HÅLLBARHETSREDOVISNING 2021

INNEHÅLLSFÖRTECKNING

Volkswagen Group Sverige

Presentation 4

Vision, uppdrag och strategi 5

VD har ordet 6

Omvärld och marknad 12

2021 i korthet 14

Märkena 18

Väsentlighetsanalys & intressenter 20

Social hållbarhet

En attraktiv & ansvarstagande arbetsgivare 24

Miljömässig hållbarhet

Miljöpåverkan 34

Drivande i omställningen till hållbar e-mobilitet 36

Främjande av miljövänlig teknik 44

Ekonomisk hållbarhet

Kundnöjdhet 50

Långsiktig finansiell hälsa 53

Framtiden

Cariad 56

Framtidens utmaning för våra elbilar 59

Tillsammans formar vi Sveriges framtida och hållbara mobilitet.

För oss på Volkswagen Group Sverige (VGS) är det viktigt att vara ett transparent företag med öppen och tydlig kommunikation. Det är därför viktigt för oss att redovisa vårt hållbarhetsarbete till våra intressenter och berätta vad vi gör för att ta vårt ansvar som stor arbetsgivare och aktör på den svenska marknaden. Detta blir det fjärde året som vi i Sverige publicerar vår hållbarhetsrapport.

Vår Hållbarhetsredovisning utgör ett tillägg till koncernens Hållbarhetsredovisning. Hållbarhetsredovisningen är upprättad i enlighet med GRI Standard Core. Redovisningen omfattar hela VGS verksamhet och avser räkenskapsår 2021.

Volkswagen Group Sverige

Volkswagen Group Sverige AB (VGS), med huvudkontor i Södertälje, är Sveriges största bilimportör och marknadsför bilar av märkena Volkswagen Personbilar, Volkswagen Transportbilar, SKODA, SEAT, Cupra, Audi och Porsche. Vårt centrallager, Volkswagen Parts Logistics i Nykvarn lagrar och levererar reservdelar, tillbehör, verktyg, reklam- och trycksaker för fordon av våra märken i Sverige, Norge och Finland. Till VGS hör även vårt dotterbolag Europcar, samt vårt systerbolag Volkswagen Finans Sverige.

På cirka 280 anläggningar marknadsför vi varumärkena i Sverige och säkerställer leverans och efterlevnad av tillverkarnas kvalitetskrav och garantier. Vi har ett utbildningscentrum för de mekaniker och tekniker som servar våra märken, och vi bedriver ett ständigt förbättringsarbete för att kvalitetssäkra våra partners.

Historia

Volkswagengruppens historia i Sverige började 1948 då Scania blev generalagent 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.

Vår värdegrund och vision

Vi är på en spännande resa mot framtiden i en bransch som står inför stora förändringar de närmaste åren. Utmaningarna är globala omvärldsfaktorer: global uppvärmning, urbanisering, bristande naturtillgångar och digitalisering. Bilvärlden antar utmaningarna inom tre viktiga områden: Eldrivna bilar, uppkopplade bilar/e-handel och nya mobilitetstjänster.

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 luta oss mot när vi fattar beslut.

Vår värdegrund 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.

VÅR VISION

Tillsammans formar vi Sveriges framtida och hållbara mobilitet.

VÅRA UPPDRAG

- Vi leder bilbranschen på vägen mot hållbar mobilitet.
- Vi leder elektrifieringen av bilar i Sverige.
- Vi sätter standarden när det gäller fordonsnära tjänster.
- Vi är ett föredöme när det gäller miljö, säkerhet och integritet.

Allt med kunden i centrum.

VÅRA STRATEGISKA MÅL

- Hållbar tillväxt.
- Utmärkt arbetsgivare.
- Entusiastiska kunder.
- Förstklassig sälj-, service och marknadsförings organisation.
- Föredöme för miljö, säkerhet och integritet.

TOGETHER
VOLKSWAGEN GROUP SVERIGE STRATEGY 2025

Claes Jerveland

Efter ett år med stora svängningar på bilmarknaden fanns förutsättningarna för att 2021 skulle bli ett mer stabilt år för bilbranschen och Volkswagen Group Sverige. Tyvärr fortsatte dock Corona-pandemin att påverka världen och inte minst vår verksamhet. Detta år har det framförallt handlat om störningar i produktionen vilket lett till minskad kapacitet att bygga alla beställda bilar.

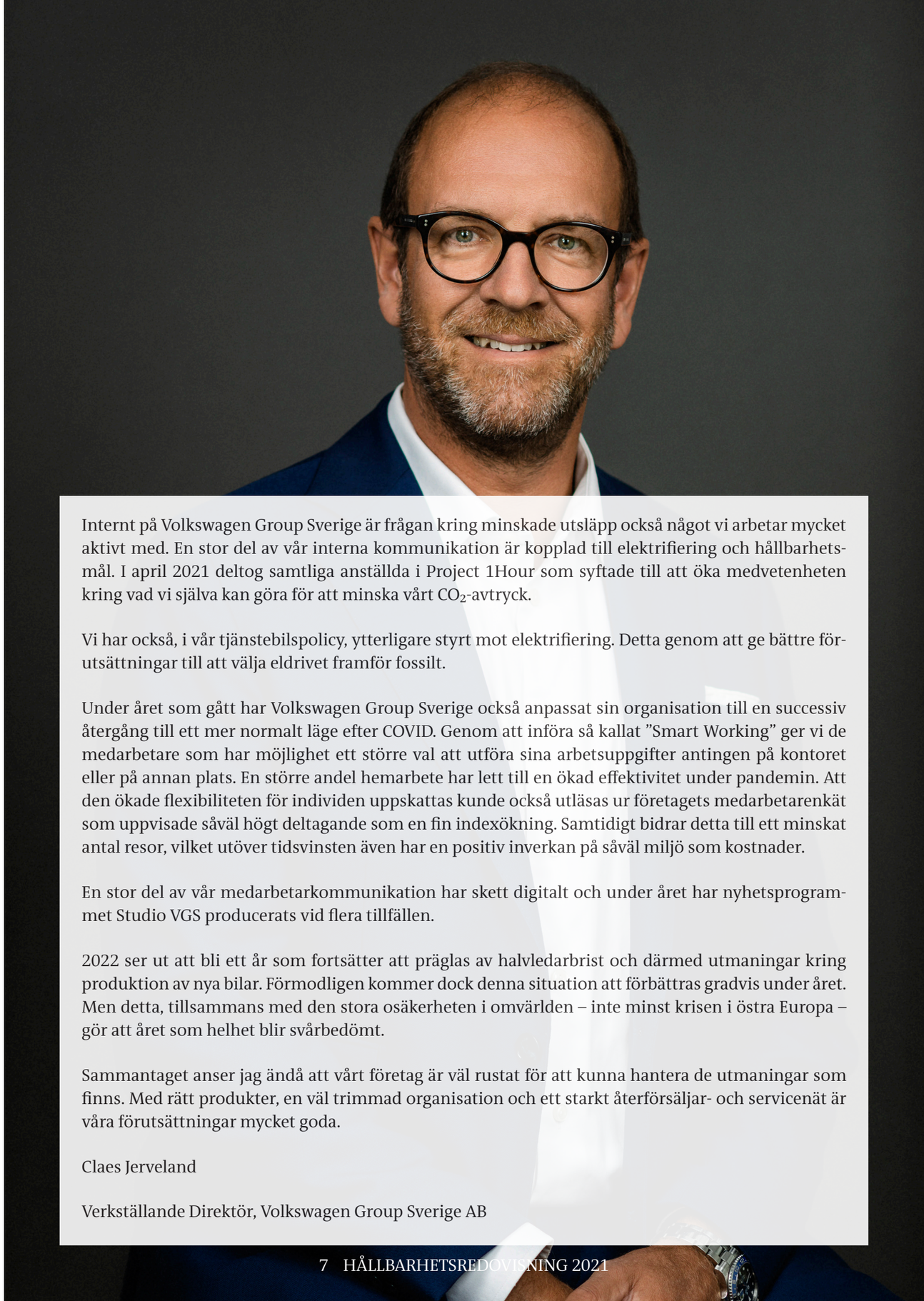
När pandemin startade år 2020 drog många underleverantörer ned sin kapacitet som en följd av biltillverkarnas försäljningstapp. När marknaden sedan återhämtade sig har det varit stora svårigheter för producenterna av så kallade halvledare att komma upp i en produktionskapacitet som motsvarat den stora orderingång som vi sett under 2021. Efterfrågan på halvledare har totalt sett ökat i världen, inte minst som en följd av ökad efterfrågan på olika former av hemelektronik. Det har gjort att bilbranschens behov av halvledare inte kunnat tillgodoses fullt ut.

Det som dock är positivt är den fortsatt starka utvecklingen mot elektrifiering av vår fordonsflotta. Här är Volkswagen Group Sverige landets ledande aktör med en andel av 29,8 % procent av marknaden för eldrivna personbilar. Av företagets registrerade bilar var under 2021 17 534 (22,7 %) helt eldrivna. Till detta ska läggas 12 263 laddhybrider. Noteras kan också att Volkswagen ID.4 blev Sveriges mest registrerade elbil. Detta var andra året i rad som en bil från vårt företag blev etta på elbilsmarknaden. Under 2020 var det ID.3 som stod för den bedriften.

Under 2021 skedde även en rad förändringar vad gäller bilrelaterade skatter. 1 januari försvann den särskilda nedsättningen för elbilar och laddhybrider. 1 april höjdes beloppet för bonus samtidigt som nivån för malus sänktes ytterligare. 1 juli trädde ett nytt system för förmånsbilar i kraft, i syfte att likställa kostnaden med privatägda bilar. Alla dessa förändringar har syftat till att ytterligare styra mot en ökad andel bilar med låga eller inga utsläpp. Under 2022 väntas ytterligare förändringar men det har varit olyckligt att regeringen inte varit tydliga med hur det blir med införandet av dessa.

När det gäller opinionsbildande arbete så har detta fortsatt vara en viktig del av vår verksamhet. Här kan vi se att en snabbare utbyggnad av laddinfrastruktur för elbilar är av största vikt. Genom debattartiklar, möten och samarbeten är det här en fråga som vi lyft i olika sammanhang. Vi är också med och driver påverkansarbete genom vårt medlemskap i branschföreningar som Mobility Sweden och PowerCircle.

Ett glädjande resultat av vårt arbete är att Stockholms Stad i mars tillkännagav att man startar en Elektrifieringspakt tillsammans med näringslivet. Syftet är att driva på utvecklingen mot att Stockholm ska vara en föregångsstad i världen när det gäller att ge förutsättningar för en helt elektrifierad fordonsflotta. Bakom pakten ligger ett flerårigt samarbete mellan Volkswagen Personbilar, Scania och Ellevio. Här har hela tiden syftet varit att kroka arm med politiken för att uppnå resultat. Offentliggörandet av Elektrifieringspakten är en viktig milstolpe i det arbetet.



Internt på Volkswagen Group Sverige är frågan kring minskade utsläpp också något vi arbetar mycket aktivt med. En stor del av vår interna kommunikation är kopplad till elektrifiering och hållbarhetsmål. I april 2021 deltog samtliga anställda i Project 1Hour som syftade till att öka medvetenheten kring vad vi själva kan göra för att minska vårt CO_2-avtryck.

Vi har också, i vår tjänstebilspolicy, ytterligare styrt mot elektrifiering. Detta genom att ge bättre förutsättningar till att välja eldrivet framför fossilt.

Under året som gått har Volkswagen Group Sverige också anpassat sin organisation till en successiv återgång till ett mer normalt läge efter COVID. Genom att införa så kallat ”Smart Working” ger vi de medarbetare som har möjlighet ett större val att utföra sina arbetsuppgifter antingen på kontoret eller på annan plats. En större andel hemarbete har lett till en ökad effektivitet under pandemin. Att den ökade flexibiliteten för individen uppskattas kunde också utläsas ur företagets medarbetarenkät som uppvisade såväl högt deltagande som en fin indexökning. Samtidigt bidrar detta till ett minskat antal resor, vilket utöver tidsvinsten även har en positiv inverkan på såväl miljö som kostnader.

En stor del av vår medarbetarkommunikation har skett digitalt och under året har nyhetsprogrammet Studio VGS producerats vid flera tillfällen.

2022 ser ut att bli ett år som fortsätter att präglas av halvledarbrist och därmed utmaningar kring produktion av nya bilar. Förmodligen kommer dock denna situation att förbättras gradvis under året. Men detta, tillsammans med den stora osäkerheten i omvärlden – inte minst krisen i östra Europa – gör att året som helhet blir svårbedömt.

Sammantaget anser jag ändå att vårt företag är väl rustat för att kunna hantera de utmaningar som finns. Med rätt produkter, en väl trimmad organisation och ett starkt återförsäljar- och servicenät är våra förutsättningar mycket goda.

Claes Jerveland

Verkställande Direktör, Volkswagen Group Sverige AB

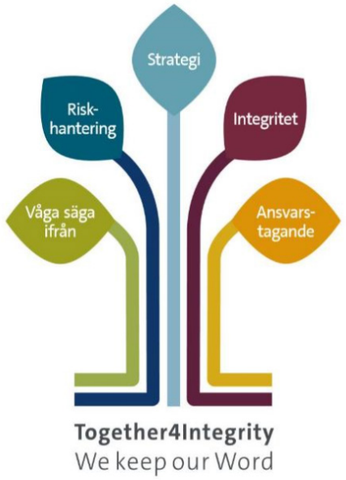
Together4Integrity

Vi vill att Volkswagen ska vara ett företag med integritet rakt igenom och respekteras i ordets bästa mening. För att uppfylla detta har vi skapat det koncerngemensamma integritets- och efterlevnadsprogrammet Together4Integrity (T4I), som en del av Together Strategy 2025+.

T4I samlar alla aktiviteter för integritet, efterlevnad, kultur, riskhantering, samt HR-frågor och skapar grunden för vår framgång. T4I är vår gemensamma väg mot en företagskultur som gör det möjligt för varje chef och varje anställd att agera med integritet och i enlighet med reglerna – hela tiden och överallt.

Vi har sammanfattat våra löften till våra kunder, aktieägare, affärspartners och oss själva i sju viktiga principer. De beskriver vad koncernen står för över alla varumärken, företag och länder:

1. Vi tar ansvar för miljön och samhället.
2. Vi är ärliga och talar om när något är fel.
3. Vi bryter ny mark.
4. Vi lever mångfald.
5. Vi är stolta över det arbete vi gör.
6. VI inte jag.
7. Vi håller vårt ord.



Vi ska vara ett trovärdigt företag, som tar vårt sociala ansvar och där vi alltid håller vårt ord. Där vi är öppna och ärliga, där mångfald är en tillgång och där vi alltid vågar prova nya vägar.

Vi arbetar kontinuerligt för en bättre framtid, och vi är stolta och trygga i det arbete vi gör.

Det är tillsammans vi kan arbeta konstruktivt och finna nya lösningar. Samtidigt är var och en ansvarig för sina handlingar, det är också helt avgörande att vi alla, var och en, lever upp till dom principer och dom värderingar som gäller på VGS.

– *Claes Jerveland, Verkställande Direktör på Volkswagen Group Sverige.*

VÄRLDEN

Globala omvärldsfaktorer påverkar hela mänskligheten

GLOBAL UPPVÄRMNING

URBANISERING

BRISTANDE NATURTILLGÅNGA

DIGITALISERING

BILVÄRLDEN

Hela transportsektorn står inför en total förändring.

ELDRIVNA BILAR

UPPKOPPLADE BILAR OCH E-HANDEL

NYA MOBILITETS-TJÄNSTER

VW-VÄRLDEN

Volkswagen Group reagerar inte bara på vad som händer – vi är med och skapar framtiden.

ROADMAP E

STRATEGY 2025 +

Vårt bidrag till de Globala målen

GLOBALA MÅLEN
för hållbar utveckling

Område	Vår prioritering	Agenda 2030	Vad gör vi?
Social Hållbarhet	Vi ska vara en utmärkt arbetsgivare där jämställdhet, jämlikhet, mångfald & inkludering genomsyrar hela vår verksamhet. Med en utomordentlig företags- & ledarskapskultur med en god & hållbar arbetsmiljö.		Detta säkerställs genom vår arbetsmiljökommitté, ledarskapsplattform, T4I, Employer Branding, genom generösa friskvårdsbidrag och andra projekt. Läs mer under sektionen för ”Social Hållbarhet”.
Ekologisk Hållbarhet	Volkswagen Group Sverige bidrar starkt till branschens utveckling – som en av Sveriges ledande aktörer inom mobilitet ska vara en förebild när det gäller miljö & hållbarhet.		Vi ska leva upp till klimatmålen i enlighet med Parisavtalet och ska senast 2050 uppnå CO_2-neutral balans inom alla områden. År 2030 kommer vi ha elektrifierat hela vårt modellprogram.
Ekonomisk Hållbarhet	Tillsammans formar vi Sveriges framtida & hållbara mobilitet.		På en föränderlig marknad är det viktigt att inte bara hänga med i utvecklingen utan att faktiskt också leda den, för att fortsätta vara attraktiva på marknaden och uppnå en långsiktig stabil tillväxt.

Ännu ett utmanande år

Globala omvärldsfaktorer påverkar oss alla vilket för oss på Volkswagen Group Sverige har visat sig tydligt även detta år. Politiska beslut har haft direkt påverkan på verksamheten samt globala komponent- och halvledarbristen med anledning av Corona resulterade i en minskad produktionstakt och således minskade antalet levererade bilar. Även arbetssituationen internt har fortsatt påverkas av Corona-pandemin samt möjligheten till att hålla fysiska konferenser, pressträffar och liknande. Men trots stora globala utmaningar som har påverkat oss under 2021 har vi haft en stark utveckling för våra eldrivna bilar, samt sett ett stort ökat kundintresse för marknaden, vilket vi på VGS är väldigt glada över.

Fordonsåret 2021 inleddes med en stark återhämtning i ekonomin efter ett tufft 2020. Det gav ett uppsving i nyregistreringarna som ökade kraftigt under det första halvåret. Särskilt positivt är vår starka utveckling på eldrivet, där vi är den klart ledande aktören med en andel på 29,8% av totalmarknaden för eldrivet i Sverige[1]. Nära varannan nyregistrering var en laddbar bil under 2021.

Men pandemin fortsatte dock att påverka branschen genom den brist på komponenter som uppstod, bland annat halvledare, som resulterade i stora störningar i produktionen med påverkan på både antalet fordon och leveranstider. Normalt är det storleken på efterfrågan som styr hur mycket som produceras, med 2021 blev tillgången på komponenter det som styrde.

Utbudsproblemen under det andra halvåret bromsade uppgången som urholkades månad efter månad. Under det första halvåret ägde flera styrmedelsförändringar rum. Den första januari avskaffades den temporära nedsättningen av förmånsvärdet för elbilar, laddhybrider och gasbilar. Detta gjorde att kostnaden för en el-, hybrid- och gasbil som tjänstebil ökade, vilket kan försvåra för företag att ställa om till en laddbar fordonsflotta. Det kan också komma att påverka spridningen av ny teknik, då förmånsbilar tenderar att komma ut på andrahandsmarknaden efter några år och således sprider tekniken vidare.

Vidare höjdes bonusen för elbilar den 1 mars samtidigt som bonusen för laddhybrider sänktes och malusen höjdes. Den 1 juli höjdes förmånsskatten för bilförmån genom en justerad beräkningsmodell, något som gjorde det ännu dyrare att inneha tjänstebil.

Förändringarna har bidragit till en ryckig marknad. Störst negativ påverkan av de förändrade styrmedlen finns inom företagsmarknaden där registreringsandelen minskade under det andra halvåret.

1 Mobilitysweden.se

Förändringar inom politiken kan få en direkt påverkan på oss som bilförsäljare vilket kan innebära en risk för att omställningen mot en elektrifierad fordonsflotta bromsas upp. VGS är ett medlemsföretag i Mobility Sweden, den svenska branschorganisationen för tillverkare och importörer av personbilar, lastbilar och bussar, och sitter med i styrelsen för att på så vis vara med i diskussionen kring branschutvecklingen.

Under pandemin har vi som bolag tillsammans skaffat oss många nya erfarenheter över hur och vart vårt arbete kan utföras. Detta resulterade i mars 2021 i en ny strategi; Det nya normala – Smart Working. Den nya strategin för vårt arbetssätt är mer anpassat för den nya situationen och ett resultat av att vi ständigt vill utvecklas och bli bättre som arbetsgivare, mer om detta under sektionen för ”Social Hållbarhet”.

Smart working bygger på tre principer;

- Vi bevarar aktivt våra erfarenheter
- Vi anammar flexibilitet och förändring
- Det är avdelningen som fyller smart working med liv

Händelser som har påverkat oss

Jan
- Högre förmånsvärde för el-, hybrid- och gasbilar då tidigare tillfällig nedsättning ej förlängdes
- Volkswagen ID.3 utsedd till ”Årets elbil 2020”

Feb
- Volkswagen släpper fler versioner av nya elbilen ID.4
- Världspremiär av elbilen Audi e-tron GT

Mar
- Volkswagen var med och presenterade elektrifieringspakt officiellt i stadshuset
- Power Day: Volkswagen presenterar planen för batterier och laddning fram till 2030

Apr
- Way to Zero: Volkswagen AG presenterar färdplan för klimatneutral mobilitet
- Ändring av Bonus-Malus. Förhöjd skatt för bensin- och dieselbilar
- Climate Day: Diskussion med samtliga medarbetare hur vi kan bidra till minskade utsläpp

Maj
- SEAT lanserar den 100% electriska motorcykeln SEAT MÓ e-scooter 125
- VGS Dieselbilar godkänns för HVO100
- Volkswagen offentliggör ACCELERATE

Jun
- Förhöjt förmånsvärde på nya tjänstebilar
- Volkswagen We Charge utökas med fler laddpunkter i Sverige

Jul
- Nya funktioner och ökad komfort -Volkswagen lanserar uppdateringar över nätet för eldrivna ID. -familjen

Aug
- Volkswagen Sverige-etta för fjärde månaden i rad

Sep
- Volkswagen introducerar Over-the-Air-uppdateringar för alla ID.-modeller

Okt
- Säljstart för nya ID.5 och ID.5 GTX

Nov
- Volkswagen ID.4 fortsatt elbilsetta i Sverige
- CUPRA vinner tre priser i Golden Steering Wheel

Dec
- Skoda ENYAQ iV blev utsedd som årets smartaste bilköp 2021 av riksförbundet M
- Volkswagen presenterar nya lösningar för laddning av elbilar
- Volkswagen driver på utbyggnaden av förnybar energi med en ny vindkraftpark i Sverige

Årets händelser i korthet

Omvärldssituationen har påverkat oss mycket under 2021, och utmanat oss på många olika sätt. Men trots stora utmaningar detta år har vi genom vårt starka fokus på elektrifiering och miljöarbete kunnat visa på goda resultat över vår miljöpåverkan.

Vi arbetar kontinuerligt med att minska vårt miljöavtryck från vår verksamhet och vårt fokus på elektrifiering avser även internt hos oss på VGS. Under 2021 ökade vi andelen el- och hybridbilar till 69% av vår totala tjänstebilsflotta (föregående år uppgick andelen till 46%). Detta i kombination med minskade tjänsteresor kopplat till ökat distansarbete, digitala revisioner av våra återförsäljare och effektivare planering av tjänsteresor har vi lyckats minska våra Scope-1 utsläpp kopplat till våra tjänstebilar från 1 391 Ton CO_2 2020 till 1 021 Ton CO_2 2021 (WTW). Vidare resulterade det ökade digitala arbetssättet och effektivare planering av tjänsteresor till en minskning i antalet tjänsteresor med flyg, vilket minskade de tillhörande CO_2-utsläppen med -59 % jämfört med året innan. Genom vårt fokus på att minska vår miljöpåverkan, analyserar vi kontinuerligt vart och hur vi kan minska denna. Genom cirkulärt tänkande och vårt ökade digitala arbetssätt internt på VGS, minskade vi vårt genererade avfall på kontoret samt på vårt lager under 2020 med totalt -19 %. Dessa låga avfallsnivåer jämförelsevis med tidigare år, gjorde att vi inte kunde minska vårt avfall under 2021. Vi behöll dock en likvärdig nivå då avfallet endast ökade med 1,3% under 2021 jämfört med året innan. Denna ökning berodde framför allt på underhållsarbete på lagret vilket ledde till mer avfall.

Tillsammans som en grupp

VOLKSWAGEN
GROUP SVERIGE AB

Våra varumärken

Tillsammans formar vi Sveriges framtida och hållbara mobilitet

VGS består av sju varumärken med en individuell identitet och en gemensam vision. 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 lättare transportbilar.

Transportbilar

ŠKODA

SEAT

CUPRA

PORSCHE

WE ELECTRIFY SWEDEN.

SUSTAINABLE FLEXIBLE TRANSPORT – SOLUTIONS THAT CONTRIBUTE TO OUR CUSTOMERS SUCCESS.

INNOVATION DRIVEN SINCE 1895 FOR SMART MOBILE SOLUTIONS.

MAKING MOVING FORWARD EASY.

THE UNCONVENTIONAL AND EMOTIONAL CHALLENGER BRAND THAT INSPIRES THE WORLD FROM BARCELONA.

THE MOST ATTRACTIVE PREMIUM BRAND.

SHAPING THE FUTURE OF THE SPORTSCAR.

Prioriterade hållbarhetsfrågor

Under året har vi inför denna rapport utfört en Väsentlighetsanalys för att ta reda på vad vi bör prioritera och lägga resurser på inom vårt arbete med hållbarhet samt vad vi enligt våra intressenter bör kommunicera ut i vår Hållbarhetsredovisning. Förra året gjorde vi en uppföljning på tidigare års väsentlighetsanalys, men detta år valde vi att ta ett nytt helhetsomtag för att upptäcka eventuella förändringar i resultatet.

Som grund till vår väsentlighetsanalys utförde vi en omvärldsanalys för att identifiera trender inom branschen, regelverk samt globala drivkrafter som kan tänkas att påverka oss och vårt hållbarhetsarbete. Resultatet från omvärldsanalysen, tidigare utförda väsentlighetsanalyser samt befintliga strategier, visioner och riktlinjer implementerade inom VGS ligger till grund för den första bedömningen över relevanta hållbarhetsområden som påverkas av Volkswagen Group Sverige. Dessa områden namnger vi sedan och presenterar som hållbarhetsaspekter utifrån de tre hållbarhetsområdena Miljö, Ekonomi och Socialt.

I nästa steg nådde vi ut till våra interna intressenter via workshops, dialoger, samtal och enkätstudier samt våra externa intressenter genom en liknande enkätstudie för att analysera och rangordna våra aspekter. Våra interna intressenter består av medarbetare, ledning, styrelse samt våra bilmärken och våra externa intressenter består av leverantörer, intresseorganisationer, återförsäljare och service partners där våra återförsäljare och servicepartners står för kundperspektivet.

Genom denna studie skapade vi oss en bra förståelse för vad våra intressenter tycker är viktigt att vi arbetar med samt prioriterar i vårt hållbarhetsarbete och rapportering. Väsentlighetsanalysen resulterade för de tre hållbarhetsområdena miljö, ekonomiskt och socialt i vardera två aspekter som ansågs som mest betydande enligt våra intressenter.

PRIORITERADE HÅLLBARHETSASPEKTER

SOCIALA ASPEKTER

Efterleva & arbeta utefter våra värderingar: Driv, Integritet & Hållbarhet

Vara en förebild som en jämlik, inkluderande arbetsgivare där god hälsa, anställningsförhållanden & villkor prioriteras precis som gott ledarskap & säkerhet på arbetsplatsen.

5 JÄMSTÄLLDHET · 8 ANSTÄNDIGA ARBETSVILLKOR OCH EKONOMISK TILLVÄXT · 10 MINSKAD OJÄMLIKHET

MILJÖMÄSSIGA ASPEKTER

Drivande i omställningen till hållbar e-mobilitet

Främjande av miljövänlig teknik inom fordonsbranschen

7 HÅLLBAR ENERGI FÖR ALLA · 11 HÅLLBARA STÄDER OCH SAMHÄLLEN · 13 BEKÄMPA KLIMATFÖRÄNDRINGARNA

EKONOMISKA ASPEKTER

Finansiell hälsa & Lönsamhet

Kundnöjdhet, för långsiktiga relationer

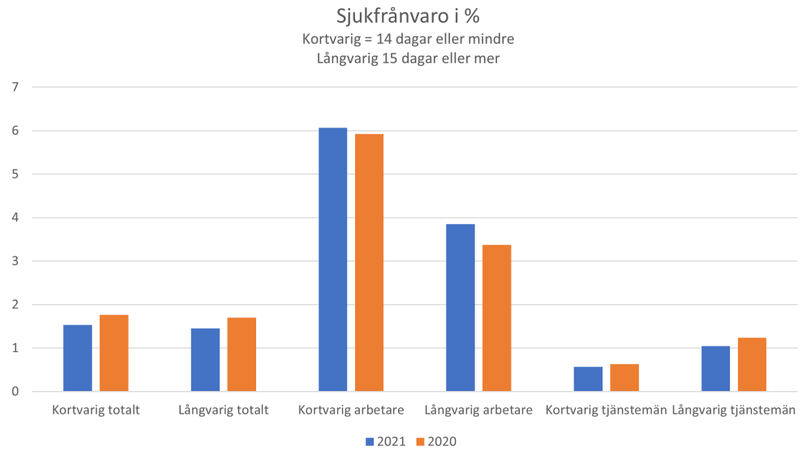
8 ANSTÄNDIGA ARBETSVILLKOR OCH EKONOMISK TILLVÄXT

SOCIAL HÅLLBARHET

Vårt ansvar

Vi har ett ansvar att som arbetsgivare värna om våra medarbetares hälsa, utveckling och att främja samt förbättra arbetsmiljön. Det är med grund i detta som vi arbetar mot vår vision att vara ”En av de mest attraktiva arbetsgivarna i Sverige”.

Genom vår skyddskommitté har vi en systematik och regelbundenhet för att uppnå en trygg och säker arbetsmiljö. Kommittén verkar för att minska antalet olycksfall, sjukskrivningar och ohälsa. Vi har under året sett en minskning av vår sjukfrånvaro , där kortvarig sjukskrivning (14 dagar eller färre) gått ned från 1,76 % till 1,53 % . Långsiktig sjukfrånvaro har även den minskat till 1,45 % från 1,70 %. Vi är väldigt glada över att utvecklingen går åt rätt håll, trots de redan låga nivåer. Vi ser fortfarande en betydligt lägre sjukfrånvaro hos tjänstemän, vilket antagligen beror på möjligheten att arbeta hemifrån och minska kontaktytor under pandemin. Vårt arbete fortsätter med att öka både trivsel och hälsa där pandemin gett både utmaningar och möjligheter. Vi har trots ytterligare ett speciellt år fortfarande ett högt resultat från vår medarbetarundersökning.



Hälsa och välbefinnande

Vi erbjuder våra medarbetare föräldralön, tjänstepension, löneväxling, företagshälsovård, försäkringar, samt även friskvårdsbidrag och gym- och massagemöjligheter.

Det nya normala

År 2020 var ett år som ställde vår organisation på sin spets och testade vår flexibilitet och anpassningsförmåga. 2021 har varit en fortsättning på det temat samtidigt som vi har fokuserat på att hitta vår väg till ett läge som kommer att bli vårt ”nya normala”.

Pandemin har visat sig ge flera lärdomar kring sättet vi arbetar och vår relation till hemarbete. Vår årliga medarbetarundersökning har visat att upplevelsen av balansen mellan arbete och privatliv har ökat under året, när vi arbetat hemifrån en stor del av tiden. En förklaring till det är att hemarbete minskar restiden och ger mer tid åt familj och fritidsintressen. Det frigör också tid till träning och fysisk aktivitet, som annars kan vara svårt att hinna med i vardagen. Att arbeta hemifrån kan också möjliggöra bättre koncentration och arbetsro, utan de mindre störningsmoment som kan finnas på ett stimmigt kontor. Att arbeta för mycket hemma har också flera risker och negativa sidor. Den socialisering vi får naturligt på kontoret minskar och vi spenderar mer tid själva, vilket kan medföra att känslan av ensamhet ökar. När vi inte umgås med kollegor så riskerar vi också att tappa vår teamkänsla och företagstillhörighet. Att arbeta hemifrån innebär dessutom helt andra förutsättningar när det gäller ergonomi.

Med det i baktanke så skapar hemarbetet utmaningar för oss som arbetsgivare. Vi kan inte lika enkelt styra hur arbetsplatsen ser ut för våra medarbetare. Över hälften, 53 %, upplever en försämring när det gäller ergonomi, genom till exempel sämre skrivbord och arbetsstol. En påtaglig risk är även att det inte är lika naturligt för oss att ta pauser och att koppla bort jobbet efter arbetsdagen, utan arbetet blir mer gränslöst. Känslan av att arbetsdagen är slut som infinner sig när vi lämnar kontoret är inte lika uppenbar. En tredjedel upplever en ökad stressnivå av hemarbetet.

Vår väg framåt

Vi på VGS, har, likt samhället i stort, insett att vi faktiskt kan klara av vårt arbete utan att vara på kontoret varje dag. Men med hänsyn till de risker vi har identifierat så ser vi ett behov av viss närvaro på kontoret, för att inte förlora vår företagsidentitet och teamkänsla för medarbetarna. Det är med den bakgrunden vi har utvecklat och lanserat begreppet Smart Working. Vi tror att genom en balanserad uppdelning mellan närvaro på kontoret och hemarbete så får vi en mer flexibel organisation och kan bli en mer attraktiv arbetsgivare.

53 % UPPLEVER EN FÖRSÄMRING AV ERGONOMIN VID HEMARBETE

Smart Working som begrepp innebär vår väg mot ett hållbart arbete efter Covid-19. Vi vill skapa en arbetssituation som kombinerar hemarbete och arbete på plats på bästa möjliga sätt. Begreppet innefattar tre olika punkter för att fortsätta arbeta mot vår vision ”En attraktiv & ansvarstagande arbetsgivare”:

- Vi bevarar aktivt våra erfarenheter – Vi tar tillvara på vad vi lärt oss om hemarbete och arbete på kontor
- Vi anammar flexibilitet och förändring – Olika förutsättningar skapar olika möjligheter till hemarbete
- Det är avdelningen som fyller Smart Working med liv – Hur vi kommer arbeta kommer att vara individuellt- och avdelningsanpassat

Smart Working betyder att vårt sätt att arbeta framöver är flexibelt och ska ge en ökad balans mellan jobb och fritid, en hög effektivitet och produktivitet, samtidigt som vi inte försakar samarbetet och teamkänslan hos våra avdelningar. Det betyder också att var och hur vi arbetar inte nödvändigtvis passar lika bra för alla avdelningar, individer eller i alla situationer. Ett projekt som kräver mycket samarbete fordrar en ökad närvaro exempelvis. Vi vill alltså att situationen och kontexten avgör nivån av hemarbete och att vi inte tillämpar ett one size fits all-förhållningssätt.

En utgångspunkt i vårt arbete framöver är att de fysiska kontoren i Hovsjö och Nykvarn är våra arbetsplatser. Det är på de platserna som vi kan och vill prioritera vår utveckling av arbetsmiljön. Ett större ansvar faller därmed på varje medarbetare vid hemarbete. Smart Working mynnar ut i att våra medarbetare i genomsnitt har möjlighet att arbeta hemma 2 dagar per vecka.

Ledarskap

Under 2021 har vi fortsatt utvecklat vårat ledarskap med olika initiativ och utbildningar. Våra ledare och chefer har nyckelfunktioner för att vi ska kunna implementera Smart Working på ett effektivt sätt. Det är också de som säkerställer att varje medarbetare har rätt förutsättningar och som upprätthåller god hälsa på arbetsplatsen.

Eva Grundel, Head of Sales på VW personbilar, berättar om sina erfarenheter från pandemin och kring Smart Working:

”Visst har det funnits utmaningar kopplat till att arbeta på distans. Det är svårare att få en uppfattning över hur alla i teamet mår. Överhörning och att snappa upp signaler vid kaffemaskinen fungerar inte lika naturligt digitalt. Det ställer högre krav på mig och mitt ledarskap att vara än mer lyhörd och tydlig. Positiva effekter är att medarbetarna upplever en större flexibilitet i arbetet samt en högre balans mellan jobb och fritid”.

Arbetet på distans beskrivs som välfungerande idag där vi har hittat en bra balans tack vare ”Smart Working”. Under pandemins början var arbete mer individuellt och gränslöst där många arbetade långa dagar och var tillgängliga hela tiden. Vi genomförde då en förändring med tydliga riktlinjer. Vi bokade inte möten före kl 9 på morgonen eller efter kl 16 på eftermiddagen. Mellan kl 12-13 var det reserverad tid för lunch där inga möten bokades in. Dessa riktlinjer håller vi än idag. För att kunna arbeta hållbart på distans så behöver vi vara respektfulla för varandras tid.

Eva berättar även att hon är positiv till Smart Working framåt och menar att balansen är det viktigaste. Det finns möjligheter att minska stressen och öka hållbarheten i arbetet med mindre restid. Det är en speciell situation i Evas team där medarbetarna är regionchefer vars uppgift är att vara ute och ha kontakt med återförsäljare. Teamet ser däremot fördelar med distansarbetet där det i kombination med fysisk närvaro ger ännu större närhet och effektivitet med fler möten.

Women For Leaders

Genom ett av våra ledarskapsinitiativ för året har Eva medverkat i Women for Leaders Premium Leadership Program. Det är ett ledarskapsprogram för kvinnor som är framtaget av näringslivets ledande kvinnliga profiler. Programmet pågick under hösten 2021 och har gett både viktiga verktyg för ledarskap samt ett nätverk genom programmets olika deltagare. Eva berättar att verktygen var speciellt användbara eftersom programmet pågick mitt under pandemin, när ledarskapet var som tuffast att genomföra. Programmet var uppdelat i olika moduler som behandlade olika former av ledarskap såsom digitalt-, värderingsbaserat-, strategiskt- och coachande ledarskap.

Eva beskriver programmet som – ”Kvinnorna inom Women for Leaders utgör ett mycket starkt nätverk tillsammans. Att jag får fortsätta vara en del av det känns som en fin investering för framtiden och det ska bli spännande att följa de andra deltagarna på deras resor framöver. Vi har skapat en trygghet och tillit oss emellan som möjliggör fortsatt meningsfulla utbyten!”

Förhoppningen är att programmet även ska ge inspiration till yngre förmågor att få ta större plats och utvecklas. Vi arbetar i en mansdominerad bransch och det är viktigt med balans tillsammans med kompetens för en jämställd och hållbar arbetssituation. Eftersom det är färre kvinnor i branschen så finns det ett behov av fler kvinnliga förebilder och ledare

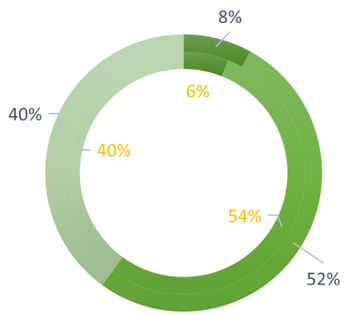
- Eva Grundel, Head of Sales VW Personbilar

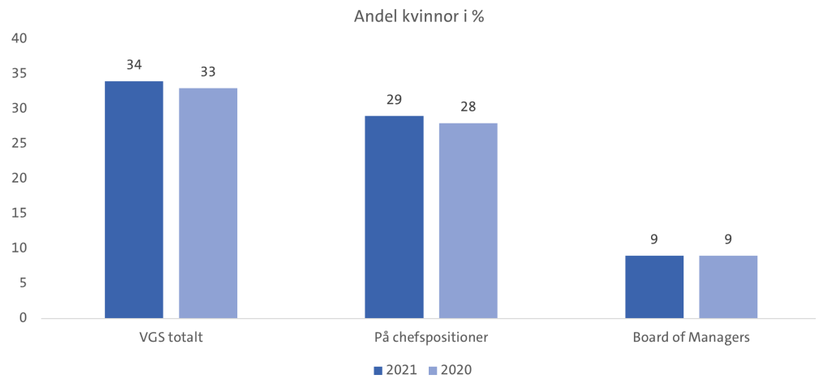
Jämställdhet och mångfald

Vårt arbete kring jämställdhet och mångfald fortsätter och är även år 2021 ett prioriterat område för VGS. Vi har en hög ambition gällande vårt jämställdhets- och mångfaldsarbete, där vi eftersträvar en dynamisk kultur av oliktänkande och kreativitet. Vår tro är att för att vi ska kunna uppnå målet att vara en attraktiv arbetsgivare och arbetsplats så behövs personer från olika bakgrunder, åldrar och erfarenheter. Vi har sett en förbättring i år jämfört mot förra året angående andelen kvinnor, både totalt, samt på chefsposition, där andelen ökat med 1 procent mot 2020 och där nivån för chefer är i år på 29%. Mångfald och jämställdhet är fortfarande en av våra utmaningar, inte minst då vi verkar i en traditionellt mansdominerad bransch. I Sverige är det i genomsnitt 33% kvinnor i chefspositioner enligt siffror från SCB, vilket innebär att vi har en bit kvar, men vi har tagit ett steg i rätt riktning.

Antalet anställda i år uppgår till 443 personer, jämfört med 454 år 2020. Antalet nyanställningar uppgår för året till 43 personer. Vi har under året ökat vår andel av unga under 30 år, på VGS från 6 till 8 procent. Det är en viktig utveckling för att vi ska få en varierad grupp medarbetare med olika infallsvinklar och åsikter. Det är även en viktig del för att vara långsiktigt hållbara. Personalomsättningen uppgick under 2021 till 5.8 procent.

Åldersfördelning 2021 (jmf 2020)





Nyanställda/ Personalomsättning

Ålder	Antal kvinnor	Andel kvinnor	omsättning Kvinnor	Antal män	Andel män	Omsättning män
Under 20	0	0 %	0 %	0	0 %	0 %
20 - 29	7	50 %	0 %	7	50 %	11 %
30 - 39	4	24 %	14 %	13	76 %	6 &
40 - 49	7	58 %	4 %	5	42 %	4 %
50 - 59	0	0 %	7 %	0	0 %	2 %
Över 60	0	0 %	29 %	0	0 %	26 %
Totalt	**18**	**42 %**	**8 %**	**25**	**58 %**	**6 %**

MILJÖMÄSSIG HÅLLBARHET

Hur bidrar vi negativt till miljön?

På Volkswagen Group Sverige arbetar vi aktivt och systematiskt med miljöfrågor som en del i vårt arbete för att nå en hållbar utveckling. Vi är certifierade enligt ISO 14001, och genom vårt ledningssystem som grund för vår certifiering säkerställer vi att vårt miljöarbete prioriteras rätt, hanterar risker och möjligheter kopplat till våra betydande miljöaspekter samt sänker våra miljöutsläpp från år till år. I vårt arbete fokuserar vi på att hantera och minska våra betydande miljöaspekter som utgörs av energiförbrukning, tjänsteresor, avfall, kemikalier, brandrisk, samt materialåtgång och utsläpp från våra sålda produkter.

ENERGIFÖRBRUKNING

Hur arbetar vi för att minska vår miljöpåverkan?

Arbeta med att reducera vår energiförbrukning samt vara med och bidra till utvecklingen mot fossilfri energi genom att välj grön el.

FOSSILT DRIVMEDEL I VÅRA TRANSPORTER

Hur arbetar vi för att minska vår miljöpåverkan?

Själva använda oss av samt driva utvecklingen av fossilfria transporter.

KONTORSAVFALL

Hur arbetar vi för att minska vår miljöpåverkan?

Se över våra inköp och ställa krav på leverantörer. Vi arbetar också aktivt med återbruk, återvinning och reducering av vårt kontorsavfall.

MATERIALFÖRBRUKNING FRÅN PRODUKTION AV DE BILAR VI SÄLJER

Hur arbetar vi för att minska vår miljöpåverkan?

Vi arbetar aktivt med att informera våra fabriker om våra prioriteringar. Vi arbetar med återvinning och samarbetar med våra servicepartners för att förlänga våra bilars användningstid.

UTSLÄPP FRÅN BRAND & KEMIKALIESPILL

Hur arbetar vi för att minska vår miljöpåverkan?

Arbeta med riskbedömning genom uppsatta kriterier vid inköp av kemikalier samt i vår kemikaliehantering.

UTSLÄPP FRÅN VÅRA SÅLDA PRODUKTER

Hur arbetar vi för att minska vår miljöpåverkan?

Genom att marknadsföra våra miljövänligare bilar samt kommunicera ut fördelarna med dessa kan vi påverka andelen miljövänligare bilar på marknaden och därmed påverka våra indirekta utsläpp.

Föredöme för miljö & hållbarhet

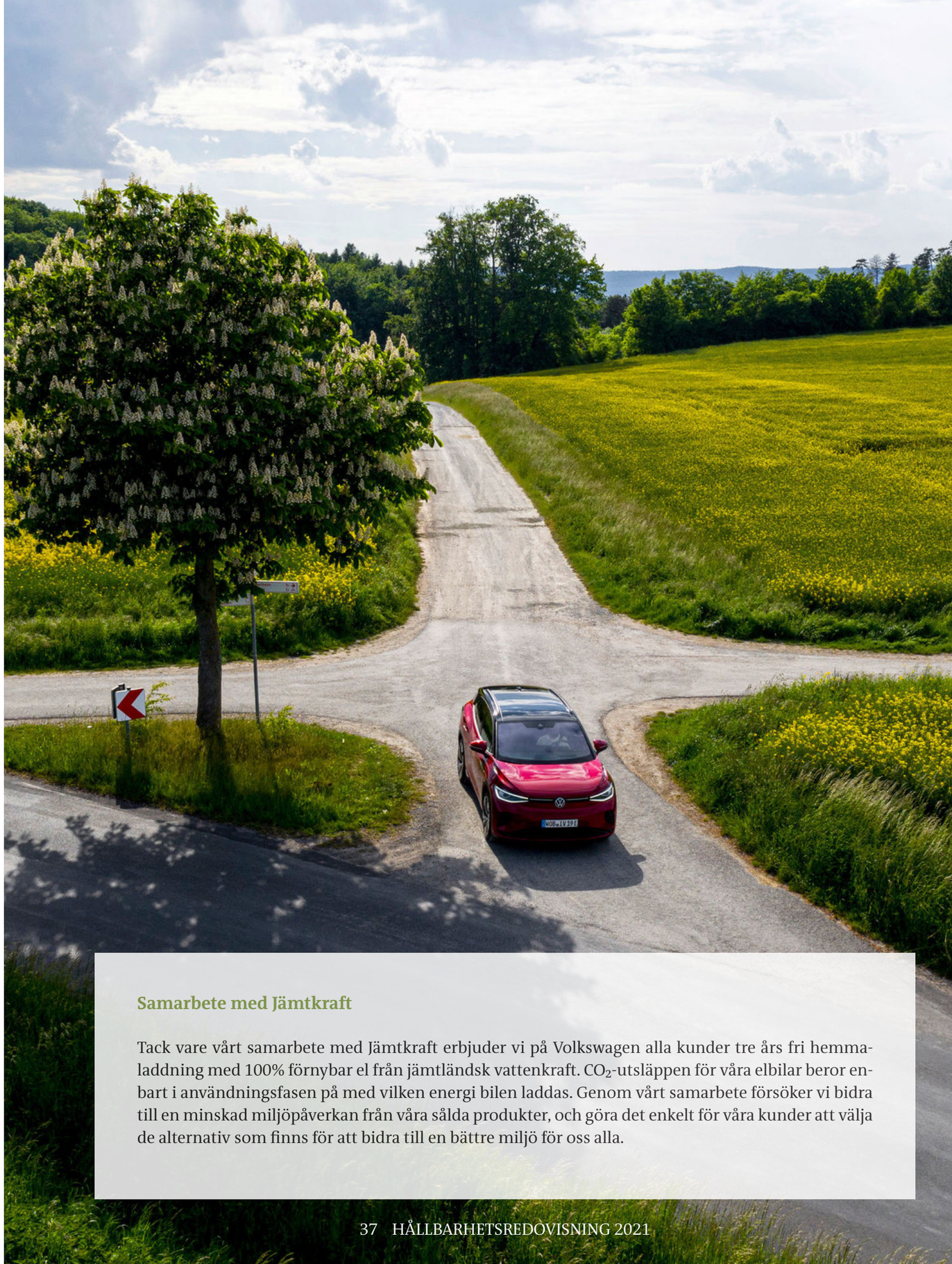
Volkswagen Group har åtagit sig att leva upp till klimatmålen i Parisavtalet och har ett omfattande program för minskade koldioxidutsläpp för att senast 2050 uppnå CO_2-neutral balans inom alla områden. År 2030 kommer vi ha elektrifierat hela vårt modellprogram. Volkswagen Group Sverige bidrar därigenom starkt till branschens utveckling – som en av Sveriges ledande aktörer inom mobilitet ska vi vara en förebild när det gäller miljö och hållbarhet.

Genom att vi på sikt lägger om vår bilflotta och fokuserar på försäljning av elbilar och laddhybrider framför fossildrivna fordon, kan vi sänka våra utsläpp av koldioxid (GWP 1) och andra växthusgaser samtidigt som vi bidrar med en hållbar samhällsutveckling. De senaste åren har bjudit på många utmaningar, men trots detta har vi lyckats fullfölja våra satsningar och kommit en bit på vägen i vår omställning kring att elektrifiera vårt modellprogram. För andra året i rad är det en Volkswagen som toppar statistiken över nyregistrerade elbilar, och ID.4 blev dessutom den mest registrerade Volkswagen-modellen under 2021.

Under 2021 hamnade vi på en genomsnittlig utsläppsnivå på 98 g CO_2/km (WLTP) i Volkswagen Group Sverige och nådde därför målet på koncernnivå om 120,8 g CO_2/km med marginal, år 2020 var samma siffra för VGS 103 g. Koncernmålet är satt i enlighet med Parisavtalet, för att minska utsläppen och nå nollutsläpp år 2050. Tittar vi på lastbilsregistrerade transportbilar hamnade vi i Sverige på 185 g Co_2/km och når för denna kategori inte samma målsättning. Vår målsättning är att leva upp till målnivåerna på koncernnivå i linje med Parisavtalet även för denna kategori, men då lastbilar generellt genererar mer utsläpp krävs det här ett fortsatt arbete framöver för att nå målet.

Genom att vi kontinuerligt elektrifierar vårt modellprogram, arbetar för att minska våra utsläpp kopplat till bland annat våra tjänstebilar, bilarna vi säljer, energianvändning, avfall med mera tar vi ansvar över den miljöpåverkan vi bidrar med och på så vis stödjer arbetet med att nå de globala målen (UN Sustainable Development Goals).

Vi på VGS avser att fortsätta vårt arbete med att ta ansvar över den miljöpåverkan vi bidrar med, och för att göra det fullt ut behöver vi även ha kontroll på, och vara transparenta med, våra totala indirekta utsläpp (scope 3). Detta är ett arbete vi påbörjat under 2021 för våra sålda produkter samt delvis för våra återförsäljare och servicepartners.



Samarbete med Jämtkraft

Tack vare vårt samarbete med Jämtkraft erbjuder vi på Volkswagen alla kunder tre års fri hemmaladdning med 100% förnybar el från jämtländsk vattenkraft. CO_2-utsläppen för våra elbilar beror enbart i användningsfasen på med vilken energi bilen laddas. Genom vårt samarbete försöker vi bidra till en minskad miljöpåverkan från våra sålda produkter, och göra det enkelt för våra kunder att välja de alternativ som finns för att bidra till en bättre miljö för oss alla.

Våra indirekta utsläpp

Utsläpp från våra sålda produkter

Utsläpp genereras vid användningen av våra sålda produkter som vi sätter på marknaden. De här utsläppen utgörs av våra indirekta utsläpp men bidrar samtidigt till vår största miljöpåverkan.

Vi har under året arbetat med att ta fram statistik över våra mest väsentliga indirekta utsläpp för att ta ansvar för- och vara transparenta kring hur vi negativt bidrar till miljöpåverkan genom vår verksamhet. Vi har under året fokuserat på att mäta och rapportera våra totala koldioxidutsläpp (GWP 1) som uppkommer från våra sålda produkter då det är inom denna kategori våra främsta utsläpp sker. Mer specifikt mäter vi utsläppen av den direkta användningsfasen av våra sålda produkter, då utsläppen från indirekt användningsfas från våra sålda produkter bedöms uppgå till oväsentlig nivå i jämförelse. År 2021 kommer därför utgöra basåret för våra Scope 3 utsläpp och framöver kommer vi även se över våra övriga indirekta utsläpp för att fullständigt rapportera kring vår fulla miljöpåverkan.

Våra totala utsläpp under året, som hänför sig till användningen av våra sålda produkter (kategori-uppdelning enligt Greenhouse Gas Protocol) uppgår till 2 064 761 ton CO_2-eq enligt mätmetoden WLTP. För att beräkna detta har vi använt utsläppsfaktorer (se faktorer och källa i GRI-Index) som tar hänsyn till utsläppen från drivmedlets alla faser (WtW). Utsläppsfaktorerna har sedan adderats med en antagen livslängd på 200 000 km för samtliga bilar i enlighet med vår koncernberäkning samt varje bilmodells enskilda drivmedelsåtgång.

Mer information om b.la emissionsfaktorer och referenser, se GRI Index.

	ELBILAR	HYBRIDBILAR	BENSINBILAR	DIESELBILAR	GASBILAR	TOTALT
Ton Co_2-eq (WLTP)	29 970	123 822	1 134 377	761 697	14 895	2 064 761
Genomsnittlig drivmedels -åtgång	184,45 *kWh / KM*	1,50 / 168,14 *L/10 MIL / kWh/KM*	6,43 *L / 10 MIL*	6,66 *L / 10 MIL*	6,23 *L / 10 MIL*	-

Syftet med att mäta våra indirekta utsläpp är för att ta ansvar över den miljöpåverkan vi bidrar med genom hela vår livscykel. Vi är i starten i detta arbete då vi har börjat att ta fram statistik över den kategori som inkluderar vår största miljöpåverkan, utsläppen från våra sålda produkter. Gruppen arbetar strikt med målet om att elektrifiera hela modellprogrammet fram till 2030 samt informera om och marknadsföra våra miljövänligare fordon för att på så vis minska användningen av fossildrivna fordon. På så vis försöker vi ta ansvar över den miljöpåverkan vi bidrar med genom våra återförsäljare.

Vi avser att fortsätta vårt arbete med att kartlägga vår indirekta miljöpåverkan och i enlighet med GHG-protokollet finns ytterligare sexton kategorier för hur vi på VGS påverkar miljön, något vi avser att mäta och ta ansvar för på sikt.

Utsläpp hos våra Återförsäljare och Servicepartners

Under år 2021 påbörjade vi arbetet med nästa kategori, de direkta och indirekta utsläppen hos våra franchisetagare, dvs återförsäljare och servicepartners. Genom full insikt över de utsläpp vi bidrar med kan vi påverka våra återförsäljare och servicepartners och bidra med kunskap för att hitta sätt att minska vår indirekta miljöpåverkan som sker ute hos våra partners.

Från våra återförsäljare och servicepartners samlade vi in data för varje enhet vad gällde deras direkta utsläpp under 2020 i forma av bland annat utsläppen för tjänsteresor (scope 1), samt indirekta utsläpp i form av inköpt energi (scope 2).

Vi har erhållit statistik från 71,7 % av våra samtliga återförsäljare och servicepartners och under 2022 kommer vi att fortsätta arbetet med att ta in statistik för att få fullständig förståelse över utsläppen inom denna kategori.

Totala Utsläpp:
45,992 TON Co_2-eq

Totala Utsläpp:
45 KG Co_2-eq/ m^3

Andel förnybar energi:
89%

Andelen miljöcertifierade:
89%

Volkswagen Personbilar

2021 bjöd på ett fyrverkeri av lanseringar. Året började med lanseringen av Nya Golf Sportscombi som bl.a. fått mildhybridteknik i kombination med sin innovativa DSG automatväxellåda. Plug-In hybridversioner av såväl Arteon som Tiguan lanserades också liksom jubileumsversionen av körmaskinen Golf GTI Clubsport – Edition 45. Under våren lanserades årets höjdpunkt: Den efterlängtade ID.4, vår första helelektrifierade SUV. Många hade tecknat sig för ett av de första exemplaren när leveranserna påbörjades. Toppversionen, GTX, rönte speciellt intresse med sina två motorer och fyrhjulsdrift, en modell som passar svenska vägar och inte minst svenskt väglag perfekt! Under hösten lanserades också Nya Tiguan Allspace samtidigt som förförsäljningen påbörjades av vår tredje elbil, ID.5, en modell där alla fördelarna hos en SUV kombineras med en elegant Coupéform. När vi summerar 2021 ser vi dels att nya ID.4 på kort tid blev Sveriges populäraste elbil med 7.177 registreringar. Vi ser också att vi blev störst i Sverige på elbilar med 10.766 registreringar. 40% av vår volym var laddbar. Hos Volkswagen är elektrifieringen redan en realitet.

Volkswagen Transportbilar

2021 får ses som ett ”mellanår” för Volkswagen Transportbilar, där de sista bilarna med den gamla eltekniken såldes ut inför nästa steg i elektrifieringen som inleds under 2022. Fram till nu har inte elektrifierade transportbilar, inklusive Volkswagens modeller, på allvar kunnat konkurrera med den traditionella dieselmotorn. Begränsningar gällande främst räckvidd har varit betydande. Med Volkswagens ID. Buzz Cargo som lanseras under 2022 kommer en eltransportbil med egenskaper som kan jämföras med dagens elpersonbilar och som kommer göra det möjligt för fler företag att ställa om till en elektrifierad fordonspark.

Hos de allra största modellerna inom lätta transportbilssegmentet innebär dock dagens regelverk och befintlig batteriteknik fortsatt en stor utmaning. För lång räckvidd på en sådan modell skulle det behövas väldigt mycket batterier och det skulle göra den både dyr och tung. Med ett regelverk som tillåter en totalvikt på max 3,5 ton innebär det att disponibel vikt över för last blir väldigt liten.

Men den elektrifierade utvecklingen fortsätter för Volkswagen Transportbilar. Inom minibuss/MPV-segmentet lanserades den första laddhybriden för märket i slutet på 2021 med nya Multivan eHybrid. Under 2022 kommer den helt elektriska ID. Buzz även i personbilsutförande. Även en ny gasversion av Caddy kommer att lanseras under 2022.

Självklart är Volkswagen Transportbilar en del i Volkswagen Groups långsiktiga mål mot klimatneutralitet. Därmed är fler elektrifierade modeller att vänta inom de närmsta åren.

Under 2021 levererade Volkswagen Transportbilar 210 elbilar (ABT e-Caddy, ABT e-Transporter och e-Crafter) samt 58 Caddy gasbilar.

ŠKODA

Inom ŠKODA fortsätter den stora omställningen till hållbar mobilitet. Under föregående år lanserades framgångsrikt helt eldrivna ENYAQ iV, med över 5500 ordertecknade bilar. Dessutom lanserades ett laddkort för smidig publik laddning till marknadens lägsta pris i IONITYs laddnät, vilket underlättar för långkörning med elbil. Av ŠKODAs levererade bilar under 2021 stod helt eldrivna bilar för 22% och tillsammans med laddhybrider landar andelen på 44% totalt, vilket innebär en volymökning med 155% jämfört med 2020.

Alla ŠKODAs modeller fr.o.m modellår 2022 (tillverkade bilar från v25/2021) med dieselmotorer erbjuder nu möjlighet att tankas med biobränslet HVO100 som reducerar CO_2-utsläppet med upp till 90%. ŠKODA klarade sitt mål kopplat till CO_2-utläpp 2021 då man landade på 87g CO2/km för alla registrerade bilar i Sverige.

Vidare har tidigare fysiska sammankomster med återförsäljarnätet ersatts med månadsvisa online-möten för regelbunden information, och likaså fortsätter ŠKODA att hålla produktutbildningar online i stället för fysiskt för att minska resandet inrikes.

Under året har ŠKODA implementerat ”Smart working” där medarbetare på ŠKODA Sverige erbjuds möjlighet att arbeta hemifrån upp till 2-3 dagar per vecka.

SEAT & CUPRA

2021 har varit ett viktigt år för CUPRA då märket lanserade sin första 100% eldrivna modell CUPRA Born. Produktionen av CUPRA Born startade i september 2021 i Zwickau-fabriken, Europas största elbilsfabrik. Modellen blev den första att produceras enligt ett CO^2-neutralt koncept, där energi från förnybara källor används i leveranskedjan. CUPRA Borns interiör är tillverkad av hållbara material, bland annat är de skålade stolarna tillverkade av plaster som samlats ur Medelhavet, detta som en del i CUPRAs samarbete med SEAQUAL INITIATIVE som bidrar till en cirkulär ekonomi och till att förbättra miljön i Medelhavet. CUPRA har ett stort engagemang i att elektrifiera racingen. Under 2021 deltog CUPRA i premiären av EXTREME E. Ett helt nytt racingkoncept som syftar till att uppmärksamma klimatkrisen och är den första serien som skapats utifrån oron för vad som händer med ekologiska system runt om i världen. Målet är att med hjälp av eldriven racing uppmärksamma speciellt utsatta förklimatförändringar, och uppmuntra oss alla att vidta åtgärder för att skydda vår planets framtid. CUPRA satsar även på PURE ETCR som också är en helt eldriven internationell racingserie där CUPRA tillsammans med CUPRA e-ambassadören tillika svensk racinglegend Mattias Ekström tog hem totalsegern under 2021.

SEAT lanserade i juni 2021 en ny spännande produkt inom området mikromobilitet; SEAT MÓ 125, en helt eldriven motorcykel. SEAT MÓ är en affärsenhet inom SEAT som arbetar med tysta, utsläppsfria och helt eldrivna mikromobilitetsfordon med målet att främja livskvalitén i världens städer.

I övrigt har SEAT och CUPRAs hybridmodeller rönt stor efterfrågan, dock med långa leveranstider speciellt i andra halvan av 2021 pga. halvledarbristen som drabbat hela bilbranschen. Framstående modeller under året har varit CUPRA Formentor e-Hybrid, CUPRA Leon Sportstourer e-Hybrid samt SEAT Leon Sportstourer e-Hybrid och SEAT Tarraco e-Hybrid.

Audi

Under 2021 lanserade Audi sin nya strategi Vorsprung 2030 med fokus på att öka takten i omställningen mot hållbar mobilitet. Viktiga beslut fattades om att enbart lansera eldrivna modeller från 2026 och att senast 2033 enbart tillverka helt eldrivna modeller globalt. I Sverige lanserades under året eldrivna e-tron GT och RS e-tron GT samt volymmodellerna Q4 e-tron samt Q4 Sportback e-tron, varav de senare snabbt blev märkets mest sålda modeller totalt. Beräknat på orderingång stod elbilarna för 30 procent av den totala volymen. Tillsammans med Audi e-tron resulterade det i att totalt 2616 helt eldrivna Audi-bilar registrerades på den svenska marknaden, vilket var en ökning med 26 % jämfört med året innan. Under 2021 certifierades ytterligare två fabriker som klimatneutrala, vilket gör att Audi nu har fyra tillverkningsanläggningar med CO_2-neutral produktion. Det innebär att samtliga elbilar som tillverkas för Europa och USA tillverkas klimatneutralt och är certifierade enligt TÛV. Audi investerade även i utbyggnad av vindkraft i Sverige som ett led i att fram till 2025 skapa förnybar el som täcker elbilsflottan i Europa. Nya arbetssätt har implementerats som en effekt av corona-pandemin, med påskyndad digitaliseringen. Antalet arbetsrelaterade resor har minskat, och utbildningar i stor uträckning genomförts digitalt, vilket har givit positiva klimateffekter. Återförsäljarnätverket har även bidragit till omställningen genom att erbjuda snabbladdning vid sina anläggningar. Under året deltog Audi-representanter i flera seminarier med fokus på hållbarhet. Audi var även partner till Dagens industris Näringslivets Mäktigaste Kvinna som syftar till ett mer jämställt näringsliv. Genom partnerskapet med det alpina landslaget bidrar märket till förbundets hållbarhetsarbete genom landslagsbilar som kan köras på el alternativt tankas med HVO100.

Porsche

Porsche värderar hållbar mobilitet högt och satsar därför på en flexibel produktportfölj bestående av bilar med emotionella förbränningsmotorer som i den klassiska 911, kraftfulla plug-in hybrider som i Cayenne och Panamera och innovativa helelektriska bilar som Taycan. Av de Porsche-modeller som registrerades i Sverige 2021 drevs 60 % helt eller delvis av elektricitet, en siffra som Porsche Sverige räknar med kommer öka ytterligare med lanseringen av den helelektriska kombimodellen Taycan Sport Turismo, som når handlarna under våren 2022. Serieproduktionen sker i en helt nybyggd fabrik i Zuffenhausen som Porsche har som ambition att göra till en ”Zero Impact Factory” med noll miljöpåverkan.

Detta åstadkommer man bl. a. genom att fabrikens uppvärmning sker med biogas och överskottsvärme från tillverkningen, samt att det 42 000 kvadratmeter stora fabrikstaket är klätt med gröna växter. Porsche har även ålagt leverantören av battericeller till modellen att endast använda förnybar energi vid tillverkningen för att ytterligare minska miljöpåverkan. Det används enbart förnybar energi vid tillverkningen av Taycan, men det gäller sedan 2017 också samtliga övriga modeller i modellprogrammet. Åtgärder som denna har bidragit till att Porsche de senaste fem åren har sänkt de genomsnittliga koldioxidutsläppen per tillverkat fordon med 75 %.

Interna initiativ

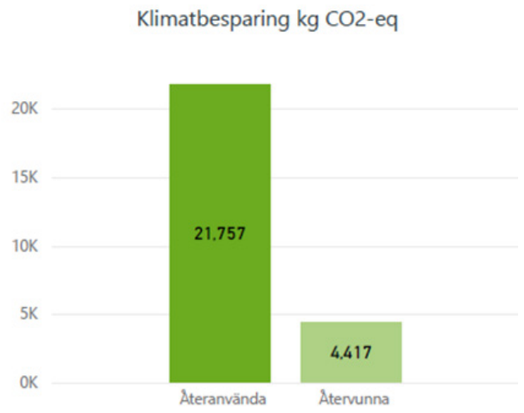
Miljöansvaret hos vår IT avdelning

Vi på Volkswagen Group Sverige tar ständigt på oss nya initiativ och projekt för att förbättra – och effektivisera oss samt se över hur vi kan minska vår miljöpåverkan, något som bland annat följs upp på koncernnivå. Inom IT området så skickar VGS in rapporter till koncernen över energiåtgången för de två datahallarna som förser oss med datorkraft och lagringskapacitet för vårt arbete samt hur mycket CO_2-utsläpp detta genererar. Under 2021 förbrukade vi i storleksordningen 550 MWh i VGS datahallar vilket motsvarar 17,2 ton CO_2 men där merparten är förnyelsebar. För att vår verksamhet ska fungera behöver vi den datorkraft som genereras genom våra datahallar. Men samtidigt vill vi ta ansvar för den påverkan vi bidrar med vilket har lett oss till att se över våra alternativ för att minska vår miljöpåverkan framöver. Gruppens mål är att sänka CO_2-utsläppen från datahallar med 15% 2022.

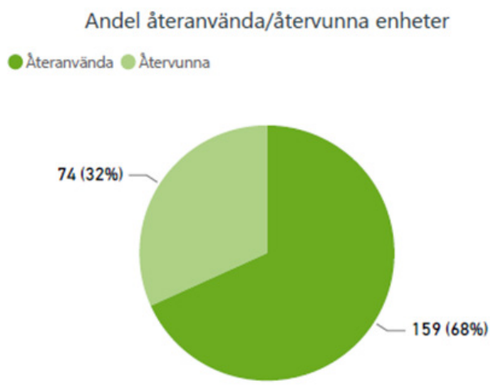
Återvunnen IT teknik

Med hänsyn till miljön upphandlade vi under 2021 ett nytt avtal i gällande leasing av tjänstetelefoner. I stället för att köpa in nya tjänstetelefoner, leasas de nu under en två års period. Telefoner har ett andrahandsvärde som nu utnyttjas bättre när dessa lämnas in efter två år, vilket leder till bättre återvinning av telefonerna.

Ett annat initiativ som fått ökat fokus under året är upphämtning och återvinning av utrangerad IT hårdvara inom VGS som t ex datorskärmar, pc, möss, tangentbord, sladdar etc. Genom detta samarbete sker återvinning av vår IT teknik numera effektivare än tidigare, vilket detta år har resulterat i en total klimatbesparing på 26 174 kg CO_2.



Andel återanvända/återvunna enheter



Volkswagen deltar i ett projekt för att återvinna plast från bilen

I ett helt unikt projekt omvandlas plast från bilens stötfångare till exklusiva stolar och bord. Bakom initiativet står Volkswagen Group Sverige, Volvo Cars, Motorbranschens Riksförbund, Din Bil, Jönköpings Bildemontering, If, RISE, Sculptur, Stena Recycling och Mobility Sweden.

En ny bil består av ca 20% plast. Varje år återvinns runt 200 000 uttjänta bilar i Sverige. Dessutom är ungefär 600 000 bilar inblandade i olyckor som innebär att bildelar måste bytas ut. Sammantaget finns det alltså mycket plastmaterial från bilar som idag behöver återvinnas.

Men nu har projektgruppen lyckats omvandla ett flöde med uttjänta stötfångare att i stället bli högvärdigt material som med hjälp av 3D-teknik kan bli designmöbler! Projektgruppen vill nu att dessa fina möbler, exklusivt erbjuds projektgruppens egna organisationer, dvs återförsäljare, bilverkstäder, försäkringsbolag med flera.

”Vi är naturligtvis väldigt stolta över att vi ligger i framkant med projektet och bidrar till en bättre miljö, samt att vi har tagit ett eget initiativ utan tvingande lagkrav”, säger Mårten Blomroos, Produktkvalitet VGS.

Under året har projektet utökat insamlingsområdena med flera verkstäder och projektgruppen hoppas att på sikt skala upp insamlingen av plast, finna ytterligare avsättning för detta högvärdiga material samt även börja sälja möblerna externt.

Bumper, Sculptur Sweden AB

Climate Day

22 april 2021

Klimatfrågan är en viktig prioritering för Volkswagen koncernen, och i april fick alla medarbetare möjlighet att delta i presentationer och diskussioner kring området, och på så vis fundera över hur de själva kunde bidra för att minska sitt klimatavtryck.

För varje deltagare på klimatdagen, planterades ett träd genom ”Vi-skogen”, en svensk biståndsorganisation som planterar träd i Kenya, Rwanda, Uganda och Tanzania. Totalt bidrog klimatdagen och deltagare från Volkswagen Group Sverige till att 302 träd planterades.

Lagret i Nykvarn sänker sin energiförbrukning i år igen

På vårt lager för reservdelar startades ett arbete under 2019 med att minska energiförbrukningen genom att byta ut tidigare belysning mot ledbelysning och därmed minska CO_2-utsläppen (GWP 1). Genom att ersätta befintliga armaturer som belysningen består av med nya armaturer med förbättrad teknik gör att antalet armaturer kan minskas med en tredjedel, men samtidigt behålla och i vissa fall även förbättra ljusbilden på lagret. Genom förbättrad teknik och närvarostyrda armaturer har lagret haft möjlighet att reducera tiden då armaturerna lyser på full styrka vilket resulterar i energibesparing. Målet för 2021 var att färdigställa projektet och därmed byta ut samtliga armaturer på lagret, för att under nästkommande år hitta nya möjligheter till att sänka energiförbrukningen.

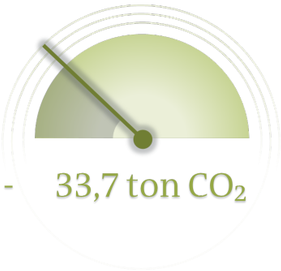
Arbetet under året är nästan helt färdigställt, men det återstår några få armaturer kvar att byta under 2022 för att projektet ska vara helt slutfört. Dock har målet om att nå en sänkning av energiförbrukningen under 2021 med 8 % överträffats med god marginal då den faktiska sänkningen för året blev 14 % jämfört med föregående år. I faktiska tal uppgår denna sänkning till 385 139 kWh (1386.5 GJ) för 2021. Jämfört med 2019 som basår då projektet startade har en total sänkning skett om 19,27 % dvs. 561 453 kWh (2021,23 GJ) vilket motsvarar en genomsnittlig elförbrukning för 28 medelvillor[1] och totala CO_2-utsläpp på 33,7 Ton CO_2 eq[2].

13 BEKÄMPA KLIMATFÖRÄNDRINGARNA

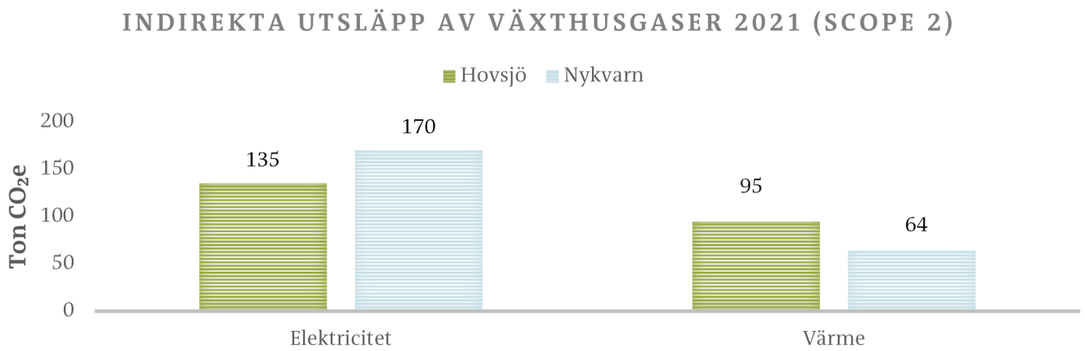
7 HÅLLBAR ENERGI FÖR ALLA

Energiförbrukning

- 19,3 %



- 33,7 ton CO_2



- För utsläppsfaktor, se GRI Index.

[1]Naturvårdsverket

[2]Utsläppsfaktorer för fjärrvärme för Södertälje (2019) från Energiföretagen, se GRI Index. Samma faktor sedan 2019 (basår) för att jämföra mellan åren.

	2019	2020	2021
Bränsleförbrukning (icke-förnybara resurser) från reservgeneratorer och truckar	6,39 MWh	10,57 MWh	17,59 MWh
Bränsleförbrukning förnybara resurser	0	0	0
Total konsumtion			
i. **Elektricitet**	4,97 GWh	4,63 GWh	4,23 GWh
ii. **Värme**	2,61 GWh	2,58 GWh	3,25 GWh
iii. **Kyla**	0	0	0
iv. **Ånga**	0	0	0
Elektricitet, värme, kyla, ånga sålt	0	0	0
Total energiförbrukning inom organisation	7,58 GWh	7,21 GWh	7,48 GWh

Lagret i Nykvarn kommer i början av 2022 att byta ut de sista armaturerna för att färdigställa projektet på lagret. Men arbetet med att sänka energiförbrukningen på lagret fortsätter, och målet för 2022 är att sänka energiförbrukningen med ytterligare 8 % genom att hitta nya sätt och lösningar för att nå detta mål. Nykvarn fortsätter därmed arbetet med att sänka energiförbrukningen framöver för att på så vis bidra till en förbättrad miljö.

EKONOMISK HÅLLBARHET

Vår syn på kundnöjdhet

Det är oerhört viktigt för oss att våra kunder är nöjda med oss och att vi tillgodoser våra kunders önskemål. Vår målsättning är att få våra kunder att bli ambassadörer för våra varumärken genom kundlojalitet och långsiktigt kontaktskap. För att nå dit krävs det kvalitet i allt vi gör samt att vi ständigt förbättrar och utvecklar oss för att hela tiden skapa värde för kunden.

Vår roll på kundservice är att kvalitetssäkra att kunden blir omhändertagen på ett professionellt och kundorienterat sätt när kunden kontaktar generalagenten. Vi på kundservice är inte specialister på teknik och försäljning, vi är däremot specialister på att hitta information och vägar framåt för att hjälpa kunden. Vi ska alltid göra vårt bästa för att hjälpa kunden på ett effektivt och trevligt sätt, då vi starkt kan påverka kundens totala upplevelse av vår verksamhet. Vi försöker ständigt se över hur vi kan bli bättre gentemot kund och för att säkerställa kundnöjdhet är det viktigt med synpunkter från våra kunder samt att vi har möjlighet att ta till oss den informationen på ett snabbt och tillförlitligt sätt.

Hur vi arbetar med kundnöjdhet

Att mäta kundnöjdhet

Vi värderar kunders synpunkter och upplevelser högt vilket är något som driver förändring inom VGS. Vi har utvecklat en AI-lösning för att analysera öppna textkommentarer från kundrecensioner med hjälp av AI, artificiell intelligens.

Målsättningen med systemet är att utveckla vår förståelse kring vad som driver eller hindrar en positiv kundupplevelse för att på så vis kunna möta våra kunder på ett oöverträffligt sätt. I kombination med att mäta kundnöjdhet i antal stjärnor hjälper AI-systemet oss med aspektbaserad sentimentalanalys. Det betyder att systemet hjälper oss med att uppfatta tillhörande kommentarer från kunden för dennes upplevelser som innefattar samtliga faktorer över tid som påverkar kundens tankar, känslor, beteenden och behov i relation till organisationen. På så vis leder detta till ett reaktivt agerande för hur vi ska förbättra oss och vad vi bör fokusera på framgent för att öka och säkerställa hög kundnöjdhet.

Vi fortsätter att utvärdera vårt arbete och under nästkommande år kommer en ny SAAS-lösning implementeras. Denna Cloud-lösning kombinerar arbetet som sker inom kundtjänst, marknad och försäljning för att vi på VGS ska arbeta mer tillsammans. På detta sätt kan vi arbeta mer inifrån och ut, och genom att arbeta tillsammans skapa en helhetsförståelse för kundens upplevelse av VGS och genom detta bli bättre kravställare på oss själva som verksamhet.

Revisioner

Vi har nära kontakt med våra auktoriserade återförsäljare och servicepartners (samarbetspartners) för att på så sätt säkerställa god kvalitet och service ut mot våra slutkunder. Våra regionchefer på VGS coachar och stöttar ständigt våra samarbetspartners i arbetet med att uppehålla rätt kvalitet och service ut mot våra slutkunder samt i arbetet med att utveckla verksamheten. För att säkerställa god kvalitet ställer vi krav på kvalitetscertifiering ISO 9001 hos våra samarbetspartners, som ett tillägg till resterande standardkrav. Självklart är även vi på Volkswagen Group Sverige certifierade enligt ISO 9001 för att på ett systematiskt sätt arbeta med risker och möjligheter relaterat till våra kunders krav.

Årligen sker revisioner ute hos våra samarbetspartners. Det sker utav anställda och certifierade medarbetare inom VGS för att säkerställa att standardkraven uppfylls. Samtliga krav måste vara uppfyllda för att en samarbetspartner ska bli godkänd och fortsätta sin verksamhet med oss på VGS. Genom dessa kontinuerliga kontroller och besök bibehåller vi vår höga kvalitet- och servicenivå inom hela organisationen och säkerställer god kundnöjdhet hos våra slutkunder.

Stabil och långsiktig tillväxt

Branschen rör sig i snabb takt, och på en föränderlig marknad är det viktigt för Volkswagen att inte bara hänga med i utvecklingen på marknaden utan att faktiskt också leda den, för att fortsätta vara attraktiva på marknaden även på lång sikt. Genom att uppnå detta säkerställs en långsiktig stabil tillväxt och på så vis en långsiktig finansiell hälsa

8 ANSTÄNDIGA ARBETSVILLKOR OCH EKONOMISK TILLVÄXT

Massiva satsningar och investeringar sker på elektrifiering, nya plattformar för elbilar (sk. MEB platforms), batteriutveckling och batteriteknik, inte minst inom vår egen koncern. Vidare ser vi en snabb utveckling på autonom körning, där systemen kan avlasta eller ta över körningen helt från föraren samt behovet om att utöka det digitala användandet tillsammans med bilkörning.

Under året har Volkswagen-koncernen lanserat den nya strategin ACCELERATE som syftar till att förbereda koncernen i god tid för de stora förändringarna som visar sig inom bilindustrin, för att på så vis vara den ledande aktören på marknaden vad gäller hållbar e-mobilitet. Genom den nya strategin och den stora globala elbilsoffensiven, påskyndar Volkswagen omställningen och utvecklingen på marknaden vad gäller just digitalisering, nya affärsmodeller och autonom körning.

Som tillhörande enhet inom koncernen påverkas vi på VGS av denna elbilsoffensiv samt vad gäller dessa satsningar på utveckling i framtiden. Vår vision om att vi tillsammans formar Sveriges framtida och hållbara e-mobilitet lever vi efter då vi på märkesnivå ständigt ser över och utvecklar våra produkter. Fram till år 2025 kommer vi att erbjuda mer än 20 helt eldrivna modeller, och till 2028 ska hela 70 nya eldrivna modeller komma ut på marknaden.

För att utveckla produkter och därigenom utveckla marknaden inom dessa områden krävs det stora investeringar för framtiden. För att ha möjlighet att investera på dessa nivåer krävs det att vi når lönsamhet och genererar vinst för att få tillgång till kapital som i sin tur kan återinvesteras i bolaget i vad gäller just utveckling.

Cost Saving Program

I början av Corona-pandemin beslutade Volkswagen-koncernen att införa ett globalt kostnadsbesparingsprogram för att kunna kompensera intäktsbortfall och kostnadsökningar. Syftet med programmet är att långsiktigt säkerställa att det finns kapital för investeringar i produktion och teknik för att fortsätta framtidens utveckling. Eftersom vi är en del av koncernen så innebär det att vi på VGS också behöver arbeta med kostnadsbesparingar.

FRAMTIDEN

CARIAD

Tillsammans skapar vi branschledande digitala lösningar som överträffar förväntningar för både kund och medarbetare. Vårt uppdrag är att identifiera behov och skapa förutsättningar för att utveckla digitala lösningar som bidrar till organisationens lönsamhet och konkurrenskraft.

Volkswagen-koncernen arbetar starkt med digitaliseringen för att utveckla våra produkter och höja effektiviteten och kundnöjdheten. Av den anledningen startades CARIAD 2020, ett bolag inom koncernen som har till uppgift att driva den digitala utvecklingen framåt på koncernnivå och skapa en gemensam digital plattform för samtliga märken inom koncernen.

”År 2025 kommer vi att ha en fullständigt ny arkitektur med mycket färre elektronikenheter men med högre funktionsdensitet”, säger Alexis Trolin, vice VD för CARIAD.

Genom en gemensam digital plattform kan ett mer effektivt samarbete ske mellan märkena inom koncernen vad gäller utveckling av bilarna. Ett viktigt mål för 2025 är att kunna erbjuda mer avancerade funktioner i bilarna, inte bara till premiumsegmentet, utan också inom volymmarknaden till ett attraktivt pris.

Ett pågående arbete för CARIAD är utvecklingen av en konsoliderad hård-och mjukvaruinfrastruktur inom fordonen som är uppdateringsbara. Genom möjligheten att kontinuerligt uppdatera bilars funktioner blir det möjligt för Volkswagen att ge kunden den upplevelse som kan genereras från bland annat telefoner och datorer, dvs regelmässiga system- och funktionsuppdateringar som förhöjer kundupplevelsen.

Genom den digitala infrastrukturen inom koncernen och uppdateringsbara hård-och mjukvara inom fordonet kommer Volkswagen kunna vara snabbare att korrigera eventuella fel mycket snabbare. Även modeller som redan finns på marknaden kommer snabbt kunna uppdateras för att kunden ska få den bästa upplevelsen. På detta sätt skapas en kontinuerlig direktkontakt med kund som inte funnits innan.

Framtidens utmaning för våra Elbilar

Det finns flera viktiga faktorer som motiverar en köpare att välja elbil. Förutom viljan att göra rätt för miljön spelar också driftkostnaden in. En annan helt avgörande faktor är laddinfrastrukturen som har en central roll för omställningen till elektrifieringen, dvs att det finns god möjlighet att ladda sitt fordon.

Tillgänglig och effektiv laddinfrastruktur är den största utmaningen vi står inför för att klara av omställningen till en elektrifierad fordonsflotta. Utan tillgång till laddinfrastruktur är människor inte villiga att köpa elbilar, vilket skulle utgöra ett stort hinder för den planerade fossilfria omställningen. Att skapa en effektiv och tillgänglig laddinfrastruktur är därför en nyckelfaktor för framgången med elektrisk mobilitet.

I dagsläget bor cirka 80-85 % av elbilskunderna i småhus med egen laddbox, vilket gör det enkelt för dessa kunder att ladda elbilen. En större utmaning är det för kunderna som bor i flerbostadshus, där det är svårare att få igenom beslut om att installera laddningsmöjligheter. Elbilsägare som bor inne i städer exempelvis behöver ha samma möjlighet att ladda bilen hemma till en låg kostnad, vilket inte är realiteten idag då publika laddpunkter vanligtvis kostar betydligt mer.

För att underlätta utmaningarna kring laddinfrastruktur startade Volkswagen-koncernen bolaget ”Elli”, Electric Life, 2018 för att utveckla och sälja laddnings- och energilösningar för hemmet och arbetsplatsen. Vidare är koncernen del av projektet Ionity (joint venture) som bygger snabbladdningsstationer längs Europas huvudvägar. Volkswagen-koncernen samt vi på VGS arbetar också med att se till att våra återförsäljare erbjuder laddningsmöjligheter på sina anläggningar för att vi på Volkswagen själva ska kunna ladda våra bilar men också för att erbjuda publik laddning till våra kunder.

En spännande funktion ”Vehicle-to-home” (V2H), kommer att göras tillgänglig för ID.-familjen genom en planerad uppdatering av mjukvaran under 2022. V2H gör det möjligt för elanvändaren att skapa sitt egna lilla ekosystem bestående av bilen och det egna hushållet. Har man dessutom installerat solpaneler på hustaket kan man även producera sin egen el som sedan används för att ladda bilen. Förutom att använda elbilens batteri som energilager kommer det också bli möjligt att ha ett externt batteri för att lagra solenergi som inte behövs just när solen skiner. Istället kan solenergin lagras i batteriet för att vid ett senare tillfälle användas till det egna hushållet eller till att ladda elbilen.

Men trots dessa åtaganden har utbyggnaden av laddinfrastrukturen inte hängt med de senaste årens snabba tillväxttakt av nya elbilar. Under 2021 ökade antalet publika laddpunkter med 23 %, medan antalet laddbara fordon samtidigt ökade med 65%. EU:s rekommendation är 1 laddpunkt på 10 elfordon, ett CPEV-värde på 0,1. Sverige ligger i dagsläget långt under detta.

För att elektrifieringen av fordonen inte ska tappa fart är det av stor vikt att den publika laddinfrastrukturen byggs ut i snabb takt, men framför allt behöver tillgängligheten öka för boende i flerbostadshus och den behöver bli mer användarvänlig. Detta är en stor utmaning för oss på Volkswagen, både globalt men också på den svenska marknaden, en utmaning vi hela tiden ser över och analyserar för att lösa på bästa sätt.

GRI-INDEX

KÄRNOMRÅDEN SOM OMFATTAS AV REDOVISNINGEN

GRI-referens	Avsnitt	Sidhänvisning	Kommentar

Organisationsprofil

102-1	Organisationens namn	4	
102-2	Verksamhet, märken, produkter och tjänster	4, 18-19	
102-3	Huvudkontorets lokalisering	4	
102-4	Länder där organisationen har verksamhet	4	
102-5	Ägarstruktur och organisationsform	4	
102-6	Marknader som organisationen är verksam på	4	
102-7	Organisationens storlek	Årsredovisning VGS 2021 Volkswagn AG:s Annual Report 2021: Divisions	
102-8	Information om anställda och andra som arbetar för organisationen	Årsredovisning VGS 2021 Volkswagen AG:s Sustainability report, s. 10, 76	
102-9	Leverantörskedja	4, 40-42	
102-10	Väsentliga förändringar gällande organisation och leverantörskedja	Årsredovisning VGS 2021	
102-11	Försiktighetsprincipen	Volkswagen AG:s Sustainability report, s. 88 Annual Report 2021: Risk Management and Internal Control System	
102-12	Externa initiativ om hållbarhet som organisationen stödjer/omfattas av	Volkswagen AG:s Sustainability report, s. 34-35	
102-13	Medlemskap i organisationer	Volkswagen AG:s Sustainability report, s. 25 Volkswagen memberships (www.volkswagenag.com/de/sustainability/policy.html	

Strategi

102-14	Uttalande från ledande befattningshavare	6-7	
102-15	Nyckelfaktorer, risker och möjligheter	4-7, 20-21 Volkswagen AG:s Sustainability report 2021, s 4–6, 39-40	

Etik och integritet

GRI-referens	Avsnitt	Sidhänvisning	Kommentar
102-16	Värderingar, principer och etiska riktlinjer	5, 8	

Styrning

102-18	Styrningsstruktur	Årsredovisning VGS 2021 Volkswagen AG:s Sustainability report, s. 20	

Intressentrelationer

102-40	Lista över intressentgrupper	21, Årsredovisning 2019	
102-41	Kollektivavtal	Volkswagen AG:s Sustainability report 2020, s. 72–73	Information stated not available in Volkswagen AG.s Sustainability report for 2021
102-42	Identifiering och urval av intressenter	20-21	
102-43	Metoder för intressentdialog	21	
102-44	Viktiga frågor som lyfts av intressenter	20-21	

Redovisningspraxis

102-45	Enheter som ingår i den finansiella redovisningen	4 Årsredovisning VGS 2021	
102-46	Definition av redovisningens innehåll och frågornas avgränsning	20-21	
102-47	Lista över väsentliga frågor	20-21	
102-48	Förändringar av information	38	Redovisning över våra sålda bilars utsläpp (Scope 3) samt delvis för våra partners. Inga övriga förändringar.
102-49	Förändringar i redovisningen	20-21	
102-50	Redovisningsperiod	3	
102-51	Datum för publicering av senaste redovisningen	-	Senaste Hållbarhetsredovisning publicerad 05.2021
102-52	Redovisningscykel	3	

GRI-referens	Avsnitt	Sidhänvisning	Kommentar
102-53	Kontaktperson för redovisningen	66	
102-54	Redovisning i enlighet med GRI Standarder	3	
102-55	GRI-index	60-64	
102-56	Extern granskning	-	Granskas ej externt

Anti-korruption

GRI-referens	Avsnitt	Sidhänvisning	Kommentar
103-1 – 103-3	Styrning	Volkswagen AG:s Sustainability report 2021, s. 86-92	
205-1	Anti-korruption	Volkswagen AG:s Sustainability report 2021	Av hänsyn till konfidentiell information finns inga sidhänvisningar

Energi

GRI-referens	Avsnitt	Sidhänvisning	Kommentar
103-1 – 103-3	Styrning	4-10, 34-36	
302-1	Energiförbrukning inom organisationen	46-47	Omvandling: 10 000 kWh/m^3 olja, siffror avrundat upp från SPBI.se. Redovisning i kWh och joules. 1 kWh=3,6 MJ
302-4	Reduktion av energikonsumtion	40-41	Redovisning i kWh och joules. 1 kWh=3,6 MJ

Utsläpp *Till Hållbarhetsredovisningen 2021 vill vi även redovisa 305-3 Scope 3 (utsläpp från sålda bilar), något som inte var möjligt 2020.*

103-1 – 103-3	Styrning	5, 20-21, 38-39, 46-47	
305-1	Direkta utsläpp av växthusgaser (scope 1)	16-17, 38-39, 46-47	Baserat på drivmedelsinköp med utsläppsvärden från miljofordon.se
305-2	Indirekta utsläpp av växthusgaser (scope 2)	38-39, 46-47	Utsläppsfaktorer för energi för Södertälje (2019) från Energiföretagen. (59 gCO_2e/kWh). Samma faktor som 2019 (basår) för att jämföra mellan åren. Årets utsläpp: Utsläppsfaktor El; 72,1 gCO_2e/kWh (inkl Emissioner från förbränning av bränsle samt Import och export). Beräkning avser ett medelvärde över utsläppsfaktorerna från åren 2016-2018 baserad på Naturvårdsverkets SMED-rapport över nordisk medelmix. Utsläppsfaktor Fjärrvärme; 49 gCO_2e/kWh (inkl Förbränning samt Transport och produktion av bränsle).
305-5	Reduktion av utsläpp	16–17, 38-39, 46-47	Inkluderad uträkning från samarbetspartner.
305-3	Övriga indirekta (Scope 3) GHG utsläpp	38-39	Basåret för våra Scope 3 utsläpp sätts till 2021 för nuvarande och kommande redovisningar. **Antagen livslängd:** 200 000 km i enlighet med VW-koncernens beräkning. Utsläppsfaktorer från Bilsweden.se. **Utsläppsfaktorer:** El: 0,047 KG Co_2-eq/kWh Diesel: 2,68 KG Co_2-eq/Liter Bensin: 2,86 KG Co_2-eq/Liter Gas: 0,76 KG Co_2-eq/Kg

Anställning

103-1 – 103-3	Styrning	24-31	
401-1	Personalomsättning	24-31	
401-2	Förmåner till anställda	24-31	Ett urval av förmåner listas. Vidare hänvisning till Hållbarhetsredovisningen 2018 då förmåner redovisas mer ingående.

Mångfald och lika möjligheter

GRI-referens	Avsnitt	Sidhänvisning	Kommentar
103-1 – 103-3	Styrning	24-31	
405-1	Mångfald av styrorgan och anställda	24-31	

Bedömning av mänskliga rättigheter

GRI-referens	Avsnitt	Sidhänvisning	Kommentar
103-1 – 103-3	Styrning	Volkswagen AG:s Sustainability report 2021, s. 95-98	
412-1	Styrning	Volkswagen AG:s Sustainability report 2021, s. 98, 104	

Övrigt

Referens	Avsnitt	Sidhänvisning	Kommentar
VGS-1	Drivande i omställningen till hållbar e-mobilitet	36, 40-42	CO_2 g/km enligt WLTP på s.36
VGS-2	Främjande av miljövänlig teknik inom fordonsbranschen	44-46	
VGS-3	Kundnöjdhet	50-51	

KONTAKTINFORMATION

PUBLICERAD AV

Volkswagen Group Sverige AB
ÅF- och Verksamhetsutveckling
Hantverksvägen 9
151 88 Södertälje
Sverige

KONTAKT

kvalitetmiljo@vwgroup.se

FRAMTAGNING
Gunnel Martén
Volkswagen Group Sverige AB

FRAMTAGNING OCH LAYOUT
Fanny Boström
Johan Runesson
VEGA Systems AB

PUBLICERING
Juni 2022