

Presse | News | Prensa | Tisk | Imprensa | Prasa | Stampa | Pers | 新闻 | Пресса

Volkswagen Group Future Center Europe: Interdisziplinäres Team für die Mobilität der Zukunft

- **Neue Kollaboration mit dem Nutzer im Mittelpunkt: Fahrzeugdesign und User Experience (UX) Design arbeiten Hand in Hand an zukünftigen Mobilitätskonzepten**
- **Volkswagen Group Future Center Europe liefert Ergebnisse der digitalen Strategie für die Volkswagen Gruppe**

Wolfsburg, 3. März 2017 – Mit der Errichtung des Volkswagen Group Future Center Europe in Potsdam hat der Konzern einen wichtigen Schritt seiner Strategie zur Digitalisierung für die Mobilität der Zukunft umgesetzt. Auf dem Genfer Autosalon 2016 vorgestellt, hat das Center inzwischen seine Arbeit in neuartigen Teamstrukturen aufgenommen und liefert wichtige Impulse und erste Konzepte.

Der Vorstandsvorsitzende der Volkswagen AG, Matthias Müller, und Chief Digital Officer Johann Jungwirth hatten auf dem Genfer Autosalon 2016 klare Signale für die Mobilität der Zukunft gesetzt. Volkswagen wolle die automobile und die digitale Welt so verbinden, dass Kunden, Gesellschaft und Wirtschaft davon profitieren – und der Volkswagen Konzern bis 2025 zum führenden Mobilitätsanbieter avancieren kann.

Die Aufgaben des Future Centers reichen damit weit über klassische Produktentwicklung hinaus. Das Center soll nicht nur zusammen mit seinen beiden Schwestereinrichtungen, den Future Centern in den USA und China, die Fahrzeuge des Konzerns in puncto Kundenerlebnis, Schnittstellendesign, Bedienlogik, Innenraumkonzept, Infotainment und Entertainment an die Spitze bringen. „Mit unseren interdisziplinären Teams aus Designern und Digitalisierungsexperten entwickeln wir gemeinsam die Mobilität der Zukunft und erfinden das Automobil in enger Zusammenarbeit mit unseren starken Marken neu. Wir werden von einem Hardware-Unternehmen zu einem integrierten Hardware-, Software- und Services-Unternehmen“, sagt Johann Jungwirth, Chief Digital Officer der Volkswagen AG.

Das vollautomatisierte Fahren wird die Erwartung der Menschen an die Mobilität sowie an die Nutzung und Funktionen ihres Fahrzeugs grundlegend verändern. „Wenn die Insassen sich nicht mehr auf das Fahren konzentrieren müssen, werden ganz neue Fahrzeugkonzepte möglich. Jede Entwicklung beginnt mit einer User-Story. Wir fragen: Wie sieht das Leben der Kunden aus, für die wir das Auto bauen? Welche Mobilitätsbedürfnisse haben die Menschen und wie können wir die Wünsche optimal erfüllen?“, beschreibt Michael Mauer, Chefdesigner des Volkswagen Konzerns, die Arbeit im Future Center. Interface-Design, Bedienlogik, Innenraumkonzept sowie Info- und Entertainmentangebote werden sich grundlegend verändern, wenn das Fahren an sich nicht mehr im Mittelpunkt steht. „Bei der Entwicklung neuer Konzepte steht in den Future Centern immer das Erlebnis der Menschen im Vordergrund. Unser Denken, Handeln und Entscheiden hat immer den Nutzer im Mittelpunkt“, sagt Ulrike Müller, Leiterin Future Center Europe, User Experience (UX) Design. „Volkswagen setzt daher auf die konsequente Kollaboration von Fahrzeugdesign und UX Design“, sagt Peter Wouda,

VOLKSWAGEN

AKTIENGESELLSCHAFT

Seite 2

Leiter Future Center Europe, Vehicle Design. Hand in Hand erarbeiten interdisziplinäre Teams das neue Design rund um die Nutzer.

Dass schon bei der Entwicklung neue Wege beschritten werden, zeigt bereits das Arbeitsumfeld im Future Center: In einer großen Halle sind mit Virtual-Reality-Brillen ausgestattete Simulatoren aufgebaut. Zwischen den Schreibtischen stehen sogenannte „Sitzkisten“, bei denen Autositze und Cockpit nur angedeutet sind. Über angebrachte Screens und Sensoren probieren die Mitarbeiter hier neue Entwicklungen direkt aus. „Die flachen Hierarchien und die pragmatische Teamkultur im Future Center finden auch Ausdruck in offenen Büros, Co-Working-Spaces und transparentem Design. Wir haben hier ein äußerst kreatives und starkes Team, welches im Design Thinking und Entwicklungsprozess Kunden und Nutzer so eng einbindet wie nie zuvor. Kurzum: Wir erzeugen bewusst kreative Start-up-Atmosphäre. Das macht uns zum attraktiven Arbeitgeber und wir sind auch in dieser Hinsicht Vorreiter für das ganze Unternehmen“, sagt Jungwirth.

Als weltweit agierendes Unternehmen unterhält der Volkswagen Konzern zudem 37 Kompetenzzentren und IT-Labs mit Standorten in Europa, Nordamerika und Asien. Die mehr als 2.000 Experten beschäftigen sich schwerpunktmäßig mit künstlicher Intelligenz, Vernetzung, Virtual Reality sowie Mobilität auf Abruf und garantieren eine hohe Agilität in der Umsetzung der Konzernstrategie.

Hier sehen Sie das Volkswagen Group Future Center Europe im Film und erhalten weitere Informationen: https://www.volkswagen-media-services.com/web/guest/future_mobility_de

Neue Website für den Volkswagen Konzern

Unter www.volkswagenag.com gibt es jetzt vielfältige Informationen, Reportagen, Porträts und Interviews rund um den Volkswagen Konzern und seine Marken. Dazu einen Social Media-Bereich mit aktuellen Tweets, Posts und You Tube-Filmen - gebündelt auf einer Seite. Die neue Corporate Website ist vollständig responsiv und damit auch von mobilen Geräten problemlos aufrufbar. Einfach hier klicken und ausprobieren: www.volkswagenag.com

Hinweis: Text und Bildmaterial können Sie unter www.volkswagen-media-services.com abrufen.

Volkswagen Konzernkommunikation

Andreas Brozat

Issue-Management Innovation und Digitalisierung

Telefon: +49 (0) 5361 / 9-43318

E-Mail: andreas.brozat@volkswagen.de

www.volkswagen-media-services.com

www.volkswagenag.com

