

# „Driving ideas.“

## Was die Menschen morgen bewegt

Wer Visionen hat, sollte zum Arzt gehen, lautet die bekannte Empfehlung von Altbundeskanzler Helmut Schmidt. Doch nur wer Visionen hat, kann die Herausforderungen der Gegenwart meistern, meinen wir. Der Volkswagen Konzern sucht deshalb unter dem Motto „Driving ideas.“ nach richtungweisenden und praktikablen Antworten auf die Mobilitätsfragen von heute und morgen. Wir übernehmen Verantwortung, damit unsere Welt lebenswert bleibt.

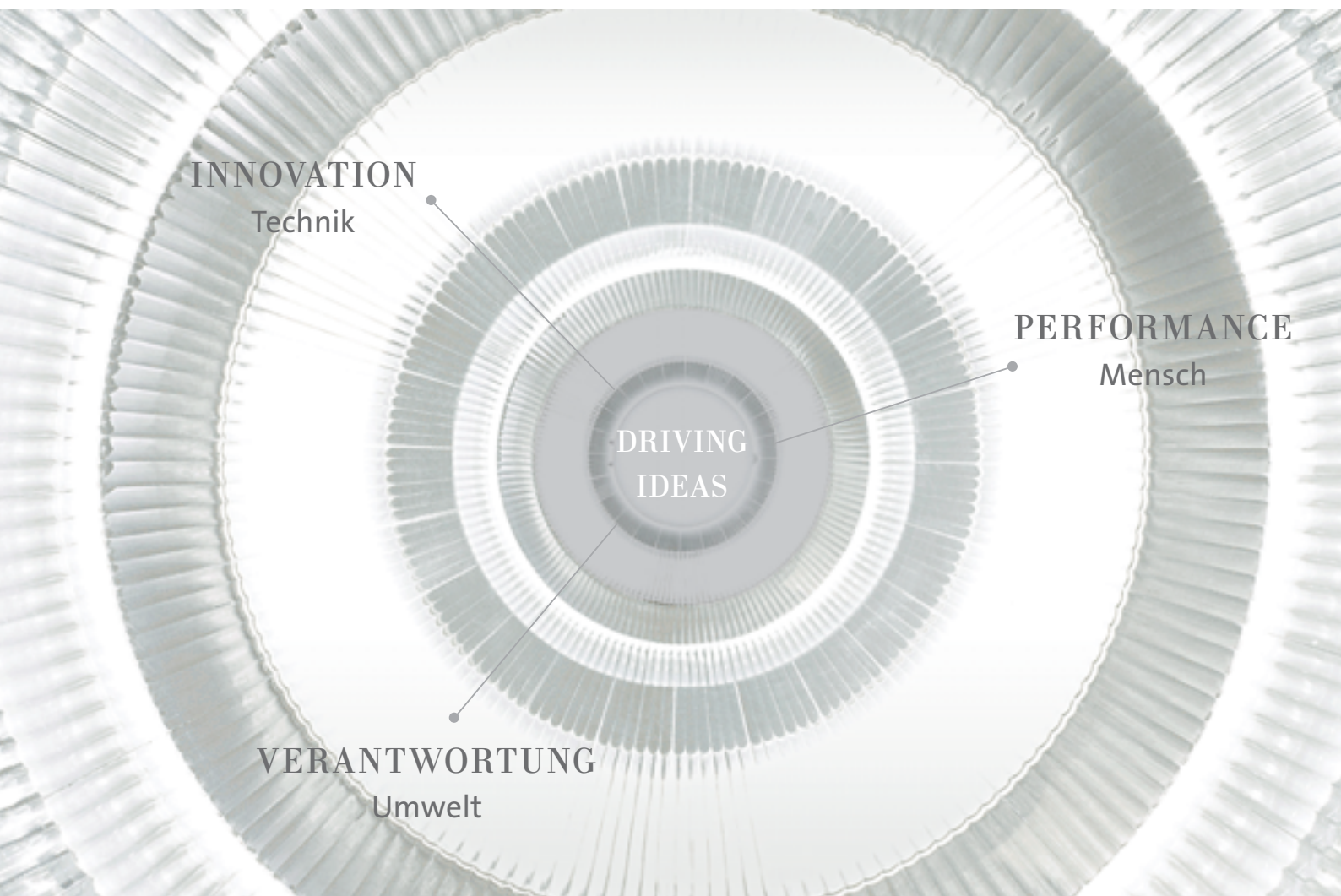
**N**atürlich steht das Produkt „Auto“ im Mittelpunkt des Denkens und Handelns von Europas größtem Fahrzeughersteller. Aber der Volkswagen Konzern will mehr: Unter dem Motto „Driving ideas.“ stellt sich das Weltunternehmen mit allen seinen acht Marken den Herausforderungen der Zukunft – und hat dabei weit mehr als nur den Automobilbau im Blick.

Technik, Umwelt und Mensch: Das sind die zentralen Handlungsfelder, die die Mobilität von morgen bestimmen. Individuelle Mobilitätsbedürfnisse, ökologische Belange und ökonomische Ansprüche zu vereinen, ist eine große Aufgabe. Mit der Initiative „Driving ideas.“ versucht der Volkswagen Konzern, diese scheinbaren Widersprüche miteinander in Einklang zu bringen.

Schließlich ist die Wahrnehmung ökologischer und sozialer Verantwortung für ein Unternehmen wie

Volkswagen die Grundlage seines wirtschaftlichen Erfolgs. Das sehen immer mehr Kunden, aber auch Aktionäre und Mitarbeiter rund um den Globus genauso – „Nachhaltigkeit“ ist daher der Leitwert der Unternehmensführung.

„Driving ideas.“ – Denken wird über den Tag hinaus entworfen und erprobt, aber so, dass zukünftige Anwender schon heute den Nutzen innovativer Technologien erleben können. Zum Beispiel waren im vergangenen Jahr bei der „Urban Challenge 2007“ in den USA computergesteuerte Roboter-Autos zu bestaunen, die 100 Kilometer durch simulierten Stadtverkehr manövierten – ohne menschlichen Fahrer. Nachdem der Touareg-Prototyp „Stanley“ vor drei Jahren ein Rennen über einen vergleichbaren Parcours gewonnen hatte, belegte der mit intelligenter Software, Laser- und Radartechnik ausgerüstete Volkswagen Passat „Junior“ diesmal den zweiten Platz.



Technik, Umwelt und Mensch:  
Das sind die zentralen Handlungsfelder, die die Mobilität von morgen bestimmen.

Zwar dürfte es noch eine Weile dauern, bis solche autonom fahrenden Wagen Alltag auf unseren Straßen werden, aber bereits heute profitieren die Kunden des Volkswagen Konzerns von Fahrerassistenzsystemen wie der Automatischen Distanzregelung oder der Parkhilfe Park Assist, die ihre Serienreife einer solch futuristischen Experimentierfreudigkeit verdanken.

#### „DRIVING IDEAS.“ – DIE MOBILITÄTSAGENDA

„Driving ideas.“ ist die Mobilitätsagenda des gesamten Volkswagen Konzerns. Sie zeigt, was dieses Unternehmen zu leisten imstande ist. Überlegene Technik dient dem Miteinander von Mensch und Umwelt, denn sie erfüllt Mobilitätsbedürfnisse sicher und dennoch komfortabel – und harmoniert gleichzeitig mit ökologischen Erfordernissen. Die innovative Ingenieurskunst von Volkswagen stellt immer den Menschen in den Mittelpunkt, die Performance drückt aus, welche Leistung der Konzern für Kunden und Gesellschaft vollbracht hat, und seine Verantwortung gründet zuallererst in nachhaltigem Handeln.

Innovation, Performance, Verantwortung – diesen Werten fühlen sich die acht Marken des Volkswagen Konzerns verpflichtet; der Geschäftsbericht 2007 des Volkswagen Konzerns legt das dar. Das breite



**MOTIV AUS DER ANZEIGENKAMPAGNE „DRIVING IDEAS.“ – SOLARENERGIE IM STROH** (links): Mit SunFuel®, der zweiten Generation der Biokraftstoffe, geht Volkswagen einen neuen Weg.

**INNOVATIVE TECHNOLOGIE** (rechts): Der Touareg-Prototyp „Stanley“ war Sieger der Grand Challenge 2005.

Spektrum dieses Markenverbunds – preiswerte familienfreundliche Pkw, Luxuslimousinen, Sportwagen der Superlative und Nutzfahrzeuge unter einem Dach – eröffnet weite Synergiepotenziale, die künftig noch intensiver genutzt werden sollen. Die Markenvielfalt inspiriert zu der großen gemeinsamen Anstrengung, die weltweite Vorreiterrolle im Automobilbau zu übernehmen. Wer Autos mit so viel Leidenschaft baut wie die rund 329.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter des Volkswagen Konzerns, weiß aber selbstverständlich, dass Kundinnen und Kunden auch von Design und Fahrspaß eines Automobils begeistert sein müssen.

Die finanzielle Messlatte liegt ebenfalls hoch: Beispielsweise will die Marke Volkswagen Pkw bis 2018 den Absatz um über 80 Prozent auf 6,6 Millionen Fahrzeuge steigern, damit einen Weltmarktanteil von etwa neun Prozent erreichen, um dann auch zu den profitabelsten Automobilunternehmen zu gehören. Auf dem Weg dahin wird entscheidend sein, als Top-Arbeitgeber die besten Fachkräfte für den Konzern zu gewinnen und dann weiterzuqualifizieren – denn echte „Driving ideas.“ werden nur von hervorragend ausgebildeten und hoch motivierten Mitarbeitern entwickelt.

Alternative Energien, intelligente Verkehrskonzepte, Luftreinhaltung und Recycling sind nur einige der Zukunftsthemen, denen sich der Volkswagen Konzern mit seinen „Driving ideas.“ stellt. Allen gemeinsam ist, dass sie Mensch, Umwelt und Mobilität gerecht werden wollen. Die ersten Schritte sind vielversprechend: Der Durchbruch zur zweiten Generation der Biokraftstoffe unter dem Namen „SunFuel“, deren anwendungsorientierte Forschung der Volkswagen Konzern mit kompetenten Partnern vorantreibt, läutet das Zeitalter nicht fossiler Brennstoffe ein. Die Zukunft liegt im Umstieg auf erneuerbare Energien und Rohstoffe. Ein Anfang ist mit SunFuel gemacht, einem Kraftstoff aus Biomasse, in dem Sonnenenergie steckt und dessen Herstellung nicht in Konkurrenz zur Lebensmittelproduktion steht. Die Aussicht auf Autos mit solarem Antrieb rückt näher. Der Konzern ist unterwegs in diese Zukunft – in der Staus vielleicht noch nicht ganz der Vergangenheit angehören; aber die Fahrer werden die Zeit in ihnen angenehmer, sicherer und effektiver als heute verbringen: zum Beispiel lesend, schreibend, planend oder einfach nur träumend, während das Auto selbsttätig durch den Engpass gleitet. Der Volkswagen Konzern träumt nicht von dieser Vision. Seine Mitarbeiter arbeiten daran, Tag für Tag.



**WEITERE INFORMATIONEN**  
[www.driving-ideas.de](http://www.driving-ideas.de)

## STATEMENTS VON MITARBEITERN ZU „DRIVING IDEAS.“



MAURO ANDRADE, ABTEILUNGSLEITER ORIGINALTEILE UND ZUBEHÖR, VOLKSWAGEN NUTZFAHRZEUGE, BRASILIEN

„Ich glaube an unsere Fähigkeit und Kraft, einen Traum zu verwirklichen. Bei Volkswagen habe ich gelernt, dass diejenigen, die äußerst **engagiert arbeiten**, Grenzen überschreiten können. Dass ich daran mitgewirkt habe, darauf bin ich stolz.“

BONGIKOSI QWESHA, AUSZUBILDENDER BEI VOLKSWAGEN, SÜDAFRIKA

„Die Auszeichnung ‚Bester Auszubildender 2007‘ **hat mein Leben verändert**. Wenn ich an Volkswagen denke, sehe ich Großes vor mir – auch im Hinblick auf meine Weiterqualifizierung und meine künftige Karriere.“



LISA MA, EVENTMANAGERIN BEI AUDI, CHINA

„Im Jahr 2007 war Audi in China sehr erfolgreich. Wir stellen uns jeden Tag **neuen Herausforderungen**. Und natürlich warte ich gespannt auf das aufregendste und wichtigste Ereignis dieses Jahres: die olympischen Sommerspiele in China. Willkommen in Beijing!“



IVAN COTTI, TECHNIKER IN DER ENTWICKLUNG BEI LAMBORGHINI

„Ich arbeite seit 1989 bei Lamborghini, und ich bin sehr stolz darauf, in der Entwicklungsabteilung dieser **einzigartigen italienischen Marke** tätig zu sein. Alle Phasen der Entstehung des Modells Reventón begleiten zu dürfen, war für mich Herausforderung und Belohnung zugleich.“



RAPHAEL GIOVANNI AMBROSIO, TRAINEE BEI SEAT, SPANIEN

„Als Trainee Team-Mitglied bei SEAT zu sein, bedeutet für mich die Chance auf eine **internationale Karriere** – und dass ich durch meinen Einsatz dazu beitragen kann, die künftigen Ziele des Unternehmens mitzugestalten.“

