

VOLKSWAGEN

GROUP SVERIGE AB

HÅLLBARHETSREDOVISNING 2018



Varför väljer vi att redovisa vårt hållbarhetsarbete?

Vi har tidigare år hänvisat till koncernledningens hållbarhetsredovisning. I år kände vi att vi var mogna att ta fram vår egen. Syftet är att enklare kunna kommunicera vårt hållbarhetsarbete till våra intressenter och dela med oss hur Volkswagen Group Sverige (VGS) jobbar med dessa frågor. Vi har i många år jobbat aktivt och systematiskt med miljö-, kvalitet-, och arbetsmiljöfrågor. På senare år har även det sociala ansvaret fått ta en större plats i vårt arbete.

Hållbarhetsredovisningen är upprättad i enlighet med GRI Standard Core. Redovisningen omfattar hela VGS verksamhet och avser räkenskapsåret 2018. Ambitionen är att varje år bli bättre och bättre på att bland annat arbeta med hållbarhetsfrågor men även bättre på att redovisa utfallet av det arbete vi gör.

DETTA ÄR VOLKSWAGEN GROUP SVERIGE

VD HAR ORDET	6
PRESENTATION	8
VISION OCH UPPDRAG	14
OMVÄRLD OCH MARKNAD	16
STRATEGI	20
VÄSENTLIGHETSANALYS	22
2018 I KORTHET	24

SOCIAL HÅLLBARHET

GODA ANSTÄLLNINGSFÖRHÅLLANDEN OCH VILLKOR	28
GOD HÄLSA OCH SÄKERHET PÅ ARBETSPLATSEN	34

MILJÖMÄSSIG HÅLLBARHET

MILJÖFOKUS PÅ VÅRA PRODUKTER	38
PRODUKTENS LIVSCYKEL	42
FRÄMJANDE AV MILJÖVÄNLIG TEKNIK	46

EKONOMISK HÅLLBARHET

FINANSIELL HÄLSA	54
KUNDNÖJDHET	56

FRAMTIDEN

VI BLICKAR FRAMÅT	62
-------------------------	----

DETTA ÄR VOLKSWAGEN
GROUP SVERIGE



Claes Jerveland

Vi vill vara ledaren som formar Sveriges framtida hållbara mobilitet

Volkswagen-koncernen befinner sig i en omfattande transformation. På makroplanet är Volkswagen Groups strategiska omsvängning med strategin Together 2025 med fokus på att bli "global leader of sustainable mobility" viktig för framtiden. I vår roll som importör i Sverige kokar det ner till att påbörja omställningen mot elektrifiering, upp-kopplade bilar och digitalisering. Inom dessa områden drivs nu ett flertal projekt och initiativ. Som ett led i förberedelserna för framtiden har överenskommelse med våra återförsäljare och servicepartners gjorts rörande nya och uppdaterade avtal som tar höjd för omställningen mot elektrifiering, uppkopplade bilar och många digitala tjänster.

Vår strategi för att minska vår påverkan på klimatet är att fokusera på elektrifiering av våra fordon. Koncernen investerar över 30 miljarder euro för industrialisering av e-mobilitet. Till 2028 ska inte mindre än 70 nya eldrivna modeller erbjudas marknaden.

År 2026 kommer vi att lansera den sista plattformen förbränningsmotorer. De kommer sedan att leva under två generationer vilket betyder att den sista bilen med förbränningsmotor från vår koncern säljs omkring år 2040. Därmed räknar vi med att de bilar från vår koncern som rullar på vägarna år 2050 ska vara helt koldioxidfria.

Genom ett synsätt på hela kedjan – från råvaruutvinning, via produktion och bilens ägande till skrotning – är det vår ambition att skapa en helt koldioxidneutral mobilitet. Vi ställer krav på våra leverantörer att deras processer sker med förnybar energi. Samma gäller vår egen produktion. Genom att vi själva kommer att erbjuda förnybar energi ger vi också kunden möjlighet att ladda bilen på ett hållbart sätt. Och när bilen kommer till slutet av sin livscykel har vi möjligheter att använda batteriet till andra ändamål. Det är något vi tittar på även här i Sverige.

All mobilitet står för någon form av utsläpp. De utsläpp vi inte kan eliminera kompenserar vi för genom trädplanteringsprojekt i olika delar av världen.

Sverige är ett av de länder som har bäst förutsättningar för elbilar när det gäller förnybar energi. Tack vare vår stora tillgång på vattenkraft men även vind blir elbilen klimatmässigt lönsam direkt.

Parallellt med detta fortsätter vårt arbete med att utveckla energieffektiva förbränningsmotorer som även kan köras på biobränsle som till exempel biogas. Dessa motorer är en viktig del i övergången mot en fullständig fossilfrihet. Stora landvinningar sker också när det gäller hälsofarliga utsläpp, som kväveoxid. Den nya generationens dieselmotorer står för väsentligt lägre NOx-utsläpp än gällande gränsvärden – och detta när man mäter faktiska utsläpp ur bilens avgasrör.

Våra varumärken satsar hårt på att vår koncern ska bli ledande inom e-mobilitet och redan 2025 tror vi att mer än hälften av de bilar vi säljer här i Sverige kommer att vara eldrivna i någon form. Stora resurser har lagts ned på marknadsföring av våra satsningar. Till exempel fick Volkswagens marknadskampanj "Electric" i början av 2018 mycket stor och positiv uppmärksamhet. Laddhybriden Passat GTE var också Sveriges mest sålda

laddbara bil under 2018. Och Audis nya elbil e-tron har sålts i hela 700 exemplar redan innan den ens kommit till Sverige.

Volkswagen har också, tillsammans med Scania, Vattenfall och Ellevio tagit fram en rapport om hur alla fordonstransporter i Stockholm ska kunna elektrifieras fram till år 2030. Rapporten har presenterats på seminarier och för ledande politiker och har fått stor genomslagskraft.

Som företag och lokal arbetsgivare vill vi vara en föregångare på hållbarhetsområdet. Vi vill uppmuntra våra medarbetare att göra ett klimatmässigt bra avtryck och därför har vi nyligen invigt en stor personalparkering med 60 laddplatser för eldrivna bilar. Vi arbetar också för att minska vårt resande genom en ökad användning av digitala tjänster för möten och kommunikation.

Volkswagen Groups Sveriges mål är att vara ledaren som formar Sveriges framtida hållbara mobilitet

CLAES JERVELAND,
VERKSTÄLLANDE DIREKTÖR

Volkswagen Group Sverige

Volkswagen Group Sverige AB (VGS), med huvudkontor i Södertälje, är Sveriges största bilimportör och marknadsför bilar av märkena Volkswagen Personbilar, Audi, SEAT, Skoda, Volkswagen Transportbilar och Porsche.

Tillsammans med över 200 auktoriserade återförsäljare och närmare 170 servicepartners marknadsför vi varumärkena i Sverige och säkerställer leverans och efterlevnad av tillverkarnas kvalitetskrav och garantier. Vi har ett utbildningscentrum för mekaniker/tekniker som servar våra märken, och vi bedriver ett ständigt förbättringsarbete för att kvalitetssäkra våra verkstäder.

Historia

Volkswagengruppens historia i Sverige började 1948 då Scania blev general-agent för Volkswagen. Den 15 juli samma år rullade de fyra första "Folkorna" ut på de svenska vägarna. Sedan dess har Porsche, Audi, SEAT och Skoda gjort sällskap på den svenska marknaden och år 2002 sålde Scania sitt ägarskap till Volkswagen AG. Fem år senare, under 2007, bytte vi även namn till Volkswagen Group Sverige AB.

Under de gångna åren har vi lyckats samla ihop ett antal olika utmärkelser och rekord. Året 2018 blev vi nummer ett bland svenska privatköpare, och firade samtidigt 70 år på marknaden. Vi är vana att alltid tänka långsiktigt och om vi ska lyckas lika bra de kommande 70 åren är fokus på hållbarhet en förutsättning.

Värdegrund

Vi är på en spännande resa mot framtiden i en bransch som står inför stora förändringar de närmaste åren. Vår värdegrund ska säkra att vi står redo att möta våra framtida utmaningar. Vi vill inte bara hänga med i branschens utveckling, utan faktiskt leda den.

Våra värderingar tjänar som ett ramverk för hur vi kommunicerar och samarbetar och något vi kan lita oss mot när vi fattar beslut.

De visar vilka beteenden som vi vill ha, inte bara i vår organisation men också i förhållande till våra kunder, samarbetspartners, potentiella medarbetare och övriga omvärlden. Våra värderingar speglar det vi tror på och det vi står för: driv, integritet och hållbarhet.



DRIV

”Vi tar ansvar för vår del i helheten och brinner för det vi ska åstadkomma utifrån vårt och kundens behov. Vi drivs av ett starkt engagemang och tar och behåller initiativet för att säkerställa slutförandet. Vi skapar möjligheter genom att vara lösningsorienterade och är samtidigt modiga och provar nytt och ifrågasätter för att utvecklas. Vi tar alltid ansvar för vårt arbete, våra mål och ständiga förbättringar, samtidigt som vi gör det lilla extra med glädje och stolthet.”



”Ju bättre team man har, desto mer DRIV kan man skapa tillsammans.”

Charlotte Haggren
Chef Affärsutveckling – Audi

HÅLLBARHET

”Vi har en ständig strävan efter hållbarhet för miljö och organisation, för människor, relationer och produkter – då är vi vinnare idag och imorgon. Vi är långsiktiga och ansvarstagande i våra åtaganden. Vi har en kultur som präglas av mångfald, inkludering, omtänksamhet, tydlighet och hjälpsamhet. Vi skapar motivation och engagemang genom delaktighet – vi blir både starkare och smartare när vi arbetar tillsammans.”



Stefan Dahlin
Chef Product Marketing
– VW personbilar

”HÅLLBARHET är för mig att kunna sova gott om nätterna. Både livet och arbetslivet är långsiktiga projekt.”

INTEGRITET

”Vi skapar öppenhet, är alltid ärliga och äkta. Ömsesidig tillit och respekt är grunden i våra relationer. Vi är transparenta och säger saker som de är. Vi respekterar varandras kompetenser, åsikter och roller, och de vi möter likaså. Vår attityd och vårt klimat är öppet. Trovärdighet och pålitlighet är självklarheter för oss.”



Jeanette Ejelöv
Program Manager – Skoda

”INTEGRITET handlar om vem jag är och vad jag kan bidra med, men också vad jag kan förvänta mig av andra. Ömsesidigheten och respekten gör att det blir högt i tak.”



Volkswagen Personbilar

"VI ELEKTRIFIERAR SVERIGE"

VGS består av sex varumärken med en individuell identitet och ett gemensamt mål: *Mobilitet. För alla. Över hela världen.*

Varje märke fungerar som en självständig enhet på marknaden. Produktutbudet sträcker sig från bränslesnåla småbilar till lyxiga sportbilar. Inom transportbilssektorn finns allt från pick-up, till bussar och tunga lastbilar.

Volkswagen Group Sverige



Transportbilar

Volkswagen Transportbilar

"HÅLLBARA FLEXIBLA
TRANSPORTLÖSNINGAR SOM BIDRAR
TILL VÅRA KUNDERS FRAMGÅNG"

"DET MEST ATTRAKTIVA PREMIUMMÄRKET"

Audi



"VI LEVERERAR
LÖSNINGAR SKAPADE
I BARCELONA SOM
GÖR MOBILITET
ENKLARE"

SEAT



"INNOVATIONS-
DRIVET SEDAN 1895
FÖR SMARTA MOBILA
LÖSNINGAR"

Skoda



"SHAPING THE FUTURE OF THE SPORTSCAR"

Porsche



Nyckelordet är TILLSAMMANS

Nyckelordet för allt vi gör är TILLSAMMANS. Detta ger uttryck i vår gemensamma vision. För att förverkliga visionen har dessutom fyra uppdrag definierats. Genomgående i alla de fyra uppdragen är att allt alltid ska göras med kunden i centrum

VÅR VISION

Tillsammans formar vi Sveriges framtida och hållbara mobilitet.

UPPDRAG 1

Vi leder bilbranschen på vägen mot hållbar mobilitet

UPPDRAG 2

Vi leder elektrifieringen av bilbranschen i Sverige

UPPDRAG 3

Vi sätter standarden för uppkopplade fordonsnära tjänster

UPPDRAG 4

Vi är ett föredöme när det gäller miljö, säkerhet och integritet

Ur ett större perspektiv

På klimattoppmötet i Paris enades världens länder om ett historiskt klimatavtal som ska gälla från år 2020. Målen i Parisavtalet är tuffa och bilindustrin är en del av utmaningen, både globalt och i Sverige. Bilindustrin har visat sig stå för ca 14% av de globala koldioxidutsläppen, och så mycket som 32% av koldioxidutsläppen per sektor i Sverige. Med dessa siffror i ryggen inser vi vikten av att bidra till ett nästan helt koldioxidneutralt samhälle år 2050.

Volkswagen-koncernen vägleds av målen i Parisavtalet och totalt sett kan man säga att detta innebär ett paradigmskifte inom hela vår koncern. För att lyckas uppnå ett nästan helt koldioxidneutralt samhälle år 2050 är elektrifiering av bilar helt central för oss. Vi har därför tagit fram en egen vision som siktar på en koldioxidneutral mobilitet med målsättningen att Volkswagen-koncernen till år 2050 ska vara helt koldioxidneutral.

32 %



VÄRLDEN

Globala omvärldsfaktorer påverkar hela mänskligheten.



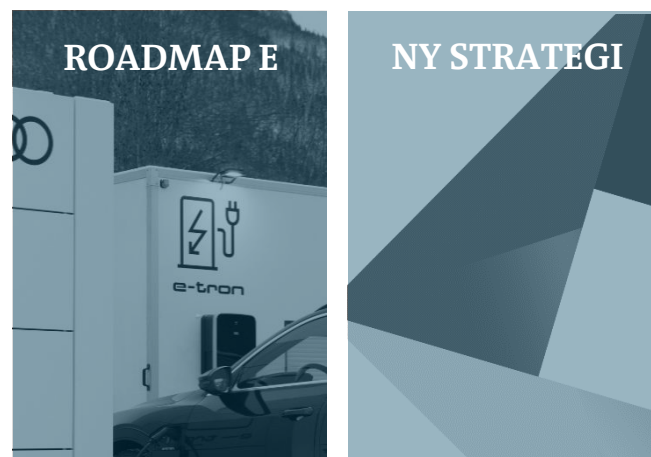
BILVÄRLDEN

Vi står inför en total förändring.



VOLKSWAGEN GROUP-VÄRLDEN

Volkswagen Group är med och skapar framtiden



ROADMAP E

1

Fordonsindustrins mest omfattande satsning på eldrift

2

Våra märken kommer att ta fram 70 nya eldrivna modeller till 2028

3

Investeringsakten ökar: över 30 miljarder euro är öronmärkta för industrialisering av e-mobilitet

Tillsammans 2025

Volkswagen-koncernen har åtagit sig att leva upp till klimatmålen i Parisavtalet och har ett omfattande program för minskade koldioxidutsläpp för att senast 2050 uppnå CO₂-neutral balans inom alla områden. En strategi kallad Together 2025 skapades av Volkswagen Group för att tydliggöra en strategisk inriktning mot en hållbar utveckling. Denna kan ni läsa mer om i Volkswagen AG:s hållbarhetsredovisning. Vi på VGS har vidareutvecklat denna strategi för att den ska vara anpassad för vår verksamhet, på svenska kallar vi den Tillsammans 2025.

För oss handlar hållbarhet inte enbart om produkter, utan också om vårt totala förhållnings-sätt i användande av resurser och i tillverkningen. Miljöfrågorna är ett av de fyra huvudfokus-områdena för vårt företag och finns med i vår strategi för 2025. Genom att vara en av världens ledande aktörer inom hållbar mobilitet vill vi också vara en miljömässig förebild.

Vår viktigaste strategiska målsättning är Hållbar tillväxt. Dit kommer vi bara tillsammans, och vi ska göra det genom att uppnå fyra strategiska åtaganden: att vara en utmärkt arbetsgivare, att skapa entusiastiska kunder, att vara ett föredöme för miljö, säkerhet och integritet samt genom att ha en förstklassig sälj-, service- och marknadsföringsorganisation.

UTMÄRKT ARBETSGIVARE

- Tydlig och inkluderande företags- och ledarkultur.
- Långsiktigt hållbar och utvecklande organisation.
- En arbetsplats att vara stolt över.

ENTUSIASTISKA KUNDER

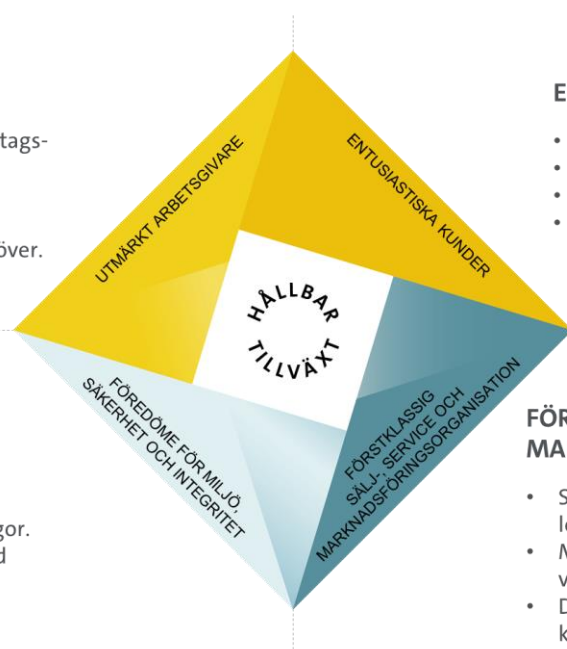
- Kundcentrerade lösningar.
- Enkelhet.
- Mobilitet.
- Uppkoppling.

FÖREDÖME FÖR MILJÖ, SÄKERHET OCH INTEGRITET

- Driver elektrifieringen.
- Driver säkerhetshöjande frågor.
- Utvecklar verksamheten med hållbarhet som ledord.
- Vi håller vad vi lovar.

FÖRSTKLASSIG SÄLJ-, SERVICE- OCH MARKNADSFÖRINGSORGANISATION

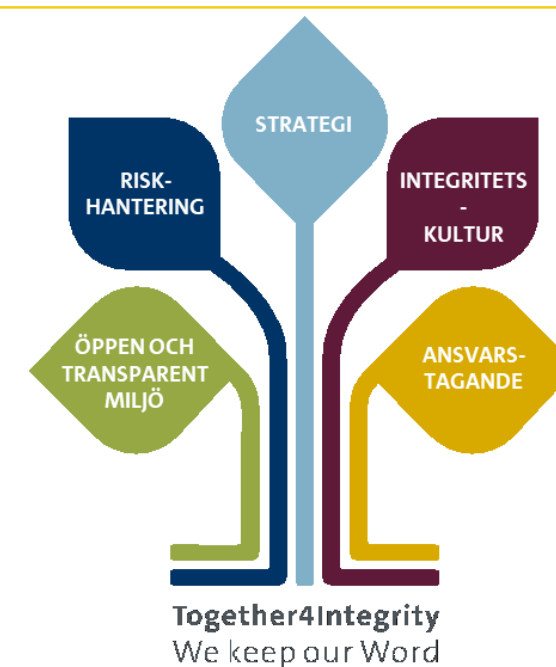
- Synergi och effektivitet skapar ledande lönsamhet.
- Maximera potentialen för våra varumärken.
- Digitala lösningar ger holistiskt kundperspektiv och effektiva processer.



Together4Integrity

Detta är vår guideline för etik och uppförande. Bilden nedan innebär att: Vi uppmuntrar, uppskattar och skyddar rapportering av misstankar om missförhållanden,

- Vi identifierar, hanterar och minskar risker kring integritet och lagefterlevnad
- Vi tillsammans är ledaren som formar Sveriges framtida hållbara mobilitet
- Våra ledare, på alla nivåer genom hela organisationen, bygger och underhåller en kultur av integritet
- Vi reagerar och tar ansvar när fel begås



Lagefterlevnad

För att säkerställa att vi alltid följer gällande lagstiftning och arbetar utifrån aktuell kravbild har vi tydliga processer för både identifiering, bevakning, uppdatering och efterlevnadskontroller. Ett lagbevakningsprogram stödjer oss i arbetet med lagbevakning och strukturerar upp informationen för att skapa en tydlighet mellan lagstiftning och våra berörda enheter.

Uppförandekod – Sund och etisk företagskultur

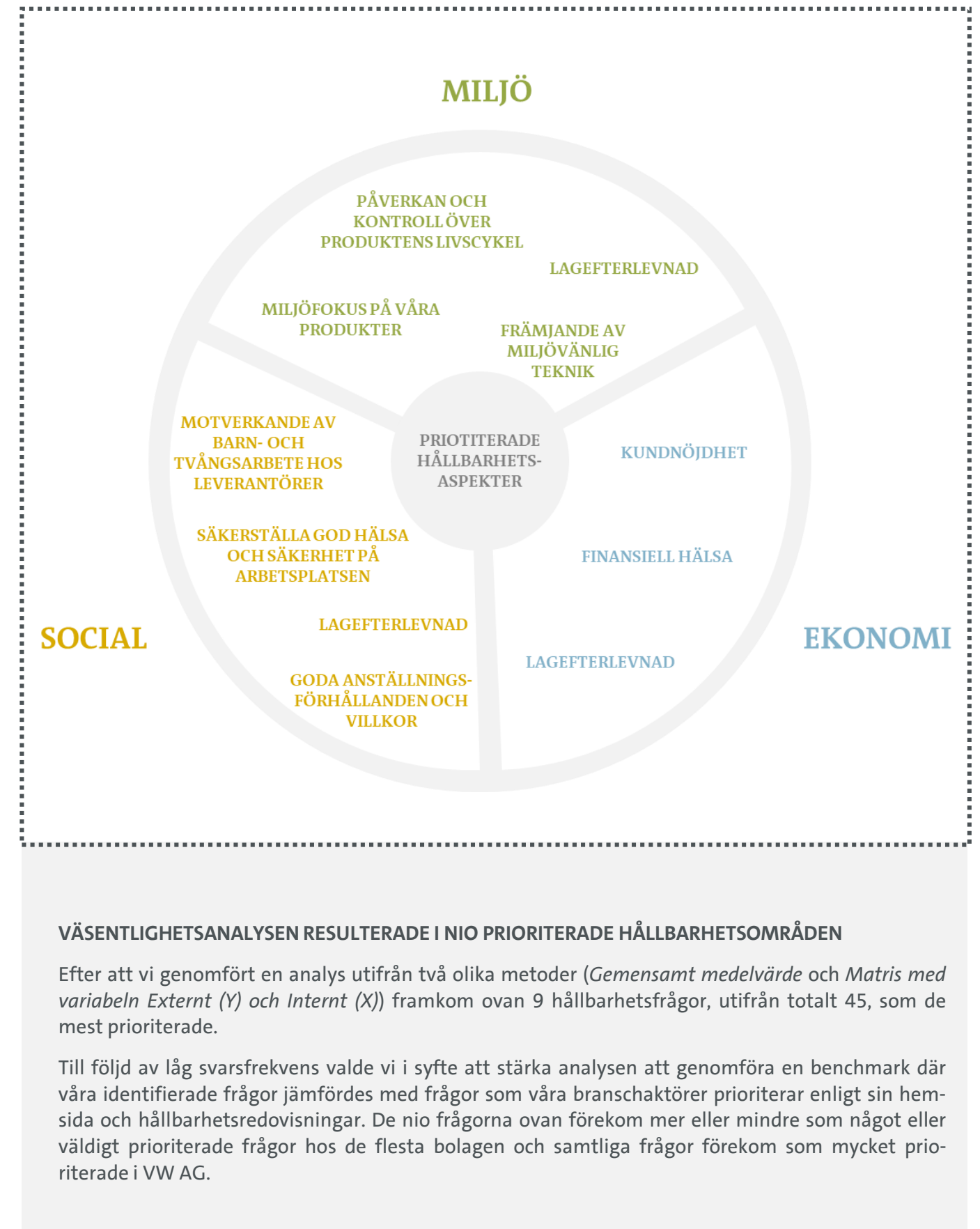
Vår uppförandekod sammanfattar de viktigaste grundprinciperna för vår verksamhet och stödjer anställda i att hantera juridiska och etiska problem i sin dagliga verksamhet. Dessa bör vägleda dagliga handlingar och beslut för alla som är en del i koncernen.

[Vår uppförandekod](#)

Prioriterade hållbarhetsfrågor

Vi är utan tvekan en stor aktör med många olika typer av intressenter och det är tack vare våra intressenter som vi hela tiden utmanar oss själva och blir bättre och bättre. För att lägga resurser på rätt ställe är intressenters input viktig för att skapa grunden i vårt hållbarhetsarbete. Därför genomförde vi 2018 en väsentlighetsanalys där vi genom enkäter, löpande dialoger, input från kundservice samt information från möten identifierat prioriterade hållbarhetsfrågor att jobba vidare med inom VGS.

De intressenter vi främst haft dialog med är medarbetare, leverantörer, intresseorganisationer, återförsäljare och ledning.



En sammanfattning över årets händelser

3 UTMÄRKELSER FÖR VOLKSWAGEN TRANSPORTBILAR

Våra märken har gjort ett mycket bra jobb. Volkswagen Transportbilar kunde behålla sin marknadsposition efter ett mycket starkt 1a halvår, trots efterföljande tvärstopp.

Under året vann Volkswagen Transportbilar tre fina internationella priser i Tyskland:

- Nummer 2 i försäljningsvolym i världen 2018 för Crafter.
- Nummer 2 i försäljningsvolym i världen 2018 för Caddy.
- Nummer 3 i försäljningsvolym i världen 2018 för Transporter

VILLA, VOVVE, VOLKSWAGEN

När svensken själv får välja är det nu: *Villa, Vovve och Volkswagen.*

Vi är etta både på privatbilsmarknaden och företagsmarknaden! Som förväntat påverkades orderingången kraftigt av bonus malus och WLTP, totalt har vi kommit ut litet bättre och tappat mindre volym än marknaden som helhet.

STÄRKT POSITION

2018 var ett tufft år och mycket beroende på WLTP och bonus malus. Trots detta stärkte vi vår position på den svenska marknaden och ökade vår marknadsandel något, till 27,4%.

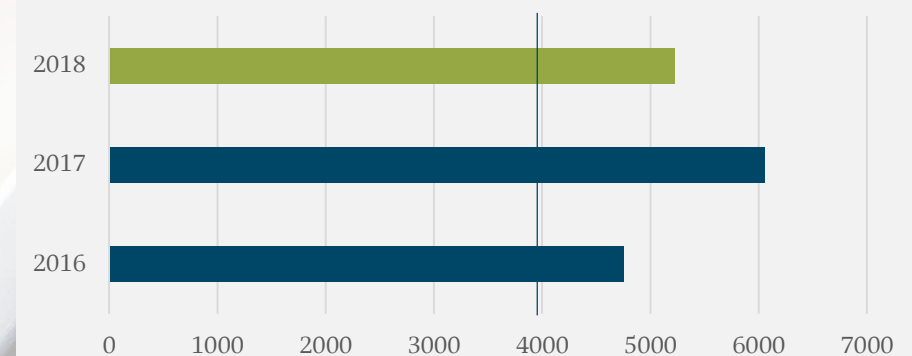
Eftermarknad hade en bra ökning, viktigt stöd för hela vår affär. Även kundnöjdheten har ökat – vi har sålt mer delar än någonsin och kunnat hålla uppe kvaliteten. Under året har vi sagt upp alla ÅF-avtal och tecknat nya för framtiden.

ALL TIME HIGH

Begagnataffären har ökat under 2018, vi har sålt bilar och kraftigt sänkt lagren, bra utgångsläge för att byta nya bilar och teckna nya order. Vår Tradingavdelning visade All time high med 8 000 bilar.

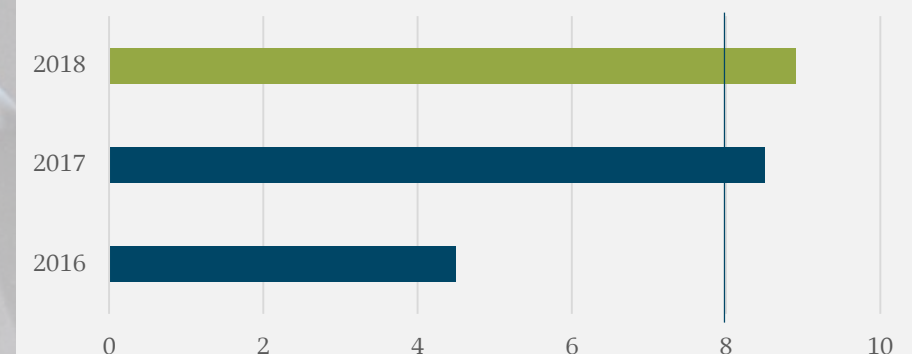
MILJÖPRESTANDA 2018

Försäljning av elbilar och laddhybrider



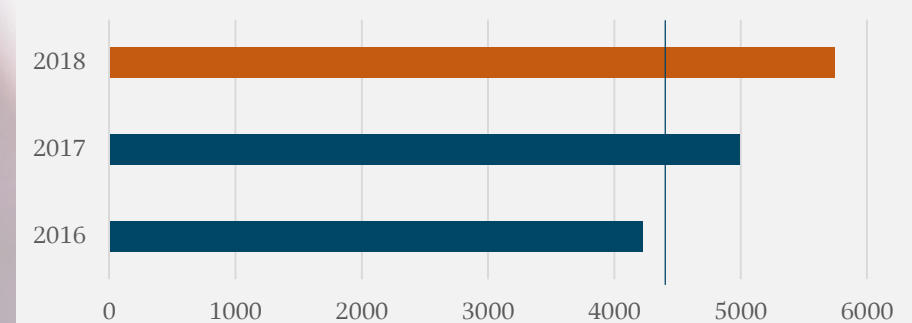
MÅL 2018: Sälja 4000 st

Andel elbilar och laddhybrider som tjänstebilar



MÅL 2018: Öka med 8 %

Minska bensin- och dieselförbrukningen på våra tjänstebilar



MÅL 2018: 4400 liter/tjänstebilsägare

SOCIAL HÅLLBARHET



Medarbetarna - Vår viktigaste resurs

Det är vår strävan att ständigt förbättra arbetsmiljön och därmed skapa stimulans och trivsel för medarbetarna. Detta för att förhindra arbetsskador, minska arbetsrelaterad sjukfrånvaro och så tidigt som möjligt aktivt arbeta med rehabilitering. Vi arbetar på olika sätt med att främja hälsa. Vi har bl.a. ett generöst friskvårdsbidrag, möjlighet till massage, nyrenoverat gym i våra lokaler med olika aktiviteter m.m.

Vårt arbete för en hållbar arbetsmiljö för våra anställda och alla som vistas i våra lokaler samordnas i vår arbetsmiljö-kommitté (AMK). Arbetet utgår från de krav lagstiftningen ställer och vid mötena närvarar HR, huvudskyddsombud/fackliga företrädare, representant från företagshälsovården samt företrädare för verksamheten på VPL. AMK träffas 4 gånger per år och arbetar utifrån en fastställd agenda samt uppställda mål för verksamheten.

Flera olika typer av ronder genomförs regelbundet. Vår långsiktiga målsättning är att samtliga chefer årligen ska genomföra en rond med inriktning mot organisatorisk och psykosocial arbetsmiljö. Under 2018 genomförde vi en stor satsning med utbildning inom arbetsmiljö för våra chefer.

VGS genomför varje år VW AG:s internationella medarbetarundersökning och där vi tillsammans med facket har fastställt ett antal frågor med fokus på psykosocial och organisatorisk arbetsmiljö som HR särskilt bevakar och följer upp. Efter medarbetarundersökningen tar samtliga avdelningar fram en handlingsplan som en del av vårt förbättringsarbete för en hållbar arbetsplats.

Inom ramen för AMK följs också arbetet med Lika Rättigheter och Möjligheter upp. Arbetet utgår från en plan med mål och aktiviteter. Arbetet med aktiviteterna sker som en integrerad del av verksamheten, i t.ex. rekryteringsprocessen.

UPPMUNTRAN TILL UTVECKLING

Hos oss ska medarbetare få möjlighet att använda sin kompetens, utvecklas och gå vidare i sin karriär. Alla människor är olika och har olika drivkrafter och ambitioner till utveckling. Vi ser därför varje enskild individs potential och uppmuntrar medarbetare som vill och kan utvecklas. Varje karriärväg är unik och anpassad efter medarbetarens ambitionsnivå, kompetens och förmåga samt företagets behov och utveckling. Vi stöttar och uppmuntrar alla våra medarbetare till personlig- och professionell utveckling.

Hos oss är karriärvägarna många och vi arbetar gemensamt i företaget med att hitta nya vägar att utvecklas på. Medarbetarna kan utvecklas både linjärt och horisontellt, exempelvis genom att ta en samordnar-, projektledar- eller handledarroll. Genom att skapa en arbetsplats där medarbetaren bidrar med sin kunskap oavsett roll utvecklas även vi som företag.

I årliga prestations- och utvecklingssamtal finns möjlighet att lyfta behov av kompetensutveckling och ta fram en individuell handlingsplan samt diskutera mål för kommande år. Dessa mål syftar till att ge medarbetaren såväl professionell som personlig utveckling.

Hos oss finns det många olika möjligheter till lärande. Vi försöker att inte begränsa oss till enbart det formella lärandet, utan ser informellt lärande dvs. vardagslärande i arbete genom samarbete och reflektion, som en viktig del. Medarbetarna kan lära av varandra genom till exempel nätverkande, praktik på annan avdelning eller studiebesök hos återförsäljare. Vi försöker vara en lärande organisation där medarbetaren i sin befattning får utvecklas och dela med sig av sin kunskap.

VI GÖR TVÄRTOM - MENTORSKAP

På VGS arbetar vi ständigt med olika insatser för att öka mångfald och jämställdhet, bland annat genom att se över hur vi skriver våra annonser och genom fortsatt sponsring av ett externt kvinnligt nätverk. Men för att både locka kvinnor, juniora akademiker och människor med olika etnisk bakgrund till oss och behålla dem är det oerhört viktigt att vi ständigt jobbar med vår kultur: bevarar det som är bra och förändrar det som behöver förändras.

– En spännande aktivitet som vi startade i november 2017 är det så kallade omvända mentorskapet. För att få fler kvinnor i ledande positioner har företag historiskt sett givit unga kvinnor manliga mentorer i seniora chefspositioner. Det behöver förstås inte vara en dålig aktivitet, men det ger ändå signaler om att det är de unga kvinnorna som behöver lära sig hur man agerar, beter sig och tar sig fram av dessa äldre manliga chefer. Detta hjälper till att bevara rådande normer och strukturer, säger Jeanna Tällberg, HR-chef på VGS och fortsätter:

– Vi vill skapa medvetenhet och insikt i vilka saker vi behöver agera på och förändra. Vi har därför valt att göra tvärtom! Vi tänker att det är männen på seniora chefspositioner, några av våra viktigaste kulturbärare, som har möjlighet att faktiskt förändra invanda beteenden i vår kultur, våra normer och strukturer. Därför har vi valt att använda yngre yrkeskvinnor som mentorer till dem. Detta ger möjlighet att se saker, situationer och beteenden, både hos sig själv och i organisationen, från ett annat perspektiv. Alla i VGS Board of Management har var sin mentor.

En av våra mentorer är Petra Westerberg Allende som jobbat på VGS i sju år och idag arbetar som Produktchef Reservdelar med övergripande ansvar för alla märken. Petra har valt att delta i VGS satsning Omvänt

mentorskap och är mentor till Diego Ramos, märkeschef på Audi.

Petra, vad tänkte du när du fick frågan om att bli Diegos mentor?

– Jag tänkte "Jättekul" och "Vilken ära att få förfrågan", men jag tänkte även på vad det skulle innebära. Om jag skulle våga utmana mig själv och hur det skulle uppfattas av andra. Men i och med att jag själv har en dotter och känner en stark drivkraft i att få vara med och bidra till en förändring i vår bransch så var svaret enkelt.

Redan när omvänt mentorskap introducerades första gången på VGS var jag väldigt intresserad, imponerad, inspirerad och stolt över att "här jobbar jag". Jag känner mig stolt över att vara en del av en organisation som gör något annorlunda än alla andra för att adressera mångfald och arbetsmiljön inom vår organisation.

Hur lägger ni upp ert mentorskap och vad är planen?

– Vi träffas en gång per månad under cirka 1,5 timme. Under de första två mötena handlade det mycket om att lära känna varandra och klargöra hur vi hanterar det som sägs under våra träffar. Det är viktigt att bygga upp ett förtroende från båda håll för att kunna vara öppna och ärliga i diskussionerna.

Till övriga möten har vi ett antal artiklar och frågeställningar som vi diskuterar kring. Det kan vara allt från hur man hanterar den framtida generationen till hur vi attraherar fler kvinnor till bilbranschen och bristen på kvinnliga förebilder.

Känner du att du påverkar Diego med ditt sätt att se på saker?

– Ja, det tror jag att jag gör. Framförallt så diskuterar vi olika ämnen tillsammans där jag och Diego delar med oss av olika erfarenheter som gör att vi båda kan reflektera över varandras sätt att se på saker och ting. Vi får genom detta en ökad förståelse och reflektion över ens eget beteende och framförallt vad det kan betyda i en organisation.

Diego Ramos som fått äran att ha Petra som mentor ger följande svar när vi frågar honom vad han får ut av mentorskapet?

– Det viktigaste och även det mest oväntade är att jag har blivit medveten om "privilegierna" av att vara man, och detta även i ett av världens mest socialt utvecklande och jämställda länder.

Diego, skulle du rekommendera fler män att skaffa sig en kvinnlig mentor?

– Utan tvekan, ja!
Jag skulle särskilt rekommendera programmet för de män som tror att de inte behöver det. Om jag ska vara ärlig hade jag själv inte så mycket förväntningar från början, men jag hade fel.



BALANSEN I LIVET

På VGS har vi en positiv inställning till föräldraledighet. Det är viktigt att kunna ha balans i livet och kunna kombinera karriär och familj/privatliv.

Samtliga våra anställda har rätt till att vara föräldraledig under förutsättning att de upp-fyller gällande krav. I föräldraledighetslagstiftningen finns sex olika typer av föräldraledighet och våra medarbetares föräldraledighet varierar från någon enstaka dag, till över ett års ledighet, till att arbeta deltid under en längre period.

Under 2018 var 47 män och 28 kvinnor av våra medarbetare föräldralediga i någon utsträckning. Vi ser att det i högre grad är kvinnor som tar ut längre föräldraledigheter respektive väljer att jobba deltid, medan män i högre grad tar ut kortare perioder. Även om mäns föräldraledigheter generellt är kortare än kvinnors så ser vi med glädje att fler män tar ut längre perioder av föräldraledigheter än tidigare och den utvecklingen jobbar vi med att fortsätta främja.

Vi tror på att se föräldraledighet som kompetensutveckling snarare än en paus i karriären och vi har under 2018 till exempel haft en artikelserie om medarbetare som varit föräldralediga. Vi erbjuder också sedan många år tillbaka vad vi kallar löneutfyllnad som är en extra ersättning utöver föräldralönen i kollektivavtalet.

– När man är föräldraledig utvecklar man saker som vi värdesätter vid rekryteringar, till exempel att prioritera, ha många bollar i luften och att ha en bra självkännet. En del kan nog göra tankekurser att när en person går på föräldraledighet så tar hon eller han en paus från arbetslivet. Jag tror att det är precis tvärtom!

Under en föräldraledighet tror jag att man hårdtränas i att till exempel prioritera och det tar man med sig när man börjar jobba igen, säger Hanna Holmlund, HR VGS.

Här berättar Johan Wickström om sin föräldraledighet och jobbet när han kom tillbaka:

– Min föräldraledighet sträckte sig från mitten januari till början av september under 2018. Sedan återkomsten i september så har jag börjat en ny tjänst som Chef Serviceutveckling på Group Service. Jag har jobbat inom gruppen sedan januari 2009. Det startade med 5 år på VFS med jobb inom redovisning och controlling, sedan tog jag klivet över till VGS och Group Controlling där jag först jobbade ca 1,5 år för SEAT och sedan ca 2,5 år för Skoda.

Hur reagerade din chef när du berättade att du skulle bli förälder?

– Vi hade inom vår grupp haft en period med en del personalomsättning, men trots det så var det bara positiva reaktioner. När jag bad om ett samtal såg chefen nervös ut: "skulle jag säga upp mig", så beskedet mottogs mest med lättnad. Vi hade en bra relation så hon blev glad för min skull, jag kände mig trygg i det.

Vilket stöd fick du när du ville vara föräldraledig?

– Jag berättade direkt att jag självklart skulle vilja vara pappaledig, och vi kom överens om att ta det praktiska längre fram är det var dags. Jag hade ett bra stöd och en god dialog både med chefen och HR. Jag flaggade tidigt att jag var sugen på att testa något nytt efter min pappaledighet. Redan under våra utvecklingssamtal hade vi påbörjat diskussionen om att om 1-3 år vill jag göra något annat, så föräldraledigheten blev en bra brytpunkt.

– Det var både tur och bra timing i mitt fall. Jag fick möjlighet att göra chefs- och ledarskapstester och sedan gå utbildningen "Framtidens ledare" hos Training Academy. Sedan blev det en öppning på Servicemarknad där jag kunde komma in efter föräldraledigheten.

– Nu jobbar jag som Chef för serviceutveckling med ett roligt gäng. Jag vill kunna göra ett bra jobb och utveckla mig själv, så det ska bli spännande. Men allting är nytt och jag är fortfarande litet förvirrad.

Berätta om föräldraledigheten – har den förändrat dig?

– Det var en omställning i början som var lite tuff. Det tog ett par veckor innan jag vände mig med sömnbristen. Men det blev roligare för varje vecka, dels för att våren och sommaren närmade sig men framför allt att få vara med varje dag och se vilka utvecklingsfaser som Alfred gick igenom. Jag känner helt klart att jag kommit honom närmare.

– Jag tror inte föräldraledigheten i sig har förändrat mig, men däremot har föräldraskapet gett perspektiv. Nu finns det något som är viktigare än jobb som tidigare inte funnits. Barnet och familjen är det viktigaste man har. Man får en annan syn på jobbet. Tidigare kunde det bli många sena kvällar på jobbet, men nu finns inte den möjligheten.

Hur var det att komma tillbaka?

– Det kändes överlag skönt att börja jobba igen. Jag är nu inne på min fjärde arbetsvecka efter föräldraledigheten så jag har inte så mycket att relatera till än så länge. Min känsla är ändå att jag har stor frihet i att planera mina dagar så jag får livet att gå ihop.

Till sist: har du några tips som gör vardagen lättare?

– Ja, vi har en gemensam kalender och veckoplanerar. Vi har också hjälp av farmor som bor i stan och hämtar en dag i veckan, så hittills har det fungerat jättebra, avslutar Johan som bjuder på bilderna av sig själv med sonen Alfred.

Säkerhet på lagret

Nykvarn hittar vi VGS logistikcenter. De ansvarar för att lagra och leverera reservdelar, tillbehör, verktyg samt reklam- och trycksaker till fordon. Logistikcentret ansvarar även för anskaffning av reservdelar till VW, Audi, SEAT, Skoda och Porsche.

På en lageryta på nästan 40 000 m² (mot-svarar drygt fem fotbollsplaner) lagras över 90 000 olika artikelnummer av de över en miljon olika artikelnumren som finns.

Dagligen anländer och skickas gods via ca 50 lastbilar. 80% av vårt inflöde sker med tåg, via ett järnvägsspår som går ända in i lagerbyggnaden. Upp till sju järnvägsvagnar kan anlända per dag. Gällande leveranser från lagret levereras dagligen ca. 16 000 beställningsrader till över 300 mottagare i tre länder, motsvarande ett marknadsvärde på över tre miljarder SEK per år.

För att säkerställa en god och säker arbetsmiljö samt hålla en hög kvalitet arbetar vi aktivt med bland annat LoPA.



LoPA (Logistics Process Audit) är en global standardiserad analysmetod för att säkerställa kvalitetsförmågan på den operativa logistikprocessen baserad på VDA 6.3-standarden för serviceprocesser.

LoPA består av följande block:

- Arbetsmiljö och hälsa
- Ordning och reda
- Part protection (kvalitetssäkring av vårt gods)

Det sker löpande revisioner för att kvalitets-säkra dessa processer, reviderade ur en logistisk standard. Vid revision granskas vi övergripande på om vi har koll på processerna, dokumentation och hur vi bedriver verksamheten. Logistikstandarden kommer ursprungligen från biltillverkarindustrin.

Som ett led i LoPA-arbetet och för att säkerställa en hög nivå rörande säkerhetsarbetet har en investering i nya truckar med så kallat blue light system och I-site system gjorts under 2018. Alla truckar som framöver köps in ska ha dessa system.

Blue light innebär att ett blått LED-sken från trucken sätts igång så fort trucken kommer i rullning och på så sätt varnas passerande och andra truckförare när den kommer. Ljuspunkten lyser upp golvet en bit i förväg och ger då tid för förbipasserande att gå undan.

I-site är ett inbyggt system som registrerar om man exempelvis stöter till något. Det går även att programmera trucken att den går ner på halvfart och alla chefer och ledare får meddelande att detta har hänt, dvs allt blir rapporterat och går att följa upp och se trender på.





MILJÖMÄSSIG HÅLLBARHET

Elbilen gör entré på den svenska marknaden

Att vara den största bildistributören i Sverige medför ett stort ansvar vad gäller kvalitén på våra produkter och tjänster men även för den påverkan på miljön som hela processen medför. Vi lämnar ett miljöavtryck främst genom våra sålda produkter och därför arbetar vi ständigt med förbättringar för att minska vår miljöpåverkan.

Volkswagen-koncernen har satt upp milstolpar som ska uppnås på alla områden de närmaste åren för att uppnå koldioxidneutral mobilitet till år 2050. Ett steg i arbetet för att nå dit är att elektrifiera modellportföljen. Först ut i den nya generationens elbilar som tas i produktion under 2019 är AUDI e-tron, följd av Porsche Taycan. Från märket Volkswagens sida är ID. först ut i den helt nya elbilsfamiljen som baseras på koncernens nya plattform för elbilar. Fler eldrivna modeller kommer sedan att göra ID. sällskap i den första vågen. Konzeptbilar som redan har presenterats är Volkswagen ID. CROZZ, SEAT el-Born, ŠKODA Vision E, Volkswagen ID. BUZZ och Volkswagen ID. VIZZION.

För VGS gäller det att kommunicera ut betydelsen och de positiva effekterna av att välja en miljöbil. Vi arbetar aktivt för att marknadsföra våra miljöbilar på bästa sätt, och under 2018 har stort fokus legat på vår nya elbilsflotta.

Volkswagen Personbilar

Att minska bilars klimatpåverkan utan att dra ner på körglädjen tror man på Volkswagen Personbilar är det mest effektiva sättet att få fler att välja miljöbilar. Målet under 2018 var att vara världens mest hållbara fordons-tillverkare och år 2020 ska bilarna ha ett genomsnittligt CO2 utsläpp på 98 g/km. För att nå dit investerar Volkswagen-koncernen under de närmaste åren mer än 80 miljarder Euro i forskning och utveckling av ny, energieffektiv teknik och miljöanpassade produktionsanläggningar och processer.

Med början år 2020 kommer Personbilar i snabb takt att lansera helt nyutvecklade elbilar som alla har lång räckvidd och visionär design. ID. är benämningen på de nya elbilarna.

Det här är ingen evolution, utan en revolution byggd på en helt ny plattform, MEB. Den nyutvecklade plattformen MEB, som står för Modular Electric Drive Matrix, är byggd särskilt för helelektriska bilar. En helt ny fordonsarkitektur som bland annat kommer innebära avsevärt bättre utrymme i fordonen och möjlighet till snabbladdning.



Volkswagen Transportbilar

I slutet av 2018 lanserades Volkswagen Transportbilars första elbil på den svenska marknaden. Bilen, som är en elversion av Crafter, fick namnet e-Crafter och har redan innan lanseringen på svenska marknaden rullat på gatorna i flera olika länder för test i naturlig miljö. Bilen är framförallt lämplig i stadsmiljö där den dagliga körsträckan är 70-100 kilometer med hundratals stopp. Det innebär att den är idealisk för bud-, paket- och varuleveranser i städer. e-Crafter har en räckvidd på 173 kilometer vid full laddning och en laddningstid AC på 05:20h (laddbox 7,2 kW upp till 80%).

Vid snabbladdare (40 kW upp till 80 %) är laddningstiden CCS 00:45h. För att spara utrymme har de nya litium jon-batterierna dessutom integrerats i chassit, vilket ger e-Crafter en lastvolym på 10,7 m³.

Under 2019 kommer e-Crafter få sällskap av ytterligare eldrivna transportbilar, nämligen modellerna e-Transporter och e-Caddy. Transportbilarna får även sällskap av cykeln Cargo e-Bike som stöds av elektrisk drivning i farter upp till 25 km/h. Den trehjuliga cykeln är försedd med en 250 W (48V) mittmonterad motor som drivs av litium jon-batteri och klarar en last på 210 kg inklusive den person som sitter på sadeln. På lastytan finns en packbox som rymmer en halv kubikmeter.



Audi

Audi påbörjade arbetet med deras första elbil, Audi e-tron i mars 2018, vilket har varit en del i en omfattande elektrifiering. Till följd av stor satsning, kampanj och kommunikation har det varit många som förregistrerat sig. Det är en elbil som är en fullstor SUV med quattro®, ett batteri på 95 kWh och snabbladdning 150 kW DC (läs mer under "Välkommen till framtiden" om dess teknik). Under 2019 är den ute hos återförsäljarna och kunderna har under Q1 2019 börjat få de första bilarna.

Audi deltog i klimatarbetet under ÅRE VM, "Klimatneutrala VM i Åre 2019". Det fanns 65 st e-tron bilar på plats. Audi var delaktig i skapandet av stora powerbanks med laddningsmöjligheter gjorda på återvunna batterier. I och med detta öppnades ett nytt ultrasnabbt laddningsnätverk utanför Åre, i Järpen. Det är ett nätverk som samägs av många olika märken som t.ex. Porsche, Mercedes etc.

Audi är också partner till alpina landslaget (ett samarbete som pågått sedan 1997) och bidrar även till deras hållbarhetsarbete genom att förse dem med landslagsbilar som kan tankas med det förnybara bränslet HVO100.



Porsche

Serietillverkningen av Porsches första helt eldrivna bil inleds under 2019. Bilen har fått namnet Taycan som ungefär kan översättas till "en livlig ung häst", vilket anspelar på bilden mitt i Porsches vapensköld som sedan 1952 föreställer en stegrande hingst.

- Vår nya elektriska sportbil är stark och tillförlitlig, det är en bil som kan köras över långa sträckor och som står för frihet, säger Oliver Blume CEO för Porsche AG. Det orientaliska namnet markerar också lanseringen av den första elektriska bilen med Porsches själ.

Två permanent arbetande synkronmotorer (PSM) med en total effekt av över 600 hk (440kW) ger den elektriska sportbilen en acceleration från 0 – 100 km/tim på klart under 3,5 sekunder och till 200 km/tim på under tolv sekunder. Dessa prestanda erhålls utöver den kontinuerliga effektnivån som är oöverträffad bland elbilar: Flera accelerationer i rad är möjliga utan prestandaförlust och bilens maximala räckvidd är över 500 km enligt NEDC.

Porsche planerar att investera mer än sex miljarder euro i elektromobilitet till 2020, en fördubbling jämfört med vad företaget ursprungligen planerat.



Skoda

Under 2019 kommer SKODA starta tillverkningen av CITIGO iV (BEV) och SUPERB laddhybrid (PHEV) för lansering i januari 2020. I slutet av 2020 lanseras en helt ny elbil A-SUVe med en räckvidd upp till 500 km enl WLTP. Kort därefter kommer ett derivat med en sportigare framtoning, framstående design och längre räckvidd.

För den svenska marknaden satsar SKODA på att bli ett av de ledande elbilmärkena redan under 2021 då hälften av alla sålda SKODA-bilar beräknas vara elektrifierade (BEV & PHEV). Redan idag görs stora insatser för att reducera utsläppen av växthusgaser och skadliga partikel- och NOX-utsläpp genom den stora gasbils-

offensiv märket genomför i Sverige. Den mest sålda Octaviamodellen under 2019 års början har en uppdaterad drivlina anpassad för gasdrift. Den förminskade bensintanken på 11,8 liter innebär att all körning måste ske med fordonsgas. Tillsammans med E.ON och Energigas Sverige marknadsför SKODA fördelarna med att köra på biogas som reducerar CO2-utsläppet med 90%.

SKODA Sverige vill dock gå ett steg ännu längre och ifrågasätter det slentrianmässiga bilkörandet i kortare sträckor. Under parollen "Cykeln under milen" har SKODA sedan två år tillbaka marknadsfört och erbjudit företag möjligheten att leasa tjänstecyklar till sina anställda. Intresset har varit stort och både små och större företag har beställt cyklar.



SEAT

Under 2020 kommer SEAT att lansera hela sex laddbara modeller, både rena elbilar (BEV) och plug-in-hybrider (PHEV). Först ut blir SEAT Mii electric (BEV) som lanseras i februari och i november samma år kommer SEAT el-Born (BEV), som blir andra modellen i vår koncern som byggs på den nya MEB plattformen. CUPRA bidrar med en helt ny prestandamodell som också blir laddbar, CUPRA Formentor A-CUV (PHEV).

Utöver laddbara bilar satsar SEAT stort på CNG-teknik. En bil som kostar i stort sett lika mycket som en motsvarande dieselmodell, med underhållskostnader på samma nivå som för bilar med traditionella förbränningsmotorer.

Denna förändring innebär att bilarna är renare och ger ännu större värde för pengarna, med stor hjälp från den högre verkningsgraden hos CNG jämfört med andra bränslen. "SEAT är hängivet att föra fram CNG som ett hållbart alternativ till traditionella fossila bränslen. Det gör det möjligt att reducera CO2-utsläpp utan att påverka bilens distinkta egenskaper", säger Luca de Meo, verkställande direktör för SEAT."

SEAT leder på uppdrag av Volkswagen AG utvecklingen av Mikromobilitet, hållbara urbana transportlösningar. Bland annat lanserar SEAT en tvåsitsig elbil som kombinerar motorcykelns smidighet med personbilens komfort och säkerhet, som dessutom blir självkörande på nivå fyra.



Från leverantör till uttjänt bil

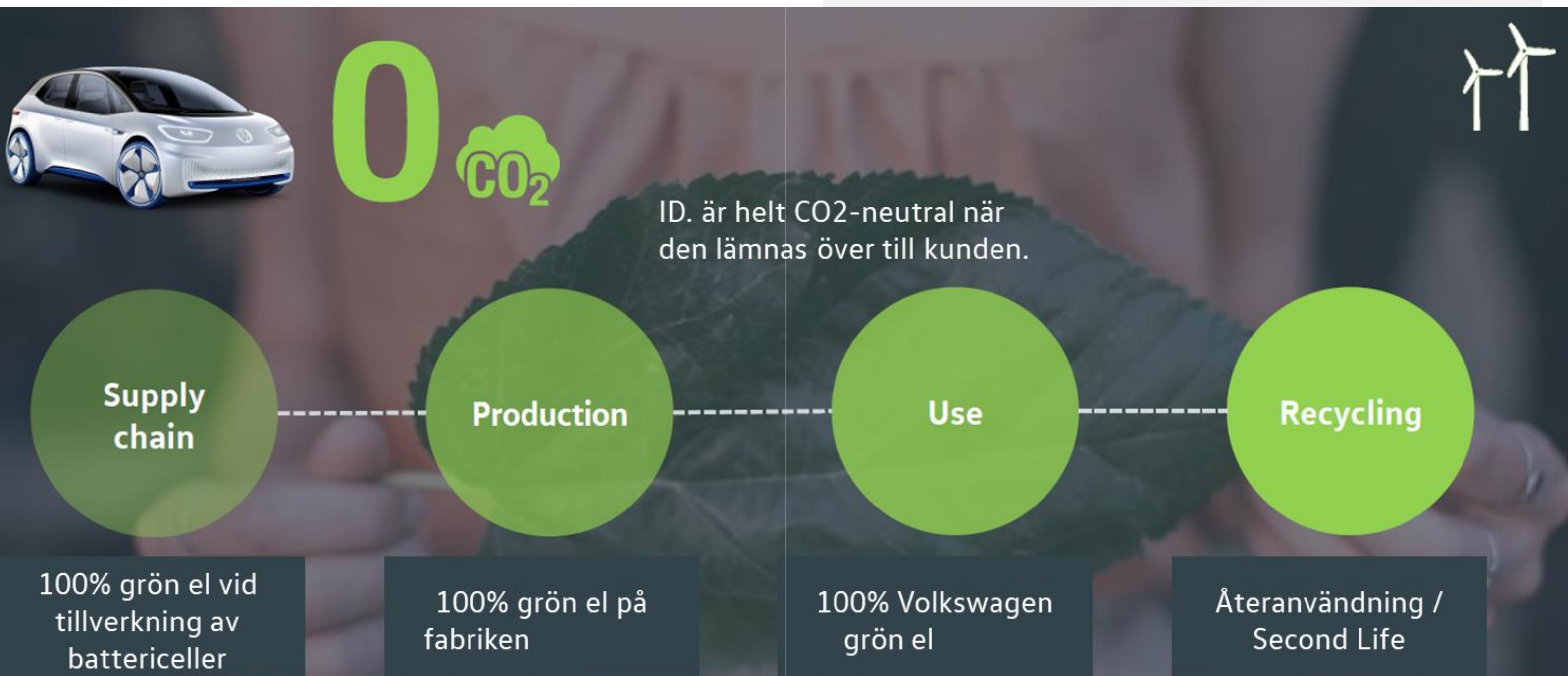
CO₂-NEUTRALT GENOM HELA LIVSCYKELN

Volkswagen tillverkar ID. CO₂-neutralt genom hela produktions- och leveranskedjan. Hårda krav ställs på leverantörer för att fastställa en hållbar produktion, särskilt för råvaror som används i elbilar.

Livscykelkedjan kan beskrivas i fyra steg, där steg ett förutsätter 100% grön el vid tillverkning av battericeller. Produktion sker i nästa steg i en fabrik som drivs av 100% grön el.

När bilen rullar på våra vägar drivs den av el som producerats från förnybara energikällor. Till slut, när bilen har gjort sitt, kan komponenter återanvändas i nya syften. På detta sätt skapas en grön livscykelkedja.

För de CO₂-utsläpp som ännu inte går att undvika kommer Volkswagen klimatkompensera.



LEVERANTÖRSKRAV

Inköpsavdelningen följer den globala inköpsprocessen och säkerställer att krav på bland annat efterlevnad av vår "compliance" och "code of conduct" ställts på våra avtalsleverantörer, samt att leverantör väljs av orsak som gagnar VW-bolagen.

Alla leverantörer för större upphandlingar registreras i den globala portalen hos Volkswagen AG, där koncernrutiner träder in, bland annat innebär det att man från centralt håll från och med Juli 2019 kommer genomföra hållbarhetsbedömningar på de leverantörer som levererar varor och tjänster inom vissa kategorier och regioner.

Strategin Together4Integrity kommer innebära gemensamma processer, policys, verktyg etc. för bolag inom Volkswagen-koncernen för att öka kontrollen och styrning av våra leverantörer och därmed minska risken med exempelvis barn- och tvångsarbete.



ÅTERVINNING AV UTTJÄNTA BILAR

Vi åtar oss, i bland annat vår miljö- och kvalitetspolicy, att "Samarbeta med bilåtervinningsföretag som ligger i framkant i branschen och jobba gemensamt för att hålla en hög återvinningsgrad av våra produkter".

Vi som bilimportörer lyder under ett producentansvar för uttjänta bilar, d.v.s. man har ett ansvar för att bilen den dag den tjänat ut, ska tas om hand på ett miljörätt sätt. Producentansvaret föreskriver att den uttjänta bilen ska återvinnas till minst 95 %. Producentansvaret innebär också att uttjänta bilar ska tas emot kostnadsfritt i ett landsomfattande mottagningssystem.

Vår vision, strategi och våra värderingar strävar efter att bilbranschen ska bli mer hållbar så att vi kan fortsätta vara verk-samma inom den. Genom att ta hänsyn till våra bilars livscykel minskar vi belastningen på miljön, skapar en positiv trend och närmar oss en mer hållbar bransch.

För att lämna in den uttjänta bilen kontaktas en auktoriserad demonterings-firma som ingår i Volkswagen Groups mot-tagningsnät för uttjänta bilar.

De auktoriserade bildemonterarna finns utspridda över landet. Besök BilReturs hemsida för att hitta din närmaste demonteringsfirma.

www.bilretur.se



Elektrifiering av transportsektorn

På VGS har vi installerat 60 laddstolpar vid huvudkontoret för att underlätta för personalen och för att bidra till att uppnå ett av våra miljömål, dvs. att öka andelen el- och hybridmodeller som tjänstebilar.

Volkswagen-koncernen investerar stort i sin framtid. Under de närmaste åren kommer koncernen bland annat satsa på framtidens e-mobilitet, autonom körning, nya mobilitets-tjänster och digitalisering av fordon och anläggningar.

TRAINING ACADEMY

Självklart behöver vi även säkerställa att det finns kunskap hos våra tekniker ute i landet för den nya miljövänliga tekniken. Detta gör vi genom avdelningen Training Academy. Training Academy ansvarar för kompetensutveckling i form av utbildningar och läraaktiviteter både internt hos VGS och externt för våra återförsäljare. För återförsäljarna utvecklar och genomför Training Academy utbildningar på uppdrag av samtliga märken inom VGS-organisationen. De utbildar och certifierar exempelvis mekaniker, servicerådgivare, reservdels-specialister, servicechefer, reservdelschefer och verkstadschefer.

För att sprida kunskap om tekniken hos el- och gasbilar utbildar Training Academy tekniker hos VGS återförsäljare runt om i landet. Training Academy erbjuder ett antal

olika utbildningar inom E-mobility och gasmotorer för att stödja detta. Den grundläggande elbilsutbildningen ska bland annat ge goda kunskaper om design och funktion av de elektriska systemen och erbjuds för både hybridfordon och rena elbilar. För att få ytterligare kunskap erbjuds därefter fördjupade utbildningar inom området, där utbildning för högvoltsexperten är vår mest avancerade utbildning inom E-mobility.

För att teknikerna ska hålla sig uppdaterade och besitta kunskap inom den senaste tekniken utvecklar vi ständigt nya utbildningar för Latest Technology. Vissa utbildningar erbjuder vi dessutom digitalt, som webbutbildningar, för att minska behovet av att resa till utbildningsorten.

ELEKTRIFIERING AV FORDONSTEKNIK

Kan man elektrifiera all fordonstrafik i Stockholms innerstad till år 2030? Det har Volkswagen velat ta reda på och har därför, tillsammans med Scania, Vattenfall och Ellevio, låtit konsultföretaget WSP ta fram en rapport innehållande de möjligheter och utmaningar som finns kunna köra samtliga transporter i Stockholms innerstad på el till år 2030. Rapporten resulterar i en handlingsplan som ska ge konkreta förslag på hur aktörerna kan gå tillväga för att elektrifiera stadens transporter.

– Vi har deltagit i arbetet med rapporten eftersom Volkswagen har omfattande planer när det gäller elbilar. Det är spännande att få vara med om att ta fram en vision om hur långt elektrifieringen kan gå. Vi tror att den kommer att göra allra mest nytta i större städer, som Stockholm, säger Marcus Thomasfolk, informationschef hos Volkswagen och delaktig i framtagandet av rapporten.

I korthet visar utredningen vad som behöver finnas på plats för att klara en elektrifiering, bland annat vad som krävs i form av lätta och tunga fordon, elförsörjning och laddinfrastruktur. Rapporten går detaljerat in på vilka beslut som måste tas och när i tiden de behöver implementeras.

Handlingsplanen visar även att det behövs flera typer av lösningar och åtgärder för olika fordons- och användningsgrupper för att möjliggöra visionen om elektrifierade transporter 2030. Tre huvudsakliga kategorier som med stor sannolikhet behöver uppfyllas har dock identifierats:

- Ekonomi – Det behöver vara ekonomiskt fördelaktigt att gå över till ett elfordon.
- Teknik/Fordon – Det behöver finnas de tekniska lösningarna för att användarna ska kunna välja ett elfordon.
- Infrastruktur – Det behöver finnas tillräcklig stödjande infrastruktur så att elfordonen kan användas.

– Det framtagna materialet visar att det är fullt realistiskt att på kort tid nå väldigt långt med elektrifieringen. Man ska se rapporten som en vision för vad som är möjligt att göra och den beskriver vad som måste göras för att uppnå visionen. Helt klart är att fler förändringar måste till om vi ska nå målsättningen på 70 procents minskning av utsläppen från inrikes transporter till 2030, säger Marcus Thomasfolk.

LET'S GET ELECTRIC

Volkswagen insats till att elektrifiera bland annat Stockholm är storsatsning på elbilar. Man planerar att tillverka 1 miljon eldrivna bilar, 20 helt nya modeller om året redan 2025. Målet är tydligt: man vill bygga bilar för miljoner, inte för miljonärer.

Nu laddas det upp för den elektriska revolutionen. Som en av världens största biltillverkare kan Volkswagen verkligen driva på omställningen till elbilar, och dom är redan mitt inne i det: nya modeller utvecklas, fabriker byggs om för en ny sorts bilar, ny batteriteknik forskas fram, system för smart laddning.

Hur kan man illustrera den kraft och power som döljer sig i en tyst och accelerations-snabb elbil med ett bilbatteri på 35,8 kilowattimmar?

Resultatet blev reklamfilm i form av en musikvideo med låten "Electric" med artisten Rein som har cirkulerat i TV och digitalt.

Musikvideon utspelar sig på en scen mitt i skogen vill delvis symbolisera situationer som kan drivas av batteriet i en e-Golf som exempelvis en konsert. Låten fokuserar på just elektricitet och är en tidlös klassiker, där Volkswagen kopplar tidlöshet till hållbarhet

Nästa generation elbilar från Volkswagen kallas ID. och kommer att förändra allt. Fram till 2022 satsar vi 60 miljarder kronor för att skynda på omställningen till eldriven rörelsefrihet. På vägen gör vi också produktionen klimatsmart.

Med kraften i en laddad e-Golf kan du till exempel:

- driva en rockkonsert i 12 minuter
- köra upp till 30 mil
- rosta 1 432 brödsvisor
- poppa 44 kubikmeter popcorn
- dammsuga i 35 timmar



NY SPÄNNANDE TEKNIK

Fokus på ny teknik som bidrar till effektivitet, säkerhet och förbättrad miljö har resulterat i en elbil, Audi e-tron, fullstor som en SUV med quattro®. Den har två elmotorer och elektronisk fyrhjulsdraft som bidrar till förbättrad prestanda och med ett stort högspänningsbatteri ger den förutsättningen för lång räckvidd. Med Audi e-tron kan du köra upp till 417 km utan att behöva stanna för att ladda.

För första gången i en eldriven personbil kombinerar man den nya generationen av quattro och elhydrauliskt integrerande bromsstyrssystemet vilket gör att man kan nå den maximala potentialen för rekuperation, det vill säga återanvändning av bromsenergi.

E-tron har även en ruttplanerare som beräknar den mest effektiva rutten för dig, inklusive alla nödvändiga stopp för att ladda. Den intelligenta tekniken låter dig som kör fokusera på trafiken. E-trons olika förarassistanssystem garanterar även en ökad säkerhet.

Genom framtagning av de virtuella ytterbackspeglarna har man även lyckats minska luftmotståndet och vindljudnivåerna genom de platta fästena. Dessa reducerar bilens bredd med 15 centimeter jämfört med vanliga ytterbackspeglar. En liten kamera överför bilderna digitalt till OLED-skärmar med hög kontrast inne i bilen. Framför allt på kvällen och natten kan du se bakomvarande bilar i knivskarp detalj trots strålkastarreflexer. Audi e-tron är den första produktionsmodellen där den virtuella ytterbackspegeln används.

MIKROMOBILITET

År 2020 tar SEAT nästa steg i en hållbar utveckling genom att lansera flera ladd-bara bilmodeller. Först ut är Mii Electric, en ren elbil med en räckvidd på 252 km (WLTP). Den följs av SEATs första plug-in-hybrid som kommer i form av klassiska SEAT Leon under september 2020. Strax efter det, i november lanseras el-Born som är en helt ny SEAT modell och som baseras på den högteknologiska elbilsplattformen MEB från Volkswagen.

CUPRA bidrar självklart också med ladd-bart, de lanserar två plug-in-hybrider under 2020, CUPRA Leon och CUPRA Formentor, den senare en helt ny modell CUV (Cross-Utility-Vehicle) från CUPRA. I början av 2021 lanserar SEAT sin Tarraco i plug-in-hybrid version, till stor glädje för alla tjänstebilsförare.

SEAT satsar också på urban mobilitet med SEAT Mikromobilitet. Allt fler storstäder tvingas stänga ute fordon med fossila bränslen från citykärnan på grund av miljö och klimat. Man måste hitta ett sätt att radikalt sänka utsläppen och ljudnivån, lösa trafikstockningar och utrymmes-bristen. SEAT har tagit fram flera alternativa eldrivna lösningar på urbana fordon, bland annat en e-kick scooter som redan finns på marknaden, år 2020 presenterar man en e-motorcykel med tre hjul som kan köras med vanligt B-körkort och år 2021 kommer Minimó, ett tvåsitsigt fordon med plats för två personer som drivs på el med målsättningen att vara självkörande på nivå 4.





EKONOMISK HÅLLBARHET

Det ekonomiska resultatet

Total sammanställning över det ekonomiska resultatet för VGS presenteras separat i årsredovisningen:
<https://www.vwgroup.se/om-oss/resultat/>



ANTAL ANSTÄLLDA

463

ANTAL REGISTRERADE
NYA PERSONBILAR

96 854

ANTAL REGISTRERADE
NYA TRANSPORTBILAR

16 930

OMSÄTTNING
(tkr)

28 552 556

BRUTTORESULTAT
(tkr)

1 731 317

RÖRELSERESULTAT
(tkr)

395 073

Kundnöjdhet i två steg

Vår målsättning är att kunderna ska vara så nöjda med våra produkter och tjänster att de är våra varumärkens ambassadörer. Kvalitet i allt vi gör är en förutsättning för hög kundnöjdhet. Vi lever i en tid där vi har gått från att sälja bilar till att sälja mobilitet. Det här avser inte bara mobilitet i dagens samhälle utan även för kommande generationer. För att nå dit krävs det att vi sätter hållbarhet i fokus, eftersom det är en förutsättning för vår planets överlevnad. Ett led i det arbetet är att inte slösa med våra resurser. Det undviker vi genom att leverera mobilitet som våra kunder verkligen vill ha och efterfrågar, alltså hög kvalitet. En central del i allt arbete vi gör är just kvalitet då det är förutsättningen för att våra kunder ska vara nöjda. Vi måste även se till att detta arbete sker med omtanke och att vi i så hög grad som möjligt arbetar med att minska vår miljöbelastning.

Vi arbetar aktivt för att både våra återförsäljare och slutkunder ska bli nöjda med vår service och våra produkter.



ÅTERFÖRSÄLJARE

Motorbranschens Riksförbund (MRF), som är branschorgan för de svenska bilåterförsäljarna, genomför varje år en enkät där återförsäljarna får ranka sina general-agenter. När årets enkät för 2018 presenterades i Stockholm så blev det fina framgångar för VGS märken.

Volkswagen klättrar från en sjätte- till en andraplats, SEAT går från plats 13 till fem, Audi från tio till sex, VW Transportbilar från åtta till sju och Skoda från 14 till åtta. Samtliga VGS märken ligger alltså klart ovanför genomsnittet.

– Det här är ett mycket bra tecken på våra starka ÅF-relationer och det ska värderas mot bakgrund av alla utmaningar vi haft kring dieselfrågan, WLTP-utmaningar och förhandling av nya återförsäljaravtal, säger en mycket nöjd Claes Jerveland, VD för VGS.

Årligen mäter vi även själva kundnöjdheten hos våra återförsäljare och servicepartners, och sätter regelbundet nya mål att stäva efter. 2018 års resultat visar en majoritet av gröna siffror och utfallet är generellt positivt.



SLUTKUND

Inom VGS mäter vi för alla våra märken regelbundet hur våra kunder upplever oss som leverantör. Dagligen skickar vi ut enkäter till kunder som fått en ny bil levererad respektive köpt jobb på våra auktoriserade verkstäder. Syftet är att få in feedback så vi kan arbeta med ständiga förbättringar och leva upp ännu bättre till våra kundlöften. Varje år bjuder vi, via mejl och sms, in totalt runt 430 000 kunder att delta i

våra kundmätningar och får in cirka 120 000 svar. Kundensvaren laddas omedelbart upp i en kunduppföljningsportal där våra återförsäljare och servicepartners dagligen följer sina resultat. De flesta kunder väljer att skicka sina svar helt öppet vilket gör att vi kan återkoppla och reda ut problem i de fall det har uppstått. Vi är väldigt glada över att 70 % av kunderna ger oss 5 stjärnor som omdöme.

FRAMTIDEN



Från förbränningsmotorer till elbilar

Produktionsstart för den sista nya plattformen för förbränningsmotorer kommer ske omkring år 2029. Detta innebär att Volkswagen slutar sälja bilar med förbränningsmotorer i början av 2040-talet. Behovet av effektiva förbränningsmotorer kommer dock vara fortsatt stadigt in på 2030-talet. Samtidigt ska 70 nya eldrivna bilmodeller planeras under de kommande tio åren. Med detta sagts står koncernen inför en spännande och utmanande förändring, där den väletablerade förbränningsmotortekniken lämnar plats åt den eldrivna fordonsflottan.

Fram till år 2028 planerar Volkswagen-koncernen att lansera 70 nya elbilsmodeller. För att göra detta möjligt satsas 30 miljarder euro fram till år 2023. Under nästa årtionde räknar vi med att ha byggt 22 miljoner eldrivna bilar och år 2030 ska andelen eldrivna bilar i koncernen vara 40 procent.

Under övergångsperioden kommer dieselbilen fortsatt att spela en viktig roll. Dieselbilen står för 20% mindre CO₂-utsläpp i jämförelse mot bensinbilen. Dieselmotorn har dessutom en hög grad av effektivitet, hög energidensitet, selektiv katalytisk reduktion och inkluderar avgasåterledning samt dieselpartikelfiler.



GRI-INDEX

GRI-INDEX

KÄRNOMRÅDEN SOM OMFATTAS AV REDOVISNINGEN

GRI-referens	Avsnitt	Sidhänvisning	Kommentar
Organisationsprofil			
102-1	Organisationens namn	8	
102-2	Verksamhet, märken, produkter och tjänster	8, 12-13	
102-3	Huvudkontorets lokalisering	8	
102-4	Länder där organisationen har verksamhet	8	
102-5	Ägarstruktur och organisationsform	8	
102-6	Marknader som organisationen är verksam på	8	
102-7	Organisationens storlek	54-55 Årsredovisning VGS 2018	
102-8	Information om anställda och andra som arbetar för organisationen	Årsredovisning VGS 2018	
102-9	Leverantörskedja	42-45	
102-10	Väsentliga förändringar gällande organisation och leverantörskedja	Årsredovisning VGS 2018	
102-11	Försiktighetsprincipen	Volkswagen AG:s Sustainability report, s. 19-20, 24, 35, 89	
102-12	Externa initiativ om hållbarhet som organisationen stödjer/omfattas av	Volkswagen AG:s Sustainability report, s. 24-31	
102-13	Medlemskap i organisationer	Volkswagen memberships (www.volkswagenag.com/en/sustainability/policy.html)	
Strategi			
102-14	Uttalande från ledande befattningshavare	6-7	
102-15	Nyckelfaktorer, risker och möjligheter	14-16, 20-21, Volkswagen AG:s Sustainability report, s 4-5, 37-38	
Etik och integritet			
102-16	Värderingar, principer och etiska riktlinjer	8-11, 20-21	

Styrning

GRI-referens	Avsnitt	Sidhänvisning	Kommentar
102-18	Styrningsstruktur	Årsredovisning VGS 2018 Volkswagen AG:s Sustainability report, s. 26	
Intressentrelationer			
102-40	Lista över intressentgrupper	22	
102-41	Kollektivavtal	Volkswagen AG:s Sustainability report, s. 67-68	
102-42	Identifiering och urval av intressenter	22	
102-43	Metoder för intressentdialog	22-23	
102-44	Viktiga frågor som lyfts av intressenter	22-23	
Redovisningspraxis			
102-45	Enheter som ingår i den finansiella redovisningen	2, 8, 12-13 Årsredovisning VGS 2018	
102-46	Definition av redovisningens innehåll och frågornas avgränsning	23	
102-47	Lista över väsentliga frågor	23	
102-48	Förändringar av information	-	2018 är första redovisningsåret för VGS
102-49	Förändringar i redovisningen	-	2018 är första redovisningsåret för VGS
102-50	Redovisningsperiod	2	
102-51	Datum för publicering av senaste redovisningen	-	2018 är första redovisningsåret för VGS
102-52	Redovisningscykel	2	
102-53	Kontaktperson för redovisningen	71	
102-54	Redovisning i enlighet med GRI Standarder	2	
102-55	GRI-index	66-69	
102-56	Extern granskning	-	Granskas ej externt

201 Ekonomiskt resultat

GRI-referens	Avsnitt	Sidhänvisning	Kommentar
103-1 – 103-3	Styrning	23-24, 54-55	
201-1	Skapat och levererat direkt ekonomiskt värde	54-55 Årsredovisning VGS 2018	

307 Miljööverensstämmelser

103-1 – 103-3	Styrning	21, 23-24	
307-1	Bristande efterlevnad av miljölagar och föreskrifter	21 Volkswagen AG:s Sustainability report, s. 96	

401 Anställning

103-1 – 103-3	Styrning	23-24, 28-33	
401-1	Personalomsättning	Årsredovisning VGS 2018	
401-2	Förmåner till anställda	28-29, 32	Ett urval av förmåner listas
401-3	Föräldraledighet	32-33	Siffror har inte kunnat anges för personer som kom tillbaka efter föräldraledighet. Av de medarbetare som lämnat företaget inom ett år efter föräldraledighet har inget fall varit koppla till själva föräldraledigheten.

403 Arbetsmiljö och säkerhet

103-1 – 103-3	Styrning	20-21, 23-24, 34-35	
403-2	Skador, arbetsrelaterade sjukdomar, förlorade arbetsdagar, frånvaro samt arbetsrelaterade dödsolyckor	20-21, 28-35	

408 Barnarbete

GRI-referens	Avsnitt	Sidhänvisning	Kommentar
103-1 – 103-3	Styrning	23-24, 44	
408-1	Verksamheter och leverantörer i betydande risk för förekommande av barnarbete	44 Volkswagen AG:s Sustainability report, s. 34-35	

Övrigt

Referens	Avsnitt	Sidhänvisning	Kommentar
VGS-1	Miljöfokus på våra produkter	38-41	
VGS-2	Främjande av miljövänlig teknik	46-51	
VGS-3	Kundnöjdhet	58-59	

KONTAKTINFORMATION

PUBLICERAD AV

Volkswagen Group Sverige AB
Kvalitets- och Verksamhetsutveckling
Hantverkarsvägen 9
151 88 Södertälje
Sverige

KONTAKT

kvalitetmiljo@vwgroup.se

FRAMTAGNING OCH LAYOUT

Josefin Holmström
Rebecca Karlsson

PUBLICERING

Juli 2019