

VOLKSWAGEN

GROUP SVERIGE AB

HÅLLBARHETSREDOVISNING 2019



Vi fortsätter att hållbarhetsredovisa

Förra året tog vi fram vår första hållbarhetsredovisning. Den blev väldigt uppskattad och vi har därför valt att fortsätta redovisa vårt hållbarhetsarbete, i tillägg till att vi kan hänvisa till koncernens hållbarhetsredovisning. Vi vill fortsätta kommunicera vårt hållbarhetsarbete till våra intressenter och dela med oss hur Volkswagen Group Sverige (VGS) jobbar med dessa frågor. Detta går även i linje med vår kommunikationsstrategi som är en delstrategi i Strategy Together 2025+ (se s. 11) som innebär att vi ska vara *”ett transparent företag med öppen och tydlig kommunikation.”*

Hållbarhetsredovisningen är upprättad i enlighet med GRI Standard Core. Redovisningen omfattar hela VGS verksamhet och avser räkenskapsåret 2019. Ambitionen är fortfarande att 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	5
PRESENTATION	7
VISION, UPPDRAG & STRATEGI	11
OMVÄRLD OCH MARKNAD	17
VÄSENTLIGHETSANALYS	21
2019 I KORTHET	23

SOCIAL HÅLLBARHET

EN ATTRAKTIV & ANSVARSTAGANDE ARBETSGIVARE	27
--	----

MILJÖMÄSSIG HÅLLBARHET

MILJÖFOKUS PÅ VÅRA PRODUKTER	35
FRÄMJANDE AV MILJÖVÄNLIG TEKNIK	39

EKONOMISK HÅLLBARHET

KUNDNÖJDHET	47
-------------------	----

FRAMTIDEN

VI BLICKAR FRAMÅT	53
-------------------------	----

DETTA ÄR VOLKSWAGEN
GROUP SVERIGE



Claes Jerveland

Vi har ett stort ansvar – och vi tar det!

Näringslivets ansvar i klimatfrågan blir allt tydligare. För transportsektorn, som står för cirka 14 procent av världens globala koldioxidutsläpp, är en minskad miljöpåverkan avgörande för vår fortsatta framgång. Volkswagen-koncernen står ensam för cirka en procent av koldioxidutsläppen och vårt mål är att denna siffra ska bli noll.

Det är därför vår koncern arbetar med Parisavtalet som ledstjärna och det är därför vi har som ambition att bli världens ledande elbilstillverkare. Vårt ansvar sträcker sig dessutom längre än själva produkterna – det vill säga bilarna. Vi ställer också krav på att våra leverantörer ska använda sig av förnybar energi i sina processer. Genom samverkan med andra partners vill vi också erbjuda våra kunder av laddbara bilar att teckna avtal som gör att de kan ladda sin bil med förnybar el. Och när bilen nått slutet av sin livslängd är det också vårt ansvar att se till att batteriet kan återanvändas, eller att dess komponenter återvinns. Vårt mål är att eliminera eller minska utsläppen av klimatpåverkande koldioxid. De utsläpp som inte helt går att ta bort kompenseras vi för genom till exempel trädplanteringsprojekt i Sydostasien eller Sydamerika.

Här i Sverige är det vår roll som Volkswagen-koncernens företrädare att bidra till denna omställning. Genom de produkter och tjänster som vi säljer vill vi bidra till en snabbare försäljningsökning av laddbara bilar. Tack vare en mycket ambitiös produktoffensiv från våra märken är det en fullt rimlig målsättning.

Försäljningsmässigt blev 2019 totalt sett ett bra år, med 113 000 levererade person- och transportbilar från vår organisation. Marknadsandelen för personbilar ökade från 27,4 procent till 27,6 procent. Inom några få år är det vår bedömning att över 50 procent av de bilar vi säljer är antingen elbilar eller laddhybrider.

Under 2019 har vi genomfört flera aktiviteter som ska stödja målsättningen att kraftigt öka försäljningen av eldrivna bilar. Våra ambitioner har synts inte minst i reklamkampanjer för våra olika märken. Här kan framförallt Volkswagens uppmärksammade reklamfilm "Electric" nämnas.

2019 var också året då den första medlemmen av Volkswagens nya elbilsfamilj, ID.3, blev möjlig att förhandsboka i hela Europa.

Sverige är ett av de länder där intresset för denna bil, som lanseras under 2020, har varit allra störst. Audi hade också stora framgångar med sin e-tron, som lanserades under 2019. Även koncernens övriga märken har presenterat eldrivna bilar som kommer att lanseras under 2020 och de närmaste åren.

Hållbarhet och e-mobilitet har stått i fokus i Volkswagen Group Sveriges påverkansarbete och det syntes inte minst under politikerveckan i Almedalen, där flera seminarier på temat eldrift arrangerades av våra märken.

Ansvarstagande är också viktigt för oss i vårt förhållningssätt till våra medarbetare. Ett ständigt ökat fokus på diversifiering och jämställdhet har präglat vårt HR-arbete och vårt företag blev också nominerat till Svenska Jämställdhetspriset. En bidragande faktor till detta är vår satsning på omvänt mentorskap där yngre kvinnor är mentorer till seniora medlemmar av vår ledningsgrupp.

Även kundperspektivet är av stor betydelse. Vi ser glädjande nog förbättrade siffror i de kundnöjdhetsmätningar som vi genomför regelbundet och det gäller över i stort sett hela linjen. En viktig förklaring till detta är vårt partnerskap med det starka och heltäckande återförsäljarnät som företräder våra märken.

Allt vi gör utgår från den starka strategi som vi arbetat fram tillsammans med vår ledning och våra medarbetare. I den framhåller vi tydligt vår vision att "Tillsammans formar vi Sveriges framtida och hållbara mobilitet". Den håller vi ständigt levande och gör till verklighet genom de arbetsinsatser våra medarbetare utför varje dag.



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. 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.

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 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.

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 luta 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.



6 varumärken

VGS består av sex varumärken med en individuell identitet och en gemensam vision: *Tillsammans formar vi Sveriges framtida och hållbara mobilitet.*

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.



**VI ELEKTRIFIERAR
SVERIGE.**



**DET MEST ATTRAKTIVA
PREMIUMMÄRKET.**



**VI LEVERERAR LÖSNINGAR
SKAPADE I BARCELONA
SOM GÖR MOBILITET
ENKLARE.**



ŠKODA

**INNOVATIONSDRIVET
SEDAN 1895 FÖR SMARTA
MOBILA LÖSNINGAR.**



Transportbilar

**HÅLLBARA
FLEXIBLA TRANSPORT-
LÖSNINGAR SOM BIDRAR
TILL VÅRA KUNDERS
FRAMGÅNG.**



PORSCHE

**SHAPING THE FUTURE OF
THE SPORTSCAR.**



Together 2025+

Vi består av flera olika varumärken och funktioner, och **TILLSAMMANS** har vi en stor påverkan på den svenska bilmarknaden. Som den stora aktör vi är har vi en unik möjlighet att forma hur vi i Sverige tar oss fram i det dagliga framöver.

Vi på Volkswagen Group Sverige har tagit fram en strategi som representerar vad som är bra för oss på gruppnivå, baserad på VW AG:s strategier. Volkswagen Group Sveriges strategi – *Together 2025+* – består av tre delar; vår vision, våra uppdrag och våra strategiska målsättningar. Samtliga uppdrag ska utgå från kunden och kunden ska vara i centrum. Dessutom går varje märkes strategi i linje med denna, så vi som grupp rör oss åt samma håll (se bild s. 9-10).

TOGETHER

VOLKSWAGEN GROUP SVERIGE STRATEGY 2025+

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.

Alltid med kunden i centrum.

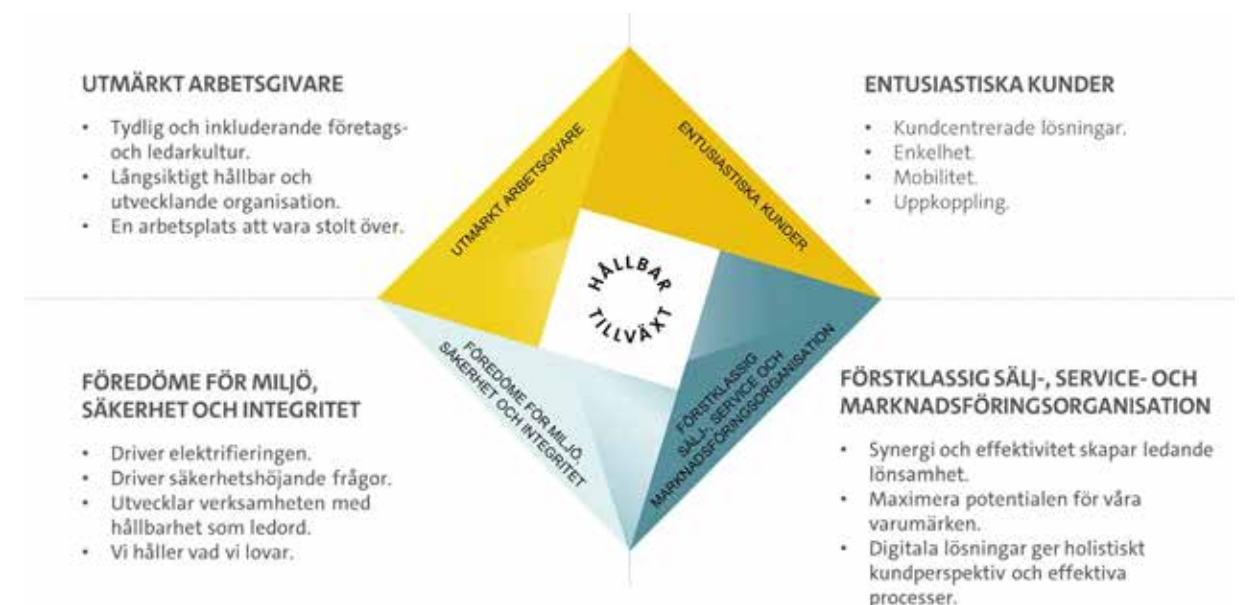
VÅRA STRATEGISKA MÅL

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



Strategiska målsättningar

Vår viktigaste strategiska målsättning är hållbar tillväxt. För att nå dit har vi tagit fram fyra strategiska målsättningar; Utmärkt arbetsgivare, Föredöme för miljö, säkerhet och integritet, Entusiastiska kunder och Förstklassig sälj-, service- och marknadsföringsorganisation:



Strategiska initiativ

För att nå dessa strategiska målsättningar har vi tagit fram initiativen nedan. Det är viktigt att vi inte bara tänker bilar som ska ut på marknaden utan ser till hela cykeln med bland annat hållbar produktion, logistik, drift av fabrikena, nöjda medarbetare, omvärldsfaktorer, förnyelsebar energi och mycket mera. Vi har t.ex. inget annat val längre än att lägga fokus på digitalisering då omvärlden i allt större grad börjat kräva det. Vi ser en trend när det kommer till förväntan och krav från kunden att kunna köpa en bil online framöver. Det är därför viktigt att vi tar in detta i våra initiativ.



Vi har också tagit fram olika delstrategier för våra gemensamma ambitioner, bland annat HR strategi (se s. 27), kommunikationsstrategi (se s. 1), digitaliseringsstrategi (se s. 39) samt en hållbarhetsstrategi som lyder:

HÅLLBARHETSSTRATEGIN

VI SKA VARA ETT FÖREDÖME NÄR DET GÄLLER MILJÖ OCH HÅLLBARHET.

Volkswagen Group 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. År 2030 kommer vi att 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.

Together4Integrity

Together4Integrity – T4I – är ett Integritets- och Compliance-program för alla initiativ som stärker Integritet, Företagskultur och Compliance, Riskhantering och HR över hela Volkswagen-koncernen. T4I är en del av Strategy Together 2025+. Det är en långsiktig förändringsprocess för att bli en förebild för integritet. Programmet rullas ut över hela koncernens märken och enheter. T4I ska förankra integritet och compliance i hela företaget. Dels genom tydliga processer och verktyg för att säkerställa integritet, att regler följs och att vi har en utmärkt företagskultur. Dels skapa förståelse och motivation för beteendeförändring, t.ex. en kultur där vi vågar säga ifrån, där vi samarbetar och öppet hanterar risker och kritiska situationer.

Tillsammans Implementeringen av T4I är lika viktig för chefer, avdelningar och varje enskild medarbetare – vi kan bara göra detta tillsammans och bidra genom att:

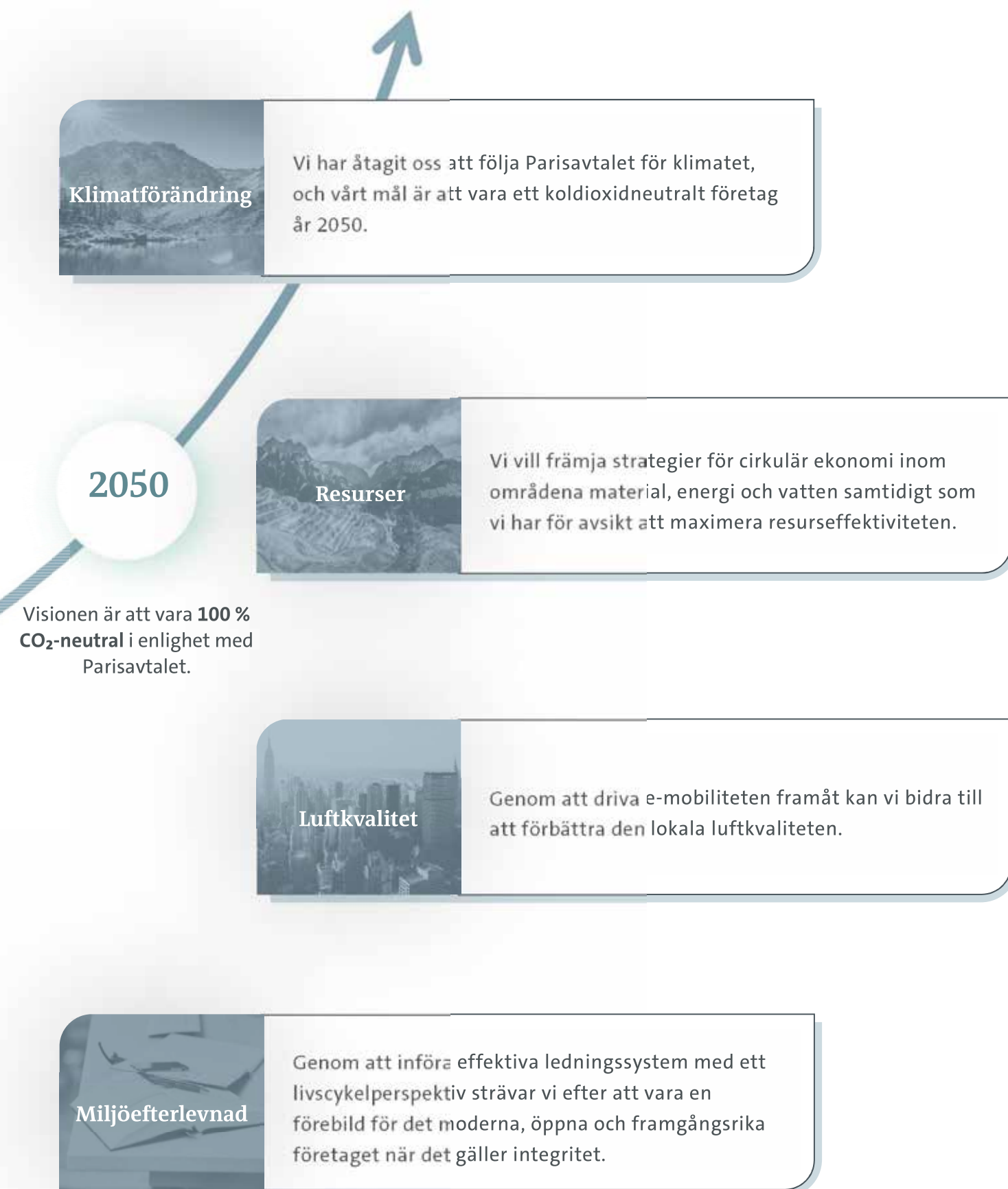
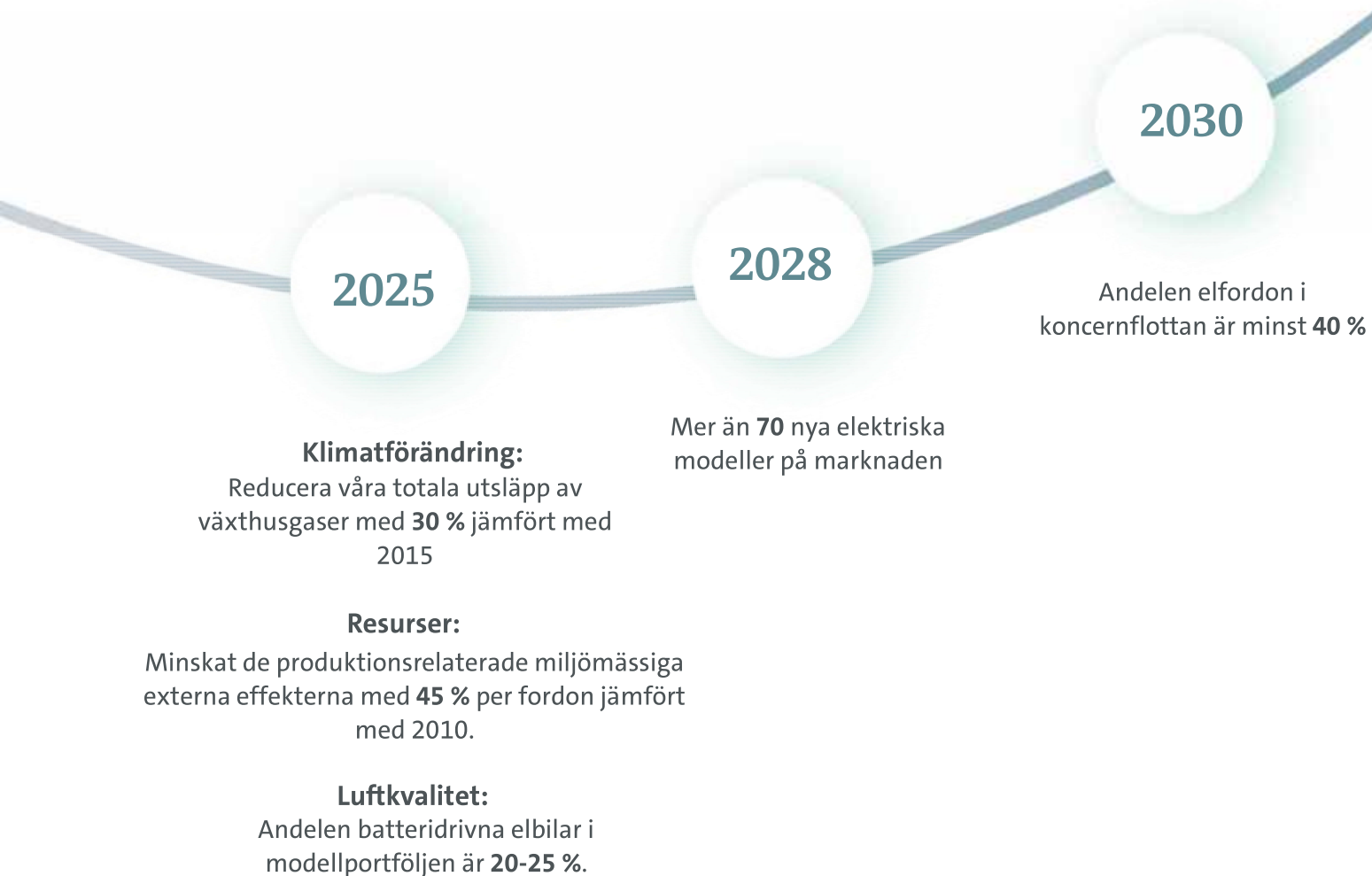
- Våga säga ifrån när det behövs
- Ta risker på allvar
- Följa lagar och regler och söka råd vid osäkerhet
- Kommunicera modigt och konstruktivt över hierarkier
- Göra risker transparenta och hantera dem
- Leda genom goda exempel



Nästa steg i strategiarbetet - goTOzero

Vår vision står fast – Volkswagen-koncernen ska vara koldioxidneutral till år 2050, och som ett led i det arbetet har vi samlat våra åtgärder under ett nytt miljöåtagande som vi kallar "goTOzero". Namnet kommer från åtagandet att göra affärer på ett så miljövänligt och koldioxidfritt sätt som möjligt, vilket innebär att vi även involverar våra leverantörer.

goTOzero är nästa steg i strategin mot att bli ett hållbarhetsinriktat företag i alla led, från utvecklingen till återvinningen av våra fordon. I vårt miljöåtagande och vår nya miljöpolicy fokuserar vi på fyra handlingsområden; klimatförändringar, resurser, luftkvalitet samt miljöefterlevnad. Detta ger en strategisk inriktning för de olika miljöprogram och initiativ som finns, både på koncernnivå och inom våra varumärken. Koncernen planerar att satsa ca 60 miljarder euro på hybridutveckling, elektrisk mobilitet och digitalisering under de kommande fem åren (2020-2024). 33 miljarder av dessa 60 miljarder euro avser enbart e-mobilitet.



Marknadskrafter och digitalisering

Man har under åren vidtagit flertalet olika åtgärder för att reducera utsläppen från transportsektorn, allt från den automatiska start-stop funktionen från 2008 till 2019 års mHEV, mildhybriden som körs på både el och med förbränningsmotor. Med intåget av elektriska bilar och nya digitala lösningar kommer vår bransch att förändras drastiskt. De barriärer som finns för elektrifieringen av Sveriges fordonsflotta har identifierats som pris, räckvidd och infrastruktur för laddning, och samtliga har adresserats. Bonus-malus har varit en central fråga, där vi ser positiva effekter av systemet. Dock finns det en del aspekter som skulle kunna driva på efterfrågan ytterligare genom justeringar i systemet. På sikt kommer elbilarna att bli billigare än fossildrivna bilar.

Genom stora investeringar inom hållbar mobilitet och digitalisering kan vi anta utmaningarna inom de tre områdena som är viktiga för vår industri – eldrivna bilar, uppkopplade bilar/e-handel och nya mobilitetstjänster. Genom digitaliseringen ser vi även möjligheter att lösa många av de svårigheter som står utanför vår direkta kontroll, men som påverkar vår miljö och som står i vägen för vårt mål om ett koldioxidneutralt samhälle 2050.



VÄRLDEN

Globala omvärldsfaktorer påverkar hela mänskligheten.



BILVÄRLDEN

Vi står inför en total förändring.



VOLKSWAGENGRUPPEN-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

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

Prioriterade hållbarhetsfrågor

Vi genomförde 2018 en väsentlighetsanalys där enkäter, löpande dialoger och input från kundservice resulterade i nio hållbarhetsfrågor utav 45. Samma år genomförde vi även en benchmark för att stärka resultatet. Vi har valt att använda samma grundanalys även i år men att också minska antalet hållbarhetsfrågor. För att komplettera analysen har vi under 2019 analyserat de nio hållbarhetsfrågorna med workshops samtidigt som ytterligare enkäter skickades ut till intressentgrupperna: medarbetare, ledning, återförsäljare och intresseorganisationer. Vi har på så sätt reducerat antalet hållbarhetsfrågor till fyra och även valt att slå ihop två frågor och omformulera området. Med hjälp av våra intressenter skapar vi grunden i vårt hållbarhetsarbete och vi kan lägga resurser på rätt ställe.

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



VÄSENTLIGHETSANALYSEN RESULTERADE I FYRA PRIORITERADE HÅLLBARHETSOMRÅDEN

Efter att vi genomfört en analys utifrån två olika metoder (*Gemensamt medelvärde* och *Matris med variabeln Externt (Y) och Internt (X)*) från väsentlighetsanalysen 2018, benchmark 2018 samt kompletterande workshops och enkäter 2019, framkom fyra ovan nämnda hållbarhetsfrågor, utifrån totalt 45, som de mest prioriterade.

2019 I KORTHET

En sammanfattning över årets händelser

Ny studie visar: barns säkerhet i bil är inte tillräcklig – BeSafe, Volkswagen och If vill öka kunskapen!
Totalt observerades 3 678 barn i 3 263 bilar vid 325 förskolor runt om i landet.

Audi bistår med 65 e-tron i alpina VM i Åre då temat var "Klimatneutralt VM i Åre".

Nytt samarbete – 100% Förnybar el från Jämtkraft ska ladda Volkswagens elbilar!

Volkswagen och Northvolt bildar samriskbolag för batteriproduktion – för att bygga en fabrik i Tyskland för litiumjonbatterier.

Volkswagen rättar till världens mest kända parkeringsmisstag!

Året var 1969 när en Volkswagen Beetle fel-parkerades på trottoaren på Abbey Road i London. Vad föraren troligtvis inte kunde förutse var att bilen skulle hamna i bakgrunden på en av världens mest ikoniska foton. Nu, 50 år senare, har Volkswagen parkerat om bilen för att informera om sin Park Assist-teknik. Nu presenteras The Beetle's Abbey Road – Reparked Edition, ett nytt, unikt vinylomslag med en perfekt parkerad Beetle.

Volkswagen-koncernen har satt kurs för att bli CO₂-neutrala år 2050 i linje med det egna miljöåtagandet "goTOzero".

Utförsäljning av Volkswagens presentreklam gav hela 122 000 kr, och försäljningsintäkterna gick oavkortat till Bris!

Folkabussen 70 år – med över 12 miljoner sålda bilar sedan dess har "Folkabussen" skrivit in sig i historieböckerna. Ikonen hyllas med en utställning i Stockholm!

Rekordstort intresse för att vara med i SKODA Cycling Team – 2 779 ansökningar.

Sedan SEAT lanserade miljöstrategin Ecomotive Factory 2010 har företaget reducerat:

- ✓ Avfall med 34 % och siktar på en minskning med 60 % fram till 2025!
- ✓ Energi- & vattenförbrukning med 21,6 % respektive 30,9 %.
- ✓ Utsläpp av koldioxid och flyktiga organiska föreningar med 63,3 % och 21,4 %

SEAT Sverige når nya försäljningsrekord med en tillväxt på 9,2 %!

SEAT Privatleasing online – nu med digital signering och hemleverans!

Fler än 30 000 förbokningar av Volkswagens nya elbil ID.3 1st Edition – Stort intresse i Sverige!

Audi har tillsammans med Din Bil öppnat ett av Skandinavians modernaste och största Audi Center i Kista, som en del i arbetet för att uppnå delmålet "Consistently customer" i märkets nya strategi "Consistently Audi".

Volkswagen elektrifierade Sverige i november – Störst på laddbara bilar! Märket registrerade 5 361 nya personbilar enligt statistik från BIL Sweden, en ökning med 65,7 procent jämfört med förra året.

SEAT Sverige – Best Fleet Importer of the Year!

Toppbetyg för nya Volkswagen Golf – Fem stjärnor i Euro NCAPs säkerhetstester!
Höga poäng inom alla fyra kategorier: skydd av vuxna, skydd av barn, oskyddade trafikanter och förarstödsystem.

SOCIAL HÅLLBARHET



Attrahera & ta ansvar

Vi har tagit fram en HR-strategi som är en delstrategi i Together 2025+ (se s. 11) där vår vision är att vara *"En av de mest attraktiva arbetsgivarna i Sverige. Vi bidrar aktivt till gruppens långsiktiga utveckling och framtida mål i vår ständiga strävan att vara en utmärkt arbetsgivare. Vi gör detta genom att attrahera, rekrytera och utveckla kompetenta och motiverade medarbetare. Vi gör detta genom att ständigt verka för en utomordentlig företags- och ledarskapskultur och genom att säkra en god och hållbar arbetsmiljö. Och vi gör detta genom att vara en modern och progressiv HR-funktion, med ambitionen att alltid ligga i framkant."*

Vi erbjuder en arbetsplats där alla känner sig välkomna och trygga, med lika behandling och respekt. Vidare säkerställer vi en arbetsplats med en arbetsmiljö som inte utsätter medarbetare för fysisk och psykisk ohälsa eller risk för olycksfall, och som samtidigt är tillfredsställande med hänsyn till arbetets natur. Det är av stor betydelse att våra medarbetare trivs hos oss, en god arbetsmiljö är ett konkurrensmedel som både främjar företaget och medarbetarna.

Vi har en väletablerad Arbetsmiljökommitté som arbetar kontinuerligt med arbetsmiljöfrågor och relaterade mål inom verksamheten. Det primära ansvaret för kommittén är att följa utvecklingen i frågor som rör arbetsmiljön och skyddet mot ohälsa och olycksfall, samt verka för tillfredsställande arbetsförhållanden.

Ett viktigt fokusområde för VGS är att uppmuntra våra medarbetare till personlig och professionell utveckling. Karriärvägarna är således många varpå både linjär- och horisontell utveckling är möjligt, något som uppmuntras och stöds av de årliga prestations- och utvecklingssamtalen.

Vi arbetar aktivt för att främja hälsa på arbetet genom ett generöst friskvårdsbidrag samt gym- och massagemöjligheter, vilket minskar arbetsrelaterad sjukfrånvaro och således bidrar till en jämn och hållbar arbetsbelastning. Vi erbjuder föräldralön,

tjänstepension, löneväxling, företagshälsovård och förmånliga försäkringar för att ge en trygg och givande anställning hos oss.

Genom att uppmuntra till utveckling och lärande samt främja hälsa på arbetet genererar vi stimulans och trivsel på arbetet och håller kvar viktig kompetens inom VGS.

Utöver vårt engagemang och de initiativ vi tar för att betraktas som en attraktiv arbetsgivare ser vi ett stort värde i att påverka och bidra till samhället utanför vår egen bransch. Hos SKODA startade man 2011 tillsammans med Svenska ishockeyförbundet ett CSR-projekt som stöttar barn och ungdomar inom ishockey. Genom fonden delas 300 hockey-kit ut per år till barn vars föräldrar inte har ekonomiska förutsättningar för att köpa nödvändig utrustning. Vidare får barn, vars kulturella bakgrund vanligtvis inte stöttar sporter som hockey, stöd i att introduceras till sporten.

Ledarskap

Ledarskap är en viktig fråga för oss inom VGS för att skapa en god arbetsmiljö, motiverade medarbetare och leda organisationen mot våra visioner och mål. För att bistå med rätt verktyg till ett gott ledarskap har vi under året utökat engagemanget kring vår ledarplattform för att säkerställa att vi som ledare arbetar aktivt med våra styrkor och utvecklingsområden i linje med plattformen.

Vår plattform uttrycker ambitionen med vårt ledarskap, kortsiktigt och långsiktigt. Vidare ger den exempel på beteenden som vi är övertygande om är viktiga för oss för att skapa ett gott och hållbart klimat över tid och som vi därför ska uppmärksamma.

Under året har samtliga chefer inom VGS samlats under vår årliga chefskonferens för att diskutera aktuella ämnen inom området ledarskap, ett initiativ som genererat motivation hos deltagarna samt ökad kunskap kring ämnet. Vidare har alla medarbetare i någon form av chefsposition genomfört en e-learning med syfte att påminna om innehållet i vår ledarplattform och hjälpa till i arbetet med att identifiera styrkor och utvecklingsmöjligheter på respektives område.

Våra ledare ska kunna skapa och driva effektiva team genom tillit och förtroende, ett coachande förhållningssätt, ansvarsfördelning och återkoppling, uppföljning samt genom att verka för en inkluderande kultur där vi tar tillvarar varje medarbetares fulla potential.

Ett gott ledarskap är avgörande för att vi ska lyckas med att nå våra framtida mål samt bemöta våra framtida utmaningar. Ett gott ledarskap är helt enkelt affärskritiskt!



Employer Branding

Vi har en stark vision om att uppfattas som en attraktiv arbetsgivare för att på så vis stärka vårt arbetsgivarvarumärke i syfte att attrahera, rekrytera och behålla talanger inom VGS.

För att nå ut till potentiella medarbetare och sprida information om hur vi arbetar för att uppfylla vår vision utnyttjar VGS sociala medier, främst genom medarbetare inom organisationen som våra ambassadörer.

Marcus Akmal har varit i koncernen sedan 2010 och har tagit klivet från försäljare och försäljningschef hos en av våra återförsäljare till att i april 2018 tagit steget att bli Head of Fleet på SEAT.

– ”Volkswagen Group Sverige AB är en arbetsgivare i världsklass. Möjligheterna till karriärutveckling har medfört att jag inte haft anledning att söka arbete på annat håll”, berättar Marcus Akmal.

Tävlingsmänniskan i Marcus driver honom framåt i en föränderlig bransch. På samma sätt som branschen genomgår en transformation gällande mobilitet och digitalisering, har även Marcus utvecklats inom koncernen. Han har nyligen inlett en resa som Head of Fleet på SEAT och ser positivt på framtiden.

Med frihet under ansvar har han tagit sig an uppgiften att bygga upp affärsområdet inom SEAT från grunden.

– ”Det är oerhört motiverande att få driva affärsområdet och de aktiviteter som jag anser är väsentliga för att vi ska nå våra mål. Volkswagen Group Sverige AB är en klockren arbetsgivare på så sätt, att man kan utvecklas i sin arbetsroll och som person”.

Han beskriver arbetet som ett ständigt lärande, där man aldrig någonsin blir fullärd. När han nu innehar en chefsposition vill han kunna erbjuda sin personal det han själv fått utrymme för – vidareutbildning och möjligheter att utvecklas.

– ”Har man luckor inom något kompetensområde är man bara några utbildningar från att täcka dem. Det känns outstanding att erbjudas dessa möjligheter på alla nivåer inom koncernen!”.

Arbetsmiljön präglas av driv, högt tempo och högt i tak. En kultur präglad av hög personlig integritet bland medarbetarna främjar kvalitativa diskussioner. Att ingå i en koncern som omfattar sex varumärken inger dessutom trygghet och inspiration.

– ”När man ser att det går bra för övriga varumärken vill man steppa upp och leverera ännu mer. Drivet som finns inom koncernen smittar av sig och det är något som ligger mig varmt om hjärtat”.

Rollen som han besitter idag innebär en föränderlig arbetsmiljö – ena dagen arbetar han tätt med andra kollegor i öppet kontorslandskap, en annan dag är han ute på fältet hos återförsäljare.

Det är en diversitet i arbetet vilket han beskriver som extremt tilltalande.

– ”Det fina med den här arbetsmiljön är att kunna styra arbetet själv och det ligger i linje med koncernens hållbarhetsarbete. Balans mellan arbetsliv och privatliv ger utrymme för en hållbar vardag. Det stödet finns absolut från min arbetsgivare”, avslutar Marcus Akmal.



”Vägarna till karriärutveckling finns där om man väljer att söka sig dit!”

Mångfald

Vi har en stark strävan och vision att främja ökad mångfald inom bolaget. Det är av stor betydelse för oss att ha ett brett mångfaldsperspektiv då mångfald bidrar till ett ökat kunskaps- och erfarenhetsutbyte, och därmed bidrar till ökad utveckling inom VGS. Vidare leder ökad mångfald till att generera en trygg arbetsplats för våra medarbetare.

Inom VGS utgör kvinnor 33 % av totala antalet anställda och 11 % inom styrelsen. Vidare utgör medarbetare under 30 år 9 % av totala antalet anställda inom VGS, mellan 30 – 50 år 53 % och över 50 år 38 %. I enlighet med målet om att öka mångfald och jämställdhet på VGS har flera initiativ och engagemang ägt rum.

VGS är bland annat sponsor till "Diversity impact awards" anordnat av chefsrekryterings-bolaget WES med syfte att lyfta goda förebilder i näringslivet som genererat förändring och ökad mångfald. Vi har även arrangerat event kopplat till mångfald. Genom ett samarbete mellan fem bolag, Volkswagen Group Sverige, Electrolux, Scania, Ericsson och Saab arrangerades på Volkswagen Showroom i Stockholm, ett event med gästande representanter från företagen. Syftet var att diskutera och utbyta kunskaper och erfarenhet kring området mångfald. Vidare arrangerades en studentkväll under året för att inspirera studenter och nya potentiella medarbetare om fördelen med diversifiering samt för att väcka intresse och engagemang hos deltagarna inom området mångfald. Eventen uppskattades och ledde till ökat intresse samt till ökad kunskap kring mångfaldsfrågor.

Omvänt mentorskap

Genom vår vision att öka mångfald och jämställdhet på VGS införde vi i november 2017 "Omvänt mentorskap", ett projekt med syfte att rucka på etablerade normer och strukturer. Med projektet avser vi att öka andelen kvinnor i ledande positioner inom företaget samt ändra på invanda beteenden inom vår kultur.

Arbetet som började under 2017 och fortsatte under hela 2018 visade på stor framgång då utbyte av perspektiv, erfarenheter och preferenser möjliggjordes bland våra medarbetare på olika positioner. Arbetet och resultatet från engagemanget är mycket värdefullt i utvecklingen av vårt

företag och våra ledare. Därför utökade vi denna insats under 2019 till att omfatta hela företagsledningen. Genom initiativet får vi en större förståelse för hur vi som företag ska utvecklas och arbeta för att vara en attraktiv arbetsgivare och ta vårt ansvar som uppdragsgivare gentemot våra medarbetare. Vidare ger det oss en förståelse för hur vi ska styra vår verksamhet för att växa ur ett globalt samt ur ett långsiktigt hållbart perspektiv.

Planen för 2020 är att bredda initiativet till fler mångfaldsdimensioner än enbart kön och även öppna upp för alla medarbetare och chefer som vill vara med och byta perspektiv.

Främja kvinnligt entreprenörskap

Women's Entrepreneurship day

Under året arrangerades Women's Entrepreneurship Day 2019 som VGS är stolt sponsor av och som invigdes av bland annat VGS HR-Chef Jeanna Tällberg. Syftet med eventet är att främja kvinnligt entreprenörskap samt ledarskap och öka andelen kvinnor som företagsgrundare och företagsledare.

"Jag hade inte kunnat genomföra det här evenemanget utan Volkswagen Group Sverige som har stöttat mig oerhört mycket, en varm applåd till dem och övriga sponsorer!" Berättar Jennie Kvintåhs, grundare och initiativtagare till Women's Entrepreneurship Day 2019.

Womens Entrepreneurship Day ger oss på VGS en ypperlig möjlighet att diskutera jämställdhetsfrågan och hur vi kan arbeta för att utveckla både näringslivet och samhället i stort. Tillfället ger oss möjligheten att hämta motivation och

inspiration från andra starka förebilder för att utvecklas och dra nytta av andras erfarenheter på området, vilket därför gör oss till stolta sponsorer till eventet.

"Vi ser att det gör skillnad för vårt företag samt att dessa frågor har flyttat in i vår affär och att det påverkar besluten. Det är viktigt för oss att ställa samma krav på våra leverantörer och samarbetspartners gällande mångfalds- och jämställdhetsfrågor".

- Jeanna Tällberg, HR-Chef på Volkswagen Group Sverige.

Det blev en dag fylld av inspiration och spännande möten i ett fullsatt Clarion Hotel Sign i Stockholm. Deltagarna hade möjlighet att samverka med ledare och entreprenörer som samtliga verkar för jämställdhet i Sverige. Vi kunde ta del av intressanta och personliga historier från förebilder inom kvinnligt ledarskap som gav motivation och konkreta tips på actions att ta med hem!



MILJÖMÄSSIG HÅLLBARHET



Miljöbilen i fokus

Arbetet med att minska vår miljöpåverkan från våra sålda produkter fortsätter vi genom att bland annat sätter miljömål och fokus på försäljning av miljöbilar. Miljöbilar för oss innefattar el-, hybrid- och gasbilar. För att nå de högt satta miljömålen till 2030 räcker inte elektrifieringen hela vägen. Vi behöver fler alternativa fossilfria drivmedel. Här spelar CNG (naturgas) och gasfordon en viktig roll. Fordonsgas innebär att bilarna är renare och ger ännu bättre värde för pengarna, detta med stor hjälp från den högre verkningsgraden hos CNG jämfört med andra bränslen. Dessutom är nätverket för gasstationer i Sverige väl utvecklat och nya tankstationer etableras i hög takt.

Vi arbetar aktivt på VGS med att kommunicera ut betydelsen och de positiva effekterna av att välja en miljöbil. T.ex. var laddhybriden Passat GTE den mest registrerade laddbara bilen under det sista kvartalet 2019. Den elbilsoffensiv som vi startade 2019 kommer att ta fart under kommande år och det gäller för samtliga våra märken.



Volkswagen Personbilar

Året präglades av det nya skattesystemet bonus-malus och den nya testkörcykeln WLTP (Worldwide Harmonized Light Vehicle Test Procedure). WLTP ledde till vissa förseningar på bland annat nya Passat GTE laddhybrid. Leveranserna kom igång under hösten 2019 och nya Passat GTE var under de tre sista månaderna på året den mest registrerade laddbara bilen på marknaden. Under oktober och november var Volkswagen dessutom det märke som registrerade flest klimatbonusbilar, där även gasbilar ingår. Under första halvan av 2019 levererades gasdrivna Golf TGI till de kunder som beställt tidigare och nya beställningar togs upp efter sommaren. Volkswagens vision är att elektrifiera Sverige.

En viktig laddbar nyhet under 2019 var nya versionen av elbilen e-up!. Den har 260 km räckvidd, 100 km längre än föregångaren! Trots detta erbjuds nya e-up! till ett lägre pris. En annan viktig nyhet är nya Golf som kommer att erbjudas med mildhybridteknik och två laddhybridversioner. För att ge ytterligare skjuts mot omställningen till eldrift lanserades i slutet av året ett attraktivt privatleasingserbjudande för elbilarna e-up! och e-Golf.

Under 2019 började Volkswagen erbjuda förbokningar av den nya klimatneutrala elbilen ID.3. Intresset har varit stort och Sverige ligger bland toppen vad gäller förbokade bilar, de första kunderna får sina bilar under sommaren 2020.



Volkswagen Transportbilar

Under tredje kvartalet lanserades Volkswagen Transportbils andra elbil på den svenska marknaden. Bilen, som är en elversion av Transporter, fick namnet ABT e-Transporter. Bilen produceras tillsammans med samarbetsföretaget ABT GmbH. Bilen är, i denna första version, byggd på T6 med lång hjulbas. Motorn har 110 hk (82kW) och batteriet har en kapacitet på 37,3 kWh. Litiumjon-batterierna är kompakta och ryms under

golvet vilket gör att lastutrymmet i ABT e-Transporter är 6,7m³.

Volkswagen Transportbilar kunde även behålla sin unika position som marknadsledare inom segmentet, bland annat hade vi med vår Caddy TGI en marknadsandel inom biogassegmentet på 80 %.

Inom återförsäljarledet lanserade vi budskapet ”Hållbar framgång”, som är ett tydligt tema i vår strategi.



Audi

2019 lanserades Audis första 100 % eldrivna bil, Audi e-tron. Den eldrivna suven tillverkas i koncernens första helt klimatneutrala fabrik i Bryssel. Lanseringen inleddes med deltagande i alpina VM med 65 st Audi e-tron shuttlebilar på temat ”Klimatneutralt VM i Åre” och följdes upp med en omfattande och framgångsrik marknadsföringskampanj på temat ”Electric has gone Audi”. Stora utbildningsinsatser har genomförts i återförsäljarledet för att öka kunskapen om elbilar och hållbarhet. Audi-återförsäljarna har installerat snabb-laddare vid sina anläggningar och Ionity har på kort tid byggt upp ett nätverk av supersnabb-laddare för att främja tillväxten av elbilar.



Audi närvarade under Almedalsveckan och lyfte behovet av en utbyggd laddinfrastruktur samt deltog även på elbilmässan eCarExpo. Totalt såldes närmare 700 Audi e-tron i Sverige under det första lanseringsåret. Under 2020 planeras en dubblering av antalet sålda elbilar och ytterligare två helt nya eldrivna modeller kommer att presenteras. Modellprogrammet utökats med sex nya laddhybrider och tre biogasdrivna modeller samt en rad elektrifierade mildhybrider. Audi är också partner till alpina landslaget och bidrar till deras hållbarhetsarbete genom att förse dem med landslagsbilar som kan tankas med det förnybara bränslet HVO100.

Porsche

Porsche bygger en flexibel produktportfölj bestående av emotionella bilmodeller med förbränningsmotorer som i den klassiska 911, kraftfulla laddhybrider som i Cayenne och Panamera och innovativa helelektriska bilar som helt nya Taycan. Strategin är framgångsrik, 25 % av de modeller som registrerades i Sverige 2019 utgjordes av laddhybrider. Porsche Sverige räknar med att andelen laddbara modeller som registreras under 2020 kommer passera 55 %. Taycan är den första helelektriska sportbilen från Porsche med världspremiär i september 2019 och lansering i mars 2020. Tillverkningen av modellen är helt koldioxidneutral. Serieproduktionen sker i en helt nybyggd fabrik i Zuffenhausen som Porsche har.



som ambition att göra till en ”Zero Impact Factory” med noll miljöpåverkan bl.a. genom att fabriken 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 %.

SKODA

För att påskynda resan mot en hållbar mobilitet driver vi två arbeten inom SKODA. Dels att minska koldioxidutsläppen på befintligt modellsortiment och dels att lansera flera attraktiva och prisvärda bilar med gas- eller eldrift. För vårt nuvarande modellprogram arbetar vi för att minska det totala koldioxidutsläppet genom att stimulera försäljningen av modeller med lägre bränsleförbrukning. Vissa motoralternativ som TSI 190 hk, TSI 245 hk och TSI 272 hk har stängts på OCTAVIA och SUPERB till förmån för mer energieffektiva diesel- eller bensinalternativ. Vi har även lanserat taktiska kampanjer för OCTAVIA G-TEC med gasdrift för att på så vis styra kunder mot en bil med lägre bränsleförbrukning.



I reklammaterial har vi presenterat fördelarna med biogas och riktat kommunikationen mot både privatpersoner och företag med tjänstebilar.

Under året öppnade vi försäljningen av helt eldrivna CITIGO® iV och laddhybriden SUPERB iV. Vi genomförde kundträffar där vi visade upp de nya modellerna för inbjudna kunder. I början av december presenterades SUPERB iV för allmänheten på elbilmässan eCar Expo i Göteborg. Bemötandet blev mycket positivt och vår nya laddhybrid stod för hälften av alla sålda SUPERB-modeller under hösten.

Internt har vi målsättningen att minska resandet och tack vare månatliga telefonkonferenser har vi fått nöjdare och bättre uppdaterade återförsäljare, och kunnat ta bort en av två årliga konferenser.

SEAT

Under september 2019 gick startskottet för SEATs elektrifiering på riktigt. Då öppnades försäljningen av SEAT Mii electric. En liten smidig stadsbil med en ordentlig räckvidd på 260 km. Den intensiva elektrifieringen fortsätter hos SEAT och under 2020 kommer man att lansera hela sex laddbara modeller. Mii electric följs av SEATs första plug-in-hybrid som kommer i form av klassiska SEAT Leon. Sedan öppnar man försäljningen av SEATs första elbil baserad på den högteknologiska MEB-plattformen. Plattformen är framtagen specifikt för elbilar och SEAT el-Born blir

andra märket ut att få ta del av den absolut senaste tekniken inom Volkswagenkoncernen. CUPRA bidrar självklart också med laddbart, under 2020 lanserar man två plug-in-hybrider.

SEAT erbjuder dessutom effektiva och moderna TGI-motorer som drivs med komprimerad naturgas/biogas (CNG). De kostar i stort sett lika mycket som en motsvarande dieselmodell. Dessutom är det ca. 10-20 % billigare med fordonsgas jämfört med fossila drivmedel per kilometer och underhåll av TGI-modeller kostar ungefär lika mycket som för bilar med traditionella förbränningsmotorer. Dessutom är gasfordon berättigade till miljöbonus.



Interna initiativ

När det kommer till VGS fordon och dess teknik är vi väldigt styrda av fabrikerna och har relativt låg möjlighet att påverka. Därför är det viktigt att vi ser till andra områden där vi faktiskt kan styra och förändra, och just digitalisering har blivit ett stort och viktigt fokus. En av våra delstrategier i Together 2025+ (se s.11) är digitaliseringsstrategin där visionen är: *”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 företagets lönsamhet och konkurrenskraft.”*

Eftersom vi är certifierade enligt ISO14001 så har vi under flera år följt vår energiförbrukning, som är en av våra miljöaspekter och ett område där vi har en större möjlighet att påverka. Vi har legat stabilt i vår energikonsumtion genom åren, med en stadig nedgång sedan 2016. En bidragande faktor till detta är vårt interna projekt på VPL (s. 43-44), och vi räknar med att se ytterligare reduktioner i nästa års redovisning tack vare detta interna initiativ.

	2018	2019
Bränsleförbrukning (icke-förnybara resurser) från reservgeneratorer och truckar	8,32 MWh	6,39 MWh
Bränsleförbrukning förnybara resurser	0	0
Total konsumtion		
i. Elektricitet	4,98 GWh	4,97 GWh
ii. Värme	3,04 GWh	2,61 GWh
iii. Kyla	0	0
iv. Ånga	0	0
Elektricitet, värme, kyla, ånga sålt	0	0
Total energiförbrukning inom organisationen	8,02 GWh	7,58 GWh

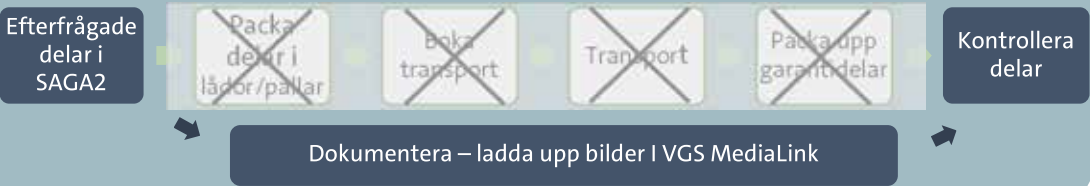
DIGITAL MATERIALKONTROLL

Sveriges utsträckning geografiskt sett resulterar i mycket kostsamma långtransporter från avlägsna platser men också en negativ påverkan på miljön med dess utsläpp. Då 20 % av allt material som byts ut på Garanti/Goodwill hos våra återförsäljare måste kontrolleras, enligt fabriken standard, har det inneburit många kilometer transport. Delarna skickades först till importören för en fysisk kontroll, som sedan skickade vidare för återvinning eller tillbaka till fabriken. Så vad kunde vi göra för att minimera denna transport? Jo, digitalisering! Vi har nu digitaliserat processen istället för att skicka utbytta Garanti/Goodwilldelar med lastbilar.

Processen går numera till som så att återförsäljaren laddar upp video eller bild på delarna tillsammans med en beskrivning som sedan bedöms digitalt. Garantigodset kan därefter gå direkt till återvinning eller direkt till fabrik.

Hur framgångsrik har denna process varit?

Vi har räknat på att vi gör besparingar på 9 ton CO₂/år, jämfört med 2018. Vi sparar dessutom 50 000 euro på transporterna. Inte nog med det, den tidigare processen innebar att lastbilar med ca 30 pallar garantigods kom in varje dag som skulle hanteras. Då vi nu kan undvika eller iallafall minska det drastiskt besparar man materialkontrollen onödigt arbetskraft med tunga lyft då bedömningen sker online. Uppackning av varor har reducerats från 40 timmar i veckan till 4 timmar. Administrationen har därmed minskat då vi kan hoppa över flera steg i processen:



- Mindre transport
- Minskad miljöpåverkan
- Mindre administration
- Tidsbesparing på packning och uppackning
- Lagerplatsbesparingar
- Färre risker med felkodning etc.
- Mindre arbetsbörda
- Kostnadsbesparingar

Vi är stolta över att vara först i världen med denna process och inspirerar gärna andra. Vi håller presentationer för andra länder, representanter från fabrikerna kommer för att se hur processen går till och vi har ett gott samarbete med de nordiska länderna. Om alla länder får genomslag för den digitala materialkontrollen så kommer det innebära stora reduktioner i transporter för övriga importörer i världen.

LÄTTARE ATT TANKA GRÖNT

På Volkswagen försöker vi alltid att se på miljön ur ett livscykelperspektiv, och tar klimatförändringarna på största allvar. Det betyder att vi inte bara tittar på vår direkta miljöpåverkan i produktionen av våra produkter, eller vid återvinningen av dessa. Däremellan har vi även tittat på användningen av våra el- och hybridbilar, och huruvida dessa genererar indirekta utsläpp genom elen de laddas med. Hälften av laddningarna estimeras att göras hemmavid, och vi vill gärna hjälpa våra kunder att leva mer hållbart.

Under 2019 inleddes därför ett samarbete mellan Volkswagen och Jämtkraft, i syftet att tillsammans ta ansvar och driva på omställningen mot ett fossilfritt samhälle och elektrifierade transporter. Vi vill att fler av våra kunder väljer en elbil eller en laddhybrid, Volkswagen och Jämtkraft erbjuder därför alla som köper en ny, eller begagnad, laddbar bil hos någon av våra auktoriserade återförsäljare ett elavtal med 100 % förnybar el och tre års fri hemmaladdning. Den förnybara elen från Jämtkraft kommer från vattenkraft, och bidrar därför till att våra bilar laddas och drivs på ett så hållbart sätt som möjligt.



"Vi är väldigt glada att tillsammans med Jämtkraft kunna göra det lättare för våra kunder att leva mer hållbart."

Sten Forsberg, märkeschef Volkswagen Personbilar

zero CO₂



MIKROMOBLITET

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 utrymmesbristen. SEAT har under de senaste åren intensifierat sitt åtagande för mobiliteten i våra städer, och nu har alltså urban mobilitet blivit en egen, central affärsenhet inom företaget, SEAT Urban Mobility, SEAT MÓ. Från köpet av Respiro har denna satsning snabbt löpt vidare med lanseringen av e-Kickscooter, konceptet SEAT Minimó och nu premiärvisningen av företagets första eldrivna scooter.

I november 2019 presenterade SEAT sitt helelektriskt drivna e-Scooter koncept – en kompakt MC med elegant stiliserade geometriska former. Motorcykeln är framtagen tillsammans med Silence som producerar MC/scootrar lokalt i Barcelona.

"Vi strävar efter att bli en allierad med städerna...", sa den nye chefen för urban mobilitet på SEAT, Lucas Casasnovas, "...och SEATs e-Scooterkoncept är svaret på efterfrågan av smidigare mobilitet. Vårt samarbete med Silence är ett bra exempel på hur samverkan mellan parter gör det möjligt att bli effektivare."

SEAT e-Scooter har en räckvidd på upp till hela 115 km, enligt WMTC-körcykeln. Batteriet kan enkelt tas med och laddas hemma eller på en allmän laddningsstation. Dessutom har SEAT e-Scooterkoncept tillräckligt med utrymme under sadeln för att husera två hjälmar, och den är också uppkopplad, vilket betyder att man med en app på sin smartphone kan se aktuell laddningsnivå och var man har parkerat sin e-Scooter.

SEAT fortsätter att utveckla produkter och tjänster inom urban mobilitet och ser att detta kommer att bli en naturlig del i ett mer hållbart samhälle.



NY teknik på lagret - Miljöfördelar

På vårt lager för reservdelar i Nykvarn, VPL, pågår ett arbete med att byta ut befintlig belysning som bestått av armaturer med lysrör mot nya armaturer med ledbelysning.

Dessa armaturer har inbyggd individuell närvarostyrning som kan anpassas efter hur behovet ser ut i just den miljön den är placerad. Dessutom kan vi bestämma till vilken grad den ska dimras ned när ingen befinner sig i området respektive tändas upp vid närvaro.

De nya armaturerna är i jämförelse med de gamla i princip underhållsfria, brinntiden på de gamla armaturerna (beräknat på antalet timmar de är tända) är ca. 13 år varav 9 år är förbrukat, vilket innebär teoretiskt att det är ca. 4 år kvar. Jämför vi det med de nya LED-armaturerna (även här har vi tittat på antalet timmar de är tända respektive nerdimrade) så ligger brinntiden på ca. 44 år. Det krävs heller inget underhåll i form av service eller byte av högfrekvensdon. Detta gör att det blir stor skillnad rent ekonomiskt.

Vi har sedan tidigare bytt ut vår belysning i masterna utomhus, runt om på fasaden och i lastportar med liknande LED-teknik.



Ny belysning



Gammal belysning

Hur ser det då ut ur miljösynpunkt?

Vi har i detta första steg valt att byta ut belysningen i tre "mindre" förrådsutrymmen. Antalet armaturer innan byte var totalt 282 stycken och ersattes med 56 LED-armaturer. Dessa har en belysningsgrad av 80 % när de är upptända och dimrar ner till 20 % vid ingen närvaro.

Uppföljningen är utförd under ca. en månad och ger svar på hur mycket den genomsnittliga energiförbrukningen varit så här långt och vad det kommer ge för energiförbrukning totalt på ett år.

Före installationen var energiförbrukningen 282 stycken lysrör beräknat på ca. 4250 h total brinntid/år = 59 925 kWh/år (215,7 GJ).

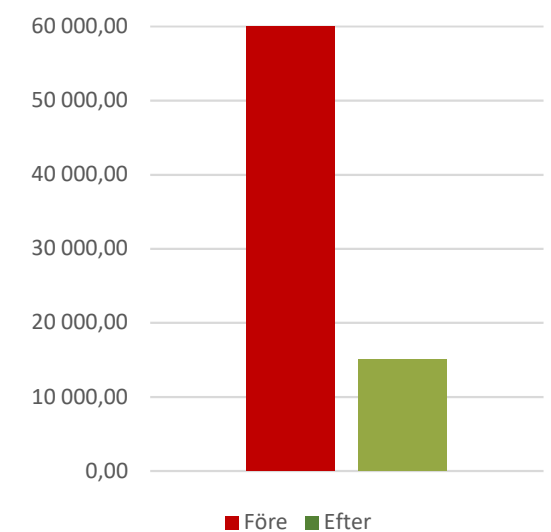
Efter installationen är energiförbrukningen, (avläsning gjord av armaturers genomsnittliga förbrukning med närvarostyrningen.) 56 LED med närvarostyrning, beräknat på ca. 4250 h brinntid/år = 15 075 kWh/år (54,3 GJ).

Energibesparingen blir 44 850 kWh/år (161,5 GJ), en reduktion med ca. 75 %. Räknat på en konstant om 0,076 kg CO₂/kWh innebär det ett minskat koldioxidutsläpp om 3 409 kg/år.

Traditionella lysrör innehåller kvicksilver och räknas som miljöfarligt avfall, vilket inte ljuskällor med LED gör.

Vi kommer att fortsätta arbetet under nuvarande och kommande år med att stegvis byta ut alla våra ca. 3200 armaturer till LED-armaturer.

Förändring energiförbrukning i kWh/år



75 %
Energireducering

80 %
Färre armaturer

3 409 kg CO₂
Minskning per år

A man with a beard and short brown hair, wearing a grey V-neck sweater over a light blue collared shirt, is seated at a dark table in a cafe. He is holding a white tablet with both hands and looking down at the screen. On the table, there are two white coffee cups on saucers. The background is blurred, showing a street with cars and buildings. A semi-transparent white box with the text 'EKONOMISK HÅLLBARHET' is positioned in the upper right corner of the image.

EKONOMISK HÅLLBARHET

Kundnöjdhet i två steg

Vår målsättning är att våra kunder ska vara så nöjda med de tjänster och produkter som vi erbjuder, att de blir ambassadörer för våra varumärken. Kvalitet i allt vi gör blir då en förutsättning för att nå dit. Vi verkar inom en bransch som står inför stora förändringar. Vi kommer att gå från att sälja bilar till att sälja mobilitet. Volkswagen Group Sverige bidrar starkt till branschens utveckling – som en av Sveriges ledande aktörer inom mobilitet ska vi vara en förebild när det gäller miljö och kvalitet. Det här gäller såväl i dagens samhälle som för kommande generationer. Ett led i det arbetet är att inte slösa med våra resurser. Det undviker vi genom att leverera den mobilitet som våra kunder verkligen efterfrågar. Kvalitet är en central del i allt vi gör för att våra kunder ska vara nöjda. Vi måste även se till att allt vi gör sker med omtanke och att vi i så hög grad som det är möjligt, arbetar med att minska vår miljöbelastning. Vi jobbar aktivt för att ha en god relation både med våra återförsäljare, men även med slutkunder, för att de ska bli nöjda med vår service och våra produkter.



ÅTERFÖRSÄLJARE

Vår målsättning är att våra kunder ska vara så nöjda med de tjänster och produkter som vi erbjuder, att de blir ambassadörer för våra varumärken. För att nå dit är kvalitet en central del i vår verksamhet och en förutsättning i allt vi gör. Ett bra kvalitetsarbete, ger ökad kund-nöjdhet, som ger ökad försäljning, som ger ökad lönsamhet!

Vi ställer därför mycket höga krav på våra auktoriserade återförsäljare och servicepartners. Förutom att våra varumärken har sina egna standardkrav, har vi i Sverige valt att ISO 9001 ska vara obligatoriskt för samtliga samarbetspartners. Uppfyllelsen av alla standardkrav inklusive ISO 9001 certifiering utgör grunden för partneravtal med Volkswagen Group Sverige.

Årligen genomför certifierad personal, anställda på Volkswagen Group Sverige, revisioner hos våra återförsäljare och servicepartners för att säkerställa att standardkrav uppfylls. Samtliga krav måste vara uppfyllda för att partnern ska bli godkänd och deras existens är beroende av revisions-resultatet.

För att stötta, coacha och hjälpa våra partners att ständigt utveckla sin verksamhet har våra regionchefer en viktig roll. De besöker regelbundet våra partners i syfte att förbättra processerna, motivera de anställda och säkerställa att kundernas önskemål tillgodoses. Genom dessa kontinuerliga kontroller och besök bibehålls kvaliteten på samma höga nivå inom hela organisationen.

En del i ISO 9001, och i våra varumärkens standardkrav, gäller utbildning. Varje återförsäljare/servicepartner ska säkerställa att alla medarbetare har rätt utbildning och kompetens för att utföra sitt arbete. Detta är viktigt, dels för medarbetarens utveckling, men även för vårt kundnöjdhetsarbete. Rätt utfört arbete gör att kunder förblir lojala och kommer tillbaka. Vi tillhandahåller utbildning både för servicemarknad och försäljning, anpassad till vår verksamhet och godkänd av fabrikerna. Utbildningarna genomförs i egna lokaler av Training Academy.

Vi ska upplevas som det bästa alternativet för kundens bilägande!

SLUTKUND

Vi har under många års tid följt utvecklingen av hur våra kunder upplever våra verkstäder och försäljningsställen via enkäter. Glädjande nog kan vi se att av de drygt 400 000 enkäter vi skickar väljer 130 000 kunder att ge oss viktig återkoppling i form av bedömning i antal stjärnor och med öppna kommentarer. Så många som 70 % av alla kunder väljer att lämna kommentarer, vilket är mycket värdefullt för att vi ska veta vad vi ska agera på samt vad vi ska fortsätta att förstärka.

Vi har under 2019 börjat undersöka möjligheterna att via AI analysera och kategorisera alla kommentarer, så att vi kan få en tydlig sammanställning av vad vi är bra på samt vad vi behöver förbättra. Samtidigt har vi fördjupat oss i våra kunders upplevelser och syn på framtiden via djupintervjuer som vi analyserat. Det har bland annat lett till nya insikter kring människors tänkande kring att köpa sin första elbil.



FRAMTIDEN



Elektrifiering är vägen framåt

Vi ser en framtid där e-mobilitet blir allt viktigare och under de kommande åren kommer ett stort fokus ligga på just elektrifiering för Volkswagen. Därför blev e-mobilitet från den 1 februari 2020 en egen enhet på märket Volkswagen och Sofia Granfors intog då en ny roll som Head of e-mobility. Sofia kommer även att ha ett övergripande ansvar för e-mobility inom hela Volkswagen-gruppen. Ett stort bevis för hur viktig omställningen till elektrifiering är.

Sofia, vad innebär din nya roll?

Jag har även tidigare arbetat med dessa frågor i rollen som e-mobility Manager på produktavdelningen, men kommer nu att inta rollen som Head of e-mobility, d.v.s. vi skapar en helt ny enhet. Vi såg ett behov av att ha ett större fokus på de mer strategiska frågorna inom e-mobilitet och därför ska denna roll ingå i ledningsgruppen för märket Volkswagen. Det behövs även någon som koordinerar dessa frågor för alla märken.

Varför en helt ny enhet?

Elektrifiering är framtiden och därmed ett väldigt stort fokusområde för hela Volkswagen-gruppen. Vi lanserar ett helt nytt koncept med vår nya MEB-plattform för elbilar, vilket innebär stora förändringar och kräver därför stort fokus på att förbereda hela vår organisation för den här omställningen. Det är också ett viktigt statement för att påvisa elektrifieringens viktiga roll för framtiden.

Hur kommer du driva utvecklingen inom området?

Vi har redan kommit en lång bit på väg men för mig handlar det mycket om att ta de

koncept vi får från fabriken i Tyskland och anpassa det till den svenska marknaden. Med vår nya ID.-familj kommer ett helt nytt upplägg kring produktpaketeringen, nya försäljningsmodeller och servicekoncept, nya partnerskap samt nya återförsäljar-kontrakt med bl.a. högre krav på ladd-infrastruktur och möjlighet att ta hand om elbilar som behöver service och reparation. För Volkswagen är det dessutom viktigt att vara med och påverka samhället i dessa frågor så att vi väljer rätt väg framåt, det kommer att vara en viktig del av arbetet.

Skiljer marknaden sig mycket mot övriga Europa?

Den skiljer sig på så vis att Sverige är ett relativt moget land vad gäller elektrifiering. Vi har redan kommit långt. Det finns fler än 100 000 laddbara bilar i Sverige, vi har en bra energimix och utvecklingen av ladd-infrastrukturen börjar ta fart. Flera andra europeiska länder har inte alls samma förutsättningar som oss. Däremot har vi andra utmaningar som att Sverige är ett avlångt land med långa avstånd och kallt klimat.

Vad ser du för utmaningar i framtiden inom e-mobilitet?

Den största utmaningen är att utvecklingen av laddinfrastrukturen inte riktigt har hängt med i samma takt som utvecklingen av laddbara fordon. Under de närmsta åren kommer Volkswagen-gruppen, men också våra konkurrenter, att lansera en rad nya elbilar med allt längre räckvidd och bättre priser. Det innebär att fler människor kommer att ha möjlighet att köpa rena elbilar. Det ställer naturligtvis ytterligare krav på att det finns publik laddning tillgänglig. Vi ser dock att fler och fler företag investerar i laddinfrastruktur, både energibolag men också snabbmatställen och traditionella bensinmackar så med största sannolikhet kommer detta att lösas inom en snar framtid.

Viktigt att tänka på är att majoriteten av laddningen kommer att ske hemma. För de personer som bor i villor kommer det innebära att de pluggar in bilen när de kommer hem och kan köra iväg med en fulladdad bil på morgonen. Superenkelt! Den andra utmaningen är dock hur de personer som bor i flerbilshus ska kunna ladda hemma. Där behöver stat och kommun sätta planer för hur detta ska lösas

Vad gör vi på VGS för att bidra till ladd-infrastrukturen?

Volkswagen har startat ett eget bolag inom koncernen som heter Elli (Electric Life) som kommer utveckla och sälja laddnings- och energilösningar för hemmet och arbetsplatsen. Vi kommer lansera vår egen laddbox för samtliga märken inom gruppen. Först ut är Volkswagen med ID. Charger. Nästa steg är att utrusta alla våra

återförsäljare med laddinfrastruktur, dels för att själva kunna ladda våra bilar men också för att erbjuda publik laddning på många ställen. Volkswagen-gruppen är också medgrundare till snabbbladdningsnätverket IONITY. Målet är att sätta upp ett snabbbladdningsnät längs Europas huvudvägar. I Sverige finns idag 17 IONITY-stationer installerade längs de större vägarna och ytterligare några ska vara på plats innan året är slut. Det är i huvudsak i södra och mellersta Sverige som de nuvarande stationerna finns, utmaningen blir att förse Norrland med samma täckning.

Ser du några andra utmaningar?

Man pratar idag mycket om att vi har brist på el i Sverige men det stämmer inte helt. Vi har idag ett överskott av el och Sverige är exportörer av el på årsbasis. Det finns dock några platser i landet (Stockholm, Uppsala, Malmö) där vi under vissa kalla vinterdagar har en större efterfrågan än vad elnäten klarar att leverera. Det som blir problem då är att ansluta nya kunder, t.ex. nya snabbbladdningsstationer. Det här kommer att lösas när Svenska Kraftnät bygger ut stamnätet men man räknar med att det kommer att ta ungefär 10 år.

Det som blir viktigt när det gäller elbilsladdning är s.k. smart laddning, d.v.s. att man laddar sin elbil när efterfrågan på el är låg. Istället för att starta laddningen direkt när man kommer hem från jobbet och många ska tvätta, laga mat och se på TV, kan vi styra laddningen till natten när efterfrågan på el i övrigt är låg. Det viktiga är ju att bilen är fulladdad när vi ska köra iväg på morgonen.

Vad tror du om möjligheterna i framtiden inom e-mobilitet?

Det finns många möjligheter i framtiden, inte minst för miljön. Volkswagen-

koncernen står idag för 1 % av alla globala koldioxidutsläpp. Det är en siffra vi måste göra till noll. Volkswagen har därför beslutat att vi ska efterleva Parisavtalet genom att ha en helt fossilfri fordonsflotta ute på vägarna senast 2050. För att leva upp till det kommer vi att sälja den sista fossilt drivna bilen omkring 2040. I Sverige kommer det troligen gå ännu fortare innan vi ser slutet på förbränningsmotorer.

Vi ser också en fantastisk utveckling av teknik i de nya elbilarna. Förutom de stora infotainmentskärmarna, digitala tjänster av olika slag, uppkoppling mot molnet och förbättrade assistanssystem, så ser vi även en framtid mot allt mer självkörande bilar. Volkswagen går från en biltillverkare till en mobilitetsleverantör.

En annan spännande sak jag vill lyfta är att vi inom en inte allt för lång framtid kommer att kunna använda våra bilbatterier för energilagring. Tekniken kallas för V2G (Vehicle to Grid) och innebär att våra elbilar kommer kunna dela med sig av sin lagrade energi till elnätet när det behövs som mest. Vi går tillbaka till exemplet om smart laddning, d.v.s. att ladda bilen på nattetid när efterfrågan på el är låg. Tänk då att när man som elbilsägare kommer hem från jobbet har man kanske ett halvfyllt elbilsbatteri men den energin behövs inte till bilen mer idag. Istället kan då bilen lämna ifrån sig energin ut till elnätet för att kapa energitoppar. När de flesta gått och lagt sig och efterfrågan på el har gått ner laddas energin tillbaka i bilbatteriet så att det är fullt när man ska köra iväg på morgonen. Och vem vet, det kanske kommer kunna innebära en ekonomisk vinning för privatpersonen om man kan sälja sin överskottsenergi?



Kan du nämna 3 tips till existerande och framtida bilägare med tanke på den framtid vi möter?

1

Det kan kännas som ett stort steg för många att byta till elbil. Framförallt finns orosmoment över hur laddningen ska fungera på längre resor. Så det första tipset är att försöka flytta fokus till den vardagliga körningen. Oftast kör man till jobbet, skolan eller affären, vilket innebär korta körsträckor och du kommer inte ens att behöva ladda bilen varje dag utan det räcker kanske med ett par gånger i veckan. När man bor i villa är det superenkelt men även för de som bor i flerfamiljshus kan det kännas lättare om man tänker så, även om fler och fler bostadsrättsföreningar investerar i laddinfrastruktur. Många kommuner sätter dessutom upp laddare i parkeringsgarage och i gatumark för att underlätta den vardagliga normalladdningen.

2

Ett annat tips om man känner sig orolig vid längre resor är att planera resan lite i förväg. Bilen har dessutom smarta tjänster för att tala om för dig var och när det är lagom att ladda. Undersök var det finns laddningsmöjligheter och planera ditt stopp i samband med mat på dessa platser. Oftast behöver du ta en paus även med fossilt drivna bilar, med elbil anpassar du bara den pausen till när bilen också behöver fylla på med energi. Snabbladdar du behöver det inte ta längre tid än ett vanligt stopp, du kan vara iväg igen efter 30 minuter.

3

Är man fortsatt tveksam och inte vågar ta steget till ren elbil kan ett tips vara att under en övergångsperiod skaffa en laddhybrid. Med en laddhybrid tar du dig vanligtvis runt 5 mil på ren el och det kommer de flesta ganska långt på i sin vardag. Kan man ladda både hemma och på jobbet är det perfekt. Laddning är nytt för de flesta och det här är ett utmärkt sätt att lära sig. För framtiden är det dock helt elektriska bilar som gäller för Volkswagen.



GRI-Index

KÄRNOMRÅDEN SOM OMFATTAS AV REDOVISNINGEN

GRI-referens	Avsnitt	Sidhänvisning	Kommentar
Organisationsprofil			
102-1	Organisationens namn	7	
102-2	Verksamhet, märken, produkter och tjänster	7, 9-10	
102-3	Huvudkontorets lokalisering	7	
102-4	Länder där organisationen har verksamhet	7	
102-5	Ägarstruktur och organisationsform	7	
102-6	Marknader som organisationen är verksam på	7	
102-7	Organisationens storlek	Årsredovisning VGS 2019	
102-8	Information om anställda och andra som arbetar för organisationen	Årsredovisning VGS 2019	
102-9	Leverantörskedja	42-45	
102-10	Väsentliga förändringar gällande organisation och leverantörskedja	Årsredovisning VGS 2019	
102-11	Försiktighetsprincipen	Volkswagen AG:s Sustainability report, s. 26–29, 44–45 Annual Report 2019: Risk Management and Internal Control System	
102-12	Externa initiativ om hållbarhet som organisationen stödjer/omfattas av	Volkswagen AG:s Sustainability report, s. 36–38	
102-13	Medlemskap i organisationer	Volkswagen memberships (www.volkswagenag.com/en/sustainability/engagement/memberships.html)	
Strategi			
102-14	Uttalande från ledande befattningshavare	5-6	
102-15	Nyckelfaktorer, risker och möjligheter	11-22 Volkswagen AG:s Sustainability report, s 4–5, 8–12	
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 2019 Volkswagen AG:s Sustainability report, s. 30–31	
Intressentrelationer			
102-40	Lista över intressentgrupper	21-22	
102-41	Kollektivavtal	Volkswagen AG:s Sustainability report, s. 78–79	
102-42	Identifiering och urval av intressenter	21-22	
102-43	Metoder för intressentdialog	21	
102-44	Viktiga frågor som lyfts av intressenter	21-22	
Redovisningspraxis			
102-45	Enheter som ingår i den finansiella redovisningen	1, 9, 9-10 Årsredovisning VGS 2019	
102-46	Definition av redovisningens innehåll och frågornas avgränsning	21-22	
102-47	Lista över väsentliga frågor	21-22	
102-48	Förändringar av information	-	Inga förändringar, däremot avvaktande att redovisa bilars utsläpp till följd av WLTP och därmed inget basår för den nya metoden att mäta. Vad gäller Covid-19 redovisar vi utfall och påverkan vid nästa redovisningstillfälle.
102-49	Förändringar i redovisningen	21-22	
102-50	Redovisningsperiod	1	
102-51	Datum för publicering av senaste redovisningen	-	Senaste hållbarhetsredovisning publicerad 06.2019
102-52	Redovisningscykel	1	
102-53	Kontaktperson för redovisningen	63	

102-54	Redovisning i enlighet med GRI Standarder	1	
102-55	GRI-index	59-62	
102-56	Extern granskning	-	Granskas ej externt

Energi

103-1 – 103-3	Styrning	27-32	
302-1	Energiförbrukning inom organisationen	39	Omvandling: 10 000 kWh/m³ olja, siffror avrundat upp från SPBI.se .
302-4	Reduktion av energikonsumtion	39, 43-44	Redovisning i kWh och joules. 1 kWh=3,6 MJ

Utsläpp

103-1 – 103-3	Styrning	27-32	
305-5	Reduktion av utsläpp	40	Uträkning från samarbetspartner

Anställning

103-1 – 103-3	Styrning	27-32	
401-1	Personalomsättning	Årsredovisning VGS 2019	
401-2	Förmåner till anställda	27-32	Ett urval av förmåner listas. Vidare hänvisning till Hållbarhetsredovisningen 2018 då förmåner redovisas mer ingående.

Mångfald och lika möjligheter

103-1 – 103-3	Styrning	27-32	
405-1	Mångfald av styrorgan och anställda	27-32	

Övrigt

Referens	Avsnitt	Sidhänvisning	Kommentar
VGS-1	Miljöfokus på våra produkter	35-38	
VGS-2	Främjande av miljövänlig teknik	39-44	
VGS-3	Kundnöjdhet	47-50	

KONTAKTINFORMATION

PUBLICERAD AV

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

KONTAKT

kvalitetmiljo@vwgroup.se

FRAMTAGNING OCH LAYOUT

Ann-Sofie Asp
Fanny Boström
Gunnel Martén
Josefin Holmström

PUBLICERING

Maj 2020