

NOVEMBER 2017

Automobilwoche

edition

# VOLKSWAGEN

Die neue Mission



## VERÄNDERUNG

VW-Markenchef Diess über Transformation

## VERSPRECHEN

Die I.D.-Familie ist das Symbol der neuen Zeit

## VERHANDLUNGEN

Handel soll zukunftsfähig aufgestellt werden

# Verantwortung überall

Was bedeutet Nachhaltigkeit entlang der Wertschöpfungskette? Von fairen Beziehungen zu Lieferanten, regenerativen Energien bei Händlern und Umweltschutz durch digitale Dienste.

AGNES VOGT

**MÜNCHEN.** „Verantwortung und Wandel“, damit überschreibt der VW-Konzern seinen selbst auferlegten Wertekodex, den Nachhaltigkeitsbericht. „Wir fühlen uns dem Anspruch nachhaltigen und verantwortungsvollen Unternehmertums verpflichtet“, heißt es darin. Dass die Aufarbeitung der Dieselkrise dabei eine besondere Rolle spielt, betont VW-Konzernchef Matthias Müller.

Nachhaltiges Handeln und nachhaltige Wertschöpfung sind schon lange Teil der Unternehmensphilosophie bei VW – im Konzern wie auch bei der Marke. Dabei werden nicht nur Umwelt- und Ressourcenschutz unter dem Thema zusammengefasst, sondern ökonomische, soziale und ökologische Ziele sowie ein einheitliches Wertesystem. „Wir wollen dauerhafte Werte schaffen, gute Arbeitsbedingungen bieten und sorgsam mit Umwelt und Ressourcen umgehen.“

Aber wo zeigt sich Nachhaltigkeit in der Wertschöpfungskette von VW?

## In der Lieferkette

Auch wenn Markenchef Herbert Diess als harter Verhandlungspartner bei Zulieferern gilt: VW hat ein Konzept für „Nachhaltigkeit in den Lieferantenbeziehungen“ erarbeitet. Die Forderungen sind vertraglich festgelegt und werden in den Beschaffungsprozess integriert. Dazu gehören die Prinzipien des UN Global Compact, die Charta der Internationalen Handelskammer und eigene VW-Umweltziele. So werden Standorte von Lieferanten einer Länderrisikoanalyse unterzogen, es gibt einen Integritätscheck von potenziellen Geschäftspartnern sowie ein Risikomanagement, das die finanzwirtschaftliche Stabilität bewertet. Von



114 Eimer Wasser mit je zehn Liter Füllmenge stehen um einen Golf: So viel Wasser hat VW bei der Herstellung eines Golf seit 2010 eingespart.

den Lieferanten wird erwartet, dass sie keine Mineralien verwenden, die in Konflikt- und Hochrisikogebieten abgebaut werden oder wo unter menschenunwürdigen Bedingungen gearbeitet wird. Sie sollen zudem durch ihre Wirtschaftsbeziehungen nicht direkt oder indirekt bewaffnete Konflikte fördern.

## In der Logistik

Im VW-Werk Zwickau, aber auch bei Porsche in Leipzig sind voll-elektrische 40-Tonner unterwegs. Der Entwicklungsdienstleister IAV hat für beide Fabriken je eine Sattelzugmaschine aufgebaut und sie mit elektrischen Antrieben und Batterien mit 144 kWh Kapazität ausgestattet. Die E-Lkw können 85 km/h schnell fahren und haben eine Reichweite von 70 Kilometern. Geladen werden die Lkw während der Wartezeiten in den Werken per Schnellladesystem. 2018 soll die Technologie ausgebaut werden: Der Lkw im Porsche-Werk soll dann hochautomatisiert fahren, das Fahrzeug im VW-Werk Zwickau bekommt ein automatisiertes Rangiersystem für das Andocken an den Verlade-rampen.

## In der Produktentwicklung

Alternative Kraftstoffe, Leichtbau oder Ressourceneffizienz sind Themen für die Produktentwicklung. Im Rahmen von Funktionalität, Qualität, Sicherheit und Umweltverträglichkeit werden vorhandene Produkte verbessert oder neue konzipiert. Der aktuelle Passat

# 45

Prozent Energie, CO<sub>2</sub>, Wasser, Löse-mittel und Abfall sollen im VW-Konzern im Jahr 2025 weniger anfallen als im Referenzjahr 2010

## In der Produktion

Für Leichtbauwerkstoffe wie Aluminium hat VW im Dezember 2016 einen Pilotvertrag zur direkten Rückführung von Aluminiumschrotten zum Lieferanten und dem Wiedereinsatz im Fahrzeug unterzeichnet. Mit der Umsetzung des Projekts „Aluminium Closed Loop“ entsteht 2017 erstmals ein geschlossener Kreislauf für Aluminium über die Unternehmensgrenzen hinaus.



wird großteils aus warmumgeformten, hochfesten Stählen oder Blechen produziert – und zwar zu 75 Prozent mehr als das Vorgängermodell. Zwar ist der Energieaufwand in der Produktion hoch, doch weil der Passat dank Warmumformung deutlich leichter wird, ist sein CO<sub>2</sub>-Ausstoß geringer.

Power-Charging für die Kunden anzubieten.

**Am Arbeitsplatz**

Auf Basis von vier Betriebsvereinbarungen zum sogenannten „Volkswagen Weg“ beteiligt sich die Belegschaft der Marke Volkswagen bereits seit 2007 an der Ver-

Durch die „Train the Trainer“-Methode qualifizieren der Konzern und die Marken die Standorte nach und nach. Die Begleitung der Teilnehmer dieses Piloten findet zu Beginn durch einen Trainer des Konzerns statt. Durch die gemeinsame Qualifizierung von Teamsprechern und Meistern wächst das gegenseitige Verständnis für die Rolle des anderen und bringt alle auf einen einheitlichen Kenntnisstand.

**Bei digitalen Services**

Auch bei der Entwicklung von digitalen Diensten spielt Nachhaltigkeit eine große Rolle. So haben VW und DHL Paket in Berlin das Pilotprojekt „We by Volkswagen Deliver“ mit 50 digital ausgestatteten Polo gestartet. DHL hat es somit einfacher, Online-Bestellungen zuzustellen. Sie werden in den Kofferraum des Autos gelegt. Mehrfachfahrten werden so vermieden. Und der Empfänger muss sich nicht mehr bei der Post anstellen, wenn er den Paketdienst verpasst hat.

Der Kunde muss bei der Bestellung im Onlineshop lediglich ein Zeitfenster angeben, innerhalb dessen DHL das Paket liefern soll. Das Fahrzeug wiederum muss in dieser Zeit so geparkt sein, dass der Zusteller es gut erreichen kann. Ob es dabei auf dem Büroparkplatz steht oder in der Stadt am Straßenrand, ist egal. Der Paketzusteller findet das Auto über die GPS-Daten und bekommt einen einmaligen Zugang zum Kofferraum. ■



Geht es nach VW und DHL, werden Pakete künftig nicht mehr zu Hause, sondern im Kofferraum abgegeben.

Statt auf primäre Rohstoffe setzt VW immer stärker auf Rezyklate. Sie werden aus Produktionsrückständen oder Altmaterial gewonnen – müssen aber genauso hochwertig sein wie primäre Rohstoffe. Polo und Golf bestehen inzwischen bereits zu einem Drittel aus aufbereitetem Altmaterial.

besserung von Arbeitsorganisation und Effizienz im Unternehmen. Dies erfolgt auf Grundlage einer Vielzahl von Instrumenten und Methoden, die darauf abzielen, Prozesse und Strukturen in Bezug auf Produktivität, Qualität sowie Ergonomie, Führung und Zusammenarbeit ständig weiterzuentwickeln.

**Im Handel**

Seit 2010 können Autohäuser in Deutschland eine Energieberatung bekommen. 400 VW-Händler haben bislang teilgenommen und Energie sowie Kosten um bis zu 30 Prozent reduziert. Derzeit wird dieses Programm zu einem Energiemanagement-Konzept weiterentwickelt und soll ab Mitte 2018 ausgerollt werden.

Dabei sollen die Händler unter anderem auf regenerative Energien setzen und sie dezentral, beispielsweise durch Fotovoltaik-Anlagen, selbst erzeugen. Diese Energie soll genutzt werden, um kostengünstiges Laden und High-

**THINK BLUE.FACTORY.**

**Ökologisch und nachhaltig produzieren**

„Think Blue. Factory.“ ist das VW-Umweltprogramm für die Autoproduktion – und bereits seit 2010 in allen VW-Werken im Einsatz. Alle Werke tauschen sich systematisch über ihre Erfolgsrezepte aus und übernehmen gegenseitig die besten Maßnahmen. Bislang wurden rund 2500 von 5000

erarbeiteten Maßnahmen umgesetzt.



Im Vergleich zum Jahr 2010 wurden bis 2016 der Energieverbrauch um 23,5 Prozent und die CO<sub>2</sub>-Emissionen um 28,6 Prozent gesenkt. Anfallender Abfall konnte um 58,6 Prozent reduziert werden. 27,5 Prozent weniger Wasser und 7,6 Pro-

zent weniger Lösemittel wurden verbraucht. Damit hat VW das Ziel, Autos bis 2018 insgesamt 25 Prozent nachhaltiger zu produzieren, vorzeitig erreicht – und schraubt deshalb die Ziele bis 2025 um 20 Prozent höher. „Wir sind auf dem Weg zur ressourcenoptimalen Fabrik an allen Standorten der Marke“, sagt Thomas Ulbrich, Vorstand für Produktion und Logistik.