

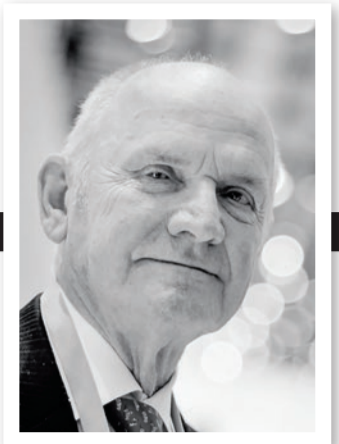
360° OSNABRÜCK



Volkswagen

RUNDUM VOLKSWAGEN – DIE MITARBEITERZEITUNG FÜR UNSEREN STANDORT

SEPTEMBER 2019



Trauer um Ferdinand Piëch

Der Volkswagen Konzern trauert um seinen langjährigen Vorstands- und Aufsichtsratschef Ferdinand Piëch. Er starb Ende August im Alter von 82 Jahren. In einigen Werken wehten die Flaggen auf Halbmast. Außerdem gab es Gedenkminuten, an denen in Wolfsburg außer Mitarbeitern unter anderem Aufsichtsratsvorsitzender Hans Dieter Pötsch, Konzernchef Herbert Diess, Personalvorstand Gunnar Kilian und Betriebsratschef Bernd Osterloh teilnahmen.

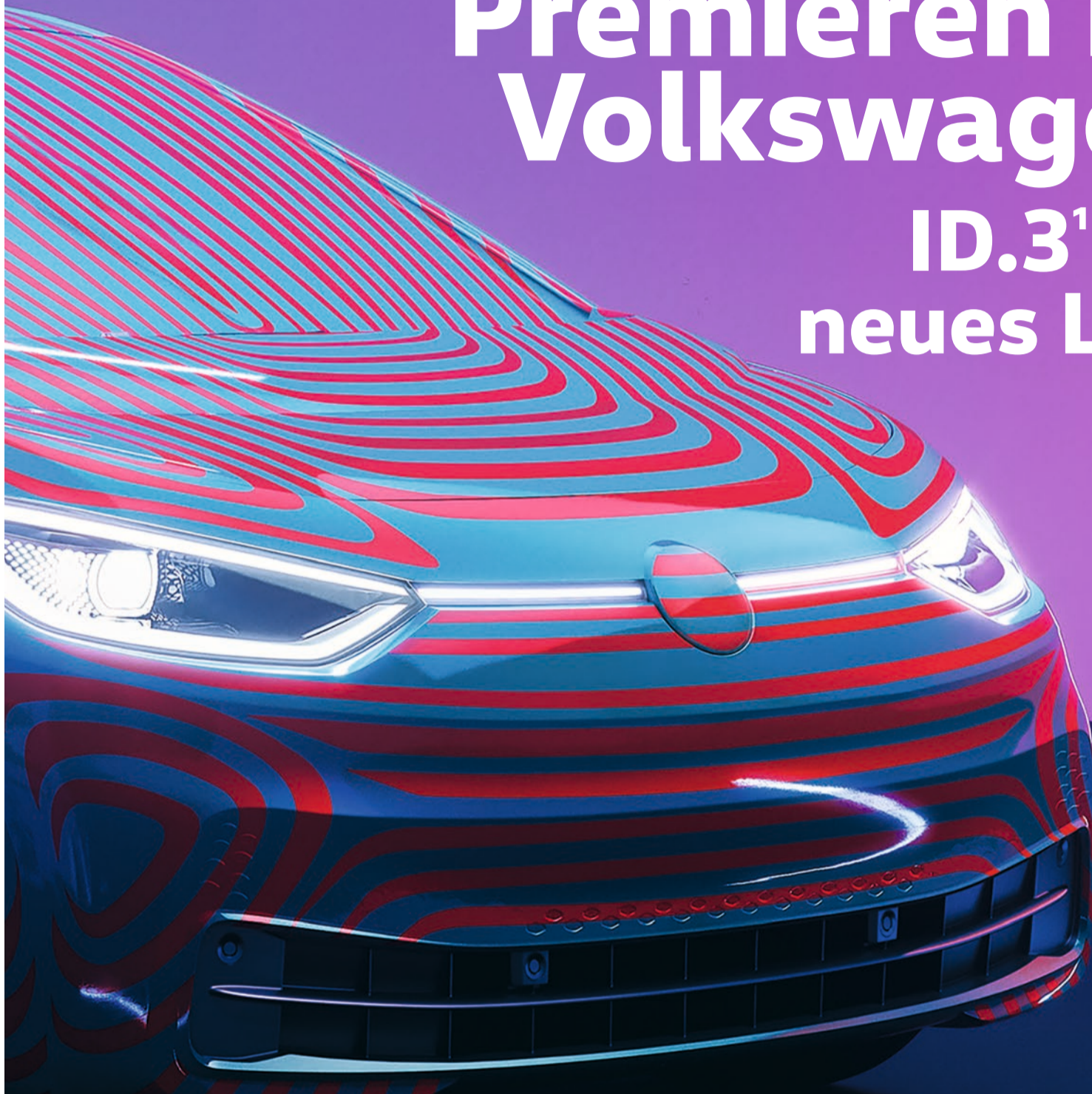
Pötsch sagte: „Ferdinand Piëch hat Automobilgeschichte geschrieben – als leidenschaftlicher Manager, genialer Ingenieur und visionärer Unternehmer. Unser Unternehmen und seine Menschen haben Prof. Piëch unendlich viel zu verdanken. Wir verneigen uns mit Respekt vor seinem Lebenswerk.“

Diess erklärte: „Ferdinand Piëch war mutig, unternehmerisch konsequent und technisch brillant. Vor allem hat er Qualität und Perfektion bis ins Detail in den Automobilbau gebracht und tief in der Volkswagen DNA verankert.“

Piëch war ab 1988 Vorstandschef bei Audi. Fünf Jahre später übernahm er den Vorsitz der Volkswagen AG. 2002 wurde Piëch zum Vorsitzenden des Aufsichtsrats gewählt. 2015 trat er von seinen Mandaten im Konzern zurück.

→ SEITE 2-3

Premieren bei Volkswagen: ID.3¹ und neues Logo



Noch getarnt:
Während der IAA
feiert der ID.3
Weltpremiere.

Nur noch wenige Tage, dann bricht für Volkswagen ein neues Zeitalter an: Die Marke feiert bei der Internationalen Automobilausstellung (IAA) in Frankfurt am Main zwei Weltpremieren. Neben dem vollelektrischen ID.3 präsentiert Volkswagen bei der Group Night am Montag, 9. September, den neuen

Markenauftritt samt neuem Logo. Fünf weitere Konzernmarken sind auf der Messe präsent.

Der ID.3 leitet für die Marke Volkswagen nach dem Käfer und dem Golf eine neue Ära ein: die elektrisch, voll vernetzt und bilanziell CO₂-neutral ist. Der ID.3 basiert auf dem Modularen E-Antriebs-

Baukasten (MEB). Diese Plattform ist ausschließlich für Elektrofahrzeuge ausgelegt. Zahlreiche zentrale Komponenten und Bauteile für die Produktion des ID.3 werden von Volkswagen Group Components geliefert.

Der vor knapp vier Jahren angestoßene strategische Wandel mit nachhaltigen Produkten wird mit dem neuen Auftritt auch nach außen sichtbar: Das Erscheinungsbild der Marke wird jünger und digitaler. Die Besucher der Messe werden zu den Ersten gehören, die das neue Brand Design erleben: Symbol und Markenzeichen ist das neue Logo. Es wird moderner, klarer und einfacher. Reduziert auf seine wichtigsten Bestandteile und in 2D-Optik wird es flexibel einsetzbar und in digitalen Medien hervorragend erkennbar sein.

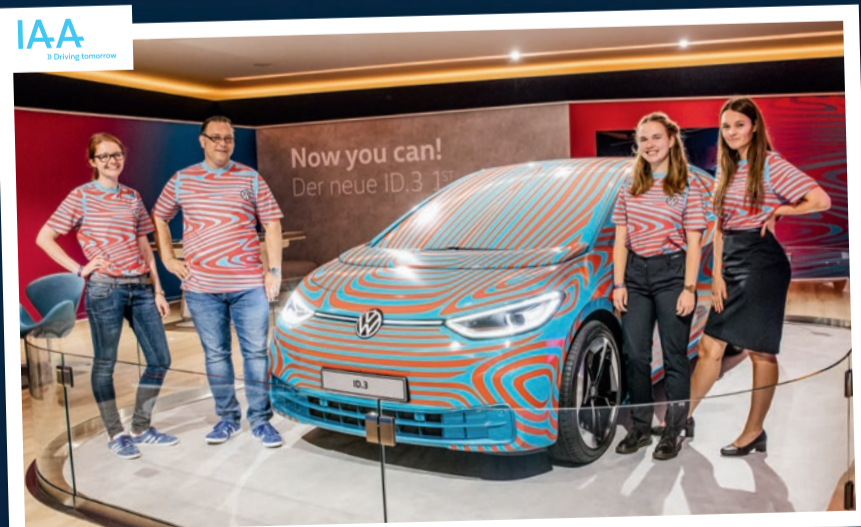
Die IAA 2019 ist für das Publikum vom 12. bis 22. September geöffnet. Die Marken des Volkswagen

Konzerns präsentieren sich unter einem Dach. Volkswagen, Porsche, Seat, Skoda, Audi (mit Ducati) und Lamborghini sind in Halle 3 zu finden.

→ Mehr zum ID.3 und zum Logo auf den SEITEN 8-9



New Brand Design: Logotausch auf dem Markenhochhaus.



Hingucker noch mit Camouflage-Optik: Der ID.3 steht in der Autostadt.



T-Roc Cabrio: Das passiert in Osnabrück

Die Nullserie des T-Roc Cabrios² ist gestartet und das Anlaufmanagement am Standort Osnabrück steht vor einem weiteren herausfordernden Kapitel – mit dem Ziel, die termin- und funktionsgerechte Abgabe der Vorserienfahrzeuge sicherzustellen. Den Spagat zwischen der statusgerechten Teilebereitstellung und den hohen Qualitätsansprüchen ist zu meistern, damit am Ende dieses Jahres der SOP des T-Roc Cabrios gefeiert werden kann.

→ SEITE 32

kp-05

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

² T-Roc Cabriolet: Das Fahrzeug ist eine seriennahe Studie.

Volkswagen trauert um Ferdinand Piëch

Der frühere Vorstands- und Aufsichtsratschef starb Ende August im Alter von 82 Jahren – Unternehmen würdigt seine großen Verdienste

Der Volkswagen Konzern trauert um seinen langjährigen Vorstands- und Aufsichtsratsvorsitzenden Ferdinand Piëch. Im Namen aller 660.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter kondolieren Aufsichtsrat und Vorstand den Angehörigen und würdigten Piëchs große Verdienste um Volkswagen, die Konzernmarken und die Entwicklung des Automobils insgesamt.

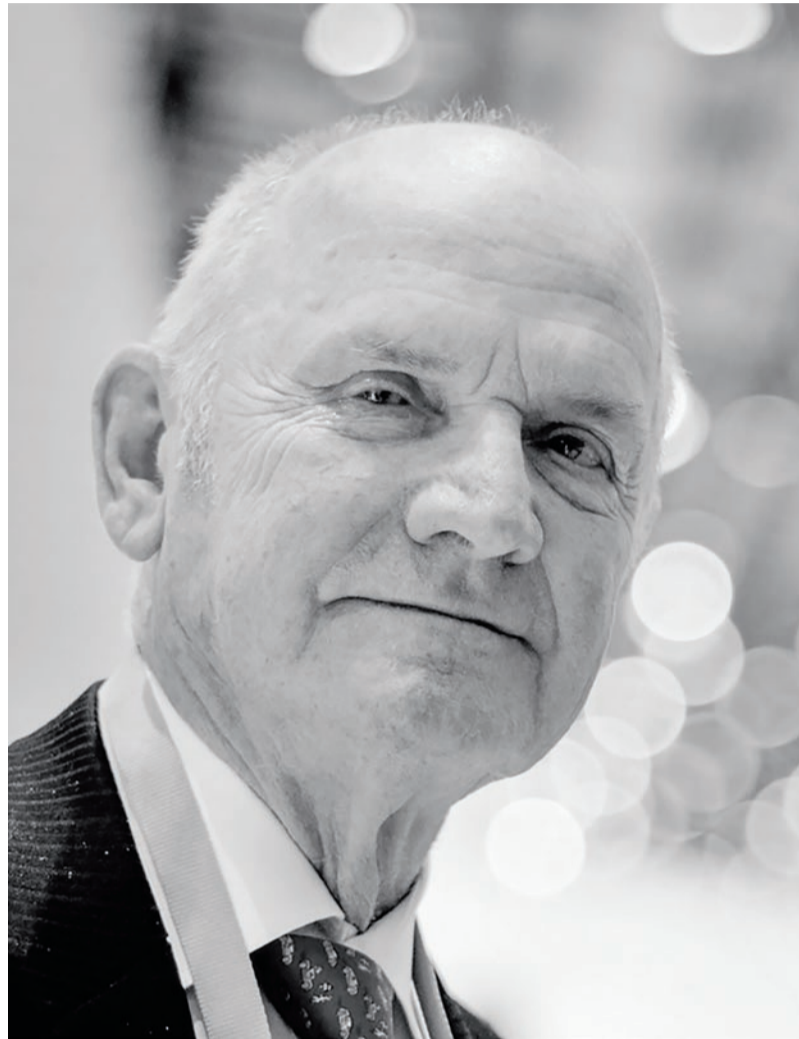
AUFSICHTSRATSVORSITZENDER HANS DIETER PÖTSCH:

„Ferdinand Piëch hat Automobilgeschichte geschrieben – als leidenschaftlicher Manager, genialer Ingenieur und visionärer Unternehmer. Damit hat er seit den 1960er Jahren die Entwicklung des Automobils, der Industrie und vor allem von Volkswagen zum globalen Mobilitätskonzern maßgeblich gestaltet, vorangetrieben und geprägt. Unser Unternehmen und seine Menschen haben Prof. Piëch unendlich viel zu verdanken. Wir verneigen uns mit Respekt vor seinem Lebenswerk. Wir trauern mit seiner Familie und seinen Angehörigen. Und wir werden ihn und sein Lebenswerk immer in ehrendem Angedenken bewahren.“

KONZERNCHIEF HERBERT DIESS: „Ferdinand Piëch war mutig, unternehmerisch konsequent und technisch brillant. Als junger Ingenieur hat er Porsche durch legendäre Fahrzeuge wie den 917 und den Sieg in Le Mans zur Rennsportmarke gemacht. Ab 1972 hat er Audi mit Innovationen wie dem quattro-Antrieb und dem TDI-Motor technologisch nach vorne gebracht und als Vorstandsvorsitzender zur Premiummarke geformt. An der Spitze des Volkswagen Konzerns hat Ferdinand Piëch die Internationalisierung des Unternehmens konsequent vorangetrieben, Bentley, Lamborghini und Bugatti in den Konzernverbund integriert und unsere Volumenmarken durch eine stringente Plattformstrategie zur internationalen Wettbewerbsfähigkeit geführt. Er hat Scania und MAN in den Konzernverbund integriert und so die Grundlagen für einen weltweit wettbewerbsfähigen Nutzfahrzeuganbieter geschaffen. Technisch ist er mit seinen Entwicklerteams immer wieder an die Grenzen des Machbaren gegangen: vom ersten Ein-Liter-Auto der Welt bis zum Bugatti Veyron mit 1.001 PS. Vor allem hat Ferdinand Piëch Qualität und Perfektion bis ins Detail in den Automobilbau gebracht und tief in der Volkswagen DNA verankert. Ich schaue mit Dankbarkeit und großem Respekt auf seine Lebensleistung.“

Piëch begann seine Karriere 1972 bei Audi. Ab 1988 war er Vorstandschef in Ingolstadt, bevor er 1993 den Vorstandsvorsitz der Volkswagen Aktiengesellschaft übernahm. 2002 wurde er zum Vorsitzenden des Aufsichtsrats gewählt. 2015 trat er von seinen Mandaten im Konzern zurück.

Zum Gedenken an Piëch wurden in Werken von Volkswagen, darunter Wolfsburg und Dresden, die Fahnen auf halbmast gesetzt.



Prägte den Konzern: Ferdinand Piëch war von 1993 bis 2002 Vorstandsvorsitzender der Volkswagen AG. Danach übernahm er bis 2015 den Aufsichtsratsvorsitz.



Visionär: Ferdinand Piëch im L1.



Frühe Leidenschaft für das Automobil: Ferdinand Piëch (rechts) mit seinem Großvater Ferdinand Porsche.

STIMMEN

GESAMT- UND KONZERNBETRIEBSRATSVORSITZENDER BERND OSTERLOH: „Ich erinnere mich an Ferdinand Piëch als großen Manager und Ingenieur, der dem Volkswagen Konzern in den allerhöchsten Funktionen nachhaltig mit Erfolg gedient hat. Wir als Belegschaft denken bis heute mit Dankbarkeit an den Anteil, den Ferdinand Piëch am Kompromiss zur Einführung der Vier-Tage-Woche hatte, mit der damals 30.000 Arbeitsplätze in Wolfsburg gerettet worden sind. Auch später hat er in seiner Aufgabe als Aufsichtsratsvorsitzender immer wieder Verantwortung für die Arbeitsplätze im Volkswagen Konzern gezeigt. Volkswagen stünde ohne Ferdinand Piëch nicht da, wo wir jetzt stehen. Dafür schulden wir ihm unseren Dank und unsere Anerkennung.“

NIEDERSACHSENS MINISTERPRÄSIDENT STEPHAN WEIL: „Mit Ferdinand Piëch ist einer der großen Unternehmer in der Geschichte der Bundesrepublik Deutschland verstorben. Um Volkswagen und damit auch um Niedersachsen hat er sich große und bleibende Verdienste erworben. Mit seinem Namen ist der Aufstieg von Volkswagen zum Weltkonzern verbunden. Dass die langjährige gute Zusammenarbeit mit dem Land Niedersachsen im Jahr 2015 unter schwierigen Bedingungen beendet werden musste, habe ich sehr bedauert. Der große Dank für die Leistung von Ferdinand Piëch und der tiefe Respekt bleiben davon unberührt.“

NIEDERSACHSENS WIRTSCHAFTSMINISTER UND VOLKSWAGEN AUFSICHTSRAT BERND ALTHUSMANN: „Mit Ferdinand Piëch verliert Niedersachsen eine große Unternehmerpersönlichkeit. Er hat die Erfolgsgeschichte von Volkswagen maßgeblich mitgeschrieben. Wir gedenken ihm in Dankbarkeit und Hochachtung und sind in Gedanken bei seiner Familie.“

WOLFSBURGS OBERBÜRGERMEISTER KLAUS MOHRS (in Wolfsburg ist Piëch Ehrenbürger): „Wolfsburg hat Ferdinand Piëch unheimlich viel zu verdanken. Er vereinte wirtschaftliches Geschick mit einem ausgeprägten Verantwortungsbewusstsein für unsere Region. Die Stadt verliert eine herausragende Persönlichkeit der Stadtgeschichte.“

BRAUNSCHWEIGS OBERBÜRGERMEISTER ULRICH MARKURTH (in Braunschweig ist Piëch Ehrenbürger): „Professor Piëch war eine national wie international anerkannte Unternehmer- und Managerpersönlichkeit, die sich um die Entwicklung des Unternehmensstandorts Braunschweig sehr verdient gemacht hat. Er trug maßgeblich zum Erhalt und Ausbau des Braunschweiger Volkswagen Standorts bei. Darüber hinaus engagierte er sich in hohem Maße für das kulturelle Leben in unserer Stadt, in der er mit seiner Familie fünf Jahre lebte.“



Inmitten der Belegschaft: Ferdinand Piëch beim Produktionsjubiläum.

Stammgäste beim GTI-Treffen am Wörthersee: Ferdinand Piëch und Ehefrau Ursula mit dem Bürgermeister von Reifnitz.



Trauer: Auch im Werk Wolfsburg vor dem Markenhochhaus wehten die Flaggen auf Halbmast.



Prägte Volkswagen über viele Jahre: Ferdinand Piëch, hier bei einer Hauptversammlung.



Schweigeminute vor dem Markenhochhaus in Wolfsburg: Vorstände, Betriebsräte und Beschäftigte gedachten Ferdinand Piëch (großes Foto). Worte des Erinnerns sprach Aufsichtsratschef Hans Dieter Pötsch (kleines Foto).

Schweigeminute in Gedenken an Ferdinand Piëch

Vorstände, Betriebsräte und Beschäftigte versammelten sich in Wolfsburg, Ingolstadt und Neckarsulm

Mit einer Schweigeminute gedachte Volkswagen in Wolfsburg des früheren Aufsichtsrats- und Vorstandsvorsitzenden Ferdinand Piëch. Zeitgleich gab es auch an den Audi Standorten Ingolstadt und Neckarsulm Gedenkminuten. Vor seiner Zeit bei Volkswagen war Piëch unter anderem Audi Chef gewesen.

Vor dem Markenhochhaus in Wolfsburg versammelten sich Vorstände, Betriebsräte und Beschäftigte. Dabei sprach Aufsichtsratsvorsitzender Hans Dieter Pötsch in Anwesenheit unter anderem von Konzernchef Herbert Diess, Personalvorstand Gunnar Kilian und Konzernbetriebsratschef Bernd Osterloh Worte des Gedenkens. Vor den Trauernden stand ein großes Foto von Piëch. Die Fahnen im Werk Wolfsburg waren auf halbmast gesetzt. Außerdem standen die Produktionsbänder im größten Werk des Volkswagen Konzerns für eine Minute still. Das war auch in Ingolstadt und Neckarsulm der Fall. Mehrere Kondolenzbücher liegen am Standort Wolfsburg aus – nähere Informationen dazu im Volkswagen Net. Auch die Städte Wolfsburg und Braunschweig haben Kondolenzbücher in ihren Rathäusern ausgelegt. In diesen beiden Städten ist Piëch Ehrenbürger.



Halle 54 in Wolfsburg: Auch hier gedachten die Beschäftigten des Ende August verstorbenen Ferdinand Piëch.

STIMMEN

KONZERNPERSONALVORSTAND GUNNAR KILIAN: „Mit Prof. Dr. Ferdinand Piëch ist ein genialer Konstrukteur und brillanter Unternehmer von uns gegangen – und ein ganz besonderer Mensch. Die Nachricht von seinem Tod hat mich sehr traurig gemacht. Meine Gedanken sind bei seiner Familie, allen voran seiner Frau Ursula und seinen Kindern. Voller Dankbarkeit erinnere ich mich an die vielen Momente, in denen ich ihn erleben und von ihm lernen konnte. Seine Verdienste um Volkswagen sind ungezählt. Wir haben ihm unendlich viel zu verdanken.“

WOLFGANG PORSCHE, AUFSICHTSRATSVORSITZENDER DER PORSCHE AUTOMOBIL HOLDING SE: „Wir trauern mit der Familie um Ferdinand K. Piëch, den außergewöhnlichen Manager und Ingenieur, den Strategen und ganz einfach auch den Autoenthusiasten, der er zeitlebens war. Mit meinem Cousin verbinden mich viele gemeinsame Erinnerungen. Im Mittelpunkt stand dabei das Ringen um das Erbe unseres Großvaters Ferdinand Porsche, das wir erfolgreich weitergeführt haben.“

HANS MICHEL PIËCH, STELLVERTRETENDER AUFSICHTSRATSVORSITZENDER PORSCHE SE UND SPRECHER DER FAMILIE PIËCH: „Das Lebenswerk meines Bruders reicht weit über die Unternehmen hinaus, für die er tätig war. Er hat die deutsche Automobilindustrie geprägt wie kein Zweiter. Und er war eng verbunden mit den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern des Volkswagen Konzerns, in guten wie in schlechten Zeiten.“

OLIVER BLUME, VORSTANDSVORSITZENDER PORSCHE AG: „Die Nachricht über seinen Tod trifft uns sehr. Wir sind in Gedanken bei Ferdinand Piëchs Familie. Seine Liebe zum Automobil und sein steter Wille, den technischen Fortschritt voranzutreiben, bleiben für immer unvergessen. Piëch war ein Automobilmann durch und durch. Wir danken ihm für seine Leidenschaft und seinen Mut, mit dem er Porsche zu außerordentlichen Ingenieursleistungen geführt hat. Durch wichtige strategische Entscheidungen hat er die Weichen für eine erfolgreiche Entwicklung unseres Unternehmens gestellt.“

BRAM SCHOT, VORSTANDSVORSITZENDER AUDI AG: „Eine der größten Stärken von Ferdinand Piëch war, dass er sich den Namen Audi, zu Deutsch Horch, zu eigen machte und Kunden wie Belegschaft immer gut zuhörte. Er lebte den Traum der Automobilität sein ganzes Leben lang und war Motor von Innovationen.“

CARL H. HAHN, FRÜHERER VOLKSWAGEN KONZERN-CHEF (1982–1992): „Ich bin tief betroffen. Meine Gedanken sind bei seiner Ehefrau und seiner Familie. Schon vor Ende meiner Amtszeit 1992 hatte ich mich dafür verwandt, dass Ferdinand Piëch meine Nachfolge als Vorstandsvorsitzender von Volkswagen antritt, wie er auch zuvor durch mein Wirken Audi Chef wurde. Er hat den Volkswagen Konzern in eine neue Ära geführt. Sein einzigartiges Wirken verdient große Anerkennung.“



Eröffnung der Autostadt in Wolfsburg im Jahr 2000: Auch sie fiel in Piëchs Amtszeit als Vorstandschef.



Präsentation in Göteborg, Schweden: Piëch mit dem Lupo 3L TDI. Das Fahrzeug war das erste Serienauto weltweit mit einem Spritverbrauch von weniger als drei Litern.

Grundsteinlegung der Gläsernen Manufaktur in Dresden im Jahr 1999: Piëch mit dem damaligen Bundeskanzler Gerhard Schröder (rechts) und Sachsens Ministerpräsident Kurt Biedenkopf (Mitte).



Dem Auto eine persönliche Note geben

Projektteam arbeitet an besonderem Konfigurator für Zubehörteile – Eigenen Namen auf Bauteile drucken lassen

Wer hat nicht schon einmal davon geträumt, sein Fahrzeug zu personalisieren? Sei es die Wahl des Farbtons, besondere Felgen, neue Anbauteile oder auch der eigene Sound. Das Projekt „3DeinAuto“, gefördert vom Innovationsfonds II, geht nun einen weiteren Schritt, um diesen Traum zu verwirklichen. Ein Projektteam aus Konzern Produktion, Group Innovation und Volkswagen Zubehör GmbH entwickelt einen Online-Konfigurator zur Individualisierung von Zubehörteilen für Fahrzeuge mittels 3D-Druck.

Zierblenden mit individuellem Design aus dem 3D-Drucker

„Mit ‚3DeinAuto‘ können Volkswagen Kunden mittels 3D-Druck hochindividualisierte Zubehörteile online konfigurieren, bestellen und nachträglich in ihrem Fahrzeug verbauen“, sagt Martin Kumke, Group Innovation. „Druckbar sind Zubehörteile im und am Fahrzeug, wie beispielsweise Zierblenden mit individuellem Design und Schriftzüge, aber auch Ablagefächer. So wird aus EIN Auto MEIN Auto.“

Nach erfolgreichem Abschluss des Proof of Concept, kurz PoC, erstellte



Das Projekt „3DeinAuto“ entwickelte einen voll funktionsfähigen Online-Konfigurator zur Individualisierung des Zierelements „Flitzer“ (bekannt als R-Line-Emblem am Kotflügel) für den T-Cross. Im Bild zu sehen sind Daniel Fuchs (links) und Daniel Farias, Group Innovation.

das Projektteam einen voll funktionsfähigen Online-Konfigurator für ein erstes Bauteil. Mit „3DeinAuto“ besteht die Möglichkeit, das Zierelement „Flitzer“ für den T-Cross mit

dreidimensionalen Strukturen, Bildern, Schriftzügen und einer eigenen Farbwahl ganz auf die individuellen Wünsche anzupassen. Das Projektteam befragte über 200 Probanden im Rahmen der MEB-Kundenklinik zu ihrem Kaufinteresse, führte umfangreiche Tests zur Fertigung der individualisierten Bauteile durch, erprobte verschiedene 3D-Druck-Verfahren und entwickelte eine Montagehilfe, die dem Kunden zukünftig den Einbau erleichtert. In der Pilotphase soll

„3DeinAuto“ einem eingeschränkten Kundenkreis zugänglich gemacht werden.

Yannick Wehmann, Konzern Produktion, über die nächsten Schritte im Projekt „3DeinAuto“: „Ziel der jetzt startenden Pilotphase ist es, das Produkt aus dem PoC so weit zu entwickeln, dass wir unser Geschäftsmodell an einem kleinen externen Kundenkreis erproben können. Wenn alles nach Plan läuft, erreichen wir unsere



Das individualisierte 3D-gedruckte Zierelement „Flitzer“.

Weitere Informationen

... zum Thema „3D-Druck“ finden Sie im **3D-Druck Portal**: <https://3ddruck.apps.p.ocf.de-wob-2.cloud.vwgroup.com/>

... zu Themen der konzernweiten Produktion und Logistik finden Sie in der **Group Connect Community** der Konzern Produktion: <https://soco.volkswagen.com/sbc/community/wir-in-der-konzern-produktion>



Was ist der Innovationsfonds II?

Mit dem Innovationsfonds II fördert das Gremium „Gesamtbetriebsrat Neue Geschäftsfelder Umwelt und Energie“ strategisch relevante Geschäftsideen, die über das bisherige Kerngeschäft von Volkswagen hinausgehen. Neben der Erweiterung des Dienstleistungs- und Produktportfolios wird ein Beitrag zum nachhaltigen Aufbau von Zukunftsarbeitsplätzen für die Marke Volkswagen geleistet. In einer ersten Phase entsteht aus einer Geschäftsidee ein Businessplan. In einer zweiten Phase folgt die Entwicklung eines Prototyps, der mit der anvisierten Zielgruppe getestet wird. Im Idealfall steht am Ende eine Serienumsetzung des Produktes oder des Dienstes.

Informationen zum **Innovationsfonds II** gibt es hier: <http://innovationsfonds2.wob.vw.vwgroup.com/>



Tauschte ihren Arbeitsplatz für eine Woche: Arzu Tasdemir aus dem Geschäftsfeld Reifen.

Eine Woche im Autohaus

Mitarbeiter der Konzern After Sales sammeln Erfahrungen

In vier Städten, mit 39 Teilnehmern und 14 Autohäusern ist jetzt das Retail Experience Programm gestartet. Neueinsteiger und Führungskräfte im Konzern After Sales durchlaufen eine Woche im Autohaus, um Erfahrungen im Handel

zu sammeln. Zweimal im Jahr startet das Programm.

In enger Zusammenarbeit mit der Volkswagen Original Teile Logistik GmbH, der OTLG, findet die „Handelserfahrung“ in den Autohäusern statt. Im ersten Halbjahr waren

Kollegen des Konzern After Sales im Vertriebszentrum München und in den angebotenen Autohäusern zu Gast. Teilnehmerin Arzu Tasdemir aus dem Geschäftsfeld Reifen im Konzern After Sales sagte nach der Zeit in München: „Ich freue mich darauf, mit Hausaufgaben nach Kassel zurückzukommen. Die Kollegen arbeiten so hart, um unsere Kunden zufriedenzustellen – das ist sehr vorbildlich! Das hat mich noch mehr motiviert, über meine eigene Herangehensweise nachzudenken.“ Ob sie das Retail Experience Programm weiterempfehlen kann? „Auf jeden Fall!“ Der Handel ist zentraler Partner und Erfolgsfaktor in der Vertriebskette. Das Retail Experience Programm bietet einen kompakten Mix aus Theorie und Praxis zur grundlegenden Wissensvermittlung über den Vertriebspartner Handel.

Der nächste Termin steht schon fest: Im Dezember geht es ins Vertriebszentrum Rhein Main nach Drieburg und in die Autohäuser. Ziel ist es, das Retail Experience Programm auch international auszurollen.



Testmieter gesucht!

Mitarbeiter können Qualität neuer Apartments prüfen

Volkswagen Immobilien hat ein exklusives Angebot für Mitarbeiter des Konzerns: Die Volkswagen Tochter bietet fünf Appartements in unmittelbarer Nähe zum Werk Wolfsburg zum kostenlosen Testwohnen an. Der Testzeitraum im Space ist zehn Tage lang und liegt zwischen dem 4. und 15. November.

Die fünf Testpersonen sollen als „Qualitätssicherer“ auch die Services in den hochwertigen Business-Appartements unter die Lupe nehmen: die Appartement-Reinigung etwa, eine Box für Paketlieferungen, die Fitness-Geräte im Sportbereich und – für eine

begrenzte Zahl an Kleidungsstücken – den Wäscheservice. „Außerdem können unsere Testmieter das digitale Schließsystem prüfen. Ihr Feedback hilft uns, die Services passgenau zuzuschneiden“, sagt Projektleiter Michael Kittel von Volkswagen Immobilien. So macht man mit: Bewerber sollten kurz erläutern, warum sie das Space gerne testen würden. Bewerbungen an info@space.de. Einsendeschluss ist am 30. September.

Was ist Space? In der Nähe von Tor Sandkamp entstehen 60 Business-Appartements für das Wohnen auf Zeit. Weitere Infos unter: www.space.de

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,
Jesko Giessen

Layout/Produktion
Dominic Stripling, Volkswagen;
TERRITORY CTR GmbH

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

Druck Dierichs Druck+Media, Kassel



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

So nutzen die Werkleiter die neue Volkswagen App

Mehr als 17.000 Beschäftigte informieren sich täglich über das Smartphone



„Die neue App finde ich ausgesprochen innovativ, hilfreich und leicht zu bedienen. Ich nutze die App, weil ich aktuelle Informationen über die Komponente und die einzelnen Standorte schnell und bequem von überall lesen kann. Viele Beiträge sind spannend und die frei wählbaren Kanäle geben mir als Nutzer die Möglichkeit, Inhalte nach eigenen Präferenzen zu wählen. Abonnieren lohnt sich, wie ich finde.“

Andreas Salewsky, Werkleiter Salzgitter



„Ich nutze die App täglich, denn sie ermöglicht ganz neue Arten der Kommunikation und erleichtert gleichzeitig den Austausch mit der Belegschaft. Ich erhoffe mir außerdem, dass die 360° App dazu beiträgt, dass unsere Mitarbeiter Neuigkeiten seltener aus der Zeitung oder anderen Medien und häufiger direkt von uns erfahren. Vor allem erreichen wir jetzt auch die Mitarbeiter in der Produktion schneller und ohne Umwege, da sie die News, die sie interessieren, direkt auf ihrem Handy erhalten.“

Thomas Scholz, stellvertretender Werkleiter Werk Emden



„Ich nutze die App täglich, weil sie einen echten Mehrwert bietet: Man erhält schnell und unkompliziert einen Überblick über aktuelle Themen der verschiedenen Standorte. Ich finde es besonders gut, dass man seine individuelle Kanal-Auswahl selbst bestimmen kann. Und auch der Zugang zu den weiteren Services wie Werkpläne, HR Self Service oder Stimmungsbarometer machen die ‚Volkswagen Welt in der Hosentasche‘ zu einem echten Gewinn.“

Werner Gose, Werkleiter Braunschweig



„Ich nutze die App täglich, weil sie mir einen tollen Überblick über die aktuellsten Nachrichten der verschiedenen Werke bietet. Dadurch entstehen schnell Synergien und Vernetzungen. Ich finde es super, meine persönlichen Botschaften unkompliziert in die Belegschaft zu tragen. Das Gute: Ich erhalte über die Kommentarfunktion ein direktes Feedback und kann darüber die Mannschaft beteiligen.“

Olaf Korzinovski, Werkleiter Kassel



„Nicht nur die Fahrzeuge der Zukunft sollen miteinander verbunden sein, sondern auch die Menschen, die sie herstellen. Mit der 360° App haben wir das passende Kommunikationsmedium für die Mitarbeiter aus dem direkten Bereich gefunden. Die App hat mich überzeugt – ich selbst nutze sie täglich und kann bequem und schnell auf Nachrichten und Services zugreifen. Was mir am besten gefällt? Die Kommentarfunktion, durch die ich direktes Feedback aus der Mannschaft zu aktuellen Themen erhalte.“

Stefan Loth, Werkleiter Wolfsburg

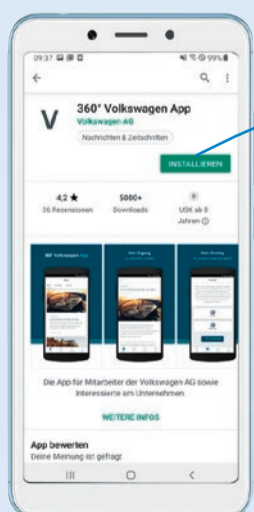


„Volkswagen auf einen Blick! Die neue 360° App bringt endlich alle wichtigsten Informationen und Services auf das Smartphone. Der Blick in die App gehört bei mir zum täglichen Ritual, denn ich will über die Neuigkeiten bei uns Nutzis und im Konzern immer schnell und einfach informiert sein. Besonders gut: Die Nutzer können durch Likes und Kommentare zu Themen eine ehrliche Rückmeldung geben.“

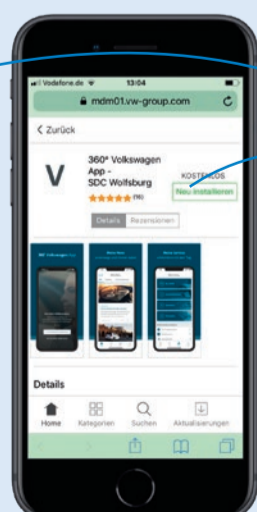
Thomas Hahlbohm, Werkleiter VWN Hannover

Schritt für Schritt: So kommt die App aufs Smartphone

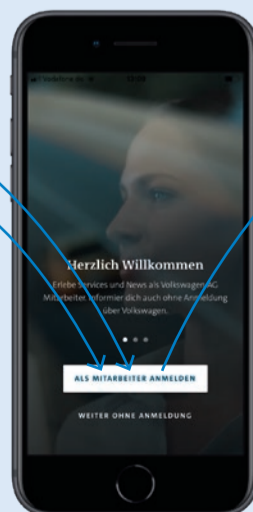
Kurzanleitung erklärt die Installation für private Android-Handys und dienstliche iPhones



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

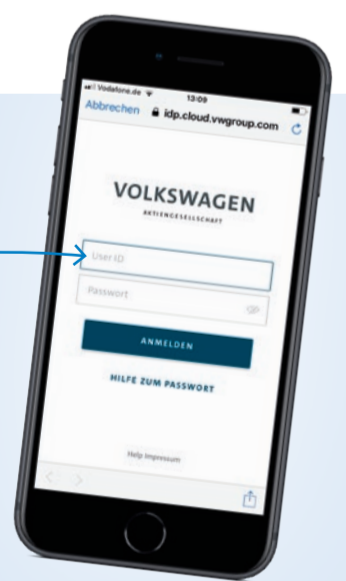


Dienstliches iPhone: Öffnen Sie den Volkswagen App Store (nicht den Apple App Store) und suchen Sie nach der App. Tippen Sie anschließend auf die Schaltfläche „Neu Installieren“.



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

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



2 Fragen



Thomas Sedran, CEO Volkswagen Nutzfahrzeuge

Kooperation mit Ford: „Wir liegen voll im Plan“

1 Die Kooperation zwischen Volkswagen und Ford betrifft in einem der ersten Schritte besonders die Produkte von Volkswagen Nutzfahrzeuge. Wie ist hier der Stand und warum ist die Allianz für alle ein Gewinn? Wir liegen bei der Zusammenarbeit voll im Plan. Mit der Allianz stärken wir in wichtigen Schlüsselmarkten unsere Wettbewerbsfähigkeit für unsere leichten Nutzfahrzeuge und Pickups. Das bedeutet, dass wir bei Volkswagen Nutzfahrzeuge einen Amarok Nachfolger bekommen, den es ohne die Allianz nicht geben würde. Das sichert nachhaltig den wirtschaftlichen Erfolg unserer Marke und damit Arbeitsplätze.

2 Wie bewerten Sie die Beteiligung an Argo AI? Die Beteiligung ist für VWN besonders wichtig. Für die VWN-Mitarbeiter an unseren Standorten in Hannover, Wolfsburg und in Polen bedeutet das: Wir bekommen die beste Technologie, um die besten autonom fahrenden Autos entwickeln und bauen zu können. Für die Mitarbeiter in der Entwicklung heißt das, dass wir deutlich schneller und effektiver sein können. Und für unsere Produktionsstandorte bedeutet das zusätzliches Volumen.

MAN: Schenk und Mandel in Vorstand berufen

Der Aufsichtsrat der MAN Truck & Bus SE hat zwei Positionen im Vorstand neu besetzt. Christian Schenk (45) übernimmt zum Oktober das Ressort Finanzen, IT und Recht der MAN Truck & Bus SE sowie in Personalunion das Finanzressort. Holger Mandel (52) ist, ebenfalls ab Oktober, für das Vorstandsressort Beschaffung verantwortlich. Mandel verantwortete seit 2015 den für MAN Truck & Bus sehr wichtigen deutschen Markt; zusätzlich leitete er seit diesem Jahr die Märkte Österreich und Schweiz, die mit Deutschland zur Sales Area Europe Central gebündelt wurden.



Holger Mandel



Christian Schenk

„Gemeinsam globale Märkte bedienen“

Herbert Diess im Interview: Darum ist die Zusammenarbeit mit Ford für Volkswagen bedeutsam

Auf einen Blick: Welche Ziele verfolgen Sie mit der Erweiterung der Ford Alliance?

Herbert Diess: Wir erweitern unsere Allianz mit Ford und haben dabei drei strategische Ziele im Blick. Zunächst einmal wollen wir den MEB als Industriestandard für Elektrofahrzeuge etablieren. Zweitens wollen wir Marktführer bei leichten Nutzfahrzeugen und mittleren Pickups werden. Und drittens wollen wir am schnell wachsenden Markt für Mobilitätsdienste teilnehmen. Wenn die Fahrzeuge erst einmal autonom fahren, eröffnen sich viele neue Geschäftsmöglichkeiten.

Zusammen haben Ford und Volkswagen im Jahr 2018 rund 16,7 Millionen Fahrzeuge verkauft. Das verschafft uns einen großen Hebel und signifikante Skalenvorteile. Und Größe macht einen Unterschied – sowohl bei der Elektromobilität als auch beim autonomen Fahren. Gemeinsam können wir globale Märkte nahtlos bedienen und unsere Automobilwerke besser nutzen, um die Lieferkette zu optimieren. Ford ist auch geostrategisch eine gute Ergänzung für uns. Wir stärken dadurch unsere Präsenz in den USA.

Wie wird Ford den MEB einsetzen und warum ist das so bedeutsam?

Ford wird die Elektrofahrzeugarchitektur und den Modularen Elektrifizierungsbaukasten von Volkswagen nutzen, um ab 2023 mindestens ein emissionsfreies Fahrzeug in Großserie in Europa für europäische Kunden herzustellen. Wir haben uns auf die Lieferung von 600.000 MEB-Plattformsystemen einschließlich der Batteriepacks und weiteren Komponenten geeinigt. Darüber hinaus befinden wir uns derzeit in Gesprächen über einen komplett neuen Liefervertrag für ein zweites Fahrzeug. Dann könnte sich die Lieferung unserer MEB-Plattformen an Ford fast verdoppeln.

Dies hilft uns beim noch schnelleren Ausbau der Elektromobilität. Allein bei Volkswagen wollen wir in den nächsten zehn Jahren rund 15 Millionen Fahrzeuge auf dem MEB produzieren. Volkswagen entwickelt und produziert bereits in der ersten Welle 27 verschiedene Modelle auf der MEB-Plattform. Bis 2028 werden es fast 70 Modelle sein.

Was sind die Vorteile der Allianz im Bereich der leichten Nutzfahrzeuge und Pickups?

Unsere Allianz macht uns zum Marktführer bei leichten Nutzfahrzeugen und Pickups – mit erheblichen Skaleneffekten. Allein aus dieser Zusammenarbeit ergeben sich Synergien von mehreren Hundert Millionen Euro. Wir liegen gut im Zeitplan, ab 2022 kommerzielle Transporter und Pickups für beide Marken zu entwickeln.

Warum diese Bündelung von Kräften für das autonome Fahren?

Gerade bei selbstfahrenden Systemen steht die gesamte Branche vor den gleichen Herausforderungen: hohe Entwicklungskosten, fehlende globale Standards, Notwendigkeit einer qualitativ hochwertigen Sensorik, Antizipieren von Kundenwünschen und die Suche nach Talenten, um das Ganze überhaupt zu ermöglichen.

Wenn wir die nötigen Investitionen teilen, können wir die hohen Kosten für die Entwicklung der

Wie hoch ist die Investition, und was genau bringt Argo AI ein?

Mit der gemeinsamen Investition in Argo AI sichern wir uns überlegene Ingenieurskompetenz. Wir erhalten Zugang zu einem erstklassigen Talentpool von SDS-Entwicklern und geistigem Eigentum, während Argo AI die benötigten finanziellen Mittel erhält, um die technologische Führung bei selbstfahrenden Systemen voranzutreiben.

Im Gegenzug für unsere Anteilsübernahme erhält Argo AI 500 Millionen

Skaleneffekten. Unsere Investition verkürzt die Time-to-Market und vergrößert das Marktpotenzial von Argo AI erheblich. Der CEO von Argo AI, Bryan Salesky, ist ein ehemaliger Google-Manager. Er hat ein leistungsstarkes Team von SDS-Entwicklern aufgebaut, die uns bei der Bewältigung der Herausforderungen des autonomen Fahrens helfen werden. Die Expertise von Argo AI umfasst Robotik, maschinelles Lernen, Computervision, Sensoren, Computer- und Fahrzeugintegration. Außerdem haben sie die nötige Erfahrung für die Kommerzialisierung. Es passt hervorragend.

Mit den Softwareentwicklern von Argo AI werden wir die erforderlichen riesigen Datenmengen analysieren, um regionalspezifisches Fahrverhalten, Straßenobjekte und die einzigartigen Bedingungen in verschiedenen Orten zu verstehen. Dadurch werden wir regionalspezifische Markt-lösungen entwickeln können.

Argo AI testet derzeit in fünf Städten: Detroit, Palo Alto, Pittsburgh, Washington D. C. und Miami. Es ist geplant, dieses Jahr noch eine weitere US-Stadt aufzunehmen und im nächsten Jahr nach Europa zu expandieren.

Doch all das ist nur der Anfang! Ich bin zuversichtlich, dass wir gemeinsam zuverlässige, sichere und komfortable Dienstleistungen für das autonome Fahren anbieten können. Intelligente Dienste, die Verbraucher und Unternehmen gleichermaßen nutzen wollen, um Menschen und Waren zu bewegen. Das Potenzial ist vielversprechend!



Allianz: Herbert Diess und Ford-Chef Jim Hackett besiegeln die Zusammenarbeit.

VOLKSWAGEN
AKTIENGESELLSCHAFT

ALLIANZ MIT FORD:

- Volkswagen liefert 600.000 MEB-Plattformsysteme einschließlich Batteriepacks und weiterer Komponenten.
- Volkswagen und Ford entwickeln kommerzielle Transporter und Pickups für beide Marken.

Soft- und Hardware für autonome Fahrzeuge besser bewältigen. Wir erwarten Synergieeffekte von mehreren Hundert Millionen Dollar.

Unsere Kooperation wird auch die Entwicklung gemeinsamer Prüfkriterien und globaler Standards für autonome Fahrzeuge sowie die Zusammenarbeit mit Regulierungsbehörden weltweit erleichtern. Das wird unsere Chance verbessern, unseren „SDS“-Kit („Self-Driving-System“) als eine der führenden technischen Lösungen der Zukunft zu etablieren.

US-Dollar in bar, was der vorherigen Investitionssumme von Ford entspricht. Außerdem haben wir eine weitere Finanzierung von einer Milliarde US-Dollar zugesagt und bringen die bereits bestehende Audi-Einheit Autonomous Intelligent Driving (AID) in Argo AI ein. Ford und Volkswagen werden dann jedoch unabhängige Pläne zur Markteinführung des autonomen Fahrens verfolgen und jeweils eigene Fahrzeuge herstellen.

Was erwarten Sie im Gegenzug? Auch hier rechnen wir mit signifikan-

PCMS: Alles rund um Vorschriften und Gesetze

Konzernweit Klarheit: Neues System stellt sicher, dass Anforderungen an Produkte und Services eingehalten werden

Von der kleinsten Schraube bis zur Vernetzung mit digitalen Diensten: Produkte von Volkswagen müssen zahlreiche interne und externe Anforderungen erfüllen. Diese dienen dem Schutz von Menschen, Umwelt und Gesellschaft. Die Liste an weltweiten Gesetzen, technischen Normen und internen Vorgaben ist lang und bindend. Um sie alle einzuhalten, nutzt Volkswagen zahlreiche Methoden, Prozesse, Regelwerke und Gremien. Jetzt koordiniert ein neues Product Compliance Management System (PCMS) diese bestehenden

marken- und bereichsspezifischen Systeme. Das soll für noch besseren und konzernweiten Durchblick sorgen.

„Mit dem PCMS stellen wir sicher, dass wir mit unseren Produkten nicht nur die höchsten Qualitätsansprüche erfüllen, sondern auch über den gesamten Produkt-Lebenszyklus hinweg alle relevanten Gesetze, Vorschriften und Normen einhalten“, sagt Frank Welsch,

Vorstand für Technische Entwicklung bei der Marke Volkswagen und Leiter Konzern Forschung und Entwicklung. Mit dem PCMS einen Gesamtüber-

blick darüber zu erhalten, welche Vorgaben es gibt und wie diese in den Produkten umgesetzt werden, ist ebenso wichtig wie komplex. Denn die Prozesse dahinter sind vielfältig. Und sie betreffen nahezu alle Bereiche des Unternehmens: Bereits vor dem ersten Designentwurf für ein neues Fahrzeug müssen alle internen und externen Anforderungen bekannt sein. Entsprechend wird es entwickelt und gestaltet. Vor dessen Markteinführung muss das Unternehmen dann für jeden einzelnen Markt nachweisen, dass das gesamte Fahrzeug alle dort geltenden Gesetze und Vorschriften erfüllt. Auch in der Serienproduktion werden die Fahrzeuge und Bauteile bis ins Detail geprüft.

Das stellt sicher, dass auch die Fertigung gesetzeskonform ist. Das PCMS gewährleistet darüber hinaus, dass bis hin zu Wartung, Reparatur, original Ersatzteilen und digitalen Diensten alle Anforderungen erfüllt werden.

Alle Aufgaben des PCMS werden in einer Konzernrichtlinie zusammengefasst und im Intranet für alle Mitarbeiter zugänglich hinterlegt werden.

Weitere Informationen

Im 360° Volkswagen Net finden Sie über das Suchwort „Produktkonformität“ ein Erklärvideo zum PCMS, das die Prozesse dahinter filmisch zusammenfasst.

Ford baut E-Fahrzeuge auf MEB-Basis

Das US-amerikanische Unternehmen Ford nutzt fortan den Modularen E-Antriebs-Baukasten (MEB) von Volkswagen: Das war die große Nachricht vor dem Werksurlaub – und ist ein Teil einer breit angelegten Kooperation zwischen der Ford Motor Company und der Volkswagen AG. Ihre Umsetzung ab 2023 braucht eine gute Vorbereitung im gesamten Unternehmen – auch in der Konzern Komponente.

Effizient, kompakt und hochattraktiv

Denn Ford will ab dem Jahr 2023 ein elektrisches Volumenmodell auf den Markt bringen. Basis für dieses Fahrzeug soll der MEB sein. Nach dem Elektroauto-Start-up e.GO setzt damit nun erstmals ein weiterer Volumenhersteller auf den Baukasten von Volkswagen. Der innovative MEB soll ein neuer Standard für E-Mobilität werden und uns Kostenvorteile durch Skaleneffekte ermöglichen. „Unsere Elektroplattform ist effizient und kompakt zugleich. Das macht sie hochattraktiv für andere Unternehmen“, sagt Thorsten Jablonski, Geschäftsfeldleiter Getriebe und E-Antrieb bei der Volkswagen Konzern Komponente, wo wesentliche Elemente für den MEB gefertigt werden.



Thorsten Jablonski, Geschäftsfeldleiter Getriebe und E-Antrieb, Volkswagen Group Components

Die Konzern Komponente liefert dabei an Ford für das geplante neue E-Fahrzeug die gleichen Bauteile wie auch für den ID.3¹ nach Zwickau. Batteriesysteme aus Braunschweig, Rotor/Stator aus Salzgitter, E-Antrieb aus Kassel,

Gussteile aus Hannover und Poznań, Federbeine, Bremsen, Lenksysteme, Gelenkwellen und vieles mehr. Die Standorte der Konzern Komponente produzieren dabei hocheffizient. In Salzgitter zum Beispiel werden die Hairpins für den Stator gefertigt. Hierbei vereinen sich innovative Technologie und höchst anspruchsvolle Produktion, in deren Ergebnis jede Sekunde ein Hairpin entsteht.

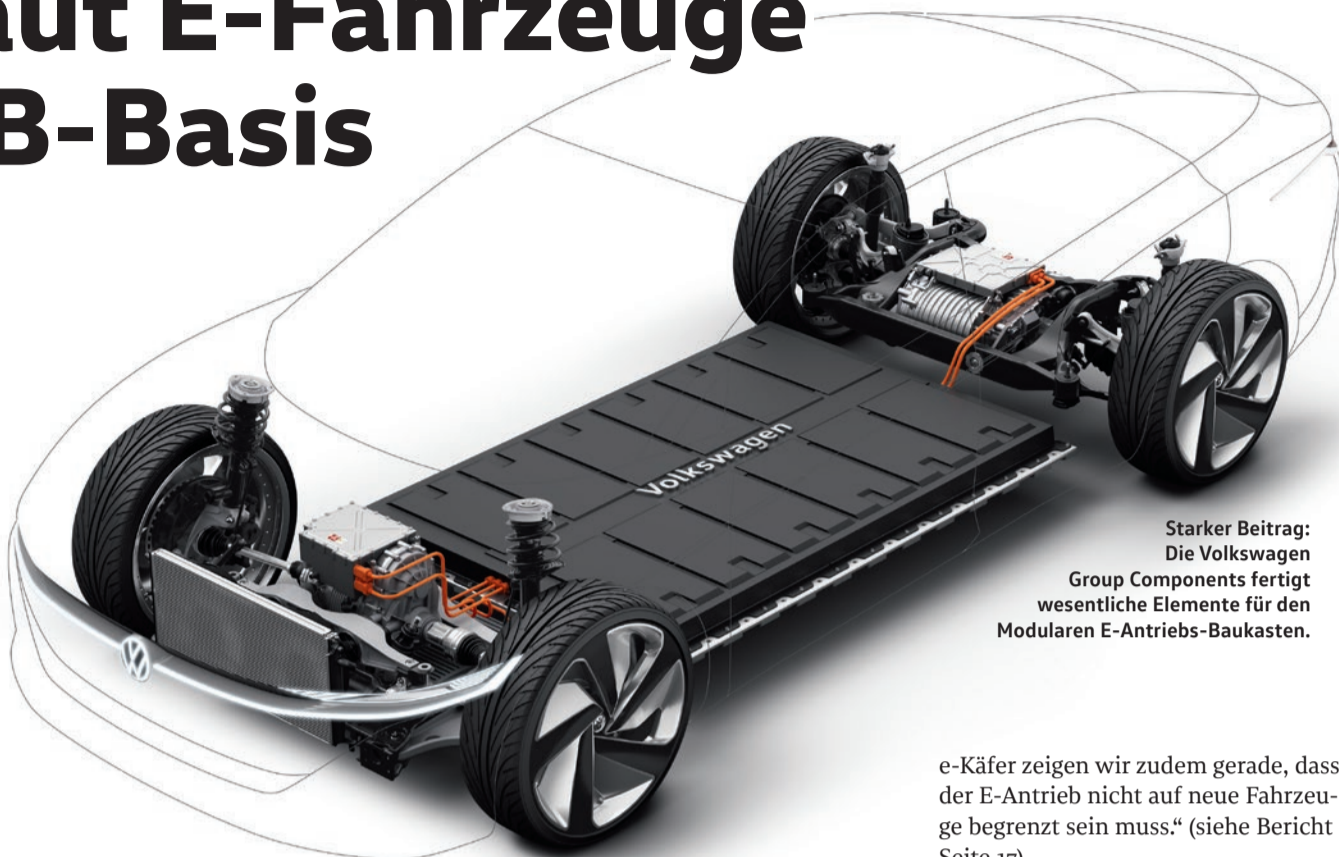
„Wir setzen beim E-Antrieb für den MEB nicht nur auf neueste Technologien, sondern auch auf unsere Erfahrungen aus mit e-Golf² und dem e-up!³“, ergänzt Jablonski. Die Produktion für den MEB wurde entschlackt,

deutlich gestrafft und mit neuen Fertigungstechnologien wie dem Hairpin-Verfahren ergänzt. „So konnten wir die Produktkosten des E-Antriebs im Vergleich zu dem des e-Golf halbieren“, so Jablonski. Zudem wurde Komplexität reduziert und überall da vereinfacht, wo es sinnvoll möglich

war. Jablonski: „Nicht zuletzt deshalb sieht das Batteriesystem des MEB heute aus wie eine Tafel Schokolade.“

Maximales Produktionsvolumen für wirtschaftliche Zukunft

Die geplanten hohen Stückzahlen des MEB bieten alle Voraussetzungen, dass sich der MEB zum Industriestandard für Elektrofahrzeuge entwickelt. „Wir geben uns mit dem aktuellen Stand aber nicht zufrieden und denken heute schon weiter. Auch außerhalb eines Fahrzeuges gibt es noch einige denkbare Ansätze für emissionsfreie Mobilität. Das Ziel ist ein maximales Produktionsvolumen für den MEB, um auch in Zukunft wirtschaftlich zu sein. Nicht nur, um die Anfangsinvestitionen für den Baukasten zu amortisieren, sondern auch, um den Transformationsprozess innerhalb der Konzern Komponente weiter fortzuführen. Wo Wertschöpfung künftig wegfällt, können wir durch die hohen Stückzahlen des MEB langfristig ausgleichen“, so Jablonski weiter. „Und mit dem



Starker Beitrag: Die Volkswagen Group Components fertigt wesentliche Elemente für den Modularen E-Antriebs-Baukasten.

e-Käfer zeigen wir zudem gerade, dass der E-Antrieb nicht auf neue Fahrzeuge begrenzt sein muss.“ (siehe Bericht Seite 17)



Was ist eigentlich ein „Hairpin“?

Ein Hairpin ist eine flache Formspule aus Kupferdraht, ähnlich einer Haarnadel (engl. „hairpin“). Er gehört zum Stator, einem grundlegenden Bestandteil in jedem Elektromotor. Dank eines neuen, innovativen Fertigungsverfahrens, bei dem die Hairpins zu einem Statorkorb geflochten werden, erhöhen sich Leistungsdichte und Wirkungsgrad des Elektromotors – mit weniger Material bei gleichem Bauraum. Volkswagen Group Components ermöglicht damit den ersten Großserieneinsatz von Elektromotoren mit dieser hohen Leistungsdichte.

Ein einzelner Hairpin. Für einen Statorkorb werden 144 Hairpins in 19 unterschiedlichen Varianten verflochten.



e-Käfer, Digitalisierung, SPEED+ Award: Weitere News der Group Components im Überblick

Käfer unter Strom: Die Konzern Komponente elektrifiziert gemeinsam mit einem Partnerunternehmen historische Fahrzeuge.



ONE MISSION Digitalisierung: Der Bereich Informationsmanagement & Digitalisierung verantwortet unter der Leitung von Oliver Fischer die Digitalisierung in der Komponente.



Kulturwandel in der Komponente: Sechs spannende Pilotprojekte zu Chancengleichheit und Diversity.

SPEED+ Award: Die 2. Werkstour des Komponenten-Effizienz Wettbewerbs ist in allen Werken abgeschlossen.

Transform Minds der Komponente: Das Change Agent-Programm startet in die 2. Runde.

Weitere Informationen

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



Schlanke Strukturen für maximales Ergebnis

Finanzvorstand Thomas Eichenberg über die Ziele und Steuerung der Group Components



Herr der Zahlen bei Group Components: Finanzvorstand Thomas Eichenberg

Seit 1.1.2019 ist Group Components als eigenständige Marke unter dem Dach der Volkswagen AG unterwegs. Welche finanziellen Ziele haben Sie für die Konzern Komponente?

Ziel ist es, unsere operative Umsatzrendite zu steigern, um neben den

Investitionen für die konventionellen Antriebstechnologien die nötigen Investitionen in die Transformation zur E-Mobilität sowie Digitalisierung finanzieren zu können. Zu diesem Zweck haben wir das Programm „Road to 6%“ (Umsatzrendite) aufgelegt und bauen eine transparente, operative Ergebnissteuerung nach Geschäftsfeldern auf. Das ist harte Arbeit für die Fachbereiche und die Finanzorganisation: Wir erarbeiten pro Geschäftsbereich Businesspläne, bauen die finanzielle Gesamtplanung der Konzern Komponente auf und entwickeln tragfähige Investitionstargets.

Weltweit 62 Werke an 47 Produktionsstandorten mehrerer Marken – wie funktioniert die finanzielle Steuerung der Group-Components-Komponentenwerke?

Der Konzern Komponente liegt eine „hybride Steuerungslogik“ zugrunde. Für alle europäischen Komponenten-

werke und -gesellschaften, die Ende 2018 zur Marke Volkswagen Pkw gehörten, liegt die volle Steuerungs- und Ergebnisverantwortung in der neuen unternehmerischen Einheit Konzern Komponente. Hier gilt: Group Components ist dafür verantwortlich, diese Werke vollumfänglich zu planen und zu konsolidieren. Dazu gehören Braunschweig, Kassel, Salzgitter, Chemnitz, Wolfsburg Fahrwerk und die Gießereien Hannover und Poznań, Motor Polska und die SITECH Gruppe.

Darüber hinaus gibt es Komponentenwerke, die zu anderen Marken gehören wie Audi, Skoda oder Seat. Hier gilt: Für diese Werke wird eine virtuelle Ergebnis-Berichterstattung durch die Konzern Komponente aufgebaut, wobei das Ergebnis in den Konzerngesellschaften verbleibt. Die strategische Steuerung erfolgt über Gremien und Berichtcontrolling. Wesentliche Komponentenwerke anderer Marken sind zum Beispiel Győr, Mladá Boleslav, Vrchlaby und Prat.

Seitens Volkswagen Pkw gehören noch die internationalen Komponentenwerke wie zum Beispiel Córdoba, Kaluga, Silao sowie Tianjin und Dalian als 100%-Beteiligungen des Konzerns in China dazu.

„Hybride Steuerungslogik“ klingt kompliziert. Warum hat der Konzern nicht alle 62 Komponentenwerke der Group Components voll konsolidiert?

Das wäre unternehmerisch nicht sinnvoll gewesen. Der Aufwand, die Werke finanziell aus Gesellschaften und Regionen herauszulösen, wäre größer gewesen als die erzielbaren positiven Effekte. Im Fokus stehen schlanke, sinnvolle Strukturen mit maximal wirksamem Ergebnis. Die Finanzstruktur dient dem Zweck, mit gebündelter Kraft im internationalen und markenübergreifenden Werksverbund den Wandel zur E-Mobilität und Digitalisierung wettbewerbsfähig zu gestalten sowie einen Beitrag zu den Finanzziele des Konzerns zu leisten.

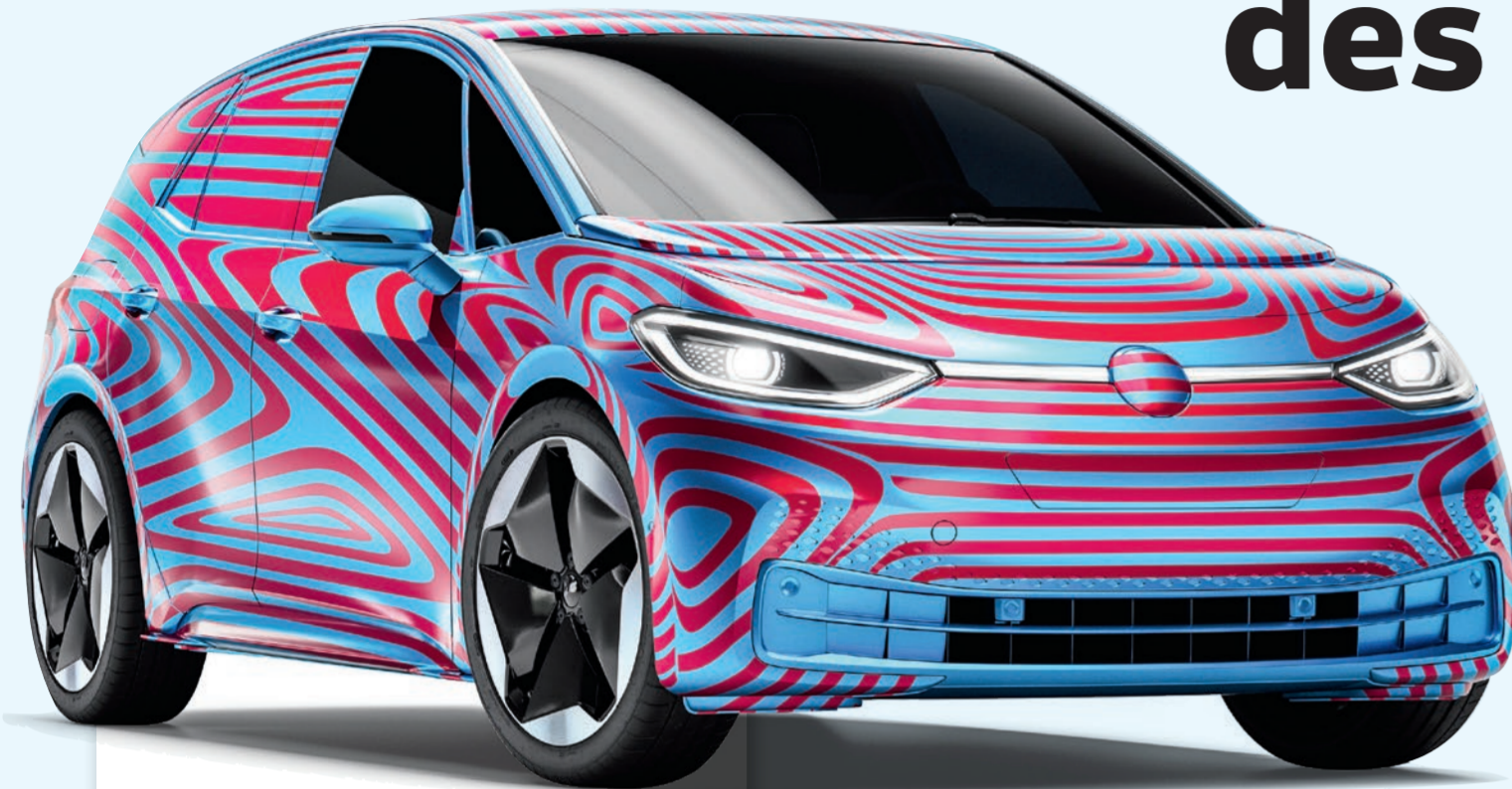
¹ ID.3: Das Fahrzeug wird in Europa noch nicht zum Verkauf angeboten.

² 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+

³ e-up!: Das Fahrzeug ist eine seriennahe Studie und wird noch nicht zum Verkauf angeboten.

IAA 2019: Doppelpremiere bei Kernmarke des Volkswagen Konzerns

Volkswagen Pkw präsentiert vollelektrischen ID.3¹ und neuen Markenauftritt der Öffentlichkeit



Der ID.3: schon bei der letzten IAA 2017 im Mittelpunkt des Interesses.



Fakten zur IAA

- **Tradition:** erste IAA 1897
- **Ort:** Frankfurt am Main
- **Termin 2019:** 12.–22. September
- **Motto 2019:** „Driving tomorrow“
- **Anzahl Aussteller:** 994 (letzte IAA 2017)
- **Besucher:** mehr als 800.000 (letzte IAA 2017)



Volkswagen Konzernmarken auf der IAA

Neben der Marke Volkswagen Pkw, die auf der IAA die Weltpremiere des ID.3 sowie des New Brand Design mit neuem Logo feiert, sind auch fünf weitere Konzernmarken in Frankfurt am Main dabei. Porsche, Seat, Skoda, Audi und Lamborghini präsentieren ebenfalls ihre neuesten Produkthighlights. Die Ingolstädter werden während der für jedermann öffentlichen Publikumstage beispielsweise

mehr als 30 verschiedene Fahrzeuge präsentieren. Hinzu kommen Zweiräder der italienischen Motorradmarke Ducati, die ebenfalls auf dem Audi Stand zu sehen sein werden. Für Besucher: Alle auf der IAA vertretenen Marken des Volkswagen Konzerns stellen in Halle 3 des Messegeländes aus. Nächstgelegene Eingänge sind „Torhaus“ mit S- und „City“ mit U-Bahn-Anbindung.

Die Marke Volkswagen feiert auf der IAA in Frankfurt am Main gleich zwei Weltpremieren: Neben dem vollelektrischen ID.3 wird die Marke der Weltöffentlichkeit unter dem Motto „New Volkswagen“ ihr neues Logo und ihren neuen Markenauftritt präsentieren. Der ID.3 leitet für die Marke nach dem Käfer und dem Golf eine neue Ära ein, die elektrisch, voll vernetzt und bilanziell CO₂-neutral ist. Der vor knapp vier Jahren angestrebte strategische Wandel mit einer neuen Ausrichtung und nachhaltigen Produkten wird mit dem neuen Markenauftritt

nun auch nach außen sichtbar. Das Erscheinungsbild der Marke wird jünger, digitaler und damit moderner. Ralf Brandstätter, Chief Operating Officer der Marke Volkswagen Pkw: „Die IAA in Frankfurt wird ein Schlüsselmoment in der strategischen Neuausrichtung der Marke Volkswagen: Die Früchte unserer Arbeit werden mit dem ID.3 und dem neuen Markenauftritt sichtbar.“

Neues Markenlogo wird weltweit ausgerollt

Die Messebesucher werden zu den Ersten gehören, die das neue Brand Design hautnah erleben – der Volkswagen Stand präsentiert sich in komplett neuem Design. Symbol und Markenzeichen ist das neue Logo. Es wird moderner, klarer und einfacher. Reduziert auf seine essenziellen Bestandteile und in 2D-Optik wird es flexibel einsetzbar und in digitalen Medien exzellent erkennbar sein. Eine erste sichtbare Veränderung gibt es bereits: Das bisherige Logo auf dem Volkswagen Verwaltungshochhaus in Wolfsburg wurde entfernt. Aktuell wird es mit dem neuen Markensymbol bespannt. Am Abend des 9. September findet dann die

feierliche Enthüllung statt. Bis das neue Logo weltweit an allen Gebäuden und Autohäusern sowie auf Ketchup-Flaschen zu sehen ist, dauert es einige Monate (siehe Artikel unten auf dieser Seite). Die zweite Weltpremiere der Marke Volkswagen Pkw in Frankfurt: der ID.3. Das Fahrzeug steht für den Startschuss in die Elektro-Offensive von Volkswagen. In den nächsten zehn Jahren bringt der Konzern 70 reine E-Autos auf den Markt – und der ID.3 ist das allererste Modell einer neuen E-Generation, verbunden mit einem echten Statement: Volkswagen übernimmt mit dem neuen ID.3 nicht nur Verantwortung für den globalen Klimaschutz, sondern stellt gleichzeitig auch die Weichen für die Zukunft des Unternehmens.

Vorbereitungen auf Fertigungsstart des ID.3 laufen

Alle Teams an den beteiligten Standorten – Sachsen, Wolfsburg, Braunschweig, Kassel und Salzgitter – ziehen an einem Strang, um einen sicheren und erfolgreichen Anlauf Ende des Jahres zu gewährleisten. Dafür arbeiten die Mitarbeiter in den fahrgestaltungsbauenden Werken der Marke

Volkswagen Pkw ebenso wie die Belegschaft der Volkswagen Group Components. Im Zwickauer Fahrzeugwerk sind bereits die ersten Vorserienfahrzeuge vom Band gelaufen.

ID.3 überzeugt Tausende Kunden

Mitte 2020 werden die ersten ID.3 an Kunden ausgeliefert, 28.000 Menschen haben sich bereits einen Produktionslot gesichert. Das Fahrzeug überzeugt mit Design, einem Augmented Reality Head-up Display, LED-Matrix-Scheinwerfern und einem Panorama-Glasdach. Mit dem ID.3 kommt zudem das erste Fahrzeug auf Basis des Modulare E-Antriebs-Baukastens (MEB) auf den Markt. Sein Mittelpunkt ist die Batterie. Sie wird mit 45, 58 oder 77 kWh erhältlich sein und Reichweiten von 330 bis 550 Kilometern nach WLTP ermöglichen. Die IAA 2019 ist auch für weitere Konzernmarken Bühne für wichtige Premieren. Neben Volkswagen Pkw präsentieren auch Porsche, Seat, Skoda, Audi und Lamborghini ihre aktuellen Produkthighlights. Dabei spielt bei vielen Messeauftritten das Thema „E-Mobilität“ eine bedeutende Rolle.



1948



1960



1967



1978



1996



2000



2012



2019

Das Logo: 2019 wurde schon ein Zwischenlogo präsentiert, das auf den Trikots der DFB-Elf zu sehen ist. Das neue Logo wird auf der IAA enthüllt.



2019

Die Geschichte des Volkswagen Logos

V und W im Kreis: Der Erfinder des weltberühmten Zeichens war Motorenkonstrukteur bei der Porsche KG

Auf der IAA in Frankfurt wird nicht nur der ID.3, sondern auch ein neues Markenlogo vorgestellt. In der Geschichte von Volkswagen keine Seltenheit, das Logo ist in den vergangenen Jahrzehnten immer wieder dem Zeitgeist angepasst worden. Als Erfinder gilt Franz Xaver Reimspieß. Der Motorenkonstrukteur war in den 1930er Jahren bei der Porsche KG beschäftigt und wirkte entscheidend an der Konstruktion des Motors für

den Volkswagen mit. Der künstlerisch begabte Ingenieur zeichnete bei jeder Gelegenheit, porträtierte zum Beispiel Gesprächspartner auf einem Zettel. 1937 zeichnete er, ohne Auftrag, die Buchstaben V und W im Kreis. Ferdinand Porsche soll begeistert gewesen sein. Im Laufe der Jahre wurde das Logo immer wieder abgewandelt, unter anderem änderten sich die Proportionen der Buchstaben. Am 1. Oktober 1948 wurde das V über dem W im Kreis dann als Warenzeichen angemeldet. In den 1950er Jahren wurde das Logo meist in Schwarz-Weiß gedruckt, bis ab Ende der 1960er Jahre die Farbe Blau immer häufiger eingesetzt wurde. Es gab jeweils Varianten des schwarzen oder blauen VW-im-Kreis-Zeichens auf weißem Grund oder des schwarzen auf blauem Grund. Auch eine Variante mit quadrati-

schem Rand um das Logo herum findet sich. In den 1980er Jahren hatte sich endgültig die Farbe Blau durchgesetzt. 1996 erhielt das Logo ein dunkleres Blau als zuvor sowie einen Farbverlauf von links nach rechts. Im Jahr 2000 sorgte eine neue dreidimensionale Anmutung für eine zeitgemäße Gestaltung.

Mit dem neuen Markenauftritt wird das Logo in diesem Jahr wieder eine 2D-Optik erhalten. Eine Begründung: Das Unternehmen gibt heute einen großen Teil seines Marketingbudgets in digitalen Medien aus, in denen das 3D-Logo mit seinen feinen Nuancen nicht so gut funktioniert.



1997: Ein Spezialkran hebt das Logo auf das Markenhochhaus.



1955: Logo am Tor 17 in Wolfsburg.



1967: Volkswagen Logo auf der Motorhaube eines Käfers.

Neues Logo: So läuft die Verteilung in 171 Märkten

Wolfsburger Team organisiert den Rollout – Austausch von 70.000 Logos allein im Handel

Wenn am 9. September das neue Volkswagen Logo auf dem Markenhochhaus in Wolfsburg enthüllt wird, ist die Arbeit für Alexander Skibbe noch lange nicht erledigt. Zusammen mit seinem dreiköpfigen Team aus dem Marketing ist er für den weltweiten Rollout des neuen Brand Design zuständig. Mit anderen Worten: Skibbe und seine Kollegen Sarah Schmidt, Tammo Westra und Jort Mentink müssen sicherstellen, dass das neue Logo in 171 Märkten dieser Welt zu sehen sein wird – in Deutschland wie in China, Südafrika und den USA, in Frankreich wie in Albanien und Andorra. „Es ist einer der spannendsten Jobs, die ich je gehabt habe“, erzählt Skibbe, der in diesen Wochen von seinem Büro in Wolfsburg aus wahrlich global denken muss. Die Zahlen, die er und seine Teamkollegen im Gespräch aufzählen, klingen beeindruckend. Weltweit

müssen allein 70.000 Logos bei den Händlern gewechselt werden. Wie viele Logos es insgesamt sind, hat niemand gezählt, die Spannweite reicht vom Wolfsburger Kraftwerk bis hin zum Aufdruck auf Curry-Ketchup-Flaschen und Kondensmilch-Verpackungen. Schon seit Monaten ist das Rollout-Team damit beschäftigt, die Märkte mit sogenannten

Onboardings abzuholen. Skibbe und sein Team laden zu Skype-Calls ein und reisen auch direkt in die Länder, um Präsentationen zu halten und Workshops zu veranstalten. Dabei geht es nicht nur um das Volkswagen Logo, sondern um ein komplett neues Markendesign mit neuer Bildsprache, um Autohaus-Design und TV-Kampagnen. 1.200 Kollegen aus allen Bereichen – Marketing, Kommunikation, Aftersales – haben sie auf diese Weise bereits an Bord geholt. Doch der Rollout daher keine Sache von wenigen Wochen. Wann alles komplett um-

gestellt ist? „Im Jahr 2021“, sagt Skibbe. Und das hat gute Gründe. „Wir wollen in jedem Markt die größte Wirkung erzielen.“ Daher fällt der Startschuss in Deutschland zusammen mit der Weltpremiere des ID.3 auf der IAA. In Indien hingegen wird die Umstellung zum Beispiel erst im kommenden Frühjahr starten, pünktlich zur Delhi Motor Show. Doch selbst im Werk Wolfsburg wird nach und nach umgerüstet werden. Mit Markenhochhaus, Wache Ost und Sandkamp geht es los, der Rest folgt dann. Auch die Modelle werden nicht sofort mit dem neuen Logo ausgerüstet. Hier machen ID.3 und Golf VIII den Anfang. Für eine längere Übergangszeit werden also sowohl das alte als auch das neue Logo zu sehen sein. Aus Kostengründen ist das durchaus erwünscht. „Wer zum Beispiel Visitenkarten mit altem Logo besitzt, soll die erst einmal aufbrauchen“, sagt Skibbe. Das Team ist überzeugt, dass das New Brand Design gut ankommen wird. „Wir haben es schon 1.200 Kollegen gezeigt“, sagt Skibbe. Einem einzigen habe es nicht gefallen. „Mit dieser Quote können wir gut leben.“



Zuständig für die globale Verteilung des neuen Logos (von links): Tammo Westra, Alexander Skibbe, Jort Mentink und Sarah Schmidt.

¹ID.3: Das Fahrzeug wird in Europa noch nicht zum Verkauf angeboten.
²ID.: Studie.



„Mit dem ID.3¹ beginnt das dritte große Kapitel unserer Marke“

Interview mit Jürgen Stackmann: Der Vertriebs- und Marketingvorstand über den Start in die E-Mobilität und den neuen Markenauftritt



Es sind spannende Tage für die Marke Volkswagen. Bei der IAA in Frankfurt wird der ID.3 Weltpremiere feiern. Außerdem erhält Volkswagen einen neuen Markenauftritt mit neuem Logo. Im Interview spricht Jürgen Stackmann, Vertriebs- und Marketingvorstand, über die Aufbruchsstimmung.

Herr Stackmann, mit dem ID.3 sowie dem neuen Markenauftritt erfindet sich Volkswagen gerade ein Stück weit neu. Wie ist die Stimmung bei Ihnen, so kurz vor Beginn der IAA?
Großartig! Wir brechen in eine neue Ära auf, die Zukunft von Volkswagen wird elektrisch sein. Ich bin daher voller Vorfreude. Was wir auf der IAA sehen werden, ist das Resultat von dreieinhalb Jahren harter Teamarbeit. In dieser Zeit hat Volkswagen Agilität gezeigt, die man durchaus als Kulturwandel bezeichnen darf.

Zunächst einmal zum ID.3: Warum ist das Auto so wichtig für Volkswagen?
Es ist wichtig, weil wir uns zu dem Ziel des Pariser Klimaabkommens bekannt haben, bis 2050 eine nahezu klimaneutrale Gesellschaft zu schaffen. Wir haben uns verpflichtet, den für uns größtmöglichen Beitrag zu leisten, dafür

richten wir unsere Ressourcen neu aus. Der ID.3 ist das erste Modell unserer vollelektrischen ID. Familie und markiert den Start der Umsetzung unserer E-Mobilitätsoffensive.

Schon seit Mai können sich Kunden für den neuen ID.3 registrieren lassen. Wie läuft es?
28.000 Menschen haben sich bereits einen Produktionsslot gesichert, obwohl wir das Auto noch nicht einmal präsentiert haben. Das zeigt, dass viele Kunden bereit sind, in die E-Mobilität einzusteigen. Das ist ein hervorragender Anfang! Wir setzen darauf, in den nächsten zehn Jahren mehr als zehn Millionen E-Autos herstellen zu können.

Im Gegensatz zu den vielen Pre-Bookern kennen Sie den ID.3 ja schon recht gut. Worauf können sich die Kunden freuen?
Das Fahrzeug wird mit seiner Antriebstechnik ein komplett neues Erlebnis bringen. Dazu bietet der ID.3 neue Vernetzung, neues Raumgefühl

und ein komplett neues Design. Es geht um lokal emissionsfreies Fahren, intuitive Bedienung und personalisierte Vernetzung – und das zu einem attraktiven Preis. Ich bin begeistert vom Auto und bin überzeugt, dass unsere Pre-Booker sich genau darauf freuen. Sie begleiten die Weiterentwicklung mit und kriegen exklusive Nachrichten über unseren Hub, sind also auch nah dran.

Warum haben Sie das Auto ID.3 genannt?
ID. werden alle Mitglieder unserer ID. Familie heißen. Die Buchstaben stehen für intelligentes Design, Identität und visionäre Technologien. Die Ziffer 3 steht bei allen Konzernfahrzeugen in der internen Projekt-nomenklatur für Kompaktklasse. Sie zeigt, dass wir aus der Mitte heraus starten, so wie wir es immer erfolgreich getan haben. Außerdem beginnt mit dem ID.3 das dritte große Kapitel von strategischer Bedeutung in der Geschichte unserer Marke.

Sie meinen nach Käfer und Golf?
Genau. Der Käfer steht für individuelle Mobilität für jedermann, er hat damals ein neues Gefühl von Freiheit geschaffen. Mit dem Golf haben wir Technologien in die Breite gebracht. ESP und

ABS gab es vorher nur in der Oberklasse. Mit dem ID.3 wollen wir jetzt das nächste Kapitel aufschlagen. Volkswagen demokratisiert die Elektromobilität, indem wir sie alltagstauglich und erschwinglich machen.

Auf der IAA wird nicht nur der ID.3 gefeiert, sondern auch ein neues Volkswagen Logo präsentiert. Warum?
Für die Neuausrichtung von Volkswagen wurden mutige und tief greifende Entscheidungen umgesetzt. Das wollen wir auch nach außen sichtbar machen. Die Neugestaltung des Logos und des gesamten visuellen Auftritts soll den Mut des Volkswagen Teams zeigen. Außerdem hat die Neugestaltung praktische Gründe. Wir geben heutzutage fast 50 Prozent unseres weltweiten Marketing-Budgets in digitalen Medien aus. Das aktuelle 3D-Logo mit seinen feinen Nuancen funktioniert im digitalen Umfeld nicht so gut. Mit der neuen 2D-Optik garantieren wir, dass das Logo in jedem Medium optimal angezeigt wird – auf Plakatwänden genauso wie auf einem Smartphone.

Zusammen mit dem Logo wird es einen komplett neuen Markenauftritt geben.

Die IAA ist das Coming-out für New Volkswagen. Wir werden im Gesamtauftritt menschlicher, offener, anregender – und bleiben dabei humorvoll. Die neue Bildsprache rückt die Menschen und ihre Umgebung stärker in den Fokus. Im Gegensatz zu früher muss in der Werbung nicht mehr das ganze Fahrzeug abgebildet und perfekt ausgeleuchtet sein. Es geht darum, echte Situationen darzustellen, in denen sich unsere Kunden wiederfinden. Außerdem wird Licht zum zentralen Element. Es soll Wärme und Menschlichkeit erzeugen. Das neue Markendesign gilt übrigens für alle unsere Fahrzeuge, E-Autos wie Verbrenner.



Der ID.3 und das neue Brand-Design

Der ID.3 feiert seine Weltpremiere auf der IAA in Frankfurt. Er wird das erste Modell der vollelektrischen ID. Familie sein und in Zwickau produziert werden. Die Markteinführung ist für das kommende Jahr vorgesehen. Auch das neue Brand-Design wird auf der IAA vorgestellt. Volkswagen gibt sich einen komplett neuen Markenauftritt. Im Fokus wird hier die Neugestaltung des Markenlogos stehen (siehe auch Seite 8–9).

3 Fragen



Pre-Booker Merlin Plagge, Vertrieb ID. Familie, über die Vorfreude auf den ID.3.

„Der ID.3 sieht richtig gut aus!“

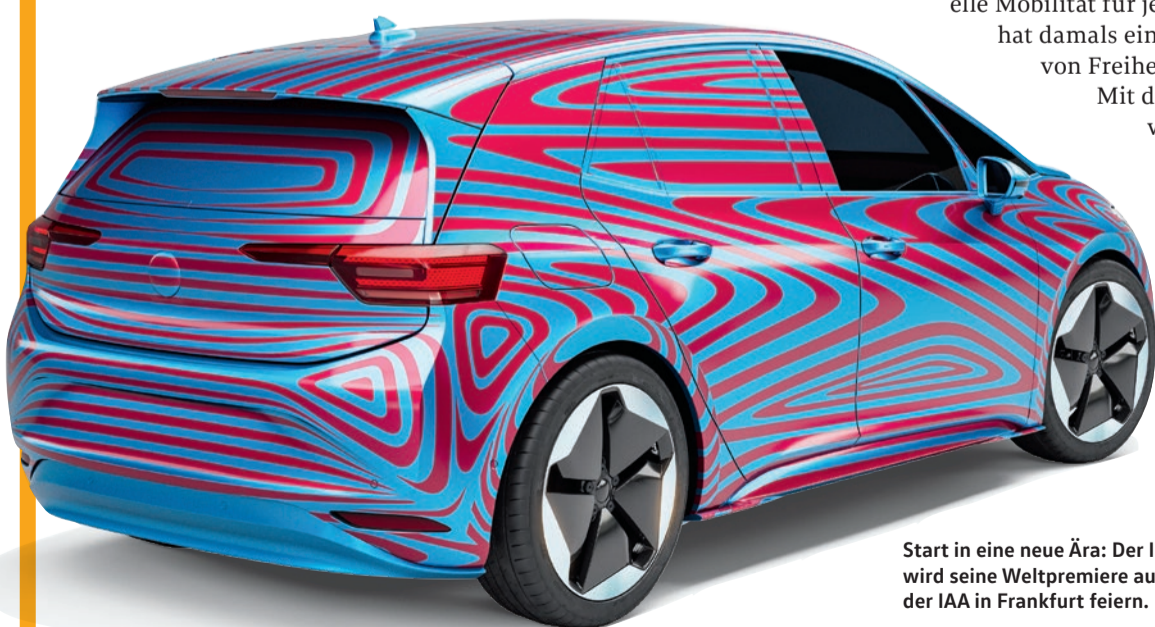
1 Herr Plagge, warum wollen Sie den neuen ID.3 haben?

Mit der E-Mobilität verbindet mich eine längere Geschichte. Ich war im Europa-Vertrieb für e-Golf² und e-up!³ zuständig. Im Anschluss habe

ich fast vier Jahre lang am MEB, dem Modularen Elektrifizierungsbaukasten, mitgearbeitet, erst in China, jetzt in Wolfsburg in der Baureihe G4. Generell bin ich von der E-Strategie des Unternehmens überzeugt. Und der ID.3 sieht richtig gut aus, wie ich finde.

2 Sie haben 1.000 Euro für ein Auto angezahlt, das Sie erst in Monaten bekommen.
Das ist viel Geld, ich weiß. Aber ich vertraue darauf, dass wir ein gutes Fahrzeug auf die Straße bringen. Und als Vertriebler dachte ich mir: Wenn ich ständig E-Mobilität predige, dann muss ich auch einer der Ersten sein, die ein E-Auto fahren. Die Wartezeit stört mich nicht. Vorfreude ist doch etwas Schönes.

3 Als Mitarbeiter der Baureihe haben Sie den ID.3 ja schon kennengelernt. Was überzeugt Sie am Auto?
Stimmt, wir hatten die tolle Möglichkeit, das Fahrzeug kürzlich auf dem kleinen Prüfgelände der TE in Begleitung von Experten Probe zu fahren. Die Beschleunigung ist wirklich klasse. Für mich noch interessanter ist allerdings das neue Cockpit- und Innenraumkonzept: simpel, intuitiv, einfach zeitgemäß.



Start in eine neue Ära: Der ID.3 wird seine Weltpremiere auf der IAA in Frankfurt feiern.

¹ ID.3: Das Fahrzeug wird in Europa noch nicht zum Verkauf angeboten.
² 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+
³ e-up!: Stromverbrauch in kWh/100 km: 11,7 kombiniert, CO₂-Emission in g/km: 0 kombiniert, Effizienzklasse: A+

Dieselkrise und Konsequenzen

Beschäftigte diskutieren mit Vorständin Hiltrud Werner

Das Autostadt-Schiff auf dem Mittellandkanal war die ungewöhnliche Location, die Dieselkrise und ihre Folgen das Thema. Drei Beschäftigte diskutierten mit Hiltrud Werner, Vorständin für Integrität und Recht. Eingeladen und moderiert hatte die Interne Kommunikation.

Harmut Erben:

„Ich setze meine Mitarbeiter nicht unter Druck. Wenn ein Fehler passiert, dann sollen sie ohne Angst aufrichtig sagen können, was passiert ist. Das ist mir ganz wichtig. Alles andere wäre fatal. Ein Beispiel: Wenn bei uns im Lagerwesen jemand eine Regalstütze mit dem Stapler kaputt fährt, ist vielleicht die Statik gefährdet. Wenn der dann seinen Stapler in die Ecke stellt und sich nicht traut etwas zu sagen, was ist gewonnen? Aus Fehlern kann man lernen. Das müssen wir als Führungskräfte vermitteln.“

Charlotte Gerhardt:

„Das erlebe ich anders. Ich sehe es immer noch so, dass vorwiegend diejenigen befördert werden, die immer „ja“ sagen, die nicht auffallen, die abnicken und mitmachen, was der Chef möchte.“

Hiltrud Werner:

Das ist sehr schade, dass Sie solche Erfahrungen machen, aber das wird in der Zeit des Wandels und der Transformation leider manchmal noch so sein. Wir erleben Positives,



Diskutierten über die Konsequenzen der Krise: Moderator Jesko Giessen (von links), Audi Mitarbeiter Adil Koc, Charlotte Gerhardt von Volkswagen, ihr Kollege Hartmut Erben und Vorständin Hiltrud Werner.

nach innen rot. Viele tun sich noch schwer damit zu sagen, sie sind „gelb“, wir haben da ein Problem. Und je weiter es hochgeht, desto schwerer wird es.“

Hiltrud Werner:

„Es gibt ein Sprichwort, dass eine besonders gute Unternehmenskultur daran zu erkennen ist, dass schlechte Nachrichten schnelle Beine haben: „bad news travel fast“. Also dass schlechte Nachrichten schnell da ankommen, wo jemand ist, der die Mittel dazu hat, sich des Problems

motivieren, offen kritische Fragen zu stellen. Notfalls lass dich auch mal von der Compliance Abteilung beraten.“

Adil Koc:

„Aber genau diese Angst und Unsicherheit in Zeiten des Umbruchs lähmt. Bei mir im Werk höre ich „Ja, das ist schwierig, wir müssen mal gucken, wie sich das entwickelt“. Wo ist der Mut, Entscheidungen zu treffen?“

Hiltrud Werner:

„Wir stellen fest, dass wir im Moment viel im Management schulen müssen. Diese Ebene müssen wir stärken. Ziel ist es, dass das gesamte Management Verantwortung übernimmt und sich bei Entscheidungen wieder sicher fühlt. Deswegen haben wir unsere Compliance-Team mehr als verdoppelt. Deswegen hat die Konzernrevision Stellen aufgebaut. So haben wir jetzt in der Übergangsphase, in der noch viele Ängste bestehen, mehr Sicherheit für unser Unternehmen. Aber ich hoffe, dass wir später, wenn wir wieder mehr Verantwortung an der Basis und bei den Führungskräften haben, bei der Compliance, der Revision und bei andere risiko min-

dernden Funktionen wieder Stellen reduzieren können.“

Zweites Talkthema

Renditestreben contra Compliance

Harmut Erben:

„Frau Werner, wie stellen sie sicher, dass Compliance wirklich unser Leitwert ist?“

Hiltrud Werner:

„Jeder bei Volkswagen müsste inzwischen wissen, was Non-Compliance kostet und dass es keine Alternative zu Compliance gibt. Ich kann sagen, dass es in meiner Amtszeit eine ganze Reihe von Entscheidungen gegeben hat, bei denen wir Compliance über die Rendite gestellt und gesagt haben: Manchmal tut Compliance eben weh, manchmal ist Compliance „pain“ (dt. Schmerz), wie man so schön sagt. Zum Beispiel, wenn

wir Importeursverträge gekündigt haben. Oder wenn wir Joint Ventures nicht abgeschlossen haben aufgrund von diffusen Informationen über den möglichen Partner. Oder, wenn wir für unsere nicht vermeidbaren Dienstflüge mit dem Air Service freiwillig eine CO₂ Kompensationen zahlen. Wir haben eine ganze Reihe von Themen, bei denen wir aus Compliance-Sicht unser Veto eingelegt haben auch, wenn es wirtschaftlich gewinnbringend gewesen wäre.“

Hintergrund: Hiltrud Werner hatte in den 360°-Medien Beschäftigte dazu aufgerufen: „Stellen Sie mir Ihre Fragen zu Dieselkrise“. Viele Fragen hatte sie in Zeitung und im Volkswagen Net bereits beantwortet.

Erstes Talkthema

Fehlerkultur im Arbeitsalltag

Neues und leider gleichzeitig auch die alte Unternehmenskultur. Wichtig ist, dass man positives Erlebtes und Neues sieht und auch darüber spricht. Das Neue muss zum Multiplikator werden. Und ist es nicht auch Teil unserer Konzerngrundsätze, dass man auch versucht, seinen Chef von unten zu führen?“

anzunehmen. Das müssen wir im Unternehmen tief verankern. Ich höre es auch oft, dass man in seinem Bereich nichts sagen kann, weil man Angst hat. Manchmal ist das aber auch eine persönliche Rechtfertigung dafür, die eigene Komfortzone nicht zu verlassen. Wir müssen Mitarbeiter dazu

Charlotte Gerhardt:

„Ich erlebe das sehr unterschiedlich. Bei uns im Bereich kann man relativ offen sprechen. Ich kenne es aber auch aus dem Projektmanagement und aus anderen Bereichen. Da wird immer noch sehr viel melonengrün gemeldet, also nach außen grün und



Hartmut Erben (56), ist Meister im Bereich Konzern After Sales im Original Teile Zentrum im Werk Baunatal.



Charlotte Gerhardt (25), arbeitet in der Produktionsstrategie der Marke Volkswagen am Standort Wolfsburg.



Adil Koc (40), baut in der Montage gemeinsam mit seinen Kollegen den Audi 8 im Audi Werk Neckarsulm zusammen.



Hiltrud Werner (53), ist seit 2017 Vorständin für Integrität und Recht des Volkswagen Konzerns.



Vier Videos zum Talk mit Hiltrud Werner auf dem Schiff gibt es im Volkswagen Net. Dabei geht es um juristische Aufarbeitung, Fehlerkultur und dem Mut zu Entscheidungen in Zeiten des Umbruchs.

Die Reisekostenabrechnung wird digital

Belege und Quittungen einfach scannen und hochladen



Die Reisekostenabrechnung bei Volkswagen wird digital. Voraussichtlich schon ab Montag, 9. September, ist der neue Service verfügbar. Und so funktioniert's: Beschäftigte scannen ihre Papierbelege

wie Tankquittungen, Taxibelege oder Busfahrkarten direkt in die Abrechnung oder laden ihre Belege in digitaler Form im Travel-Management-System xera (TMS xera) hoch. Die Reisekostenabrechnung wird dann nur noch digital an die Abrechnungsstelle geschickt.

Die Vorteile liegen auf der Hand: Der digitale Weg spart Papier, Zeit und Kosten. Und: Beschäftigte bekommen somit schneller ihre Reisekosten zurückerstattet. Voraussichtlich ab Jahresende lassen sich die Belege sogar mit einer neuen App per Handycamera schon während der Dienstreise digital erfassen. Die Reisekosten werden wie gewohnt im TMS xera abge-

rechnet. Auch die Reisebuchung über das TMS xera verändert sich nicht.

Wichtig: Laut Auflage der Finanzbehörde müssen alle inländischen Belege, die keinen Rechnungsemp-

fänger haben, handschriftlich mit dem Vor- und Nachnamen versehen werden. Das heißt: Mitarbeiter schreiben Ihren Vor- und Nachnamen handschriftlich auf die Busfahrkarte

und scannen den Beleg erst danach ein. Darüber hinaus müssen Beschäftigte ihre Belege weiterhin aufbewahren, bis sie per Mail benachrichtigt werden.

TMS xera – so kann man auf das neue System zugreifen

Der Einstieg in das TMS xera erfolgt über den Self-Service: <https://selfservice.wob.vw.vwg>. Über den Schnellzugriff „Dienstreise“ im Volkswagen Net finden Mitarbeiter wertvolle Tipps und Hilfestellungen, wie Kurzanleitungen und Schulungsvideos.

Die Abteilung Konzern Travel Management digitalisiert unter dem strategischen Motto „Moving forward“ nach und nach alle Prozesse vom Antrag bis zur Abrechnung. Haben Sie Fragen oder brauchen Unterstützung? **Telefon 05361 9-44010**

Mehr als ein Spiel

„Volkswagen Junior Football Train-the-Trainer-Programm“ und „Junior Football Summer Camp“ in Wolfsburg



Dr. Stephan Wöllein, CEO der Volkswagen Group China:

„Mit dem Fortbildungskonzept werden den jungen Fußballspielern aus China neben den sportlichen Trainingsinhalten auch Werte wie Teamgeist, Respekt und Leistungsbereitschaft vermittelt. Dies sind die Werte, die wir als Unternehmen teilen. Wir glauben, dass Fußball nicht nur den Körper, sondern auch den Geist stärkt, indem er jungen Fußballspielern wichtige Ideen vermittelt, die ihnen bei ihrer persönlichen Entwicklung helfen.“



Jochen Sengpiel, Leiter Marketing Volkswagen:

„Wenn es eine Sportart gibt, die überall auf der Welt Menschen zusammenbringt, dann ist es Fußball. Für diesen wichtigen Aspekt ist das diesjährige Train-the-Trainer-Programm und das Sommer-Camp von ‚Volkswagen Junior Football‘ ein gelebtes Beispiel – mit Vorbildfunktion über den Sport hinaus.“



Zhu Jiahao: „Das Wetter in Wolfsburg ist echt angenehm und das Training und die Matches machen viel Spaß. Ich bin in meinem Team der Torwart und die deutschen Trainer haben mich auf dieser Position sehr intensiv trainiert. Sie achten sehr genau auf die Technik, etwa das Fangen oder Abwehren von Torschüssen. Dabei agieren sie ruhig und selbstsicher. Ich wünsche mir, eines Tages in der deutschen Bundesliga zu spielen. Vielleicht sehe ich die deutschen Fußballer aus dem Camp dann ja wieder.“



Guo Hui: „Sowohl in den theoretischen als auch in den praktischen Lerneinheiten habe ich die unterschiedliche Fußball-Kultur sowie die wichtigen Grundsätze und die verschiedenen Arten des Trainings für Nachwuchsspieler intensiv kennengelernt. Was mich am stärksten beeindruckt hat, waren das klare Berufsethos, der Blick für Details, aber auch die Offenheit der deutschen Trainer: In den Gesprächen haben sie uns stets ermutigt, auch schwierige und komplexe Fragen zu stellen – von diesen Dialogen habe ich enorm profitiert.“



Zhao Tiezheng: „In China gibt es viele talentierte junge Fußballer, aber zu wenig erfahrene Nachwuchstrainer, die sich mit den modernen Spielarten des Fußballs auskennen. Deswegen ist es auch so wichtig, dass unsere Coaches ihre Fähigkeiten erweitern, sich von traditionellen Formen des Fußballtrainings lösen und sich den aktuellen Konzepten der Sportart zuwenden. Wir sollten noch viel häufiger im Jugendbereich hospitieren, um sowohl das Prinzip des Nachwuchstrainings als auch seine Methoden zu verstehen.“

Ein ungewöhnliches Fußballtraining in der Wolfsburger Volkswagen Arena – Mitte August kam eine Auswahl von 14 Top-Trainern aus dem Jugendbereich und 16 U12-Fußballern aus China nach Deutschland, um am „Volkswagen Junior Football Train-the-Trainer-Programm“ und am „Junior Football Summer Camp“ in Deutschland teilzunehmen. Die Veranstaltung, die vom 16. bis 27. August dauerte, ist ein CSR-Programm der Volkswagen Group China (VGC) in Zusammenarbeit mit dem chinesischen Fußballverband und der China Sports Foundation.

Mangel an Trainern ist große Herausforderung

Die Entwicklung und Stärkung des chinesischen Fußballs ist dort ein wichtiges Thema. Der Mangel an professionellen Jugendfußballtrainern und die geringe Zahl von Nachwuchsfußballern sind die größten Herausforderungen für das Land. Gemeinsam mit seinen beiden Partnern rief VGC im Jahr 2015 das „Junior Football Train-the-Trainer-Programm“ ins Leben. Anfangs wurden für das Projekt Experten des Deutschen Fußball-Bundes und des VfL Wolfsburg eingeladen, um Lehrgänge für Trainer in China anzubieten. Im Rahmen des Projekts werden jedes Jahr 15 Top-Jugendtrainer für theoretische und praktische Trainingseinheiten in Deutschland ausgewählt, um die Jugendausbildungssysteme und Talentförderungsprogramme kennenzulernen. Rainer Kraft und Eckhard Krautzun, ehemaliger Cheftrainer der chinesischen U20-Fußballnationalmannschaft, waren als Cheftrainer bzw. Berater im diesjährigen TTT-Programm tätig. Beide verfügen über umfangreiche Erfahrung bei der Sichtung und Ausbildung von Nachwuchs-



Pierre Littbarski aus dem Nachwuchstrainer-Staff beim VfL Wolfsburg nahm als leitender Coach und Talentscout am Fußball-Camp für die U12-Spieler aus China teil.

talenten sowie beim Aufbau eines Trainingssystems für Jugendspieler. Im Theorieteil stellten zwei deutsche Trainer ihre Methoden für das professionelle Fußballtraining für Spieler im Alter von 7 bis 14 Jahren vor. Darüber hinaus wurden Themen wie Entwicklungen im Weltfußball, Talentscouting und -ausbildung, DFB-Nachwuchsförderkonzepte und deren Umsetzung sowie die Ausbildung zum qualifizierten Fußballtrainer behandelt. Eckhard Krautzun hielt eine Grundsatzrede über den chinesischen und deutschen Fußball und sprach dabei über seine Erkenntnisse und Erfahrungen. In praktischen Trainingseinheiten hatten die chinesischen Trainer die Möglichkeit, im deutschen Fußball verbreitete Trainingsgeräte kennenzulernen. Darüber hinaus führten sie auch verschiedene spezielle Trainingseinheiten durch,

wie Pass- und Ballannahmeübungen, Aufwärmübungen und Spiele unter Wettbewerbsbedingungen mit verschiedenen Teams. Das Programm vermittelte den chinesischen Trainern nicht nur umfassendes Fachwissen, sondern machte sie auch mit neuen Ideen und Strategien vertraut, die sie in ihre eigenen Nachwuchsförderprogramme integrieren können.

U12-Spieler gelten als goldene Altersgruppe

Im gleichen Zeitraum fand auch das Volkswagen Junior Football Summer Camp 2019 in Deutschland statt, an dem 16 U12-Jugendspieler teilnahmen, die landesweit in China ausgewählt wurden. U12 gilt als goldene Altersgruppe für Jugendspieler. In China sind die Trainingsbedingungen und die Förderung gerade dieser Spie-

ler jedoch unzureichend. Abhängig von den Fähigkeiten der Nachwuchsspieler entwickelte das deutsche Trainerteam unter Leitung von Pierre Littbarski, Markenbotschafter des VfL Wolfsburg, zielgerichtete Trainingsinhalte, darunter fortgeschrittene Aufwärmmethoden, Kurzpassstraining, technische und taktische Übungen und insbesondere Übungen zu Angriffsverhalten und Torabschlüssen.

Darüber hinaus erlebten die Nachwuchsspieler und ihre Trainer die authentische deutsche Fußballkultur beim Heimspiel des VfL in der Volkswagen Arena und in der VfL-FußballWelt. Die Jugendspieler waren auch von drei Freundschaftsspielen mit den deutschen U12- und U11-Spielern tief beeindruckt, sammelten viele praktische Erfahrungen, knüpften Freundschaften und hatten viel Spaß.



Für eine reibungslose Kommunikation zwischen den deutschen Trainern und den Nachwuchsspielern aus China sorgte ein eigens dafür engagierter Übersetzer.

Fußball: Die Volkswagen Group unterstützt die Entwicklung

Informationen zum CSR-Fußballprogramm in China

Der Volkswagen Konzern hat große Anstrengungen unternommen, um die Entwicklung des Fußballs weltweit zu fördern. In China konzentriert sich der Konzern auf die Entwicklung des Nachwuchsfußballs. Derzeit gilt das Training im Nachwuchsbereich als wirksame Möglichkeit, die Entwicklung des chinesischen Fußballs zu fördern. So kann die Umsetzung eines neuen, für die nationalen Anforderungen Chinas geeigneten Nachwuchstrainingsystems entscheidend für die zukünftige Entwicklung des chinesischen Fußballs sein. Das wichtigste Ziel beim Train-

ing für Nachwuchsspieler besteht darin, die Zahl der Fußballspieler und Wettbewerbe insgesamt zu erhöhen und die Qualifikation der Trainer zu verbessern. Die Volkswagen Group China kooperiert dabei mit dem chinesischen Fußballverband und mit der Chinesischen Sport-Stiftung und rief mittels ihrer Zhixing CSR Fund mehrere Förderprogramme ins Leben, um den chinesischen Jugendfußball zu stärken. Bis heute haben insgesamt 5.000 Nachwuchsspieler und 365 Trainer direkt von diesen Programmen und weitere 48.000 Nachwuchsspieler indirekt profitiert.

Fußball als wichtige Brücke für den kulturellen Austausch

Kooperation zwischen Deutschland und China

Bereits über 40 Jahre, seit dem Jahr 1972, pflegen China und Deutschland diplomatische Beziehungen. Fußball stellte dabei in den vergangenen Jahren immer eine wichtige Brücke bei den gegenseitigen Besuchen chinesischer und deutscher Staatsführer dar. Am 25. November 2016 vereinbarten China und Deutschland eine fünfjährige strategische Fußballkooperation zwischen dem Deutschen Fußball-Bund, der Deutschen Fußball Liga, dem chinesischen Bildungsministerium und dem chinesischen Fußballverband. Darüber hinaus unterzeichneten die Vertreter Chinas und Deutschlands in Berlin strategische Kooperationsdokumente zum Thema Fußball, darunter das vom chinesischen Bildungsministerium und dem Deutschen Fußball-Bund unterzeichnete „Strategic Cooperation Agreement for Sino-German Junior Football Development“. Im Zuge dessen

werden beide Länder den Austausch und die Zusammenarbeit im Bereich Nachwuchsfußball ausweiten. Die Verbindung von Volkswagen und dem chinesischen Fußball reicht bereits



Klaus Schlappner

bis ins Jahr 1992 zurück. Damals wurde versucht, einen ausländischen Trainer für die chinesische Herrenfußball-Nationalmannschaft zu gewinnen. Mit Unterstützung von Volkswagen fiel die Entscheidung des chinesischen Fußballverbands (CFA) schließlich auf Klaus Schlappner, der später Trainer der Nationalmannschaft wurde und im Juni 1992 offiziell sein Amt antrat.

Volkswagen sowie die Joint Ventures FAW-Volkswagen und SAIC Volkswagen luden international renommierte Mannschaften wie Bayern München, Inter Mailand und den VfL Wolfsburg zu Freundschaftsspielen nach China ein und trugen so zum Austausch der Fußballkultur zwischen China und Deutschland bei.



Pierre Littbarski gab den Nachwuschkickern taktische Unterstützung während der Halbzeitpause des Freundschaftsspiels. Die chinesischen Trainer beobachten die Anweisungen.



In drei Freundschaftsspielen gegen die deutschen U12- und U11-Teams konnten die chinesischen Nachwuschkicker ausführlich kennenlernen, wie Gleichaltrige hierzulande Fußball spielen.



Beim Training wurden die U12-Fußballer aus China in zwei Gruppen eingeteilt, die sich vor der Volkswagen Arena spannende Matches lieferten.



Die jungen Fußballer spielten mit großer Leidenschaft, obwohl das Freundschaftsspiel bei strömendem Regen ausgetragen wurde.



Die Nachwuchsspieler aus China entdeckten auch die automobiler Kultur Deutschlands – bei einem Besuch des AutoMuseum Volkswagen.



Ein ehrgeiziges Match auf höchstem Niveau und sportlicher Augenhöhe trugen das chinesische U12-Team und die deutsche U11-Mannschaft aus.



Für die meisten Kinder war es der erste Besuch in Deutschland. Daher wurden die Trainingseinheiten um andere Programmpunkte ergänzt, etwa einen Besuch in der Autostadt.



Yang Mingrui: „Der gesamte Programmablauf war gut geplant. Dadurch hatten wir nicht nur genügend Zeit, unter Profi-Bedingungen zu trainieren, sondern auch, die Kultur des deutschen Fußballs kennenzulernen; etwa bei einem Besuch des Fußballmuseums oder einer Bundesliga-Partie. Ein solches Match live zu erleben, war wirklich aufregend – und es hat mich in meinem Wunsch bestärkt, eines Tages selbst ein Star wie Toni Kroos zu sein.“



Xiao Bojie: „Ich habe sehr von den Gesprächen mit den deutschen Coaches profitiert, besonders von ihren Trainingskonzepten für Nachwuchsspieler. Sie vermitteln den Kindern die fachlichen Grundlagen, mit denen sie sich die eigentlichen Techniken dann selbst erspielen können, anstatt ihnen alles Schritt für Schritt zu zeigen. Das ermöglicht den Kindern, die Taktiken nach und nach zu verstehen und dabei die Freude am Fußballspiel zu erleben. Wenn ich nach China zurückkehre, werde ich diese Erkenntnisse beim Training meiner Spieler anwenden.“



Luo Sang: „Fußball zu spielen macht mich sehr glücklich – sei es in China oder in Deutschland. Besonders viel Freude bereitet hat mir daher das Freundschaftsspiel gegen die deutschen Nachwuchsspieler. Während der Lerneinheiten haben die Trainer die notwendigen Grundlagen der Technik auf unser Niveau heruntergebrochen und diese im Detail erklärt. Das hat es für mich leicht gemacht, alles zu verstehen und die wichtigsten Themen umzusetzen. Mein Lieblingsspieler ist Cristiano Ronaldo. Später möchte ich einmal in der chinesischen Nationalmannschaft spielen und für mein Land fußballerischen Ruhm erringen.“



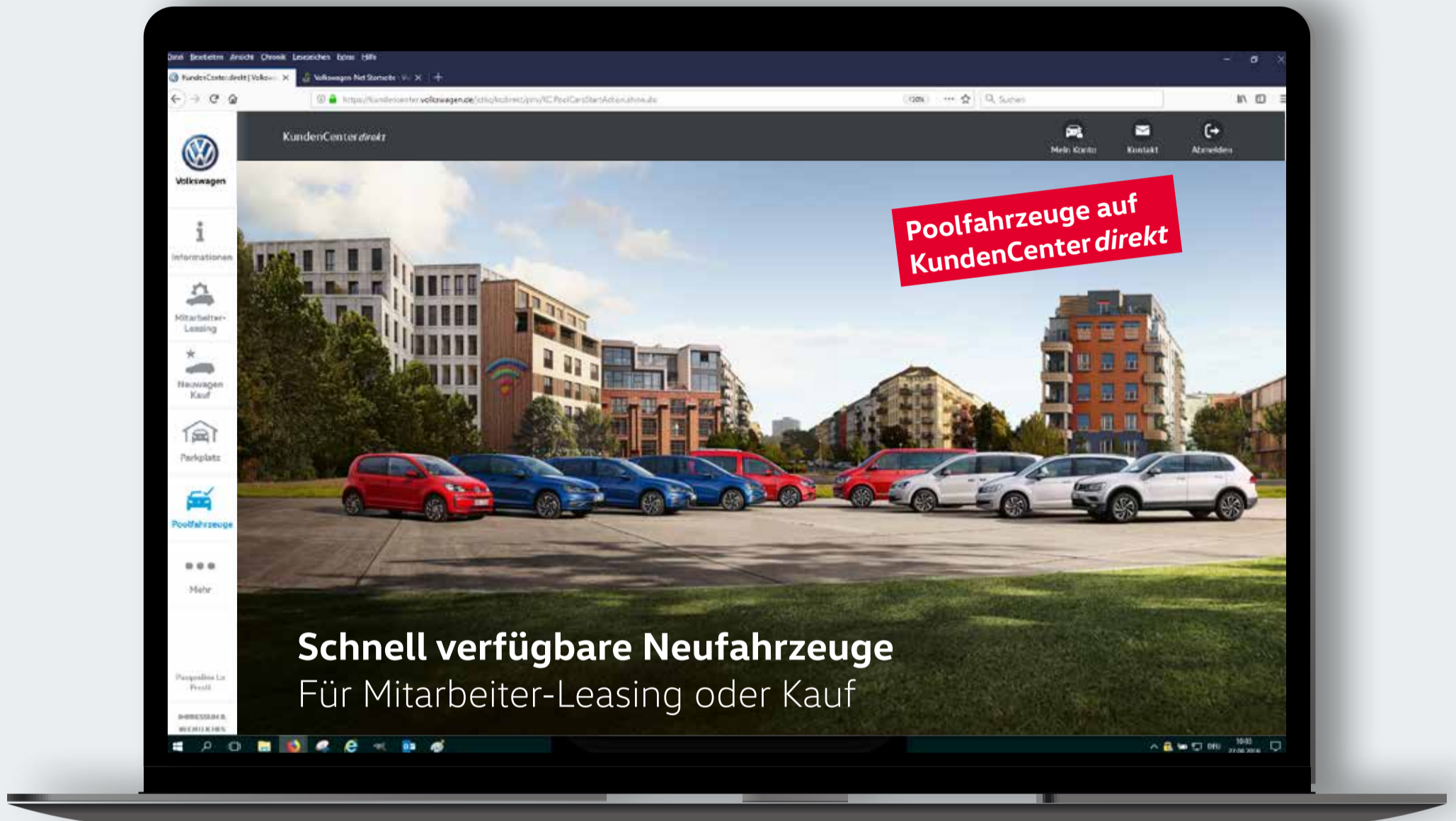
Eckhard Krautzun: „Der Schlüssel zur Weiterentwicklung des Fußballs in China ist, Strategien und Methoden anderer Länder kennenzulernen, zu übernehmen und an die realen Voraussetzungen und Bedingungen vor Ort anzupassen. Ich bin davon überzeugt, dass die Trainingskonzepte aus Deutschland gut in China angewendet werden können und dort den starken Anstieg des fußballerischen Niveaus unterstützen.“



Pierre Littbarski: „Talentierte Spieler zu fördern ist eine große Herausforderung. Denn es ist wichtig, ein Talent schon in jungen Jahren zu erkennen und so früh wie möglich damit zu beginnen, es mit einem hochqualitativen Training zu entwickeln. Topfußballer werden tatsächlich so früh entdeckt, dass sie bereits mehr als zehn Jahre Spielerfahrung haben, bevor sie zu den Profis zählen.“

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

Neu im KundenCenter *direkt*: Poolfahrzeuge online



Wenn es mal schnell gehen muss.

Ab sofort finden Sie im KundenCenter *direkt* schnell verfügbare Poolfahrzeuge von Volkswagen Pkw und Volkswagen Nutzfahrzeuge.

- Auslieferung innerhalb von 2 – 4 Wochen
- Für Mitarbeiter-Leasing oder Neuwagenkauf

Finden Sie unsere schnell verfügbaren Fahrzeuge auf KundenCenter *direkt*.

kundencenter.volkswagen.de



Neuer Standort in den USA

Porsche Digital jetzt auch in Atlanta



Die Porsche Digital hat in Atlanta (Georgia) einen zweiten Standort in den USA eröffnet und damit ihr Geschäftsportfolio für Nordamerika erweitert.

Das Team rund um Business-Experten, Designer und Softwareentwickler entwickelt und optimiert dort neue digitale Geschäftsmodelle. Neben dem Kundenportal „My Porsche“ arbeitet das Team an einer zentralen E-Commerce-Plattform und digitalen Dienstleistungen.

In Atlanta nutzt Porsche Digital Inc. die Räumlichkeiten des Hauptsitzes von Porsche Cars North America. Das zweite US-Büro befindet sich in San Jose im Silicon Valley. Im Laufe des kommenden Jahres soll die Zahl der Porsche-Digital-Mitarbeiter in den USA auf bis zu 45 steigen. Insgesamt betreibt die 100-prozentige Porsche-Tochter

nun sechs Standorte weltweit. „Nordamerika ist zum einen die Heimat von äußerst engagierten Porsche-Enthusiasten und zum anderen ein Hotspot für Technologie-Talente – das gilt insbesondere für Atlanta“, erklärt Stefan Zerweck, Chief Operating Officer der Porsche Digital GmbH: „Es macht daher aus strategischer Sicht sehr viel Sinn, unser Team in dieser Region zu erweitern und unsere Aktivitäten vor Ort zu intensivieren.“

Die Porsche Digital GmbH wurde im Frühjahr 2016 gegründet. Mittlerweile ist das Unternehmen auf rund 120 Mitarbeiter an sechs Standorten angewachsen. Neben seinem Hauptsitz in Ludwigsburg und dem neuen Büro in Atlanta hat Porsche Digital Standorte in Berlin, im Silicon Valley, in Tel Aviv sowie in Shanghai.



Stefan Zerweck



100 Jahre: Konzept-Auto zum Jubiläum

Vollelektrischer EXP 100 GT präsentiert – Bis zu 700 Kilometer Reichweite

Herzlichen Glückwunsch: Die britische Luxusmarke Bentley Motors ist 100 Jahre alt geworden. Der traditionsreiche Autohersteller aus Crewe blickt aber nicht nur stolz auf seine Vergangenheit: Mit dem EXP 100 GT enthüllte das Unternehmen ein vollelektrisches Konzeptfahrzeug, das Bentleys Idee von luxuriöser Mobilität im Jahr 2035 zeigt. Das nur 1900 Kilogramm schwere und 5,8 Meter lange Fahrzeug basiert auf einer vollelektrischen Plattform und kann autonom fahren. In rund 15 Minuten sollen sich 80 Prozent der Batterie aufladen lassen, die den sportlichen Briten dann bis zu 700 Kilometer weit fahren



lassen könnte. Adrian Hallmark, Bentley Chairman und Chief Executive, sagte: „An unserem 100. Geburtstag demonstrieren wir unsere Zukunftsvision für die Marke Bentley mit dem EXP 100 GT – einem modernen, ultimativen Grand Tourer, der als Beweis gedacht ist, dass die Zukunft der Luxusmobilität ebenso inspirierend und anspruchsvoll ist wie die vergangenen 100 Jahre.“



Der neue T6.1 – Ikone neuester Stand

Kultmodell komplett digitalisiert

Er ist das Original seiner Klasse: der Bulli. Rund zwölf Millionen Mal in aller Welt verkauft. Seit sechs Generationen die DNA einer Ikone. Jetzt hat Volkswagen Nutzfahrzeuge das Kultmodell in die Epoche der Digitalisierung transferiert: T6.1. Ikone neuester Stand. Der Bulli 6.1 geht online, informiert auf Wunsch komplett digital, bietet moderne Fahrassistenzsysteme, erhält ein Upgrade der Ausstattungen und ein Update des Designs. Der Vorverkauf in den ersten Ländern beginnt soeben; im Herbst folgt die Markteinführung. Zwischen der Pressevorstellung des T1 und des T6.1 liegen 70 Jahre – kein anderes Nutzfahrzeug dieser Erde wird durchgängig seit einer derart langen Zeit angeboten. Jetzt nimmt der erste digitalisierte Bulli Fahrt auf.



Lieferkette nachhaltiger

Aluminum für Fertigung von e-tron zertifiziert

Die Lieferkette des Audi e-tron¹ wird nachhaltiger: Der Aluminiumhersteller Hydro liefert ab sofort nachhaltiges Aluminium für das Batteriegehäuse des ersten vollelektrischen Modells des Unternehmens. Das Material wird in der gesamten

Prozesskette umweltschonend und unter sozialverträglichen Arbeitsbedingungen verarbeitet und produziert. Das bestätigt die Aluminium Stewardship Initiative (ASI) mit einem entsprechenden „Chain of Custody“-Zertifikat.



Luca de Meo (Seat, r.) und Barca-Präsident Josep Maria Bartomeu

Partner: Cupra und der FC Barcelona

Bereich im Stadion

Spektakulärer Neuzugang für Cupra: Seats Performance-Marke ist für die nächsten fünf Spielzeiten exklusiver Mobilitäts- und Automotive-Partner des FC Barcelona. Cupra soll unter anderem im Stadion einen eigenen Bereich bekommen, in dem Fußballfans aus aller Welt die Marke, die ebenfalls in der katalanischen Metropole beheimatet ist, erleben können.



Arbeitsbesuch im Elsass: Herbert Diess bei Bugatti

Marke feiert 110-jähriges Bestehen

Aktuelle Themen und Zukunftsplanungen standen bei dem Treffen von Konzernvorstandsvorsitzendem Herbert Diess und Bugatti-Chef Stephan Winkelmann im Mittelpunkt.

Die Marke Bugatti, mit Sitz im elsässischen Molsheim, wurde 1909 gegründet – und feiert in diesem Jahr ihr 110-jähriges Bestehen mit einem Sondermodell. Auf dem Genfer Autosalon wurde der auf 20 Exemplare limitierte Chiron Sport „110 ans Bugatti“²

präsentiert. Das Auto erreicht eine Spitzengeschwindigkeit von 420 Kilometern pro Stunde. Seit 1998 gehört Bugatti zum Volkswagen Konzern und beschäftigt rund 300 Mitarbeiter.

Seit zwei Jahren produziert Bugatti den Hypersportwagen Chiron², von dem es nur 500 Exemplare geben wird. Jedes Exemplar benötigt zehn Monate für die Fertigung, die Endmontage des Modells dauert etwa acht Wochen.



Skoda bringt neues SUV auf den Markt

Kamiq für europäischen Markt geplant

Skoda ergänzt seine erfolgreiche SUV-Palette auf dem europäischen Markt um ein drittes Modell und besetzt mit dem Skoda KAMIQ³ erstmals das stark wachsende Segment der City-SUV. Der KAMIQ verbindet die typischen Vorzüge dieser Fahrzeugklasse wie eine größere Bodenfreiheit und eine erhöhte Sitzposition mit der

Agilität eines Kompaktfahrzeugs sowie markentypisch emotionalem Design. Mit state-of-the-art Assistenz- und Infotainmentsystemen, einem großzügigen Raumangebot und zahlreichen Simply Clever-Ideen erfüllt der neue KAMIQ als echter Skoda gleichermaßen die Ansprüche von Familien wie Lifestyle-orientierten Kunden.

¹ Audi e-tron: Stromverbrauch kombiniert in kWh/100 km: 26,4–22,9 (WLTP); 24,6–23,7 (NEFZ); CO₂-Emission kombiniert in g/km: 0 – Angaben zu den Kraftstoff-/Stromverbräuchen und CO₂-Emissionen bei Spannbreiten in Abhängigkeit von der gewählten Ausstattung des Fahrzeugs.

² Bugatti Chiron Sport 110 ans und Chiron: Kraftstoffverbrauch, l/100km: 35,2 innerorts / 15,2 außerorts / 22,5 kombiniert; kombinierte CO₂-Emissionen g/km: 516; Effizienzklasse: G

³ Skoda KAMIQ: Kraftstoffverbrauch, l/100km: innerorts 6,5–4,8 / außerorts 4,5–3,9 / kombiniert 5,1–4,2; kombinierte CO₂-Emissionen g/km: 116–111; Effizienzklasse: B–A

**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: September 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.



Weltpremiere des T-Roc Cabrio¹

Fertigung in Osnabrück:
Das sagt die
Belegschaft zum
neuen offenen
Volkswagen

Das neue T-Roc Cabriolet feiert Weltpremiere. Die offene Variante des seit September 2017 bestellbaren SUV wird auf der Internationalen Automobilausstellung (IAA) in Frankfurt vom 12. bis 22. September offiziell vorgestellt. Die Markteinführung erfolgt im Frühjahr 2020.

Das Verdeck: Das T-Roc Cabrio verfügt über ein Stoffverdeck, das sich serienmäßig vollautomatisch in neun Sekunden öffnet. Bis zu einer Geschwindigkeit von 30 km/h öffnet und schließt das Dach auch während der Fahrt – dabei ent- und verriegelt das Softtop elektromechanisch.

Sicherheit: Personen an Bord des T-Roc Cabrio sind geschützt durch den hinter den Rücksitzen ausfahrbaren Überschlagschutz. Das System

schnellt in Sekundenbruchteilen nach dem Überschreiten einer definierten Querschleunigung oder Fahrzeugneigung im Bereich der Fondkopfstützen nach oben. Zudem ist das T-Roc Cabriolet mit einem verstärkten Frontscheibenrahmen konzipiert.

„Always on“: Mit den optional verfügbaren Infotainment-Systemen der nächsten Generation (MIB3) ist das Cabriolet auf Wunsch permanent online.

Ausstattung: Der Kunde kann zwischen den zwei Ausstattungslinien „Style“ und „R-Line“ wählen. „Style“ steht für Design-Orientierung und Individualität. „R-Line“ ist sportlich orientiert.

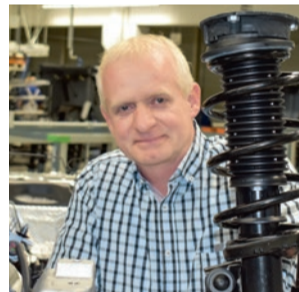
Antrieb: Für das mit Frontantrieb ausgestattete Fahrzeug stehen zwei effiziente Otto-Turbomotoren zur Auswahl.

Volkswagen Osnabrück setzt seine lange Cabrio-Tradition mit dem neuen T-Roc Cabriolet fort. Das Fahrzeug wird vollumfänglich an dem Standort im Westen Niedersachsens gefertigt. Das sagen die Mitarbeiter vor Ort zum neuen Produkt:



PIET NÜBHER, PLANER LACKIEREREI: „Für mich war das T-Roc Cabrio das erste Projekt, bei dem ich als Planer mit an Bord war – eine großartige Zeit. Nach Abschluss der Planungsphase können wir unsere Kompetenz jetzt auch in der Serienfertigung zeigen.“

CARLOS ALBERTO CRUZ RODRIGUES, ZONENMANAGER FRONTEND: „Den T-Roc kenne ich schon von meinem Heimatstandort Palmela: Jetzt die offene Version dieses tollen Fahrzeugs zusammen mit den Osnabrücker Kollegen zum Anlauf zu bringen, macht trotz großer Herausforderungen riesigen Spaß.“



HEINZ PETERS, VORSERIEN- UND SERIENKOORDINATION: „Das T-Roc Cabrio ist für mich Herzenssache, weil wir damit unsere Tradition erfolgreicher offener Fahrzeuge aus Osnabrück fortsetzen.“



REINHOLD STEENBLOCK, TEAMLEITER MONTAGELINIE 1: „Endlich ist es da! Ich durfte das T-Roc Cabrio vom ersten Konzeptfahrzeug bis in die Serie begleiten. Die Zeit war klasse und ich bin stolz auf unser neues Produkt.“



SERDAR OZTURK, ANLAGENFÜHRER KAROSSERIEBAU: „Es macht mich stolz, an diesem schönen Cabrio mitzuarbeiten. Endlich haben wir wieder ein Fahrzeug, das vollumfänglich in Osnabrück produziert wird.“



DETLEF SCHULZE, LEITER ANLAUFMANAGEMENT: „Ich bin stolz, gemeinsam mit unserem Standortteam wieder ein Cabrio aus Osnabrück auf die Straße zu bringen.“



STEFANIE KRUSE, TEAMSPRECHERIN NAHT-ABDICHTUNG: „Endlich gibt es wieder ein Volkswagen Cabrio aus Osnabrück. Ich bin mir sicher: Das Fahrzeug wird ein Erfolg und die Kunden werden viel Spaß damit haben.“



WLTP: Umstellung fast vollständig abgeschlossen

Eingeleitete Maßnahmen haben zu deutlicher Verbesserung im Vergleich zum vergangenen Jahr geführt

Gute Nachrichten bei der WLTP-Umstellung der Volkswagen Modellpalette: Bis auf sehr wenige Ausnahmen wurden pünktlich zum Stichtag am 1. September alle Motor-Getriebe-Varianten auf die neue Emissionsnorm mit der sperrigen Bezeichnung „Euro 6d-TEMP-EVAP-ISC“ umgestellt.

Seit diesem Tag gilt für alle neu zugelassenen Fahrzeuge in Europa verpflichtend die nächste Stufe von WLTP, der sogenannte „Second Act“. Alle Modelle wurden in den letzten

Wochen im Konfigurator auf das neue Modelljahr 2020 umgestellt.

Nur bei sehr wenigen Motor-Getriebe-Varianten ist die Bestellbarkeit kurzfristig beeinträchtigt, sie folgen sukzessive in den nächsten Wochen.

Damit die Umstellung besser funktioniert als letztes Jahr, wurde an verschiedenen Hebeln angesetzt. Durch die Installation zusätzlicher Prüfstände wurde die Kapazität um rund 30 Prozent erhöht, um Engpässe zu reduzieren. Die beteiligten Teams, insbesondere in der Technischen



Ausgefeilte Messtechnik: Sie wird für die Abgasmessungen auf der Straße im Rahmen von WLTP benötigt.

Entwicklung, erhielten Verstärkung durch zusätzliche Mitarbeiter. Der gesamte WLTP-Zertifizierungsprozess wird von neuen IT-Systemen unterstützt, die Effizienz und Geschwindigkeit deutlich verbessern. Bei den Kunden wenig nachgefragte Varianten wurden gestrichen und mussten nicht mehr zertifiziert werden.



Was war noch mal WLTP?

Für die Typzulassung von neuen Fahrzeugen schreibt der Gesetzgeber genormte Prüfverfahren vor. Gemessen werden dabei Abgas- und CO₂-Emissionen sowie der Kraftstoffverbrauch. Bei E-Fahrzeugen ist es der Stromverbrauch. In der Europäischen Union erfolgte dieses Prozedere bis 2017 auf Basis des Neuen Europäischen Fahrzyklus, NEFZ genannt. Dieses Verfahren wurde vergangenes Jahr vom WLTP-Zyklus abgelöst, der realitätsnähere Daten ermitteln soll.

¹ Seriennahe Studie.

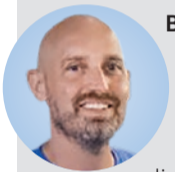
Neue Geschäftsleitung in Chattanooga



Tom du Plessis übernimmt den Posten des CEO von Frank Fischer. Du Plessis war zuvor Produktionsleiter bei SAIC Volkswagen in Shanghai, wo er für 43 Markteinführungen verantwortlich und für neun Werke zuständig war. Er stieß 2008 zum Volkswagen Konzern und wurde damals Produktionsleiter im süd-afrikanischen Werk Uitenhage. Davor hatte Tom du Plessis bereits langjährige Erfahrung in der Automobilbranche gesammelt.



Burkhard Ulrich wird in Chattanooga als Nachfolger von Nicole Kösling die Position des Senior Vice President Human Resources bekleiden. Zuvor war er Geschäftsführer Personal und Organisation der Volkswagen Osna-brück GmbH. Ulrich ist seit 27 Jahren im Volkswagen Konzern tätig.



Brent Hinson, ehemals Senior Director Finance für die Region Nordamerika und verantwortlich für das regionale Controlling und die Finanzplanung, übernahm im Juni bei Volkswagen Chattanooga die Leitung des Bereichs Finance and IT. Brent Hinson ist seit 2009 bei Volkswagen Chattanooga tätig.



Auftaktveranstaltung: Im Mobile Life Campus in Wolfsburg trafen sich 140 Managerinnen und Manager aus dem Personalbereich der Marke Volkswagen.

Blaupause für die Personalarbeit

Neuausrichtung: Personalvorstand Gunnar Kilian informierte 140 Führungskräfte über die künftige HR-Organisation

Der Personalbereich der Marke Volkswagen wird neu aufgestellt. Bei einer Auftaktveranstaltung im Mobile Life Campus in Wolfsburg leitete Personalvorstand Gunnar Kilian nun den Übergang in die neue HR-Organisation ein.

Vor 140 Führungskräften sagte Kilian: „Die Veränderung unseres Kerngeschäfts hin zur Elektromobilität und zu neuen innovativen, digitalen Geschäftsfeldern stellt auch die Personalarbeit bei Volkswagen vor neue Herausforderungen. Im Projekt ‚Fokus Personal‘ haben wir deshalb an der Transformation der Personalarbeit gearbeitet.“ Kilian informierte zudem über Status und nächste Schritte. Konkret geht es um neu

zugeschnittene Funktionen in der Personalarbeit, neue Strukturen und um neu besetzte Führungsfunktionen. Kilian: „Ich gratuliere allen Kolleginnen und Kollegen, die zum neuen Leadership Team gehören.“

Kilian: „Uns steht noch viel Arbeit bevor“

Doch Personen seien nur das eine, so der Personalvorstand. Im Vordergrund stehe das weiterentwickelte Betriebsmodell für das Personalressort. So habe man zum Beispiel ein unternehmensweites HR-Beratungszentrum geplant, mit dem Kunden des Personalressorts künftig schneller und umfassender in allen individuel-

len Fragestellungen zufriedengestellt werden sollen. Zudem gebe es neue Kompetenz-Center, aus denen das Personalressort die Fachbereiche mit maßgeschneiderten Produkten rund um die Themen Lernen und Veränderung versorgen werde. Nicht zuletzt sorgen neu geschaffene Organisationseinheiten wie „Recruiting Center“ und „HR Strategie & Innovation“ für Modernisierungsimpulse.

Kilian: „Auch wenn wir viel geschafft haben, steht uns noch viel Arbeit bevor: Aus dem Projekt ‚Fokus Personal‘ wird ab sofort ‚One HR‘ – eine konzernweite Blaupause für die strategische und organisatorische Ausrichtung der Personalarbeit bei Volkswagen.“



Neue Strukturen: Gunnar Kilian informierte seine Führungskräfte.

Carsten Stapel wird Leiter Controlling



Carsten Stapel (45), bislang Leiter Produktcontrolling der Marke Volkswagen, übernimmt zum 1. Oktober 2019 die Leitung des Controllings der Marke Volkswagen. Der Diplom-Ökonom ist seit mehr als 20 Jahren in verschiedenen verantwortlichen Funktionen im Konzern tätig, unter anderem leitete er von 2012 bis 2016 das Finanzressort bei Volkswagen of South Africa. Carsten Stapel folgt auf Christian Schenk (46), der ab dem 1. Oktober 2019 im Vorstand von MAN für die Themen Finanz, IT und Recht verantwortlich ist.



Kirsten Zimmermann (52), bisher Leiterin Controlling Bereiche & Beschaffung der Marke Volkswagen, übernimmt bereits vom 1. September an eine neue Funktion: Sie wird Leiterin Controlling des Werks Wolfsburg. Kirsten Zimmermann ist Diplom-Kauffrau und arbeitet ebenfalls seit mehr als 20 Jahren für Volkswagen, davon seit 2012 in verschiedenen verantwortlichen Funktionen im Controlling.



Los geht's: Bis Ende Oktober sind die Kolleginnen und Kollegen aus dem Werk Bratislava in Wolfsburg.

Starke Hilfe aus Bratislava

Beschäftigte fassen bei der Produktion des Golf 8 mit an

Im Oktober feiert die achte Generation des Golf Weltpremiere. Die Kolleginnen und Kollegen in der Fertigung bereiten sich derzeit akribisch auf das neue Wolfsburger Familienmitglied vor. Ein neues Fahrzeugmodell erfordert auch immer, die Mitarbeiter in den Produktionshallen für geänderte Arbeitsschritte und neue Teileumfänge zu qualifizieren. Hier ist es notwendig, die Mitarbeiter während des Qualifizierungszeitraums im laufenden Betrieb in diversen Workshops und in den Lernwerkstätten zu schulen. Um dabei den fortlaufenden Betrieb zu gewährleisten, unterstützen bis Ende Oktober die Kolleginnen und Kollegen aus dem Volkswagen Werk Bratislava die Wolfsburger Mannschaft. Tätig sind sie in der

„Nach intensiver Vorbereitung sind wir sehr froh über die starke Unterstützung aus Bratislava und freuen uns auf die gemeinsame Zeit.“

Henning Habicht, Leiter Fertigung 1

Fertigung 1 im Karosseriebau, in der Montage und in der Wagenfertigstellung sowie der Kunststofftechnik.

„Nach intensiver Vorbereitung sind wir sehr froh über die starke Unterstützung aus Bratislava und freuen uns auf die gemeinsame Zeit“, sagt Henning Habicht, Leiter Fertigung 1. Von Montagetätigkeiten über Teile einlegen bis hin zum Finish-Bereich –

die slowakischen Kollegen bringen viel Erfahrung mit. Fünf Koordinatoren aus Bratislava sind permanent vor Ort und helfen dabei, Sprachbarrieren zu überwinden, bei Arbeitsunterweisungen zu übersetzen und bei Fragen zu vermitteln. „Hallo“ auf Slowakisch heißt übrigens „Ahoj“ (gesprochen wie Ahoi). Daher: Ahoj Kollegen aus Bratislava!



Wissen tanken: In der Lernwerkstatt in Halle 54 wird die gesamte Mannschaft qualifiziert.



Ein Werk – fünf Marken

Das Werk der Volkswagen Slovakia in Bratislava ist weltweit das einzige Automobilwerk, das Fahrzeuge von fünf Marken unter einem Dach produziert. Es fertigt exklusiv den Volkswagen Touareg, Audi Q7, Audi Q8, Porsche Cayenne, Volkswagen up!, Volkswagen e-up!, Skoda Citigo und den Seat Mii.

Halbzeit bei Wettbewerb unter Fabriken

Race4TRANSFORMATION: Diese drei Werke stehen an der Spitze



Chancen auf den Sieg: Die Mannschaft aus dem Werk Palmela.



Wollen die Konkurrenz noch überholen: Die Mitarbeiter aus dem Werk Bratislava.



Bleibt der Pokal in Kaluga? Das Team ist in diesem Jahr erneut unter den Favoriten.

Gemeinsam besser zu werden, ist das Hauptziel eines internen Wettbewerbs der Produktion und Logistik der Marke Volkswagen. Es ist das gemeinsame „race4TRANSFORMATION“.

Der Wettstreit ermittelt nicht nur, welches Werk am effizientesten arbeitet, sondern zeigt mindestens genauso eindrucks-

voll auf, wie sich die Mannschaften für ihren Standort ins Zeug legen. Ein Preisgeld für die Sieger gibt es nicht. Es geht um den Stolz und um den Titel des „Transformer of the Year“.

Drei Werke führen derzeit die Gruppe an: der Vorjahressieger Kaluga, Palmela und Bratislava. Die drei Kontrahenten liegen sehr eng beieinander. Welches Werk wohl

den Kampf um den Titel in diesem Jahr für sich entscheiden wird? Dazu haben wir die drei Werkleiter um Ihre Meinung gebeten.

Stefan Depka, Werkleiter Kaluga: „Der Pokal ist für uns kein Selbstzweck, er ist Anlass, um stolz zu sein. Es freut uns sehr, dass unsere Leistungen die Anerkennung in der

Marke finden. Daher kämpfen wir weiter. Unser Ziel ist erneut die Spitze. Und die erreichen wir!“

Oliver Grünberg, Werkleiter Bratislava „Seit dem Start des race4TRANSFORMATION hat sich die ganze Mannschaft richtig ins Zeug gelegt. Unser Plan war von Anfang an klar: Wir wollen das effizienteste Werk der

Marke Volkswagen und zugleich der „Transformer of the Year“ werden.“

Sanches Miguel, Werkleiter Palmela „Der Wettlauf um die Transformation ist ein gesunder Wettbewerb, um das Wachstum und die Wettbewerbsfähigkeit der Volkswagen Markenwerke zu fördern. Wir sehen unsere Kollegen als Partner. Es ist ein Gentlemen-Wettbewerb wie in der Formel 1.“

Spezialisten für Großprojekte

Wolfsburger Experten aus der Markenplanung

Ob Rohbau, Ausbau oder beides – egal welches Großbauprojekt bei Volkswagen weltweit ansteht, sie sind von Anfang an mit dabei. Ihr Knowhow und ihre Fachkompetenz in Sachen Fabrik-Strukturplanung sind gefragt. Und zwar markenweit.

Es sind die internen Spezialisten aus der Markenplanung, die genau dann zum Einsatz kommen, wenn bei Großprojekten eine breite, vor allem jedoch interne



Helfen bei der Planung: Die Spezialisten aus Wolfsburg.

Expertise benötigt wird. Zu dem eingespielten Team gehören rund 60 Fachexperten. Darunter Bau- und Wirtschaftsingenieure, technische Zeichner, Architekten, Versorgungstechniker und Elektroingenieure. Als Team bieten sie komplette Projektentwicklung, Steuerung und Begleitung an. Aus einer Hand.

Die Projekte vor Ort führen sie gemeinsam mit den Kollegen aus dem Standort aus. Denn neben allgemeinen Vorschriften und gesetzlichen Regelungen rund um den Bau sind es die standortspezifischen Anforderungen oder Umweltauflagen, die jeden Bau zu einem Unikat machen, bei dem echte Teamarbeit angesagt ist.

Erst vor Kurzem feierte der Standort Zwickau einen Auftakt für den Umbau zum E-Standort und damit den offiziellen Start für drei zentrale Bauprojekte für MEB. Das Team aus Wolfsburg unterstützt dabei vor Ort.

Bye-bye, Beetle!

Volkswagen Mexiko stellt Produktion des Modells ein



„Gracias, Beetle“: So emotional verabschiedet die Mannschaft das Kultmodell.

Im Juli ist der letzte Volkswagen Beetle im mexikanischen Werk Puebla vom Band gelaufen. „Wir sind sehr stolz auf die beiden Generationen des Beetle, die hier in Puebla produziert wurden. Mit der hier in Mexiko geschaffenen Qualität hatten wir Erfolg in mehr als 90 Märkten welt-

weit“, sagte Steffen Reiche, CEO von Volkswagen de México.

Ende 1997 hat Volkswagen de México die Produktion des New Beetle Coupés aufgenommen. 2011 folgte die zweite Generation. Insgesamt hat Volkswagen mehr als 1,7 Millionen Beetle produziert.

Produktion stellt sich neu auf



Arbeiten zusammen: Henning Jacob und Matthias Rabe.

Die neue Rolle der Produktion wird vor allem in der neuen Einheit Produkttechnik besonders deutlich. Was dies für die Bereiche bedeutet und wie die Zusammenarbeit funktioniert, erläutern Henning Jacob, Leiter Produkttechnik, und Matthias Rabe, Leiter TE-Operations.

Was ändert sich in der Zusammenarbeit?

Rabe: „Die Zusammenarbeit wird durch den neu geschaffenen Bereich TE-Operations gestärkt, der die operative Steuerung der Fahrzeugprojekte entlang des gesamten Entwicklungsprozesses verantwortet. Die CTOs (Chief Technology Officer) als schlagkräftige Projektsteuerung der TE-Operations haben als Schnittstelle zu den Baureihen die Aufgabe, aus den verschiedensten Anforderungen der Geschäftsbereiche das optimale Produkt für unsere Kunden zu entwickeln.“

Jacob: Neben der Intensivierung der Zusammenarbeit mit den CTOs und den Fachbereichen der TE spielt die Produkttechnik auch eine zentrale Rolle in den Freigabeterminen zu den vier Konstruktionsschleifen des Produktentstehungsprozesses. Hier werden die technischen Produktanforderungen der Produktion in den Konstruktionsdaten sichtbar und abgesichert.

Das ganze Interview gibt es unter volkswagen-net.de.

Hier ist Kopieren ausdrücklich erlaubt

Beste Lösungen für das eigene Werk: Zweite Weltbauungsklausur der Produktion und Logistik in Wolfsburg

100 Produktionsexperten aus 14 Volkswagen Standorten weltweit kamen jetzt im Pilotheaterforum zusammen, um gemeinsam nach Ideen mit dem besten Potenzial zu suchen. Auch Vertreter der Marken Skoda und Volkswagen Nutzfahrzeuge, die Interesse an der Systematik verkündet haben, waren dabei. Der Ansatz, der dabei verfolgt wird: entsprechende Lösungen finden, standardisieren, flächendeckend kopieren und dabei die Vorteile der eigenen Größe sinnvoll nutzen.



Produktionsvorstand Andreas Tostmann begrüßte die Teilnehmer der Klausur.

Das im Mai 2018 gestartete Programm „Weltbauungsplan“ bündelt Ideen, die den maximalen

Rollout von verfügbaren Technologien, Prozess- und IT-Lösungen versprechen. Mit dem Ziel, die

Effizienz, Produktivität und Standardisierung in den Standorten der Marke Volkswagen Pkw zu steigern. Bis 2022 soll dadurch eine neun-stellige Ersparnisumme nachhaltig erzielt werden. Das Ganze ist in drei Säulen unterteilt (Technologie, Prozess und Digitalisierung) und ist ein fester Bestandteil der Produktionsstrategie TRANSFORM.TOGETHER.

So kommt es, dass aus den 200 ursprünglich definierten Quellmaßnahmen mittlerweile mehr als 1.700 „Kopien“ in allen Standorten geworden sind.

Personelle Veränderungen in der Produktion



Jan Spies (49), Leiter Produktionsplanung Volkswagen Nutzfahrzeuge Hannover, tritt die Nachfolge von Uwe Schwartz als Leiter Planung

und Produktionstechnik der Marke Volkswagen an. Er ist promovierter Diplom-Ingenieur für Maschinenbau und arbeitet seit 2001 im Volkswagen Konzern. Nach seinem Einstieg bei der Volkswagen Coaching in Wolfsburg folgten verschiedene Leitungsfunktionen in der Fertigung bei Volkswagen in Wolfsburg. 2007 übernahm Spies die Planung Fabrikstruktur. 2015 wechselte er zu Volkswagen Nutzfahrzeuge in Hannover, wo er bis zuletzt Leiter der Produktionsplanung war.



Jürgen Unser (54), seit 2013 Technical Vice President und Mitglied des Vorstands FAW-Volkswagen Automotive Co. Ltd.

in China, wird zum 1. September Projektleiter für das geplante Mehrmarkenwerk. Er ist Diplom-Ingenieur für Maschinenbau und arbeitet seit 2004 im Volkswagen Konzern. Seine Berufslaufbahn begann Unser 1994 bei Mercedes-Benz. Nach seinem Wechsel zu Volkswagen folgten verantwortliche Funktionen in der Produktion bei Volkswagen Nutzfahrzeuge, bei Audi und in der Konzernproduktionsplanung/-strategie.



Uwe Schwartz (52), Leiter Planung und Produktionstechnik der Marke Volkswagen, übernimmt zum 1. Oktober 2019 die Leitung des

Werkes Emden. Er ist Diplom-Ingenieur für Maschinenbau und arbeitet seit 1992 im Volkswagen Konzern. Ab 1998 hatte er verschiedene Leitungsfunktionen in der Planung Business-Unit der Komponente inne, bevor er 2005 zur „Auto 5000“ als Projektleiter Tiguan wechselte. 2009 übernahm Schwartz die Planung bei Volkswagen Nutzfahrzeuge in Hannover und 2015 die Produktionsplanung der Marke Volkswagen. Seit 2019 verantwortet er zusätzlich den Werkzeug- und Anlagenbau.



T-Roc R² ist ab sofort bestellbar

Das neueste Modell der T-Roc Baureihe kann ab jetzt geordert werden. Der T-Roc R besitzt einen Vierzylinder-TSI-Motor mit 2,0 Liter Hubraum und verfügt über eine Leistung von 221 kW / 300 PS. Ausgestattet ist das Fahrzeug serienmäßig mit der Kombination eines 7-Gang-Doppelkupplungsgetriebes mit 4MOTION-Allradantrieb. Beim Kühlergrill zieht sich über die gesamte Breite ein silbern glänzendes Band aus eloxiertem Aluminium. Die Stoßfänger im modellspezifischen Design sind zudem in Wagenfarbe lackiert. 18-Zoll-Leichtmetallfelgen „Spielberg“ sind serienmäßig. In Deutschland ist das Fahrzeug ab 43.995 Euro bestellbar.



Qualitätssicherung sichert eigenen Nachwuchs

200 Azubis im Sonderausbildungsprogramm – Zehn Kollegen nach Abschluss in Fachabteilung gewechselt

Spaß an Kommunikation, Eigeninitiative und Durchsetzungsvermögen: In vielen Berufen sind diese Eigenschaften von Vorteil. „Bei uns in der Qualitätssicherung sind sie allerdings unerlässlich“, sagt Lukas Dlugajczyk, Unterabteilungsleiter der Qualitätssicherung (QS) Kaufteile.

Denn wer verantwortlich für ein Bauteil ist, muss nicht nur genau wissen, wie es funktioniert, sondern mögliche Fehlerquellen immer im Blick haben und schnellstmöglich reagieren, damit die Produktion immer reibungslos läuft. Um geeigneten Nachwuchs zu finden, hat der Bereich bereits 2012 ein Sonderausbildungsprogramm ins Leben gerufen. Rund 200 Auszubildende haben den Prozess bis heute durchlaufen.

Jungen Kollegen früh eine Perspektive bieten

Das Programm funktioniert so: Im ersten Lehrjahr sichten die Abteilungen QS Kaufteile und Messzentrum, welche Kandidaten geeignet sind. „Bis zum Ende der Ausbildung sind diese Nachwuchskräfte dann mindestens sechs Monate bei uns eingesetzt“, erklärt Dlugajczyk. Nach

erfolgreich bestandener Abschlussprüfung geht es für die jungen Kollegen mit dem entsprechenden Know-how direkt in die Fachabteilung. „Das Programm spart lange Einarbeitungszeiten, davon profitieren wir“, ergänzt Carsten Berger, Leiter des Messzentrums in der QS, das das Konzept seit 2014 übernommen hat.

Ein weiterer Vorteil für die betroffenen Abteilungen: Planstellen können frühzeitig besetzt werden. Insgesamt zehn Kollegen haben so ihren Weg in die Qualitätssicherung gefunden.

Betriebsrat Giuseppe Cutrona ist überzeugt von der Sonderausbildung: „Junge Menschen sind die Zukunft des Unternehmens. Daher ist es auch so wichtig, ihnen so früh wie möglich

eine Perspektive für eine berufliche und persönliche Entwicklung zu geben.“

Eine Win-win-Situation für alle Beteiligten

Die Auszubildenden beginnen ihre Karriere in der Qualitätssicherung als Güteprüfer. In vier Jahren werden sie zu Experten für ihre Bauteile. Erfahrene Kollegen stehen ihnen mit Rat und Tat zur Seite.

„Wer sich nebenbei weiterbildet, beispielsweise einen Techniker abschließt, steigt ins Angestelltenverhältnis auf“, beschreibt Dlugajczyk den weiteren Weg. Matthias Schalk, Leiter Qualitätssicherung der Re-

gionen Europa und Rest der Welt, ist begeistert vom Engagement, das die Auszubildenden des Programms mitbringen: „Es ist beeindruckend, dass die jungen Kollegen nach so kurzer Zeit auf Erfahrungswerte aus drei Fahrzeugenläufen zurückgreifen können.“

Als „Win-win-Situation für alle Beteiligten“ bezeichnet Dieter Kramer, Leiter Gesamt Qualitätssicherung Werk Wolfsburg, das Konzept. „Gerade die Qualitätssicherung lebt von der Erfahrung aus verschiedenen Fahrzeugprojekten. Diesen Wissens- und Erfahrungstransfer derart strukturiert umzusetzen, ist ein Paradebeispiel für die Qualifizierung ‚on the Job‘.“



Sonderausbildungsprogramm (von links): Waldemar Klimov, Giuseppe Cutrona, Lukas Dlugajczyk, Dieter Kramer, Carsten Berger, Jasmin Okwieka, Matthias Schalk, Mark Rubarth, Andreas Richter, Malte Nicolai, Christian Matzedda und Marlon Schneller.

Noch getarnt: Die achte Generation Golf

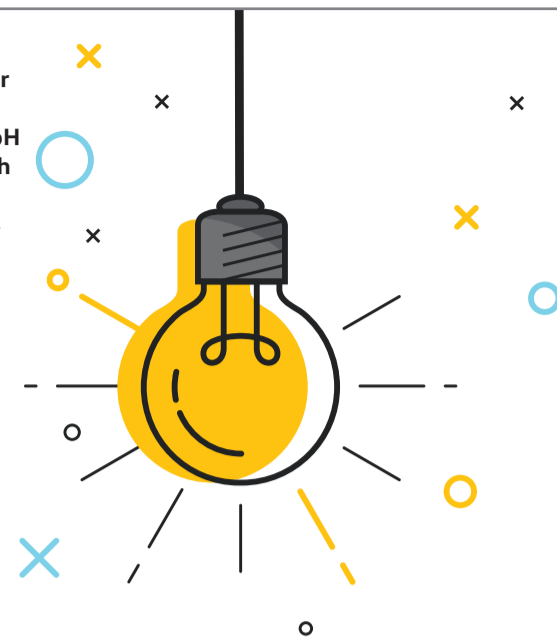
Finale Erprobungsphase hat begonnen – Weltpremiere im Herbst



Die Tarnung lässt erkennen, dass unter den schwarz-weißen Linien ein Fünftürer mit kraftvollen Proportionen steckt. Und sie macht kein Geheimnis daraus, dass es ein Golf ist – denn seine optische DNA ist unverwechselbar. Wer ganz genau hinschaut, sieht zudem die in die Tarnung integrierte Bezeichnung „Golf“. Doch eines verrät die Tarnung nicht: Wie die feinen Details des neuen Designs aussehen. Der Countdown zum Debüt der Nummer acht läuft: Schon im Herbst 2019 wird der neue Golf seine Weltpremiere feiern.

70 JAHRE IDEENMANAGEMENT

Das Ideenmanagement der deutschen Werke der Marke Volkswagen feiert 70. Geburtstag: 1949, im Jahr der Übergabe der Volkswagenwerk GmbH an die Bundesrepublik Deutschland, hieß es noch Vorschlagswesen. Wie viele Mitarbeiter-Ideen seitdem begutachtet und prämiert worden sind, lässt sich nicht genau sagen. Aber: Allein in den vergangenen 20 Jahren haben die Beschäftigten rund 1,5 Millionen Ideen zur Begutachtung eingereicht.



Wussten Sie schon ...?



1 Der erfolgreichste Ideengeber bei Volkswagen hat in rund 27 Jahren exakt 4.651 Ideen eingebracht und für die Verwirklichung Prämien in Millionenhöhe (in Mark gerechnet) erhalten.

2 Die im Februar 2019 neu eingeführte Höchstprämie von 75.000 Euro hat das Unternehmen schon vier Monate später erstmals ausgezahlt – an zwei Mitarbeiter des Standorts Wolfsburg, die einen Verbesserungsvorschlag zum Entlüften des Kühlsystems eingereicht hatten. Diese Idee hat dem Unternehmen schon im ersten halben Jahr rund eine halbe Million Euro gespart.

3 Die meisten Ideen gingen bisher im Jahr 2001 ein – 95.645 mit einem Nutzen für das Unternehmen von rund 148 Millionen Euro.

4 Im vergangenen Jahr reichten die Mitarbeiter 42.729 Ideen ein, durch die das Unternehmen 127.590.564 Euro gespart hat.

— Weitere Informationen —

Infos zum Einreichen von Ideen im Volkswagen Net.

Ein Blick zurück:

- **Seit 1970** befasst sich eine eigenständige Abteilung, die zum Vorstandsbereich Personal gehört, mit Verbesserungsvorschlägen von Mitarbeitern. Herbert Nowak hieß der erste Leiter. Heute ist es Thorsten Janotta. Das heutige Ideenmanagement gehört zum Bereich Konzern Personalpolitik und -standards.
- **Zuvor** gehörte das Vorschlagswesen 21 Jahre zur Qualitätssicherung. Sachbearbeiter Ernst Kaluza habe für einen kontinuierlichen Anstieg der Beteiligung und der gesparten Kosten gesorgt, heißt es in einer Chronik.
- Das Vorschlagswesen war auch schon Thema während einer Betriebsratsitzung **im Juli 1949**, fand die Historische Kommunikation heraus: Damals wurde besprochen, dass zwei ständige Betriebsratsmitglieder in die Kommission zur Prüfung von Verbesserungsvorschlägen entsendet werden sollen.
- **1972** erhöhte das Unternehmen die maximale Prämienhöhe auf 100.000 Mark. Ein Jahr später erreichte die Zahl der eingereichten Verbesserungsvorschläge den damaligen Spitzenwert von 16.700. Zum Vergleich: **1954** hatten Volkswagen Mitarbeiter 1.863 Verbesserungsvorschläge eingereicht, 508 davon wurden prämiert. Die durchschnittliche Prämienhöhe lag damals bei 233 Mark. Der Nutzen für das Unternehmen wurde mit mehr als eine Million Mark angegeben.
- **1999** wurde das Vorschlagswesen in Ideenmanagement umbenannt. Grund: Der Name sollte moderner klingen. Das Motto damals: „Wir sind mit unseren Ideen noch nicht am Ende. Jetzt geht es erst richtig los!“
- Weitere Meilensteine: **Bereits 2005** konnten im System „IdeenOnline“ Verbesserungsvorschläge digital abgegeben und auch bearbeitet werden. Im Februar 2019 hat Volkswagen mit einer neuen Betriebsvereinbarung die Prozesse des Ideenmanagements modernisiert. Die Höchstprämie ist um fast 50 Prozent von 51.129 auf 75.000 Euro gestiegen. Zugleich vereinfacht ein neues IT-System die Online-Eingabe. Vorgesetzte, Gutachter und Realisierer können die Ideen seitdem in einem benutzerfreundlichen System prüfen und bearbeiten.

„Gute Verbesserungsideen zahlen sich für unser Unternehmen und für die Ideengeber aus – und das nun schon seit vielen Jahren dank einer dauerhaften und starken Mitarbeiterbeteiligung. Weiter so! Oft heißt es zu Recht: Kleine Idee, große Wirkung.“



Thorsten Janotta,
Leiter Ideenmanagement



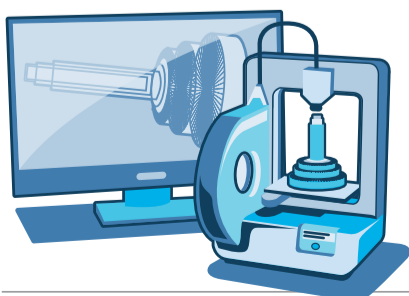
Mario Kurznack,
Vorsitzender
Gesamtbetriebs-
rats-Ausschuss
Ideenmanagement

„Wer sich mit Ideen derart gewinnbringend für das Unternehmen einsetzt, soll etwas davon haben. Deshalb ist es gut, dass wir die Höchstprämie nach 20 Jahren endlich angepasst und ein neues Tool zur Eingabe von Ideen eingeführt haben.“

Schneller zum erprobungsfähigen Bauteil

Das Vorseriencenter der TE geht neue Wege: Im 3D-Druck gefertigte Werkzeugeinsätze beschleunigen die Herstellung von Bauteilen

Der Termindruck im Vorseriencenter der Technischen Entwicklung ist groß und wird wegen der wachsenden Projektfülle weiter steigen. Bauteile für Prototypen und Erprobungsträger müssen fristgerecht zur Verfügung gestellt werden, damit die Fahrzeuge den geplanten Zählpunkt-8-Termin erreichen – manchmal trotz fehlender Eingangsgrößen. Um diese



Herausforderung zu bewältigen und die Herstellzeiten zu verkürzen, geht der Bereich jetzt neue Wege.

„Wir haben seit 2017 gemeinsam mit unserem Lieferanten und dem Fraunhofer-Institut Dresden 3D-gedruckte Werkzeugeinsätze entwickelt, mit denen erprobungsfähige Bauteile hergestellt werden können“, erläutert Marcell Welikis aus der Prozesssteuerung.

Gestartet wurde mit dem Werkzeugeinsatz für einen PDC-Halter (Abstandswarner). Nach den positiven Erfahrungen werden aktuell Spiegelkappen nach dem neuen Verfahren hergestellt. Jetzt folgt außerdem eine B-Säulen-Verkleidung. „Wenn alles gut läuft, nehmen wir uns im nächsten Jahr einen erpro-



bungsfähigen Stoßfänger vor“, sagt Björn Schrader. Entscheidend dabei ist, das richtige Material für den Werkzeugeinsatz zu finden, um die Erprobungsfähigkeit der im Spritzguss gefertigten Bauteile zu gewährleisten.

Im Vergleich zum konventionellen Fräsverfahren konnte die Lieferzeit von acht auf vier Wochen reduziert werden. Halbiert wurden auch die Herstellkosten, wie Marcell Welikis betont. „Außerdem haben wir bei allen bisher gefertigten Bauteilen die Erprobung sichergestellt und damit unser Ziel erreicht.“

Schneller und effizienter: Marcell Welikis (l.) und Björn Schrader mit den 3D-gedruckten Werkzeugeinsätzen.



Benjamin Marks

Neue Kollegen – gemeinsames Ziel

26 Werke mit fast 35.000 Mitarbeitern: Das Geschäftsfeld Motor und Gießerei ist das größte der Group Components. Einer, der dieses Geschäftsfeld mit aufbaut, ist Benjamin Marks, der zuvor am Standort Kassel in der Gießerei tätig war. Was ihn an der neuen Aufgabe gereizt hat? „Ich wollte meinen Blickwinkel verändern: vom operativen Tagesgeschäft der Produktion im Werk hin zur globalen gesamtstrategischen Sicht im Geschäftsfeld. Aber auch persönlich wollte ich mich weiterentwickeln und mehr strategische Arbeit und Netzwerkaufbau innerhalb des Geschäftsfelds der Komponente verantworten.“ Insgesamt arbeiten 36 Kollegen zentral im Geschäftsfeld Wolfsburg.



Klare Richtung: „Road to 6%“ der Komponente

Wettbewerbs- und Zukunftsfähigkeit sind in der Komponentenstrategie ONE MISSION 2025 fest verankert. Der Weg dorthin: die „Road to 6%“ mit dem Ziel, ein Renditeergebnis von 6% zu erreichen. Dabei zählen der Wandel der Geschäftsfelder und Standorte, Werkbelegungen sowie der Stellenabbau entlang der demografischen Kurve auf das Effizienzprogramm der Group Components ein. Die konkreten Maßnahmen für Werke und Zentrale wurden von Arbeitnehmer- und Arbeitgeberseite bei zwei Klausuren im April und Juli konstruktiv diskutiert. Aktuell werden die Gespräche weitergeführt, um die „Road to 6%“-Inhalte in Kürze verbindlich abzuschließen.

Wie kann Kulturwandel funktionieren?

Chancengleichheit und Vielfalt in der Komponente fördern: Das ist das Ziel von sechs Pilotprojekten, die vor einem Jahr initiiert wurden. Kollegen aus dem Fahrwerk Wolfsburg, den Zentralstellen in Wolfsburg, in Braunschweig, Salzgitter und Kassel sowie bei der SITECH Wolfsburg haben seitdem mit verschiedenen Ansätzen das Thema vorangetrieben: von „Flexibilität und Vielfalt im direkten Bereich fördern“ bis „Vater und Vereinbarkeit“.

200 neue Plätze in der Fakultät 73

Erfolgsmodell geht in die zweite Runde: Jetzt noch bis zum 22. September bewerben – Teilnehmerin berichtet

Dass mal ein Auto aus dem Konzern auf der Straße herumfährt, für das sie die Software programmiert hat: „Das wäre mein größter Traum“, sagt Michelle Gabriel (22) und lächelt. Und der geht für die Wolfsburgerin wohl in Erfüllung. Denn: Gabriel ist eine der ersten Teilnehmerinnen der Fakultät 73, jener Einrichtung, in der Volkswagen spezialisierte Software-Experten für die komplexen Herausforderungen der Digitalisierung ausbildet. Über Ausbildung und Produktion führte ihr Weg in die Digital-schmiede des Konzerns. Und weil sich das Ausbildungsmodell so bewährt hat, richtet Volkswagen 200 weitere Ausbildungsplätze ein.



Teilnehmerin der ersten Stunde: Die Wolfsburgerin Michelle Gabriel lässt sich zur Softwarespezialistin ausbilden.



Bewerbungsfrist läuft: Noch bis zum 22. September können sich Mitarbeiter für die Ausbildung an der Fakultät 73 bewerben.

Kilian: „Mit der Fakultät 73 treffen wir ins Schwarze“

Die zweijährige Ausbildung beginnt nach den Aufnahmeprüfungen am 1. März kommenden Jahres – die Bewerbungsfrist endet am 22. September dieses Jahres. Weitere 100 Teilnehmer werden am 1. September 2020 in die Qualifikation aufgenommen, insgesamt befinden sich dann bereits 300 in der Ausbildung. Personalvorstand Gunnar Kilian sagt: „Unsere Erfahrungen mit dem ersten Jahrgang sind sehr positiv und zeigen: Das Programm ist ein voller Erfolg. Wir setzen es deshalb mit hoher Intensität fort.“

Volkswagen hatte im Frühjahr 2019 damit begonnen, Softwareentwickler für den wachsenden eigenen Bedarf selbst auszubilden. Der Andrang war groß: 1.500 Interessenten hatten sich beworben, 100 von ihnen setzten sich im Auswahlverfahren durch.

„Mit der ‚Fakultät 73‘ treffen wir ins Schwarze“, sagt Kilian. „Die Qualifizierungen kommen sehr gut voran, die Ergebnisse der ersten Zwischenprüfungen haben unsere Erwartungen deutlich übertroffen. Das spricht für die Teilnehmer und für unser Konzept. Die Teilnehmer sind hoch motiviert, und die Fachbereiche haben großes Interesse, die Absolventen zu übernehmen. Volkswagen zeigt damit: Bei der Digitalisierung ist es nicht mit der Investition in Technologien getan. Digitalisierung heißt auch, in Menschen und ihre Kompetenzen zu investieren.“



Gunnar Kilian, Personalvorstand

Gerardo Scarpino, zuständiger Betriebsratskoordinator, betont: „Die Qualifizierung der Kolleginnen und Kollegen ist ein zentraler Punkt der Roadmap Digitale Transformation, mit der wir unser Unternehmen auf die großen Veränderungen der Zukunft wie den Wechsel zur E-Mobilität oder die Digitalisierung vorbereiten wollen. Deshalb war es uns als Vertreter der Belegschaft wichtig, dass sich das Angebot der ‚Fakultät 73‘ in erster Linie an Ausgebildete und Kolleginnen und Kollegen der Volkswagen AG richtet.“



Gerardo Scarpino, Betriebsratskoordinator

Entwickelt wurde das Programm von der Volkswagen Group Academy.



Digitalisierung im Auto: Die Teilnehmer der Fakultät 73 werden auf Prozesse in Fahrzeugen spezialisiert.

Es bereitet die Teilnehmer auf eine Tätigkeit als Softwareentwickler bei Volkswagen vor. Auch im zweiten Jahrgang richtet es sich an Ausgebildete mit IT-Grundkenntnissen sowie interne und externe Bewerber mit anderer passender Erstqualifikation. Ein Studienabschluss wird nicht vorausgesetzt.

Hier bewerben
www.volkswagen-karriere.de

Dresdens Turbo für Innovationen

Kooperation mit Start-ups: Johannes Rösberg, Start-up-Koordinator, und Tim Weschpatat, Ideation:HUB, im Gespräch

Seit 2017 arbeitet Volkswagen in der Gläsernen Manufaktur mit Start-ups zusammen. Warum eigentlich? Der Dresdner Start-up-Koordinator Johannes Rösberg und Tim Weschpatat, Volkswagen Ideation:HUB, berichten über die Hintergründe.

Was ist denn ein Start-up-Incubator?



Im Gespräch: Johannes Rösberg (links) und Tim Weschpatat (Mitte).

Johannes Rösberg: Im Future Mobility Incubator von Volkswagen helfen wir jungen Start-ups dabei, eine Geschäftsidee zu entwickeln und zur Marktreife zu bringen. Dabei ist es unsere Rolle, für die Start-ups die passende Fachabteilung für ein gemeinsames Projekt zu finden.

Tim Weschpatat: Wir zeigen den Junggründern auch, wie sie ihr Kundenpotenzial erschließen und ihr Geschäft in großem Maßstab aufziehen können. Das entsprechende Incubator-Programm haben wir vom Ideation: HUB zusammen mit der

Gläsernen Manufaktur konzipiert.

Was ist das Ziel?

Tim Weschpatat: Wir wollen Innovationen in einer hohen Geschwindigkeit ins Unternehmen bringen. Oft existieren schon gute Start-up-Lösungen, die direkt helfen können. Der Schlüssel ist, das passende Start-up zu unseren jeweiligen Herausforderungen zu finden. **Johannes Rösberg:** Als Unternehmen können wir in Bezug auf die Entscheidungs- und Umsetzungsgeschwindigkeit bei Start-ups partizipieren. Insofern hilft uns auch das Incubator-Programm, als Organisation agiler und dynamischer zu werden.

Welche Themen sind vertreten?

Johannes Rösberg: Im Vordergrund

stehen natürlich Mobilitätsthemen. Das Spektrum reicht dabei von Carsharing über automatisiertes Fahren bis hin zu Ladelösungen für die Elektromobilität. Allerdings öffnen wir uns mit dem Programm jetzt auch anderen Themen wie innovativen Lösungen im Bereich „Industrie 4.0“, die sich nicht zuletzt durch die Ansiedlung des Software Development Centers (SDC) für gemeinsame Projekte mit Startups eignen.



Start-up-Incubator

Der Start-up-Incubator in Dresden richtet sich gezielt an gründungswillige Studenten und Wissenschaftler. Teil des Programms ist eine finanzielle Unterstützung von bis zu 15.000 Euro pro Start-up. Eng angebunden: die Landeshauptstadt Dresden. Der Ideation: Hub sucht als Teil der Volkswagen Group Start-ups, um die Digitalisierung voranzutreiben.

„Im Future Mobility Incubator helfen wir jungen Start-ups, eine Geschäftsidee zu entwickeln und zur Marktreife zu bringen.“

Johannes Rösberg, Start-up-Koordinator

Oliver Glasner: „Eine gute Arbeitsatmosphäre ist mir enorm wichtig“

360°-Interview: Der neue Trainer des Fußball-Bundesligisten VfL Wolfsburg über seine Philosophie und die bevorstehende Europa League

Bundesligist VfL Wolfsburg hat seit Saisonbeginn einen neuen Trainer: Oliver Glasner (45). Sein Start: stark! Die ersten drei Pflichtspiele (im Pokal gegen Halle und in der Liga gegen Köln und Berlin) hat der VfL alle gewonnen. 360° hat vor der Partie gegen Paderborn mit dem aus Linz geholten Fußball-Lehrer gesprochen.

Herr Glasner, nach dem klaren 3:0-Sieg bei Hertha BSC Berlin waren Sie unzufrieden mit der Leistung Ihrer Mannschaft. Sie müssen Perfektionist sein. Das Ergebnis ist fantastisch, keine Frage. Aber vor allem zu Beginn des Spiels und in puncto Ballsicherheit war noch Luft nach oben. Und ich gebe zu: Dass ich völlig zufrieden bin mit einer Leistung – ich glaube, das wird nicht vorkommen.

Was für ein Trainer-Typ sind Sie? Schwer zu sagen, so gern rede ich nicht über mich selbst. Wenn es aber sein muss: Ich bin detailverliebt – und ja, ich bin perfektionistisch veranlagt. Wir im Trainerteam finden es wichtig, dass jeder den inneren Antrieb hat, immer besser werden zu wollen. Wenn wir das bei allen Spielern hinkommen, haben wir viel erreicht.

Warum sind Sie zum VfL gewechselt? Die Voraussetzungen hier in Wolfsburg sind fantastisch, um gemeinsam Erfolge zu erzielen. Schauen Sie sich nur unsere Trainingsmöglichkeiten an! Außerdem hat die Mannschaft mit ihrer Lauf- und Willenstärke die richtige Mentalität. Vor allem aber habe ich in einem langen Gespräch mit Geschäftsführer Jörg Schmadtke und Sportdirektor Marcel Schäfer gemerkt: Gemeinsam haben wir viele Ideen, den VfL auch nach der guten vergangenen Saison weiterzuentwickeln und nach vorn zu bringen. Mir ist wichtig, dass wir alle an einem Strang und dann auch in die richtige Richtung ziehen.

Wie haben Sie sich in Wolfsburg eingelebt?

Gut! Alle Fans und alle Mitarbeiter des VfL sind extrem freundlich und hilfsbereit. Dieser Punkt ist mir auch wichtig, auf eine gute Arbeitsatmosphäre lege ich großen Wert. Um zum Beispiel im Trainerteam die Voraussetzungen für gute Stimmung und echtes Teamwork zu schaffen, ist hier im VfL-Center aus zwei Büros eines geworden. Ich wollte nicht, dass in einem Büro die neuen, mit mir mitgekommenen österreichischen Trainer sitzen und in dem anderen die gebliebenen deutschen Trainer. Wir können nur als Team erfolgreich sein. Vor allem jetzt, wenn wir auch noch in der Europa League spielen, brauchen wir beste Regenerationsmöglichkeiten. Dazu ist Teamwork enorm wichtig.



Nichts verlernt: Oliver Glasner kann mit dem Ball immer noch gut umgehen.

„Ich freue mich schon auf die erste Tour hier durchs Werk in Wolfsburg.“

Oliver Glasner, Trainer VfL Wolfsburg

Sie haben es angesprochen: Bundesliga, DFB-Pokal und nun auch Europa League – für diese VfL-Mannschaft ist die Dreifachbelastung ungewohnt. Ich würde nicht von Dreifachbelastung, sondern von Dreifachbelohnung sprechen. Es ist doch super, dass sich der VfL als Lohn für die gute vergangene Saison endlich wieder in anderen Ländern präsentieren darf. Außerdem trainieren wir im Gegenzug weniger. Wir freuen uns, wenn es am 19. September endlich international losgeht.

Wollten Sie nach Ihrer aktiven Laufbahn schon immer Trainer werden? Viele frühere Weggefährten haben mir prophezeit, dass ich diese Laufbahn einschlagen würde. Ich war lange Kapitän und deshalb auch immer in engem Kontakt mit meinen Trainern. Da ich aber nebenbei an der Fernuni Hagen Wirtschaftswissenschaften studiert habe, dachte ich erst: Du hast nicht sechs Jahre gebüffelt, um Trainer zu werden. Bei RB Salzburg war ich dann auch ein gutes halbes Jahr Sportkoordinator. Schnell habe ich aber gemerkt, dass es mich auf den Platz zieht. So wurde ich Co-Trainer von Roger Schmidt.

Im Profifußball werden Trainer fast immer an Titeln gemessen. Welchen streben Sie an?

Einmal war ich als Trainer schon Meister – mit Linz in der zweiten Liga. Titel sind immer das i-Tüpfelchen und stehen in den Geschichtsbüchern. Hängen geblieben bei mir sind aber die Emotionen, die damit verbunden sind. Ich definiere mich nicht über Titel. Mir ist es vor allem wichtig, wie wir Fußball spielen. Dass letztlich die Ergebnisse zählen, weiß ich aber.

Wären Sie auch ins nicht deutschsprachige Ausland gewechselt?

Ich spreche auch Englisch, aber die Frage hat sich nicht gestellt. Mir ist wichtig, dass mir die tägliche Arbeit Spaß macht. Seit 27 Jahren darf ich mein liebstes Hobby Fußball als Beruf ausüben und damit gutes Geld verdienen. Als Kind einer alleinerziehenden Mutter weiß ich, dass das ein riesiges Privileg ist.

Der VfL ist als hundertprozentige Tochter Teil von Volkswagen. Spürt man die Nähe?

Ja, und das ist schön. Schon zu meiner Zeit in Linz fand ich es immer spannend, über die Welt des Profifußballs hinauszuschauen und zum Beispiel die Betriebe unserer Sponsoren zu besichtigen. Das erdet, denn man sieht, wie viel manche Menschen leisten, um ihr Geld zu verdienen. Ich freue mich schon auf die erste Tour hier durchs Werk in Wolfsburg. Noch im September wird es so weit sein.



Oliver Glasner (45)

ist seit Juli Trainer des VfL und bestreitet mit den Wolfsburgern das nächste Bundesliga-Heimspiel am Montag, 23. September, um 20.30 Uhr gegen Hoffenheim. Glasner spielte bis zu einer schweren Kopfverletzung 410-mal in der ersten österreichischen Liga als Verteidiger vor allem für die SV Ried. Nach seiner Zeit als Spieler wurde er erst Sportkoordinator und dann Co-Trainer bei RB Salzburg. 2014 erstmals Chefcoach (ebenfalls bei der SV Ried), 2015 Wechsel zum Linzer ASK. Dort blieb er bis Mitte dieses Jahres. Glasner ist verheiratet und hat drei Kinder im Alter von 17, 14 und 9 Jahren. Seine Familie wohnt in einem kleinen Dorf in Österreich etwa eine halbe Autostunde von der deutschen Grenze entfernt.



Im Interview mit 360° im VfL-Center: Oliver Glasner.

Trikotaktion: Volkswagen unterstützt Amateurklubs

Vereine bekommen bei teilnehmenden Händlern in Deutschland Aktionscode zur Bestellung

Fußball-Vereine, aufgepasst! Volkswagen stattet ab sofort Klubs mit Trikotsätzen aus. „Wir haben uns auf die Fahne geschrieben, dass wir den Fußball in seiner gesamten Breite unterstützen. Die Vereine vor Ort sind uns genauso wichtig wie die Nationalmannschaften des DFB“, sagt Holger Santel, Leiter Vertrieb und Marketing Deutschland bei Volkswagen. Er betont: „Uns ist bewusst, was für wertvolle Arbeit die Klubs an der Basis leisten. Mit unserer Trikotaktion wollen wir dieses vielfach ehrenamtliche Engagement würdigen. Es ist unser Bekenntnis zum Amateurfußball.“

Und so macht man mit: Bei ihrem teilnehmenden Volkswagen

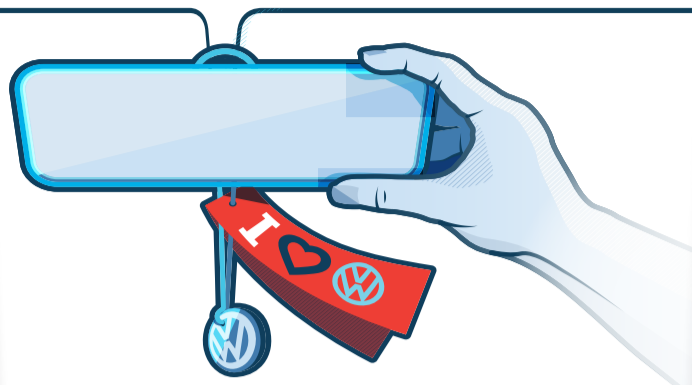
Autohaus können Vereine einen Aktionscode bekommen und diesen auf der Konfigurator-Webseite des Sportartikelhändlers 11teamsports einlösen. Bei der Bestellung der Trikots können die Vereine zwischen den Herstellern Adidas, Jako, Nike, Puma und Umbro sowie mindestens fünf Farben bei Trikots, Hosen und Stutzen wählen. Ein Standardsatz besteht aus 14 Trikots plus Torwartdress inklusive Hosen und Stutzen.

Die Trikots werden das neue Volkswagen Logo tragen. Inklusiv sind schon der geflockte Vereinsname sowie die Rückennummer. Als Zukaufoption gibt es das geflockte Vereinslogo auf der Brust und einen Spielernamen auf dem Trikotrücken.



Qual der Wahl: Unterschiedliche Farben und Hersteller können sich die Vereine bei der Volkswagen Trikotaktion aussuchen.

RÜCKSPIEGEL – ein Blick in die Geschichtsbücher von Volkswagen



Abschied: Die Belegschaft in Puebla begleitet den letzten Käfer aus dem Werk hinaus.

Spaß für junge Leute: der Mehrzweckwagen VW 181.

Vor 16 Jahren: Bei Volkswagen de México läuft der letzte Käfer vom Band

Der letzte Käfer läuft am 30. Juli 2003 vom Band: Mit Blumen und landestypischer Mariachi-Musik wird der 21.529.464. Käfer von der Belegschaft von Volkswagen de México verabschiedet. Damit geht ein in der weltweiten Autogesichte einmaliger Erfolg nach fast 68 Jahren zu Ende. Mexiko war

zuletzt das einzige Land, in dem der dort als „Vocho“ bezeichnete Käfer noch produziert wurde. Reinhardt Jung, Vorstandsvorsitzender Volkswagen de México, bedankt sich bei den Mitarbeitern, „die nicht nur an der Produktion eines Autos, sondern auch an der Schaffung einer Legende mitgewirkt haben. Eine Legende, die in

den Herzen und Köpfen all jener bleiben wird, für die der Käfer ein Weggefährte war“. Der letztgebaute Käfer ist aquarisblau und ein „Última Edición“-Modell mit einem 1,6-Liter-Benzinmotor mit 46 PS/34 kW. Von der „Última Edición“ werden 3.000 Fahrzeuge gefertigt. Sie sind heute weltweit gesuchte Sammlerfahrzeuge.

Vor 50 Jahren: Neu auf dem Markt – Der robuste Mehrzweckwagen VW 181

Volkswagen stellt im August 1969 im Heft „Die schnelle Information“ den VW 181 vor, ein robustes Mehrzweckfahrzeug. Der VW 181 ist ein Auto für Berufsgruppen wie Bauunternehmer, Förster, Landwirte oder Handwerker. Nicht zu vergessen die große Zahl der jungen Fahrer, die an einem offenen „Busch- oder Geländewagen“ besonderen Spaß haben. Einige technische Daten: Ein 1,5-Liter-Motor mit 44 PS im Heck treibt über ein vollsynchronisiertes Viergang-Getriebe die einzeln aufgehängten Hinterräder an.

Das Fahrzeug hat eine Bodenfreiheit von mehr als 200 Millimetern. Durch eine Zusatzfeder wird die zulässige Hinterachslast auf 800 Kilogramm angehoben. Befestigungspunkte für Sicherheitsgurte sind vorhanden, ebenso gibt es eine Warnblinkanlage, eine Zweikreisbremsanlage und die Sicherheitslenksäule, die ebenfalls vom VW 1500 übernommen wurde. Damit nicht genug: Die Armaturentafel-Unterkante ist gepolstert, die Metallteile im Blickfeld des Fahrers sind blendfrei und die Bedienungsknöpfe elastisch.

Vor 54 Jahren: Interesse am VW 1600 TL, nicht am Käfer

Hoher Besuch bei Volkswagen: Am 30. August 1965 kommt Bundesschatzminister Werner Dollinger nach Wolfsburg. Am Vormittag ist er zu

Wirtschaftsgesprächen in Salzgitter. Sein Besuch am Nachmittag im Volkswagen Werk in Wolfsburg ist vor allem privater Natur: Er möchte

nicht nur Kontakte pflegen, sondern auch den neuen VW 1600 TL fahren. Generaldirektor Heinrich Nordhoff bietet ihm zunächst den VW Käfer 1300 zur Probefahrt an, doch Dollinger lehnt ab: Diesen Typ besitzt er schon als Zweitwagen. Nach der Probefahrt mit seinem Wunschwagen beglückwünscht er Nordhoff zum gelungenen VW 1600 TL. Vor allem lobt er



Im Blickpunkt: Käfer (links) und VW 1600 TL.

die gelungene Form, die Innenausstattung und die gute Beschleunigung des neuen Volkswagen. Zur Erklärung: Das Bundesschatzministerium wurde 1949 gegründet und befasste sich vor allem mit allen Angelegenheiten rund um den Marshallplan.

Vor 27 Jahren: Genesis-Welttournee: Volkswagen ist Partner

Die Pop-Gruppe Genesis um Phil Collins geht 1992 auf Welttournee. Volkswagen ist als Partner dabei. Der Werbeslogan lautet „Genesis presented by Volkswagen“. Im Sommer gibt es unter anderem drei Konzerte im Niedersachsenstadion in Hannover mit insgesamt rund 180.000 Besuchern. Rechtzeitig zur Volkswagen-Genesis-Tour

rollen die passenden Sondermodelle an: das Polo Coupé und Golf Cabriolet „Genesis“. Beide gibt es ausschließlich in „Violett Touch Perleffekt“ mit farblich abgestimmte teillackierten Stoßfängern und violetterem Dekorband. Was die Optik verspricht, hält auch die Sound-Anlage „Genesis“ mit Stereo-Kassettenradio „gamma“.



Voll: die Parkplätze rund ums Werk Wolfsburg.

Vor 60 Jahren: Parkplatz-Not wird immer größer

Wirtschaftswunder und Massentourismus zeigen vor 60 Jahren auch im beschaulichen Wolfsburg spürbare Auswirkungen. Trotz der insgesamt großzügigen Anlage der Straßen hat die Stadt ein Parkplatzproblem, was besonders zu den Schichtzeiten offenkundig wird. Vor allem vor dem Volkswagen Werk wird die Parkplatznot immer größer. Da die Zahl der Pendlerfahrzeuge steigt, haben selbst die Anwohner der umliegenden Straßen Probleme, ihre Fahrzeuge nach Feierabend zu parken. Nach Berechnungen von Experten fehlen allein an der Fallersleber Straße, der heutigen Heinrich-Nordhoff-Straße, rund 1.000 Parkplätze. Schnell sollen neue entstehen.



Sondermodell: Phil Collins (links) und Band am Polo „Genesis“.

Vor 48 Jahren: Bundespräsident Heinemann im Werk

Bundespräsident Gustav Heinemann besucht das Volkswagen Werk und die Stadt Wolfsburg. Bei seinem Besuch am 20. Juli 1971 beschäftigt sich der Bundespräsident besonders mit den Anliegen der Gastarbeiter. Die erste Station ist das Werk, wo ihn der Vorstandsvorsitzende Kurt Lotz begrüßt. Anschließend berichtet Produktionsvorstand Otto Höhne

über die Produktpalette. Danach folgen die Besichtigung der Fabrik sowie Gespräche mit deutschen und ausländischen Arbeitnehmern. Dann fährt er ins sogenannte Italienerdorf an der Berliner Brücke. In den neuen Hochhäusern in Kästorf besichtigt der Bundespräsident ebenfalls Gastarbeiter-Wohnungen und spricht mit den Bewohnern.



Vor dem Markenhochhaus: Gegen 23 Uhr schwebte das Volkswagen Logo aus 70 Metern Höhe sanft zu Boden. Ein Spezialkran war dafür im Einsatz.



Blick ins Logo: Experten schalteten die Elektronik ab und bereiteten den Transport vor.

KENNEN WIR UNS NICHT?

360° stellt in dieser Rubrik Wolfsburger Mitarbeiter vor.



Christoph Brunken (38), geboren in Gifhorn, seit elf Jahren bei Volkswagen.



MEIN FRÜHERER JOB

Zuletzt habe ich im Werk Braunschweig als Unterabteilungsleiter in der Transportplanung und Versandsteuerung gearbeitet.



MEIN AKTUELLER JOB

Ich leite seit knapp zwei Jahren die Werkeisenbahn am Standort Wolfsburg. Wir versorgen das Werk unter anderem mit Motoren und Stahl für das Presswerk. Die fertig produzierten Autos starten auf unseren Schienen ihre Reise in alle Welt.



MEIN AUTO

Mit großer Begeisterung fahre ich einen Bulli (California).



MEINE HOBBYS

Ich bin gerne mit meiner Familie und dem Wohnwagen unterwegs.



MEIN TRAUM

Es wäre cool, mit einem 911er¹ über die Nordschleife zu fahren.

So schwebte das Logo vom Dach

Markenhochhaus: 80 Meter hoher Spezialkran im Einsatz – Neues Emblem am Abend des 9. September zu sehen

Für Volkswagen Mitarbeiter ist es ein ungewohnter Anblick: Seit dem 27. August ist das Markenhochhaus im Werk Wolfsburg ohne Logo. Der Grund: Volkswagen wird auf der IAA in Frankfurt einen kom-

plett neuen Markenauftritt präsentieren. Das 3D-Logo wird dann durch ein neues Logo in 2D-Optik ersetzt.

So lief die Aktion am MHH: Die Arbeiten fanden am späten Abend statt, weil zu dieser Uhrzeit wenig

Wind vorhergesagt worden war. Der Spezialkran war bereits am Nachmittag eingetroffen. Fünf weitere Lkw waren notwendig, um Teile für den 80 Meter langen Ausleger, also den Kran-Arm, zu transportieren. Insgesamt dauerte die Montage des 500 Tonnen schweren Fahrzeugs sechs Stunden.

Die heiße Phase begann um 21 Uhr: Mitarbeiter einer Spezialfirma befestigten die Stahlketten in 70 Metern Höhe. Im Anschluss wurden die 64 Schrauben gelöst, die das Stahlgerüst mit dem 6,5 Tonnen schweren Logo halten. Kurz vor 23 Uhr hob der Kran das Logo an – innerhalb weniger Minuten schwebte es sanft zu Boden.

Udo Türke, Leiter Werkservice, der zum Team von Werkleiter Stefan Loth gehört, organisierte die Arbeiten und war selbst auf dem Dach. „Für

uns war die Aktion ein Stück weit Routine, gleichzeitig aber auch eine faszinierende Aufgabe. Das Logo auf dem Markenhochhaus ist weithin bekannt, allein hier in Wolfsburg sehen es täglich Tausende Menschen.“

Momentan liegt das Logo vor dem Südeingang des MHH. Dort wurde in den vergangenen Tagen das Gerüst, das einen Durchmesser von acht Metern hat, mit einer wetterrobusten Logo-Folie neu bespannt.

Ab 6. September wird der Kran erneut anrücken, um dann das neue Logo auf das Dach zu heben. Die Straße südlich des MHH wird dafür erneut gesperrt, der Busverkehr umgeleitet. Je nach Wetterlage kann es auch ein oder zwei Tage später sein. Enthüllt wird das Logo am Montagabend (9. September).



Folientausch: Das Gerüst hat einen Durchmesser von acht Metern.

Werkfeuerwehr: Neuer Chef

Hans-Günter Nieper ist in Wolfsburg der Nachfolger von Niko Meinke-Marquardt

Wachwechsel bei der Werkfeuerwehr in Wolfsburg: Hans-Günter Nieper (60), bisher stellvertretender Leiter Brandschutz, hat die Nachfolge von Niko Meinke-Marquardt angetreten. Der 40-Jährige ist nun Chef der Werksicherheit, leitet also zusätzlich zum Brandschutz auch den Werkschutz am größten Volkswagen Standort.

„Auf meine neue Aufgabe freue ich mich, zeige aber auch großen Respekt vor ihr“, sagt Nieper. Mit ihm verantwortet seit Anfang August einer der erfahrensten Mitarbeiter die 86 Kräfte starke Abteilung der Service Factory. Seit 32 Jahren arbeitet der Mann aus Volkmarsdorf (Kreis Helmstedt) bei der Werkfeuerwehr. Sein Handwerk gelernt hat er einst bei der Wolfsburger Berufsfeuerwehr.

„Wir freuen uns, dass Hans diese verantwortungsvolle Aufgabe übernommen hat. Das ist nicht selbstverständ-



Im Kreise der Kameraden: Niko Meinke-Marquardt (links) gratuliert seinem Nachfolger als Leiter der Wolfsburger Werkfeuerwehr, Hans-Günter Nieper.

lich“, sagt Meinke-Marquardt. Er kam vor vier Jahren von der Braunschweiger Berufsfeuerwehr als stellvertretender Leiter der Wolfsburger

Werkfeuerwehr zu Volkswagen. Nach einem Jahr wurde er Chef und ist stolz, nun ein bestelltes Haus übergeben zu haben.

Beide kennen sich übrigens gut: Nieper war bisher Meinke-Marquardts Stellvertreter. „Hans ist ein absoluter Experte und hat mir unglaublich viel geholfen“, sagt Meinke-Marquardt. „Ohne ihn und die gesamte Mannschaft hätten wir in den vergangenen Jahren nicht so eine positive Entwicklung genommen.“ Er hat die Erfahrung gemacht: „Auf die Wolfsburger Werkfeuerwehr kannst du dich immer 100-prozentig

verlassen. Das ist eine tolle Truppe.“

Nieper kann das nur bestätigen: „Wir sind in den vergangenen Jahren enorm weitergekommen. Der Höhepunkt war sicher der Umzug in die neue Feuerwache Ende vergangenen Jahres und damit in die Mitte des Werks.“ Mit derselben Dynamik soll es weitergehen. Die Ausbildung zum Werkfeuerwehrmann etwa gelte es auf einem hohen Niveau zu halten. Nieper: „Andere Unternehmen zeigen Interesse, ihren Nachwuchs von uns ausbilden zu lassen. Das könnte sogar ein Geschäftsmodell werden.“

Wechsel: Hans-Günter Nieper (rechts) hat die Nachfolge von Niko Meinke-Marquardt angetreten.

¹ Porsche 911: Kraftstoffverbrauch kombiniert 9,2-8,9 l/100 km; CO₂-Emission 210-205 g/km.



Auskunftsfreudig: Andreas Tostmann (rechts) und Stefan Loth.

Im Gespräch mit den Chefs

Beim „Frühstück mit Dr. Tostmann“ tauschten sich 40 Führungskräfte aus der Produktion des Werks Wolfsburg mit dem Produktionsvorstand der Marke, Andreas Tostmann, und Werkleiter Stefan Loth aus. Tostmann beantwortete die Fragen der Teilnehmer und ging während des gemeinsamen Frühstücks auf die aktuelle Unternehmenssituation ein. Dabei ging es auch darum, wie das Werk Wolfsburg im Vergleich mit anderen Volkswagen Standorten abschneidet.

„Sie haben noch ein großes Stück Arbeit vor sich. Auf die Power, mit der Sie im ersten Halbjahr die Veränderungen angepackt haben, können Sie stolz sein. Die nachhaltige Transformation des Standorts zu mehr Wettbewerbsfähigkeit können wir nur schaffen, wenn wir gemeinsam mit unverändertem Engagement daran arbeiten. Bei den Fabrikkosten ist das Werk auf einem sehr guten Weg und könnte dieses Jahr erstmals seit 2013 einen Trend brechen“, so Tostmann.

Für den Produktionsvorstand ist klar, dass dieses Ziel nur mit weiteren Produktivitätsmaßnahmen und schlankeren Prozessen erreicht wird. Sein Appell: Den vorhandenen Produktivitätsplan konsequent umsetzen.

Wolfsburg-Marathon: Produktion am Start

280 Beschäftigte der Fertigung und ihre Kinder schnüren am 8. September, die Laufschuhe – Strecke führt auch durchs Werk

Seit Monaten schon trainieren sie für den Wolfsburg-Marathon: Unter dem Motto „Produktion läuft“ messen sich am Sonntag, 8. September, rund 280 Beschäftigte aus der Fertigung mit Hunderten anderen Läufern. Zur Laufmannschaft gehören Kolleginnen und Kollegen aus der Wolfsburger Fertigung und auch aus den Zentralbereichen der Produktion. Gut zu erkennen sind sie an den einheitlichen Laufshirts mit dem Aufdruck „Faszination Produktion“.

Für Mitarbeiter Dirk Kugel ist der Wolfsburg Marathon ein Heimspiel

An den Start gehen werden auch Steffen Andres, Harry Feer und Dirk Kugel aus der Elektroinstandhaltung des Presswerks. Dirk Kugel (59) ist passionierter Läufer und hat auf fast allen Kontinenten an Laufveranstaltungen teilgenommen. Er sagt: „Für mich ist der Wolfsburg Marathon wie ein Heimspiel.“ Kugel und Andres (30) sind zum fünften Mal Teil der Werkmannschaft, die zum insgesamt neunten Mal in Folge beim Wolfsburg-Marathon an den Start geht. „Durch die Werkmannschaft bin ich überhaupt erst zum Laufsport gekommen“, sagt Andres. „Die Atmosphäre bei den Lauevents begeistert mich.“



Freuen sich auf den Wolfsburg Marathon (von links): Steffen Andres, Harry Feer und Dirk Kugel mit den Shirts der Laufmannschaft.

Harry Feer (53) setzt auf die Unterstützung seiner Familie: „Ich freue mich auf den Moment, wenn ich meine Familie am Streckenrand erblicke und sie mich auf den letzten Metern so richtig anfeuert.“

Der Startschuss am 8. September fällt um 10 Uhr auf dem Rathausplatz in der Wolfsburger Innenstadt. Es gibt fünf Strecken für alle Alters- und Leistungsklassen. Die Längen variieren von 1 bis zu exakt 42,195 Kilo-

meter. Durch das Werk und die Altstadt führen der Halbmarathon und der Marathon. Die Volkswagen Arena, das Schloss, das Phaeno und das VW-Bad sind weitere Sehenswürdigkeiten, an denen die Sportler vorbeilaufen.



Jede Anlage ist so groß wie ein Einfamilienhaus: Betreiber und Planer vor der neuesten Spritzgießmaschine mit dem hinteren Stoßfänger des Golf 7.

400 Umbauten in der Fertigung

Mitarbeiter und Partnerfirmen nutzten den Werksurlaub

Urlaubszeit ist Umbauzeit: Während die Fertigung im dreiwöchigen Werksurlaub ruhte, nutzten Planer, Instandhalter und Partnerfirmen die Gelegenheit und trieben außerhalb und in den Produktionshallen Baumaßnahmen voran. Ob 5.000 Meter neue Gleise für die Werkeisenbahn, ein neues System für die Messung von Spaltbündigkeitsmaßen in Halle 12 oder neue Spritzgussanlagen – die Maßnahmen waren vielfältig. Insgesamt setzten Mitarbeiter und Partnerfirmen rund 400 Umbaumaßnahmen um.

In der Halle 53a wurde die letzte von drei neuen Spritzgießmaschinen aufgebaut. Dafür wurden zehn Millionen Euro investiert. Die Anlagen fertigen die vorderen und hinteren Stoßfänger des Golf. Nötig war die Erneuerung, weil die bisherigen Anlagen 30 Jahre alt waren und die künftigen Stoßfänger immer größer werden. „Die Werkzeuge stammen aus dem Werkzeugbau im Werk Braunschweig“, erklären Planer

Thomas Mannecke und Unterabteilungsleiter Michael Paetzold. Und wie entstehen die Stoßfänger in der neuen Spritzgießmaschine? Zunächst werden ein Polypropylen- und ein Talkumgranulat über einen Mischer in die Spritzeinheit gebracht. Die Mischung wird über eine beheizte Schnecke auf 270 Grad erhitzt.

Ein Stoßfänger in 70 Sekunden

Anschließend wird der nun flüssige Kunststoff in das Werkzeug gespritzt. Alle 65 bis 70 Sekunden ist ein Stoßfänger fertig. Um die Werkzeuge während des Spritzvorgangs geschlossen zu halten, ist eine Schließkraft von 4.000 Tonnen erforderlich. Zum Vergleich: Um eine ähnliche Schließkraft zu erzeugen, wären 600 afrikanische Elefanten notwendig.



Nachhaltig unterwegs

Verkehrsplaner Björn Volk nutzt bis zu fünf Verkehrsmittel, um zur Arbeit zu kommen

Björn Volk weiß, wovon er spricht: Bei Volkswagen in Wolfsburg kümmert er sich als Mitarbeiter im Mobilitäts- und Umweltservice um die strategische Verkehrsplanung. Um selbst zur Arbeit zu kommen, greift er auf eine bunte Palette an Mobilitätsangeboten zurück. Er will nachhaltig unterwegs sein und setzt dazu auf bis zu fünf unterschiedliche Verkehrsmittel, um von Hannover nach Wolfsburg und zurück zu kommen.

Wie konkret? Das erklärt Volk an seiner Routine als Pendler: „Mein Startpunkt ist Hannover. Dort nehme ich morgens das Fahrrad oder die Straßenbahn, um zum Bahnhof zu kommen.“ Per Zug geht es nach Wolfsburg und dann zu Fuß vom Wolfsburger Bahnhof ins Werk an seinen Arbeitsplatz im Eingang 66A. Volk: „Oder ich fahre das letzte Stück des Weges mit dem Internen Shuttle – je nach Wetterlage und Gepäck, das ich dabei habe.“ So hat der Mitarbeiter in den ersten Stunden des Tages manchmal schon fünf unterschiedliche Verkehrsmittel genutzt. So sehr sich diese unterscheiden – insgesamt sorgen sie dafür, dass Volk „nachhaltig, effizient und entspannt“ in seinem Büro ankommt, wie er es selbst ausdrückt.

Sein Mobilitätsverhalten will der Volkswagen Beschäftigte möglichst umweltverträglich gestalten, gleichzeitig aber auch etwas für sich und seine Gesundheit tun: „Im Zug nach Wolfsburg kann ich lesen oder auch Gespräche mit anderen Pendlern führen. Und



Ankunft am Wolfsburger Bahnhof: Björn Volk kommt täglich mit dem Zug aus Hannover.



Im Internen Shuttle: Björn Volk auf dem Weg ins Büro.

wenn ich zu Fuß gehe, habe ich immer das Ziel von 10.000 Schritten am Tag vor Augen.“

In seinem Job kümmert sich Volk um die strategische Verkehrsplanung am Standort. Ist genügend Luft im Terminkalender, legt er dienstliche Wege am liebsten laufend zurück. Ansonsten nutzt er das Fahrrad oder den Internen Shuttle.

Dieser Service ist ein wichtiger Baustein im Verkehrskonzept Wolfsburgs: 23 Busse fahren auf vier Buslinien, 33 Bushaltestellen werden im 5- bis 30-Minuten-Takt bedient. Zusätzlich gibt es Mobilitätsangebote, die auf dem Prinzip „Carsharing“ basieren. „Grundsätzlich bin ich sehr aufgeschlossen für alternative Fortbewegungsmöglichkeiten“, sagt Volk. „Mobilität bedeutet für mich Beweglichkeit, Bewegung und Bewegendes. Ist das Ganze auch noch nachhaltig, ist das umso besser.“



Mobil im Werk

Carsharing – We Move by Service Factory

Über eine App (erhältlich im Volkswagen App Store oder Google Play Store) oder online können Fahrzeuge aus einem Pool von 350 Autos gebucht werden – für bis zu zwölf Stunden. Der Service kostet neun Euro pro Stunde. Der Höchsttagespreis liegt bei 55 Euro. Die App zeigt an, wo das Auto steht, und ersetzt auch den Schlüssel.

Move Shuttle – Volkswagen Move by Service Factory

Dieser app-basierte Dienst ist für 15 Euro pro Monat und Nutzer über my.serve buchbar. Abgerechnet wird über die Kostenstelle. Erhältlich ist die App im Google Play Store sowie Apple Store und in Kürze auch im Volkswagen App Store.

Konzernforschung filmt Kreisverkehr

Drohne und fest installierte Kameras – Aufnahmen fließen in Entwicklung autonomer Fahrzeuge ein

Für die Entwicklung hochautomatisierter Fahrzeuge ist ein umfassendes Verständnis des Straßenverkehrs entscheidend. Im Mittelpunkt steht die Frage: Wie verhalten sich Verkehrsteilnehmer? Aktuell wird deshalb der Kreisverkehr Breslauer Straße und Grauhorststraße in Wolfsburg bis einschließlich 3. November aus der Vogelperspektive gefilmt. Die Auswertung dieser Aufnahmen lässt Volkswagen in die Entwicklung automatisierter Fahrzeuge einfließen.

Samuel Schacher (Konzernforschung): „Aktuell filmen wir den Verkehr in und direkt vor dem Kreisverkehr. Dafür nutzen wir sowohl eine Drohne als auch fest installierte Kameras. Bei dem von der EU geförderten Forschungsprojekt L3Pilot arbeiten wir auch mit dem Deutschen Zentrum für Luft- und Raumfahrt Braunschweig zusammen.“ Personenbezogene Daten werden dabei nicht gespeichert. Schacher: „Die DSGVO und die Empfehlungen zur Datensparsamkeit haben für uns



Verantworten das Filmprojekt: Antonia Breuer und Samuel Schacher am Kreisverkehr Breslauer Straße und Grauhorststraße in Wolfsburg.

oberste Priorität. Uns interessiert, wie ein Auto fährt, und nicht, wer es fährt.“

Hintergrund der Filmaufnahmen: Die Software hochautomatisierter Fahrzeuge muss die Umgebung analysieren, andere Verkehrsteilnehmer erkennen und deren Verhalten voraussehen – ebenso wie der menschliche Fahrer. Untereinander vernetzte Autos haben hierbei große Vorteile, weil sie miteinander kommunizieren.

ren. Fußgänger, Radfahrer und nicht automatisierte Fahrzeuge wie Oldtimer wird es aber immer geben. Deshalb müssen autonome Fahrzeuge beispielsweise einen Fußgänger neben der Straße wahrnehmen und einschätzen, ob dieser die Straße überquert. Die Filmaufnahmen helfen, die Software zu trainieren. Aus den Filmaufnahmen analysieren die Experten der Volkswagen Konzernforschung Fahrprofile. Antonia Breuer (Konzern-

forschung): „Wir verfolgen zwei Ziele. Erstens: Wir bringen den Autos anhand der gesammelten Daten bei, wie sich die anderen Verkehrsteilnehmer voraussichtlich verhalten. Zweitens: Aus dem Verhalten aller Verkehrsteilnehmer entwickeln wir ein optimales Fahrprofil für das automatisierte Fahrzeug. Danach richten sich zukünftig unsere selbstfahrenden Autos, wenn sie auf der Straße unterwegs sind. Sie bewegen sich also optimal durch den Verkehr.“

Das bedeutet für das Beispiel Kreisverkehr: Hochautomatisierte Fahrzeuge können vorhersagen, welche Ausfahrt andere Autos wann nehmen – und wie Fußgänger und Radfahrer sich verhalten.



Testflug: Antonia Breuer und Samuel Schacher proben den Drohneinsatz.



Trikot-Übergabe: VfL-Torhüter Pavao Pervan mit zwei jungen Fußball-Fans.

Kinder laufen mit Autostadt-Trikots in die Arena

Auch in dieser Fußball-Saison tragen die Einlaufkinder bei allen Bundesliga-Heimspielen des VfL Wolfsburg Trikots der Autostadt. Seine Premiere feierte das Trikot beim ersten Heimspiel der „Wölfe“ Mitte August gegen den Aufsteiger 1. FC Köln. Der VfL gewann 2:1 – ein gutes Omen für die weitere Saison.

Kurz zuvor hatte Torhüter Pavao Pervan die neu gestalteten und in den Farben des VfL Wolfsburg gehaltenen Leibchen symbolisch an zwei junge Fußball-Fans überreicht. Der Österreicher ist derzeit die Nummer 2 des VfL hinter Koen Casteels, hat seine Klasse aber schon mehrmals nachgewiesen.



Stolz: Einlaufkinder beim ersten Heimspiel des VfL gegen den 1. FC Köln.

Lebensmittel-Abholstation eröffnet

Mitarbeiter können an der TE vorbestellte Ware abholen

Mehr Service für die Mitarbeiter: Einkaufen ohne Hektik und weniger Stress im Feierabend – das ermöglicht ein neuer Lieferservice mit Lebensmittel-Abholstation am Haupteingang der Technischen Entwicklung in Wolfsburg. Betreiber ist die Handelskette real in Kooperation mit der Volkswagen Service Factory und TE Services.

„Mit diesem Pilotprojekt ermöglichen wir den Mitarbeitern in der

TE, ihren Feierabend künftig noch besser zu nutzen“, sagt Wolfgang Pick, Geschäftsführer Volkswagen Service Factory. Martin Rosik, Leiter Personal Marke Volkswagen, betont: „Ergänzend zum bereits bestehenden Konzept der Servicepoints, ist dieses Angebot ein weiterer Schritt für Volkswagen auf dem Weg zu einem noch attraktiveren Arbeitgeber.“

Und so geht's: Nötig ist eine Registrierung auf der Seite real.de sowie

die Vorlage des Mitarbeiterausweises bei der Abholung an der Station. Für Bestellung und Lieferung fallen keine zusätzlichen Gebühren an. Der Mindestbestellwert beträgt 29 Euro.

Kunden haben die Auswahl zwischen 24.000 Produkten, die bis zu fünf Tage im Voraus bestellt werden können. Bei der Bestellung geben die Kunden eine Wunschzeit für die Lieferung an. Abholzeiten sind montags bis freitags von 15 bis 18 Uhr.



An der neuen Abholstation: Führungskräfte, Betriebsrat und Mitarbeiter.

Gesucht: Nachhaltige Ideen für das Werk Wolfsburg

Sonderaktion des Ideenmanagements läuft noch bis Anfang Oktober – Preise: Übernachtung in Baumhotel oder Gutscheine für einen Biomarkt

Eine nachhaltige Produktion – das ist das Ziel des Werks Wolfsburg. Da auch Mitarbeiter dazu beitragen können, dieses Ziel zu erreichen, hat das Ideenmanagement eine Sonderaktion ins Leben gerufen. Das Motto: „Deine nachhaltige Idee für das Werk Wolfsburg“. Alle Mitarbeiter der Bereiche Produktion und Qualitätssicherung Wolfsburg sind vom 26. August bis zum 7. Oktober aufgerufen, Maßnahmen einzureichen, die Ressourcen sinnvoll einsparen und eine nacharbeitfreie Fabrik ermöglichen. Die Eingabe der Idee erfolgt im IT-System des Ideenmanagements, zu finden unter <https://selfservice.vwgroup.com>. Das Stichwort der Aktion lautet: „Nachhaltigkeit“.

Alle im Aktionszeitraum eingereichten Verbesserungsideen zur Nachhaltigkeit werden gemäß der Betriebsvereinbarung angenommen und bewertet, gegebenenfalls prämiert. Darüber hinaus prüft eine Fachjury die

nachhaltigen Ideen: Welche Maßnahme ist besonders ressourceneffizient und gleichzeitig kostenbewusst? Die Jury vergibt dementsprechend Preise: Ist eine Einzelperson Ideengeber, lockt ein Wochenende mit zwei Übernachtungen in einem Baumhotel. Tritt ein Team als Ideengeber auf, warten Gutscheine für einen Biomarkt.

Ziel: Umweltentlastung von 38,1 Prozent

Volkswagen hat sich das Ziel gesetzt, nicht nur ökonomisch, sondern auch ökologisch an der Spitze der Automobilindustrie zu stehen. Für die Produktion am Standort Wolfsburg heißt das konkret, bis 2025 eine Umweltentlastung von 38,1 Prozent zu erreichen. Das betrifft vor allen Dingen den Energie- und Wasserverbrauch und das Abfallaufkommen, aber auch die CO₂- sowie luftgetragene Emissionen.



Sollen eingespart werden: Energie, Wasser, Abfall, CO₂ und Lösemittel.

Sonderaktion

Weitere Informationen und die Teilnahmebedingungen im Volkswagen Net unter „Werk Wolfsburg“ sowie auf Aushängen an den Schwarzen Brettern.



In Warmenau zu sehen: der T-Roc R¹.

„R & Coffee“: Volkswagen R lädt ein

Die Volkswagen R lädt am Samstag, 21. September, von 12 bis 17 Uhr zum Kaffee in den Wolfsburger Stadtteil Warmenau ein. Unter dem Motto „R & Coffee“ werden in der Hannoverschen Straße 2a die Autos der Volkswagen R gezeigt, unter anderem der neue T-Roc R. Kaffeespezialitäten und Speisen versüßen den Besuch.

Jost Capito, Geschäftsführer Volkswagen R: „Das Format lehnt an das in Amerika etablierte Format ‚Cars and Coffee‘ an. Ein gemeinschaftliches, ungezwungenes Beisammensein von und für Auto-Enthusiasten, die bei einer guten Tasse Kaffee ihre Autos vorstellen.“



Leitet die Volkswagen R: Jost Capito.

brachte die Volkswagen R mit dem Golf R32 erstmals ein Modell auf den Markt. In diesem Jahr gehören der aktuelle Golf R, der Golf Variant R und in Kürze der T-Roc R zum Produktportfolio. Hinzu kommen die „R-Line“-Editionen, also Modelle der Marke Volkswagen mit sportlichen Ausstattungslinien.

Capito: „Primär war die R-Geschichte eine erfolgreiche Golf Geschichte, was auch gut ist, denn der Golf ist das Herzstück der Marke Volkswagen. Der T-Roc R erweitert nun unser Portfolio.“



Echter Hingucker: Der Seducer als Schulbus in der Autostadt.

Schulbus Seducer in der Autostadt

Im Zeit Haus der Autostadt in Wolfsburg können Besucher seit wenigen Tagen den Seducer School Bus in der Sonderausstellung „Creating New Mobility“ besichtigen. Er ist die jüngste Variante des Mobilitätskonzepts für vollautonomes Fahren.

Das selbstfahrende Auto präsentiert sich laut Mitteilung der Autostadt als ideales Transportmittel für die jüngste Generation – und somit als zukunftsweisende Alternative zum herkömmlichen Schulbus. Mit dem Themenfeld „New Mobility“ ist in der Autostadt eine Plattform für Mobilitätsideen von morgen entstanden – mit Aktionen und Ausstellungen, um sich über neue Möglichkeiten der Fortbewegung zu informieren und diese auch selbst auszuprobieren.



An der „Hochzeit“: Das Brautpaar Helga (83) und Manfred Modler (81) freut sich über den Blumenstrauß zur diamantenen Hochzeit, den Giuseppe Lazzara (links) überreicht hat. Er leitet die Besucherdienste.



Vor 60 Jahren: Das Ehepaar Modler kurz nach der Trauung.



Abfahrt: Die Modlers vor sechs Jahrzehnten im Käfer-Bähnle auf dem Weg zur Hochzeitsfeier.

Mit dem Käfer-Bähnle ins Werk

Diamantene Hochzeit: Ex-Mitarbeiter Manfred Modler, seine Frau Helga und 30 Gäste erlebten schöne Stunden

Was für eine Überraschung! Genau 60 Jahre, nachdem sie als erstes Brautpaar überhaupt das Käfer-Bähnle als „Hochzeitskutsche“ nutzten, haben Helga und Manfred Modler mit dem legendären Gefährt das Werk Wolfsburg besucht. Anlass war die diamantene Hochzeit der beiden. Das Programm hatten die beiden

Töchter Anke und Heike bis zuletzt geheim gehalten. Umso größer war die Freude des Paares und seiner Gäste. „Es war ein unvergesslicher Tag“, sagt Manfred Modler nach der

Rückkehr an seine alte berufliche Heimat. Rund 36 Jahre arbeitete er bei Volkswagen – erst im Ersatzteillager, dann in der Lohnbuchhaltung. Der heute 81-jährige erinnert sich: „Die Zeit im Werk war schön. Wir haben alle zusammengehalten und hatten auch deshalb immer viel Spaß.“ Im Alter von 55 ging er in den Vorruhestand und genießt seitdem die freie Zeit mit seiner heute 83-jährigen Ehefrau – unter anderem beim Wandern, bei der Wassergymnastik und im Schützenverein.

Eigens für das Jubiläumspaar und etwa 30 Verwandte, Freunde und Bekannte hatten die Volkswagen Besucherdienste eine Tour durchs Werk zusammengestellt – selbstverständlich mit Besuch der „Hochzeit“ in der

Produktion, also dem Zusammenfügen von Motor, Fahrwerk und Karosserie. Manfred Modler: „Unglaublich, wie sich alles verändert hat und wie modern hier alles geworden ist.“

Zuvor war es von Fallersleben aus mit dem Käfer-Bähnle der Autostadt bis vor Tor 17 an der Südstraße gegangen. Dort stieg die Festgesellschaft in die e-Golf-Bahn der Besucherdienste um. Den Heimweg trat Helga Modler mit einem Blumenstrauß an, überreicht von Giuseppe Lazzara, Leiter Guest Relations. Er sagt: „Schön, dass die Überraschung gelungen ist! Wir freuen uns, dass wir einen kleinen Teil dazu beigetragen haben, dass das Ehepaar Modler an seinem ganz besonderen Tag viele schöne Stunden hatte.“



Vorbei am Markentempel: Das Käfer-Bähnle auf dem Weg zur Südstraße. Dort stieg die Hochzeitsgesellschaft in die e-Golf-Bahn um.



Werktour: Eine Station war das Presswerk.



Erinnerungsfoto mit Käfer-Bähnle und e-Golf-Bahn gegenüber von Tor 17: Das Ehepaar Modler und seine Gäste genossen den Tag im Werk Wolfsburg.

Fusca-Fotos im Automuseum

Rund um den brasilianischen Käfer: Ausstellung von Micha Ende läuft noch bis zum 19. Oktober in Wolfsburg

Für Käfer-Fans fast schon ein Muss: Die Ausstellung „Käferland Brasilien“ im Automuseum Volkswagen in Wolfsburg porträtiert etwa zwei Dutzend Käfer Besitzer mit ihrem Fusca, wie der Wagen in Südamerika genannt wird.

Die sehenswerten Fotos angefertigt hat der aus Deutschland stammende Journalist Micha Ende, der seit mehr als 30 Jahren in Brasilien lebt. Es handelt sich meist nicht um Hochglanz-Käfer, die er aufgenommen hat. Vielmehr interessieren den Fotografen das Kultauto und dessen zweites Leben. Und so können auch verrostet und ausgeschlachtet am Straßenrand stehende Fusca schön anzuschauen sein.

Deutlich wird auf den Bildern: Der Käfer ist in Brasilien mitnichten ein Wegwerfartikel. Bis 1986 baute Volkswagen den Klassiker in dem riesigen Land. Vor allem in den 1960er Jahren war er ein Symbol für den wirtschaftlichen Aufschwung. „Bis heute gilt der Fusca als zuverlässig und günstig im Unterhalt. Und noch heute ist die Hälfte der mehr als drei Millionen im Land gefertigten Fusca fahrtauglich. Zurzeit erleben sie dort eine nie gekannte Renaissance“, erklärt Susanne Wiersch vom Automuseum. Sie hat die Fotoausstellung gemeinsam mit Ende konzipiert und plant schon die nächste für den Winter – mit einer Wolfsburger Künstlerin, die sich ebenfalls dem Thema Käfer widmet. Damit setzt das Automuseum sein Konzept fort, zweimal im Jahr zusätzlich zu seinen rund 150 Volkswagen auch Fotos zu zeigen.



Showroom unter freiem Himmel: Die verwitterte Karosse eines Fusca und eines VW Brasilia.



Legendär: Einige Mechaniker, heißt es, können einen Fusca sogar mit geschlossenen Augen reparieren.



Aufgebahrt: Dieser Fusca steht an einer Landstraße.



Fachgespräch: Fotograf Micha Ende mit Susanne Wiersch vom Automuseum.



Automuseum Volkswagen

Die Fotoausstellung „Käferland Brasilien“ ist noch bis zum 19. Oktober im Automuseum Volkswagen in der Dieselstraße 35 in Wolfsburg zu sehen. Geöffnet ist dienstags bis sonntags von 10 bis 17 Uhr. Erwachsene zahlen 6 Euro Eintritt. Weitere Infos unter

www.volkswagen-automuseum.de

Gemüsegarten für Selbstversorger

In ihrer Freizeit: Junge Mitarbeiter aus Wolfsburg gründen das „Institut für Zukünfte“ – Ihr Thema: Nachhaltig leben

Acht Volkswagen Mitarbeiter und ihre Mitstreiter haben in der Wolfsburger Innenstadt einen der ersten öffentlichen Gemüseärten für Selbstversorger eröffnet. Tomaten, Salat, Radieschen und mehr wachsen auf einer kleinen Fläche im Stormhof, nahe der Goethestraße. Der urbane Gartenbau ist das erste größere Projekt der Denkfabrik „Institut für Zukünfte“

Gezündet im Dezember vergangenen Jahres, befasst sich diese mit dem Thema Nachhaltigkeit. „Es geht uns neben der ökologischen auch um die ökonomische und die soziale Perspektive. Wir wollen nicht mehr Ressourcen verbrauchen, als uns zur Verfügung stehen, und auf keinen Fall auf Kosten nachfolgender Generationen leben“, sagt Daniele Lauriola aus dem Marketing der Marke Volkswagen.

Ohne erhobenen Zeigefinger, aber mit positiver Denkweise

Der 26-Jährige gehört zu den Mitgliedern der ersten Stunde. Die anderen sind Leonie Matt (23) aus dem Personalwesen, Luisa Slotwinsky (21), angehende Kauffrau für Büromanagement, und Miriam Roeloffs (23), Trainee bei Bugatti. Außerdem sind Matteo Lauriola aus der Beschaffung, Achim Krüger (57) aus der IT, Raffaella Garippo (24) aus der Konzernlogistik und Linda Krüger (22), International Auto Shows, mit von der Partie. Das



Auch Kinder gärtnern mit: Junge Volkswagen Mitarbeiter aus Wolfsburg haben einen öffentlichen Gemüsegarten für Selbstversorger eröffnet.

gemeinsame Ziel: immer mehr Menschen mitzunehmen auf dem Weg in eine nachhaltige Zukunft – „aber ohne erhobenen Zeigefinger, sondern einfach mit guten Ideen und einer positiven Denkweise“, betont Miriam Roeloffs.

Dazu gehören Gespräche und Diskussionen rund um die Frage „Wie wollen oder müssen wir in Zukunft zusammenleben?“, zu denen die Gruppe einlädt. Und dazu zählen konkrete Projekte. Zusätzlich zum urbanen Gartenbau und damit dem Thema Lebensmittel steht

in diesem Jahr das Thema Kleidung auf dem Programm. „Beides betrifft jeden in seinem Alltag. Und jeder kann einen Beitrag für mehr Nachhaltigkeit leisten, wenn er sein Konsumverhalten neu denkt und ein wenig anpasst“, meint Leonie Matt.

Wer sich zum Beispiel am urbanen Gartenbau beteiligt, Sorge dafür, dass Lieferwege entfallen. Und er wisse den Wert von Nahrung wieder mehr zu schätzen. Dann würden auch nicht mehr so viele Lebensmittel wegeschmissen. Zum Thema Kleidung gibt



Idylle mitten in der Innenstadt: Hier lässt es sich nachhaltig leben.

das Institut auf der Instagram-Seite „NotMyHype“ (www.instagram.de/notmyhype) Tipps, wie man auch ohne ständige Käufe modisch topaktuell bleibt. Zudem plant das Institut Kleidertauschpartys und einen Second-Hand-Laden auf Zeit.

Und wie entstand die Idee zur Gründung der Denkfabrik? „Im Freundeskreis haben wir immer wieder über das Thema Nachhaltigkeit gesprochen. Und da wir den gesellschaftlichen Wandel aktiv gestalten möchten, haben wir uns zur Gründung des Instituts für Zukünfte entschlossen“, erklärt Luisa Slotwinsky. Inzwischen gehören neun Wolfsburger ganz unterschiedlichen Alters zu den Mitgliedern. Weitere seien immer willkommen.

Infos und Kontakt zum „Institut für Zukünfte“ unter www.institutfuerzukuenfte.de



Stolz: Jens Heinrich mit seinen neuen Wolfsburg-Kalendern.

Kalender mit Wolfsburg-Fotos: Verkauf läuft

Hilfe für kranke Kinder – unter diesem Motto hat Hobby-Fotograf Jens Heinrich mit dem Verkauf seiner beliebten Wolfsburg-Kalender begonnen. „Wie immer geht der komplette Erlös an die Villa Bunterkund am Klinikum Wolfsburg“, sagt der Mitarbeiter aus dem Vertrieb. In den vergangenen acht Jahren sind fast 31.500 Euro für den guten Zweck zusammengekommen. Die Villa Bunterkund steht in erster Linie kranken Kindern und deren Angehörigen offen.

Einige Eckdaten: Den Wolfsburg-Kalender 2020 gibt es mit Schwarz-Weiß- oder Farbfotos in der Größe DIN A3. Zu den Motiven zählen Kraftwerk, Schloss, Autostadt, Allersee, Volkswagen Arena und Klierversberg. Die Farbversion kostet 15 Euro, die Schwarz-Weiß-Variante 19,99 Euro bei den Buchhandlungen Thalia (City-Galerie) und Sopper (Vorsfelde) sowie im Metropolis Shop in der Autostadt. Online gibt es den Kalender unter www.wolfsburgbilder.de. Und für 12 bzw. 17 Euro kann man die Kalender auch direkt bei Jens Heinrich im Sales Forum in Fallersleben kaufen.



Engagiert: Bernd Lübbers (Ausbilder IM) und Heiko Duda (Ausbilder WM) (links); Mitte: Sprachlernklasse; Maren Höster (Organisatorin) und Ilka Rector (rechts).

Sprachlernklasse im Praktikum bei der Akademie

18 geflüchtete Schülerinnen und Schüler im Alter von 17 bis 29 Jahren aus Afghanistan, Syrien, Iran, Elfenbeinküste, Marokko, Brasilien und Eritrea erlernen zurzeit an den Berufsbildenden Schulen II die deutsche Sprache. Mit großem Engagement absolvierte die Schülergruppe ein einwöchiges Praktikum in der Volkswagen Akademie. Durch die Kooperation zwischen Volkswagen und der BBS II ist dies bereits die fünfte Sprachlernklasse, die ein solches Praktikum am Standort Emden durchläuft.



Fragen zur E-Mobilität: die Tourbegleiter an einem animierten interaktiven Globus.

Besucher haben großes Interesse an der E-Mobilität

Der Besucherdienst im Volkswagen Werk in Emden sah sich in den vergangenen Wochen und Monaten immer häufiger mit Fragen zur E-Mobilität konfrontiert. Damit sie auch denen, die unser Werk besichtigen, Antworten zur E-Mobilitäts-Strategie von Volkswagen geben zu können, wurde für die Tourbegleiter ein spezieller Workshop durchgeführt. Angefangen beim Aufbau eines E-Fahrzeugs über die Ladeinfrastruktur bis hin zur CO₂-Neutralität brachten die Tourguides einige Fragen in diese Runde mit. „Am häufigsten fragen die Besucher mich nach der Reichweite der zukünftigen E-Autos“, so Tourbegleiter Manfred Schmidt. Sein Kollege Günther Vehn bringt es auf den Punkt: „Wir wissen alle noch nicht, wo die Reise einmal hingehet. Aber wir dürfen nicht den Fehler machen und stehen bleiben. Volkswagen als großer Autohersteller muss sich weiterentwickeln und Vorreiter in der neuen Antriebstechnologie werden.“



Der MEB: Anhand eines Ausstellungsstücks werden Besonderheiten der E-Mobilität erläutert.

Eine Fahrzeugfolierung für alle

Innovationsfonds II: Mitarbeiter aus dem Sonderfahrzeugbau in entscheidender Runde

Die Beteiligung am Innovationsfonds läuft über mehrere Runden, darunter die fristgerechte Online-Bewerbung, zwei Pitch-Events, das Erstellen eines Businessplans, eine Marktanalyse, die Erstellung eines Prototyps sowie die endgültige Entscheidung und Realisierung. In dieser letzten, entscheidenden Phase befindet sich derzeit eine Geschäftsidee aus dem Bereich der Folierung, die von Heiko Rose und Thomas Kosubek aus dem Sonderfahrzeugbau sowie Jan Hartwig von den Financial Services Braunschweig eingereicht und mit einem Budget von 260.000 Euro für die Marktvalidierung ausgestattet wurde.

Zur Realisierung einer Geschäftsidee reicht es nicht aus, Experte auf dem jeweiligen Gebiet zu sein. Besonders bei innovativen, expansiven Vorhaben ist es erforderlich, Visionär und Querdenker zu sein, ausreichend Mut, Begeisterung und Hartnäckigkeit mitzubringen und über die notwendigen finanziellen Mittel und Unterstützung durch Experten anderer Fachgebiete zu verfügen. Besonders letztgenannte Faktoren können dazu führen, dass aussichtsreiche Ideen bereits im Keim erstickt werden.

Geschäftsmodell auf globaler Ebene

An dieser Stelle setzt der Innovationsfonds II an, der 2011 vom Gesamtbetriebsrat ins Leben gerufen wurde, um Mitarbeitern die Möglichkeit zu geben, Geschäftsideen jenseits des Kerngeschäftes ohne eigenes finanzielles Risiko auf Realisierbarkeit zu testen und umzusetzen.

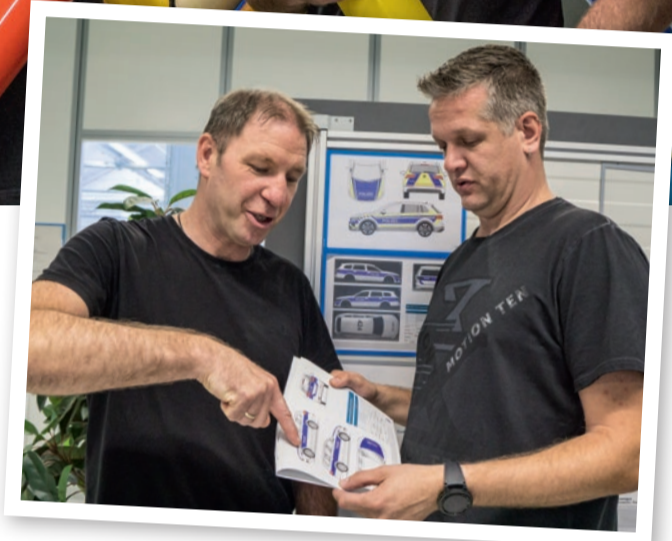
Neben betriebswirtschaftlichen Aspekten wird auch der Faktor Schaffung von Arbeitsplätzen insbesondere für leistungsgeminderte Mitarbeiter bei der Entscheidung über die Geschäftsidee herangezogen.



Gute Idee: Heiko Rose (links) und Thomas Kosubek mit den Folien zur Beklebung.

Ab dem 23. September werden die drei von ihrer Tätigkeit freigestellt, um sich voll und ganz ihrer Geschäftsidee zu widmen. Ihr Geschäftsvorhaben beinhaltet eine Plattform zur „Demokratisierung der Folierung“ namens „Innfolio“. Sie soll es zunächst ermöglichen, das Knowhow und die außerordentliche Qualität der Emders Fahrzeugfolierung den Modellen anderer Standorte auch in größerem Umfang zugänglich zu machen.

Die Infrastruktur des Werks Emden bietet mit ausreichend Abstellflächen und der Verschiffung über den Hafen ideale Voraussetzungen dafür, auch Fahrzeuge, die für Kunden im Ausland bestimmt sind oder im Ausland produziert wurden, vor der Auslieferung zu folieren. Langfristig sollen



Visionäre: Thomas Kosubek (links) und Heiko Rose arbeiten im Sonderfahrzeugbau.

nicht nur alle Konzernmarken, sondern alle Kraftfahrzeughersteller von dieser Plattform profitieren. Das Geschäftsmodell geht aber noch darüber hinaus und soll Kunden und Anbieter im Bereich Folierungen aller Art auf globaler Ebene zusammenführen.

Die bisherige Marktanalyse zeigt positive Tendenzen auf. Auch die Tatsache, dass in diesem Tätigkeitsbereich leistungsgeminderte Kollegen

zum Einsatz kommen können und entsprechende Arbeitsplätze geschaffen werden, spricht für die Verfolgung der Geschäftsidee mit Unterstützung des Innovationsfonds II. Die weitere Marktanalyse soll über soziale Medien vorgenommen werden. Dazu ist eine Website in Vorbereitung. Zum Jahreswechsel wird die endgültige Entscheidung über die Zukunft von „Innfolio“ erwartet.

Lokomotive mit mehr Leistung eingeweiht

Konzernlogistik: Gebrauchte Lok mit 1.000 PS neu aufgebaut – Mit neuem Strangleis mehr Volumen abarbeiten

Die Konzernlogistik, die im Außenhafen ansässig ist, dient als Schnittstelle zwischen Produktion und Absatzmarkt und leistet einen hohen Beitrag zur Kundenzufriedenheit. Sie befördert die Fahrzeuge per Bahn, Lkw und Schiff zum Kunden. 2018 wurden über die zwei Schiebebühnen rund 900.000 Fahrzeuge verladen. Das sind etwa 8.000 Züge mit 140.000 Waggons, die rangiert und verladen wurden.

Die Werkeisenbahn übernimmt die Ver- und Entsorgung der Schiebebühnen und der Ladestellen des Werks. Die Infrastruktur besteht aus 50 Weichen und 21 Kilometern Gleis mit einem Gleisdreieck, in dem die ein- und ausgehenden Waggons in eine andere Fahrtrichtung gedreht werden können. Das Waggonvolumen hat sich in den letzten zehn Jahren verdoppelt und es werden für die nächsten Jahre weitere Steigerungen erwartet.

Durch das mit einer effektiven Gleisnutzlänge von 670 Metern neu gebaute Strangleis neben der Schiebebühne 2 können zusätzliche Volumen abgearbeitet werden. Gerade bei der Abarbeitung von nicht schiebebühnentauglichen Waggons, wie zum Beispiel den sogenannten Crafter Waggons oder geschlossenen Porsche Waggons, wird jetzt auf das



Vorher: So sah die Spender-Lokomotive aus.



Vierachsige Altlokomotive: Sie wird bis auf den Rahmen abgebaut und ab dem Fahrwerk aufwärts komplett mit neuen Komponenten aufgebaut.



Ausgestattet mit 1.000-PS-MAN-Motor: die neue vierachsige Lokomotive.

neue Strangleis ausgewichen. Damit konnte die Produktivität um 25 Prozent gesteigert und gleichzeitig die Gleisinfrastruktur erweitert werden.

Zusätzlich bringen die immer schwerer werdenden Züge die aktuell

im Einsatz befindlichen Lokomotiven an ihre Leistungsgrenzen. Eine alte dreiachsige Lokomotive mit 700 PS hätte dieses Jahr einer kostspieligen Hauptuntersuchung (eine Art TÜV für Loks) unterzogen werden müssen.

Diese Kosten wurden vermieden und dafür eine gebrauchte vierachsige Lokomotive neu aufgebaut und mit einem 1.000-PS-Motor ausgestattet. Durch eine Kooperation mit MAN konnte der erste 1.000-PS-Lok-Motor überhaupt verbaut werden. „Dank der Unterstützung aller Beteiligten hat sich in den letzten zwei Jahren bei der Werkeisenbahn sehr viel getan und auch für die Zukunft sind weitere Projekte zur Weiterentwicklung in Planung“, betonte Thomas Hesse, Leiter der Werkeisenbahn Emden.

Ein Ex-Azubi in Amerika

Von Emden in die USA: Moritz Ramann hat Stipendium für junge Berufstätige vom Bundestag erhalten

Moritz Ramann hat seine Berufsausbildung zum Werkzeugmechaniker in diesem Sommer erfolgreich abgeschlossen. Nach seiner Ausbildung ist er allerdings nicht im Emder Werk geblieben, sondern für ein Jahr nach Amerika gegangen. Der 22-jährige Ex-Azubi hat ein Stipendium für junge Berufstätige erhalten, das sogenannte PPP (Parlamentarisches Patenschafts-Programm), das vom Bundestag vergeben wird.

In einem Gespräch mit Moritz wird schnell klar, dass er mehr möchte und über den Tellerrand hinausschauen will. Fremdsprachen beherrschen, ein anderes Land und Menschen kennenlernen – das ist es, was ihn bewegt.

Erst College, dann Erfahrungen in Chattanooga sammeln

Für ein halbes Jahr besucht er jetzt ein College in Olney, Illinois. Im Anschluss wird Moritz in Chattanooga im Leitwerk des Passat arbeiten. Das PPP bietet so die Chance, internationale Arbeitserfahrungen zu sammeln und Kontakte zu knüpfen, was für den eigenen Berufsweg eine besondere Bereicherung sein wird. Moritz ist in einer Gastfamilie untergekommen, lernt somit auch den amerikanischen Alltag kennen und fühlt sich dort sehr wohl.

„Das Austauschprogramm des Bundestags war eher Zufall und ich hätte mich auch für die Wanderjahre bei Volkswagen bewerben können. Aber der Bundestag war dann doch schneller. Ich freue mich darauf, eine andere Kultur als die eigene mal aus einem ganz anderen Blickwinkel ken-



nenzulernen. Mit anderen Menschen und Verhaltensweisen in Berührung zu kommen und dabei meinen eigenen Horizont zu erweitern. Gleichzeitig freue ich mich sehr, mein Praktikum bei Volkswagen in Chattanooga zu absolvieren und die dortige Arbeitsweise mitzuerleben. Ich bin hoch motiviert und freue mich riesig auf diese einmalige Chance, die mir geboten wird“, sagt er.

Seine Unterstützerin im Bundestag ist Gitta Connemann aus Leer, MdB (Mitglied des Bundestages). Im Vorfeld hat Moritz sich über mehrere Monate für das Austauschprogramm qualifizieren müssen – parallel zu seiner Abschlussprüfung. Nach einer Online-Bewerbung musste er ein Auswahlverfahren in Bonn erfolgreich absolvieren sowie einen Sprach- und Wissenstest bestehen. Zwei weitere Kandidaten aus dem Wahlkreis von Connemann hatten sich ebenfalls qualifiziert, aber die Entscheidung fiel auf Moritz.

In diesem Zuge besuchte Gitta Connemann Moritz in der Akademie. Dort zeigte er ihr unter anderem den neu eingerichteten Bereich „3D-Drucker“, den er mit aufgebaut hat. Michael Rieken, Leiter der Akademie, Fertigungsleiter Thomas Scholz sowie die Betriebsräte Manfred Wulff und Christan Boots führten Gitta Connemann gemeinsam durch die Werkstätten und zeigten ihr die neuesten Technologien in der Akademie.

Gezeigt: Moritz Ramann und Gitta Connemann vor den 3D-Modellen.



E-Mobilität: Das Werk Emden zeigt Flagge.

Flagge zeigen für die Transformation

Nach dem Werksurlaub wurden die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter nach dem Passieren des Werktores am Haupteingang von neuen Logos begrüßt. Ab sofort zeigen wir Flagge für die E-Mobilität am Standort Emden. Zukünftig werden die neuen Logos im Rahmen der Transformation öfter zu sehen sein, denn sie zeigen, wer wir sind, was wir machen und wohin wir gehen. Wir sind das Volkswagen Werk aus Emden, wir sind energiegeladener und bauen die Autos der Zukunft mit Herz. Und wie auch schon in der Vergangenheit wollen wir euch an der neuen Kampagne in Form von Logos, euren Slogans, Plakaten und vielem mehr an dem Weg in das E-Zeitalter teilhaben lassen.



Während einer Übung: Teilnehmer der Security Arena.

Hineinversetzt: Wie arbeiten Datendiebe?

Anfang Juni war es so weit: Die erste Security Arena fand in Emden statt. In diesem interaktiven Trainingsformat wurden die Teilnehmer in Bezug auf das Thema Datendiebstahl sensibilisiert und mussten dabei beispielsweise unterschiedliche E-Mails zuordnen: Phishing oder nicht? Gibt es Auffälligkeiten beim Absender? Lassen diverse Rechtschreibfehler schon einen Verdacht aufkommen? Dies wurde von den Teilnehmern diskutiert und am Ende von den Trainern aufgelöst. Die positiven Rückmeldungen und Anfragen zu weiteren Veranstaltungen zeigen, dass dieses Format gelungen ist, sodass es in der zweiten Jahreshälfte einen weiteren Termin mit einer Security Arena geben wird.

Juniorkicker aus Emden holen den Titel

Volkswagen Junior Masters: D-Junioren gewinnen das Finale in Wolfsburg

Es fing alles so harmlos an. Im Mai fuhr die Jugend der JSG Rot-Weiß Emden/Kickers Emden frühmorgens nach Hamburg. Müde, aber motiviert spielte sie dort ein sehr gutes Turnier und konnte sich sogar im Finale im 9-Meterschießen gegen den TSV Niendorf durchsetzen. Teams wie Werder Bremen, VfL Osnabrück, Esens, VfB Oldenburg und Holstein Kiel konnte sie bereits dort hinter sich lassen. Beide Finalteilnehmer dieses Turniers durften dann auf Einladung des Volkswagen Junior Masters am Deutschlandfinale in Wolfsburg teilnehmen.

Im alten Stadion des VfL Wolfsburg wurden die Augen der Jungs immer größer. Im ersten Spiel gegen die roten Bullen aus Leipzig fühlte es sich für die Spielgemeinschaft tatsächlich so an wie ein Ritt auf einem Bullen. RB war in vielen Belangen überlegen, aber RW hatte dem ein starkes Team und Kämpferherz entgegensetzen. Mit viel Druck und dank Fehlpassen von

RB erspielten sich die jungen Spieler aus Emden im gegnerischen Torraum immer wieder Chancen und nach einem tollen Doppelpass stand es 1:0 für RW. Allerdings hatte RB das Spiel weiterhin unter Kontrolle und nutzte eine kleine Unaufmerksamkeit zum 1:1 – gleichzeitig auch das Endergebnis. In harten Spielen, aber mit viel



Der Jubel beim Schlusspfiff war groß: Niemand hätte gedacht, dass sie so weit kommen.



Kampfegeist: Im gesamten Turnier bewiesen die Emder unglaublichen Siegeswillen.



Deutschlandfinale 2019
Volkswagen Junior Masters

Ganz wie die Profis: nach der Siegerehrung das Mannschaftsfoto im Freudentaumel.

Motivation und Ehrgeiz erkämpften sich die Emder erst einen Platz im Viertelfinale und waren ab dann kaum noch aufzuhalten.

An ihrer Belastungsgrenze angekommen, boten die Emder den Zuschauern ein fantastisches und faires Finale gegen den Niendorfer TSV, welches mit 1:0 gewonnen wurde. Eine Siegerehrung voller Glücksgefühle ist ein Traum für jeden Fußballfan. Unter der Leitung von Dieter Burdenski

und Laudator Pierre Littbarski wurden alle Spieler und Mannschaften sowie natürlich RW Emden als Turniersieger der D-Junioren zusammen mit den Mädels von RB Leipzig bei den C-Juniorinnen ausgiebig geehrt.

Dieser Titel ist die größte Auszeichnung im D-Junioren-Bereich. Die JSG RW Emden/Kickers Emden bedankt sich bei den Ausrichtern des Volkswagen Junior Masters für das außergewöhnliche Event.



Infotag: Die Besucher warfen einen Blick in die Ausbildungswerkstatt.

Berufe entdecken, Informationen sammeln

Wie in jedem Jahr fand auch in diesem Sommer der Berufsinformationstag der Volkswagen Osnabrück GmbH statt. Rund 350 Gäste, darunter Schüler, Eltern und Lehrer, informierten sich über Ausbildungsberufe, duale Studiengänge und das Bewerbungsverfahren.

Auf die Besucher warteten zahlreiche Informationsstände, spannende Mitmachaktionen in den Ausbildungswerkstätten, interessante Vorträge und eine beeindruckende Automobilausstellung. Betreut wurden die einzelnen Aktionen von den Auszubildenden und Ausbildern. Ob virtuelles Schweißen, das Löten von LED-Lampen oder auch die Achsvermessung an Fahrzeugen – die Gäste zeigten reges Interesse an den Ausbildungsberufen und Ausbildungsinhalten.

Besonders beeindruckt zeigten sie sich von dem umfangreichen Wissen und der tollen Vorbereitung der Auszubildenden, die für ihr Engagement viel Lob erhielten. Zusammenfassung des Tages: gutes Wetter, gute Stimmung und viele gute Gespräche mit Interessierten.

Umso freudiger beginnt derzeit der Auswahlprozess für das Einstelljahr 2020. Der Standort Osnabrück ist gespannt auf viele interessierte Bewerber.

Mit dem Rad zur Arbeit

Seit dem 19. August 2019 können nicht nur Autos, sondern auch Fahrräder die Werkttore der Volkswagen Osnabrück GmbH passieren.

Jeder Mitarbeiter kann nach Erhalt der Einfahrberechtigung mit dem eigenen Fahrrad ins Werk fahren und es jetzt noch sicherer auf dem Werkgelände parken. Diese Vereinbarung fördert den Umstieg auf das Fahrrad und ist somit nicht nur für die Umwelt, sondern auch für die Gesundheit ein echter Mehrwert!



Vor dem Tor 2: die Mitarbeiter mit den ersten ausgestellten Einfahrberechtigungen.

T-Roc Cabrio¹: So gelingt der Anlauf

Zentrales Team bereitet sich auf erfolgreichen Start der Serienproduktion Ende des Jahres vor

Jetzt wird es spannend! Die letzte Vorserienstufe vor dem SOP, die sogenannte Nullserie, des T-Roc Cabrios ist gestartet und das zentrale Anlaufmanagement der Volkswagen Osnabrück GmbH steht vor einem weiteren herausfordernden Kapitel.

Das T-Roc Cabrio ist das erste Fahrzeugprojekt für die im September 2018 gegründete Abteilung. Früher wurden alle Anläufe dezentral in den Abteilungen des Standorts organisiert und umgesetzt. Durch die Zentralisierung der Aufgaben sind Synergien gehoben worden, sodass besonders die fachbereichsübergreifenden Schnittstellen optimiert werden konnten.

Das Anlaufmanagement: Koordinator und Problemlöser

Um die termin- und funktionsgerechte Abgabe der Vorserienfahrzeuge sicherzustellen, übernimmt das Anlaufmanagement die Gesamtkoordination und das Tracking der Fahrzeuge. Durch das enge Monitoring dieser Fahrzeuge wird sichergestellt, dass wichtige Tests und Abnahmefahrten durchgeführt werden können. Nicht immer gelingt es, den vielschichtigen Wünschen zu entsprechen, doch werden meistens zufriedenstellende Lösungen für das gesamte Team erreicht.

Eine besondere Herausforderung im Projekt ist zudem die Sicherstellung der statusgerechten Teilebereitstellung.



Neben ihrem Produkt (von links): Detlef Schulze, Kathrin Mechelhoff, Nils Marotz und Timo Knipp.

Durch die stark verkürzte Projektlaufzeit besteht gerade hier ein enormer Abstimmungsbedarf hinsichtlich der Teilerife.

Viele Teile für das T-Roc Cabrio werden aus anderen Fahrzeugen übernommen. Hier werden seitens der Beschaffung die Lieferpläne angepasst, sodass auch das T-Roc Cabrio mit diesen Teilen versorgt werden kann. Aber auch bei den Neutei-

len gilt es, seitens der Entwicklung gemeinsam mit der Beschaffung und der Qualitätssicherung den Spagat zwischen der verkürzten Fertigstellung der Werkzeuge und den hohen Qualitätsansprüchen zu meistern.

Ein weiterer Schwerpunkt des Anlaufmanagements ist es, durch eine geringe Komplexität im Anlauf die Machbarkeit in den einzelnen Pro-

duktionsbereichen sicherzustellen. Erstmals wurde beim T-Roc Cabrio ein Punktesystem angewandt, in dem mit allen Fachbereichen die Einbaumfänge bewertet wurden. Getreu dem Motto „Etwas Neues wagen“ wurde mit dem Anlaufmanagement eine Abteilung etabliert, die unterstützend wirkt, damit der Anlauf gemeinsam erfolgreich gemeistert wird.



Seit Jahresbeginn in Betrieb: Anlagen zur materialabhängigen Blechreinigung.

Weniger Nacharbeit

Blechreinigung: Optimierung der Anlagenstruktur

Hinter der Bezeichnung „Front of Line“ verbirgt sich eine Optimierung der Anlagenstruktur zur materialabhängigen Blechreinigung sowie der automatisierten Platinenbereitstellung für den Pressvorgang. Die optimierte Anlagenstruktur ist seit Jahresbeginn 2019 am Standort Osnabrück in Betrieb. Eine gereinigte Platine (Blechtafel) verringert die Nacharbeit und gewährleistet eine gute Oberflächenqualität.

Je nachdem, welches Material verarbeitet werden soll, gibt es unterschiedliche Anforderungen an die Reinigung. Es wird unterschieden zwischen der Waschanlage für Stahlplatinen und der Bürstenstation für Aluminiumplatinen. Die Unterscheidung bei der Platinenreinigung liegt in der Verwendung von unterschiedlichen Schmierstoffen aufgrund der unterschiedlichen Zieheigenschaften von Stahl- und Aluminiumplatinen begründet. Die Aluminiumplatinen werden zudem mit einem Trockenschmierstoff angeliefert, der in der Waschanlage nicht abgetragen

werden darf. Der Mehrwert dieser Reinigungsanlage liegt darin, dass beide Optionen mit geringem Umbauaufwand genutzt werden können. Somit kann wahlweise die Waschanlage mit einem Schmierstoff oder die Bürstenreinigungsanlage mit nachgeschalteter Sprühbeulung genutzt werden.

An die Reinigung wurde ein Förderband mit automatischer Platinenerkennung angeschlossen. Hier ist ein Roboter in der Lage, Platinen selbstständig in die Presse einzulegen. Dies ist mithilfe einer kamera-basierten Automatisierung und einer einmaligen Programmierung pro Platingeometrie (Teaching) schnell eingerichtet. Die Zeiten, in denen die Anlage für einen Umbau stillsteht, werden so reduziert. Zukünftig wird auch der bisher händisch durchgeführte Prozess des Einlegens in den Reinigungsvorgang durch den Einsatz eines Roboters automatisiert. Durch diese Automatisierung können die Verlustzeiten beim Wechsel des Platinenstapels reduziert werden.

Mille Miglia: 1.000 Meilen durch Italien

Interview über die Teilnahme am historischen Rennen

Marcel Leifer, der Hüter der Automobilsammlung am Standort, hatte dieses Jahr die Ehre, als Mechaniker an der Mille Miglia teilzunehmen.

Was ist denn die Mille Miglia?

Leifer: Die Mille Miglia ist das wohl berühmteste historische „Renn“-Event der Welt. Sie wurde 1927 ins Leben gerufen, als eine Langstrecken-Motorsportveranstaltung zwischen Brescia und Rom. Die Strecke ist – wie der Name sagt – etwa 1.000 Meilen lang. Nach einem tragischen Unfall 1957, bei dem mehrere Menschen ums Leben kamen, wurde die Rennserie beendet.

Erst 1977 gab es eine Neuauflage, als Gleichmäßigkeitsfahrt ausgelegt. In Erinnerung an die erste Serie sind nur Fahrzeugmodelle der ersten Veranstaltungstage zugelassen. Das bringt den Charme der alten Mille Miglia zurück, genauso wie die von den Teilnehmern relativ flexibel ausgelegten Verkehrsregeln. Rote Ampeln werden gerne mal übersehen.



Marcel Leifer an einem der leicht modifizierten Käfer.

Welche Fahrzeuge durftest du betreiben?

Leifer: Volkswagen Classic nahm mit zwei leicht modifizierten Käfern teil, ganz nach dem Vorbild von Paul Ernst Strähle, der im Jahr 1954 mit einem Maggiolino (italienisch für Käfer) an den Start ging. Meine Aufgabe war es, die reibungslose Teilnahme der Fahrzeuge sicherzustellen. Die Vorbereitung der Fahrzeuge gestaltete sich einfacher als gedacht, da beide in einem hervorragenden Zustand waren. Dennoch wurde im Vorfeld auf jedes Detail geachtet, um einen Ausfall auf der Strecke zu verhindern. Ich bin stolz darauf, dass ich dazu beigetragen habe, dass die zwei Käfer ohne große Mängel ins Ziel gekommen sind.

Was war dein persönliches Highlight der Fahrt?

Leifer: Die Nachteinfahrt in Rom werde ich so schnell nicht vergessen.

Und geht es nächstes Jahr wieder nach Italien?

Leifer: Wenn ich könnte, würde ich natürlich gerne. Die Mille Miglia war dieses Jahr mein persönliches Highlight. Ich hatte die Chance, Fahrzeugraritäten in einer wunderschönen Umgebung live mit zu erleben.



In Aktion: Leifer beim allabendlichen Nachstellen der Bremse.