispiel gelernter Tischler, auf dem Tower waren unter den Höhenarbeitern auch Dachklempner und Metallfacharbeiter.



VWN-Tower leuchtet wieder – die Fakten

Der VWN-Tower

- Baujahr 1958
- Früher ein Fernseh- und Fernmeldeturm
- Gesamthöhe: 136 Meter
- Höhe der Plattform: 102 Meter
- Neben dem Funkturm in Stuttgart der zweite Fernsehturm in Deutschland, der aus Stahlbeton gebaut wurde
- Seit 2000 in VWN-Besitz
- Auch genannt: „Telemoritz“

Die Logoplanen

- Drei Planen
- Gewicht jeweils 90 kg
- Trägerelemente jeweils neun Meter Durchmesser
- Befestigung mit jeweils 200 Aluminiumklemmen an den bestehenden Trägerelementen
- Wurden zusammengerollt per Seilzug 102 Meter nach oben gezogen



Die beiden 54er Sambas wurden direkt nach der Geburt getrennt und sind nun nach 65 Jahren wieder vereint.

Samba Twins: Wiedersehen nach 65 Jahren

Der Bulli schreibt die kuriossten Geschichten: Am 6. September 1954 wurden, damals noch in Wolfsburg, zwei Samba Busse produziert. Dann trennten sich ihre Wege. Fast auf den Tag genau 65 Jahre später gab es beim „Busfest“ im englischen Malvern das große Wiedersehen. Die Freunde und stolzen Besitzer je eines Samba Busses Rikki James und Andy Morgan hatten kurz zuvor und absolut zufällig bei einem Bulli-Club-Treffen herausgefunden, dass ihre Lieblinge am selben Tag vom Band gelaufen waren. Waschechte Zwillinge! Bei der außergewöhnlichen Reunion gab es Torte, viele Fotos und noch mehr Samba Geschichten.

Multivan 6.1 gewinnt Design-Award

Die Leser haben entschieden: Der neue Multivan 6.1 ist die beste Designneuheit des Jahres und damit Gewinner des Awards „autonis“ in der Kategorie „Vans“ von der Fachzeitschrift auto motor und sport. Rund 14.000 Leser gaben ihre Stimme ab, mehr als die Hälfte wählten den neuen Multivan auf den ersten Platz.

„Der Bulli ist für mich die Quadratur des Kreises. Seine Designhistorie ist die längste der Automobilgeschichte“, so VWN-Chefdesigner Albert Kirzinger. „Das Erfolgsgeheimnis liegt darin, dass wir zeitgemäßes Styling und zeitloses Design in Einklang bringen.“ Der renommierte Wettbewerb fand in diesem Jahr bereits zum 14. Mal statt und es standen insgesamt 100 neue Modelle in zehn Fahrzeugklassen zur Wahl.



Albert Kirzinger (links) und ams-Redakteur Sebastian Renz bei der Preisverleihung in Stuttgart.

10 € für Kampf gegen Leukämie

Am 5. November verkauft das Norddeutsche Knochenmark- und Stammzellspender-Register ihren Adventskalender im Werk Hannover. Der Kalender kostet 10€, der Erlös kommt dem Kampf gegen Blutkrebs zugute. **Nur Barzahlung möglich!**

Jetzt vormerken: 5. November von 11.30 bis 13.30 Uhr, Betriebsrestaurant T-Stube (Sektor 7)

VWP produziert Komponenten für ID.3

Gießerei in Poznań gehört zu den größten in Europa – Neuer Maschinenpark auf 1.200 Quadratmetern



Die ersten Teile sind produziert: Die Beschäftigten der VWP-Gießerei zeigen neue Komponenten für den ID.3.

Teile des neuen Volksstromers kommen aus der Gießerei von VWP. Die in Poznań gefertigten Komponenten des Getriebegehäuses werden anschließend im Volkswagen Werk Kassel in die elektrischen Antriebssysteme des ID.3 verbaut.

Die Gießerei in Poznań wird von Dr. Thomas Kreuzinger-Janik geleitet: „Wir leisten damit einen konkreten Beitrag zur Entwicklung der e-Mobility. Und das CO₂-neutral. Das macht mich sehr stolz.“ Für einen optimalen Start gab es regelmäßige Absprachen zwischen den Beschäftigten der Standorte Poznań und Kassel.

Im vergangenen Jahr entstand auf einer Fläche von 1.200 Quadratmetern ein riesiger Maschinenpark mit modernen Gieß- und Verarbeitungsanlagen. Jährlich sollen dort eine halbe Million Teile gegossen werden.

Die Gießerei von VWP ist die drittgrößte Gießerei im Volkswagen Konzern und gehört zu den größten in Europa. Jedes dritte Auto von Volkswagen besitzt ein Teil, das im VWP-Werk gefertigt wurde.

Qualitäts-Check:
Ein Mitarbeiter prüft ein Gussteil.



250

Zahl des Monats
250 Sitzplätze in
neuer Kantine

Mehr Abwechslung, großes Salatbuffet und Live-Cooking: Ab sofort öffnet das Panoramarestaurant in Sektor 21 wieder zur Frühstücks- und Mittagspause seine Türen. Rund 250 Sitzplätze gibt es jetzt in der beliebten Kantine, die nach dem Umbau heller und einladender erscheint. „Wir haben in den vergangenen Monaten die Küche komplett umgebaut und modernisiert“, erklärt Horst Burghardt, Leiter der Service Factory am Standort Hannover. Das Ziel: den Gästen mehr Abwechslung und ausgewogene Kost anbieten. An drei Stationen werden Speisen jetzt frisch zubereitet, ein großes Salatbuffet macht Lust auf eine „leichte Pause“. Guten Appetit!



Frische Speisen und mehr Auswahl: Beschäftigte, Werkmanagement, Service Factory und Betriebsrat eröffneten das Panoramarestaurant in Sektor 21.



Cornelia „Conni“ Neves war 30 Jahre bei VWN beschäftigt.

„Last Currywurst“ mit „Conni“

Ein Nutzi-Urgestein verlässt das Werk: Nach fast dreißig Jahren hatte Cornelia Neves (Foto) Ende September ihren letzten Arbeitstag – und feierte diesen standesgemäß mit einer „Last Currywurst“ in der Oldtimerhalle in Limmer. Mit ihr geht die Frau in den Ruhestand, die wahrscheinlich mehr über die Geschichte der Nutzfahrzeuge weiß als irgendjemand sonst.

Im Dezember 1989 begann „Conni“ ihre VWN-Karriere zunächst in der Kabelproduktion. Später übernahm sie die Hannover-Seite der Volkswagen Mitarbeiterzeitung „Autogramm“ und fand in der Unternehmenskommunikation ihre Bestimmung. Besonderes Highlight: Zum 60-jährigen Werkjubiläum interviewte sie dutzende Zeitzeugen und veröffentlichte das Buch „Bullibauer erinnern sich“. Auch die erfolgreiche Ausstellung „Als der Bulli nach Hannover kam“ im Historischen Museum ging auf „Connis“ umfangreiche Recherchen zurück.

Ihr kennt „Conni“ und ihre Geschichten noch nicht? Dann hört euch den VWN-Podcast „We transport success“ an, dort gibt es gleich zwei Folgen mit ihr und Thomas Sedran.

„Klasse – von der ersten bis zur letzten Minute“

Passen, Dribbeln, Torschuss: Nutzis trainieren bei Hannover 96 wie die Profis

Trainieren, wo die Stars von morgen ihren Feinschliff bekommen. Für 36 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter wurde dies Ende September Wirklichkeit. VWN und Hannover 96 hatten eine ganztägige Trainingseinheit in der 96-Akademie organisiert. Vier Trainer der Akademie kümmerten sich mit einem abwechslungsreichen Programm um die Gäste. Im Anschluss an die Trainingseinheiten an den verschiedenen Stationen durfte das Abschlussturnier natürlich nicht fehlen. Ein besonderes Augenmerk legten die Übungsleiter auf den Torabschluss. Roland Rasch, der das Torschustraining betreute, wollte „viele Bälle, viele Schüsse“ sehen, und Letztere möglichst präzise. Bei allem sportlichen Ehrgeiz „soll der Spaß im Vordergrund stehen“, sagte Dominic Prinz, administrativer Leiter der 96-Akademie. Er freue sich, dass VWN-Mitarbeiter auf diese spielerische Weise die Akademie einmal live erleben konnten. Prinz erinnerte daran, welche Bedeutung VWN als Partner für die Akademie hat: „Unser kompletter Fahrdienst wird mit den acht Bussen von VWN organisiert.“



Extraschicht auf dem Bolzplatz: In Kooperation mit der Akademie von Hannover 96 organisierte VWN die Nutzi-Trainingseinheit.

Am Ende waren alle begeistert. „Ein super Erlebnistag“, findet Alejandro Huertas Santiago aus der Beschaffung. Und Michael Wolf, Cheftrainer der 96-Fußballschule, geht es nicht anders: „Der Tag war einfach nur Klasse – von der ersten bis zur letzten Minute.“



Voller Einsatz: Beim Abschlussturnier wurde kein Ball verloren gegeben.

Nutzi-Games: „Pott“ geht an die Presswerker

Siegerehrung im KundenCenter – Sonderapplaus für Orga-Team



Nutzi-Champions: das Team „Volkswagens Hoffnung“ bei der Siegerehrung.

Tausende Beschäftigte kämpften bei den Nutzi-Games um den begehrten Wanderpokal: Im Finale setzte sich das Team „Volkswagens Hoffnung“ aus dem Presswerk durch. Im KundenCenter erhielten die Gewinner nun die riesige Trophäe: 35 kg schwer und 1,15 Meter hoch.

Werkleiter Thomas Hahlbohm war begeistert: „Das Engagement von allen Beteiligten ist großartig, alle sind mit Leidenschaft und Ehrgeiz bei der Sache! Unsere Nutzi-Games stärken die Gemeinschaft und den Teamgeist unter allen Bereichen.“ Das faire Miteinander und die gegenseitige Unterstützung seien nicht nur während der Wettkämpfe notwendig, sondern auch bei der täglichen Arbeit. „Besonders jetzt, da die Marke vor enormen Herausforderungen steht“, so Hahlbohm weiter.

Einen langen Applaus gab es am Samstagabend auch für das Organisationsteam der Nutzi-Games.



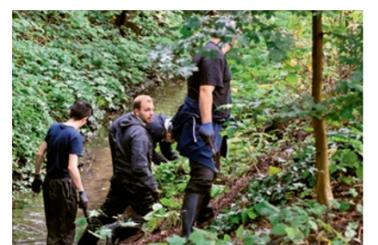
An der Wurzel gepackt: das Team vom Volkswagen Design bei der Aktion in Hannover-Stöcken.

Volkswagen Designer engagieren sich

Öko-Aktion der Wolfsburger Kollegen in Hannover

Der japanische Staudenkötterich macht es den heimischen Pflanzenarten am Stöckener Bach schwer. Vor Jahren eingeschleppt, verbreitete er sich schnell und verdrängt so andere Pflanzenarten. Anwohner des Stöckener Gewässers gehen schon länger dagegen vor, jetzt bekamen sie tatkräftige Unterstützung von den Volkswagen Interieurdesignern aus Wolfsburg. Seit Jahren engagiert sich das Team ehrenamtlich mit regionalen Öko-Pflegeaktionen. „Dass in diesem Jahr die Nachbarschaft unseres Standorts davon profitiert, freut uns natürlich sehr. Ein großes

Dankeschön an die Wolfsburger Kollegen“, betont Rolf Ohliger, Leiter Umweltschutz am VWN-Standort Hannover.



Voller Einsatz: Auch knietiefes Wasser scheuten die Teilnehmer nicht.