

VOLKSWAGEN GROUP

Weitere ESG- Themen

ENGAGEMENT ÜBER DIE 6 FOKUSTHEMEN HINAUS

Neben den sechs Fokusthemen, die in unserer Konzernstrategie NEW AUTO bzw. der Konzerninitiative 6 verankert sind, haben wir fünf weitere Themen identifiziert, die im Bereich Nachhaltigkeit und ESG von Bedeutung sind. Diese werden im Folgenden vorgestellt – mit dem Ziel, die Transparenz über unsere Nachhaltigkeitsleistung zu erhöhen.

Biodiversity	Representation of Interests	Responsible Marketing
IT Security		Product Quality & Safety

BIODIVERSITY

BIODIVERSITÄT IN UNSERER GOTOZERO STRATEGIE

Biodiversität sichert die Grundlagen unserer Existenz: Gesunde Nahrung, sauberes Wasser, ertragreiche Böden und ein ausgeglichenes Klima. Die Einflüsse auf die Biodiversität sind gerade bei Unternehmen der verarbeitenden Industrie, und damit auch der Automobilbranche, überwiegend indirekter Natur. Die Ermittlung der eigenen Exponiertheit verlangt deshalb die eingehende Analyse der gesamten Wertschöpfungskette. Zu den Einflussfaktoren und sich daraus ergebenden Handlungsfeldern zählen zum Beispiel der Abbau mineralischer Rohstoffe und Seltene Erden. Der Abbau erfolgt häufiger in Ländern mit artenreichen Ökosystemen und niedrigen Standards – oft in Verbindung mit gravierenden Eingriffen in Natur und Landschaft. Weitere Einflüsse ergeben sich durch die Verwendung natürlicher Ressourcen durch den Anbau von Naturkautschuk zur Reifenproduktion sowie von ölhaltigen Pflanzen zur Kraftstoffherstellung. Der Anbau dieser Rohstoffe ist mit einem großen Flächenverbrauch verbunden und führt zur Verdrängung der Biodiversität, in der Häufigkeit verbunden mit Degradierungen von Waldökosystemen. Auch die industrielle Viehwirtschaft zur Lieferung von Leder für Sitze und Lenkräder ist zu nennen.

Da uns die Bedeutung der Biodiversität und unsere Abhängigkeit von Ökosystemleistungen bewusst ist, haben wir ihre Bewahrung als ein Handlungsfeld in unserem Leitbild Umwelt formuliert und uns in unserem Biodiversity Commitment zum Schutz und Erhalt sowie zur Förderung der Biodiversität bekannt.

Mit dem Programm „goTOzero – Zero Impact Factory“ haben wir konkrete Schritte hin zu einer nachhaltigeren Produktion entwickelt. Die Vision des Programms ist eine Fabrik ohne negative Auswirkungen auf die Umwelt. Der Weg dorthin ist über eine Checkliste formuliert, in der neben vielen anderen Umweltaspekten auch Anforderungen zur Förderung der Biodiversität enthalten sind.

UNSER BIODIVERSITY COMMITMENT

In unserem Biodiversity Commitment haben wir uns zu den drei Zielen des internationalen Übereinkommens über die biologische Vielfalt (CBD) bekannt:

- Erhaltung der biologischen Vielfalt
- Nachhaltige Nutzung ihrer Bestandteile
- Gerechte Aufteilung der sich aus der Nutzung der genetischen Ressourcen ergebenden Vorteile

Wir verfolgen diese Ziele in 6 Handlungsfeldern:

- Bekenntnis zum Pariser Klimaabkommen und damit bis 2050 bilanziell CO₂-neutral zu sein
- Untersuchung von Risiken und Chancen in Bezug auf unsere Geschäftstätigkeiten mit Auswirkungen auf die Biodiversität und auf Ökosystemleistungen
- Integration von Biodiversität in das Umwelt Compliance Managementsystem
- Umsetzung von Projekten zum Schutz und zur Förderung der biologischen Vielfalt
- Erhöhung der Biodiversität an den Produktionsstandorten und Einführung einer Biodiversitätskennzahl
- Verringerung der Beanspruchung natürlicher Ressourcen entlang der Lieferkette



www.volkswagenag.com > Nachhaltigkeit > Strategie, Policy & Engagement > Policy > Biodiversity Commitment des Volkswagen Konzerns

Der Schutz der Ökosysteme ist auch durch unsere Geschäftspartner sicherzustellen. In unserem Code of Conduct für Geschäftspartner ist fest verankert, dass diese im Rahmen von jeweils anwendbarem Recht und internationalen Vorschriften zur biologischen Vielfalt Lieferketten anstreben müssen, die ohne Abholzung und Entwaldung auskommen. Zu diesen internationalen Vorschriften gehören zum Beispiel die Resolutionen und Empfehlungen zu Biodiversität vom Center for Biological Diversity (CBD) und der Weltnaturschutzunion (IUCN). Im Sinne einer partnerschaftlichen Zusammenarbeit bietet der Konzern seinen Geschäftspartnern ein breites Angebot an praxisgerechten Schulungsangeboten, Initiativen und weiteren Informationsquellen an.



www.volkswagenag.com > Nachhaltigkeit > Strategie, Policy & Engagement > Policy > Code of Conduct für Geschäftspartner

UNSER BEITRAG ZU ANDEREN UMWELTASPEKTEN MIT EINFLUSS AUF DIE BIODIVERSITÄT

In unserem „Leitbild Umwelt“ bekennen wir uns zum Pariser Klimaschutzabkommen sowie zum 1,5° Ziel. Mit der Dekarbonisierung des Unternehmens streben wir bis 2050 eine bilanziell CO₂-neutrale Wirtschaftsweise an, um das Klima und damit auch die Biodiversität zu schützen.

In unserer Produktion verfolgen wir konsequent eine Reduzierung des Impacts und eine Entlastung der Umwelt. Bis 2025 sollen die produktionsbedingten Umweltauswirkungen in Bezug auf Energie, Wasser, Abfall und flüchtige organischer Verbindungen im Vergleich zu 2010 um 45 % pro Fahrzeug reduziert werden. Ferner treibt Volkswagen die Elektromobilität voran, um die lokale Luftqualität durch eine Verringerung der Emissionen von Stickoxiden sowie Feinstaub zu verbessern. Durch den Einsatz von recyceltem Material und nachwachsenden Rohstoffen verringern wir unseren Bedarf an Primärrohstoffen, verbessern unsere Energie- und Ressourceneffizienz und verringern gemeinsam mit unseren Geschäftspartnern die Beanspruchung natürlicher Ressourcen und damit den Impact auf Ökosysteme.

Der Schutz von Wasser ist eng mit Biodiversität verbunden, denn der Lebensraum Wasser ist für viele Lebewesen essenziell. Zudem ist ein schonendes und nachhaltiges Bewirtschaften der Ressource Wasser auch für uns Menschen überlebenswichtig. Durch Maßnahmen zur Reduzierung des Wasserverbrauchs tragen wir zum Schutz dieser Ressource und des Lebensraumes bei. Im Rahmen der Initiativen Carbon Disclosure Project (CDP) und Water Disclosure Project (WDP) berichten wir regelmäßig über unsere Aktivitäten im Bereich Klimaschutz und Schutz von Wasser.

UNSERE AKTIVITÄTEN ZUM SCHUTZ DER BIODIVERSITÄT

In den Ländern, in denen wir wirtschaftlich tätig sind, unterstützen wir Biodiversitätsprojekte in Form von Zusammenarbeit mit Partnern und lokalen Initiativen. Die aktuell initiierten Biodiversitätsprojekte sind auf unseren Nachhaltigkeitsseiten nachzulesen.

Die folgenden Projekte stehen beispielhaft für die vielfältigen Aktivitäten an den Standorten des Volkswagen Konzerns.

Volkswagen de México fördert seit 2008 Naturschutz- und Wiederaufforstungsprojekte, um Ökosysteme zu erhalten. Die Maßnahmen schaffen Lebensraum für wildlebende Tiere und dienen der Entwicklung von Biodiversität.

Durch Wiederbewaldungsmaßnahmen wird der Abtrag von Boden durch Erosionsvorgänge verhindert und die Grundwasserspeicherung gefördert. Durch das Anlegen von Rigolen wird zudem die Versickerung von Niederschlagswasser unterstützt. Damit wird beispielsweise an den Vulkanhängen des Popocatepetl und Iztaccihuatl, wo durch jahrelange Abholzung, durch

Viehzucht und Brände offene Flächen entstanden, der Boden wieder geschützt und die Grundwasserneubildung gefördert.

Mit Partnern wie der UNESCO und Seabird Life unterstützen wir Projekte zur nachhaltigen Mobilität sowie zur Beseitigung von Sturmschäden in UNESCO Biosphärenreservaten in Spanien sowie weitere Projekte zum Schutz und zur Renaturierung von Mooren in Reservaten in Polen und Deutschland.

Zum Schutz von Lebensräumen und zur nachhaltigen Entwicklung hat die Volkswagen Group China gemeinsam mit den Marken Volkswagen, Audi und ŠKODA das Aufforstungsprojekt "Green Belt" ins Leben gerufen. Bis 2030 werden in 10 ökologisch sensiblen Regionen im Norden Chinas auf über 40 Mio. m² mehr als 8,5 Mio. Bäume gepflanzt. Die Aufforstung dient als Kohlenstoffsенke, unterstützt die Biodiversität und trägt dazu bei, Winderosion und Bodenverluste zu verhindern.

In unserem internen Prüfverfahren nutzen wir ein Bewertungstool, mit dem Maßnahmen zur Erhöhung der Biodiversität an den Standorten bewertet und nachverfolgt werden. Wichtig ist uns dabei auch, Mitarbeitende der Standorte in die Biodiversitätsprojekte mit einzubinden und damit für das Thema zu sensibilisieren. Denn Maßnahmen zum Umweltschutz dienen auch der Biodiversität und machen Spaß, wie die Müllsammelaktion des Volkswagen Standortes Palmela zeigt. Im Rahmen eines Aktionstages „One day for the Ocean“ haben 130 Freiwillige in Zusammenarbeit mit der nationalen NGO, Brigada do Mar, an der Küste der Mündung des Tejo Müll eingesammelt. Ca. 2,5 t Abfall kamen zusammen und wurden zur Behandlung abgegeben.

NACHHALTIGES & TRANSPARENTES WASSERMANAGEMENT

Der Volkswagen Konzern hat sich zum Ziel gesetzt, seine Ressourceneffizienz weiter zu verbessern und Wiederverwendungs- und Recyclingansätze in den Bereichen Werkstoffe und Wasser zu fördern.

Etwa 49 % des gesamten Frischwasserverbrauchs können Standorten zugerechnet werden, die sich in Gebieten mit hohem Wasserstress befinden. Die Identifikation dieser Regionen erfolgt durch Maplecroft. Durch den geschlossenen Kreislauf bzw. die Rückführung von Kühl- und Prozesswasser kann der Frischwasserbedarf und die Abwassermenge erheblich reduziert und dadurch ein verantwortungsvoller Umgang mit der Ressource Wasser gewährleistet werden. Im Jahr 2022 wurden im gesamten Konzern 39,34 Mio. m³ Frischwasser benötigt, davon verwendet die Volkswagen AG 3,56 Mio. m³. Diese Daten werden jährlich erhoben. Im Rahmen unserer "goTOzero"-Strategie konzentriert sich unser nachhaltiges Wassermanagement auf folgende Handlungsfelder:

- Reduzierung des Frischwasserverbrauchs und Effizienz in der Wassernutzung, besonders in Wasserstressgebieten
- Minimierung der Schadstoffeinträge sowie keine Verschlechterung des ökologischen und chemischen Zustands im Vorfluter (Abwassermanagement)

Bis 2025 sieht die Produktionsstrategie des Konzerns vor, die produktionsbedingten Umweltauswirkungen in Bezug auf Energie, Wasser, Abfall und flüchtige organische Verbindungen gegenüber 2010 um 45 % pro Fahrzeug zu reduzieren. Als messbarer Effekt der damit verbundenen Maßnahmen im Bereich Wasser, ging die verbrauchte Frischwassermenge pro Fahrzeug von 2010 bis 2022 um 17,4 % zurück. Dies bedeutet für den Konzern einen Verbrauch von 3,75 m³/Fzg, bei der Volkswagen AG beträgt dieser Wert 5,34 m³/Fzg. Beispielhaft für spezifische Einsparmaßnahmen an Standorten weltweit stehen Puebla und Mladá Boleslav, wo im Jahr 2022 durch eine verbesserte Wasseraufbereitung jeweils etwa 100.000 m³ Wasser eingespart wurden. An dem AUDI-Standort San José Chiapa in Mexiko werden durch gezielte Maßnahmen bereits seit 2018 jährlich 150.000 m³ Wasser eingespart. Durch die Wasserrückführung in die Produktionsprozesse gilt dieser Standort sogar als vollständig abwasserfrei.



www.audi-mediacycenter.com > Nachhaltigkeit > Produktion und Lieferkette > Mission:Zero

Zusätzlich zu diesen Maßnahmen unterstützt Volkswagen das CDP Water Disclosure Project (WDP) durch Transparenz seines Wassermanagements. Seit 2019 erhalten wir im WDP-Ranking für unser nachhaltiges Wassermanagement die Bestnote A und sind somit auch für 2022 wieder im Leadership-Index vertreten.



www.volkswagenag.com > Nachhaltigkeit > Reporting & ESG Performance > Berichte > Volkswagen AG – Water Security

REPRESENTATION OF INTERESTS

Der Volkswagen Konzern und seine Marken arbeiten in einem komplexen und stark regulierten Umfeld. Wir sehen es als unsere Verantwortung, im Dialog mit unseren Stakeholdern den Rahmen für unser wirtschaftliches Handeln und seine Auswirkungen auf Gesellschaft und Umwelt aktiv mitzugestalten.

Diese Aufgabe übernehmen unsere Verantwortlichen für Public Affairs weltweit. Ihr Ziel ist es, die Handlungsspielräume des Konzerns zu begründen und Stakeholder in Politik und Gesellschaft zu informieren.

Dabei ist es unser Anspruch, bleibende Werte zu schaffen: Shaping Mobility for Generations to Come.

Dr. Thomas Steg

*Generalbevollmächtigter und Leiter Konzern
Außenbeziehungen*

GRUNDSÄTZE UND LEITLINIEN FÜR PUBLIC AFFAIRS

Selbstverständnis

Public Affairs bringen die Positionen des Konzerns in politische Entscheidungsprozesse ein, indem sie wahrheitsgemäß und umfassend informieren und kompetent und zuverlässig beraten. Sie können auch Impulse für Innovationsstrategien oder zukunftsorientierte Regulierungsansätze setzen. Informationen zu den wesentlichen Positionen des Konzerns werden jährlich öffentlich gemacht.

Im Dialog mit Politik und Stakeholdern tragen Public Affairs dazu bei, das Profil des Konzerns als ein verantwortungsbewusst handelndes Unternehmen zu schärfen und seine Reputation zu steigern. Ziel ist die Aufrechterhaltung stabiler und ausgewogener Beziehungen mit allen Stakeholdern.

Innerhalb des Konzerns fördern Public Affairs das Verständnis für politische Prozesse und eine offene Dialogkultur mit der Politik. Sie sichten und sammeln Informationen, analysieren deren Relevanz und entwerfen differenzierte Strategien für das Unternehmen. Auf Konzernebene wird ein weltweit abgestimmtes Vorgehen sowie eine einheitliche Kommunikation der Marken und Gesellschaften über geeignete Strukturen und Prozesse sichergestellt.

Netzwerke

Public Affairs sind im Konzern, an den Standorten des Unternehmens und in mehreren Hauptstädten weltweit vertreten. Ihre Aufgaben im Dialog mit Politik und Stakeholdern können auch von Verantwortlichen für Public Affairs in Marken oder Gesellschaften übernommen werden.

Public Affairs stehen auch über Mitgliedschaften des Konzerns in nationalen und internationalen Organisationen in Kontakt mit der Politik, beispielsweise über Mitgliedschaften in Verbänden. Innerhalb dieser Mitgliedschaften sind sie den gleichen Grundsätzen und Leitlinien verpflichtet. Sie verpflichten sich, die Positionen des Konzerns für den Dialog mit der Politik im Rahmen des wettbewerbs- und kartellrechtlich Zulässigen unverändert in die Diskussionen innerhalb dieser Organisationen einzubringen. Wo die im Kreis der Mitglieder beschlossenen Positionen für den Dialog mit der Politik substanziell von den eingebrachten Positionen des Konzerns abweichen, wird dies als Dissens festgehalten.

Grundlage dieser Mitgliedschaften ist eine Anerkennung der jeweiligen Regelwerke durch Public Affairs. Sie sind bei Aufnahme der Mitgliedschaft auf Widersprüche zu geltenden Regelungen hin zu überprüfen.

Informationen zu den wesentlichen Mitgliedschaften werden jährlich öffentlich gemacht.



www.volkswagenag.com > Nachhaltigkeit > Strategie, Policy & Engagement > Policy > Grundsätze und Leitlinien für Public Affairs > Anhang

Transparenz

Public Affairs handeln entsprechend den Grundsätzen der Integrität, der Offenheit und der Nachvollziehbarkeit. Informationen zu den Strukturen und Mitteln werden jährlich öffentlich gemacht.



www.volkswagenag.com > Nachhaltigkeit > Strategie, Policy & Engagement > Policy > Grundsätze und Leitlinien für Public Affairs > Anhang

Der Konzern befürwortet grundsätzlich Regelungen für Transparenz von Public Affairs. Wo bereits verpflichtende oder freiwillige Vorgaben seitens der Politik in Kraft sind, werden diese befolgt. Der Konzern ist im Transparenzregister der Europäischen Union registriert und befolgt die damit verbundenen Vorgaben. Strukturen, Mittel und Ziele der politischen Interessenvertretung auf europäischer Ebene werden dort offengelegt.



www.ec.europa.eu > Transparency Register

Geschäftspartner, die Leistungen für Public Affairs erbringen sollen, verpflichten sich zur Einhaltung gesetzlicher Regelungen, interner Regelungen sowie von Public Affairs freiwillig eingegangener Verpflichtungen einschließlich der vorliegenden Grundsätze und Leitlinien für Public Affairs.

Kontakt mit der Politik

Für Public Affairs ist die Einhaltung der internationalen Konventionen, der Gesetze und Bestimmungen aller Länder, in denen der Volkswagen Konzern aktiv ist, selbstverständlich. Alle Kontakte mit der Politik orientieren

sich streng am jeweils geltenden Recht und Gesetz sowie den entsprechenden internen Verhaltensgrundsätzen und Maßnahmen zur Korruptionsprävention sowie des Wettbewerbs- und Kartellrechts.

Im Umgang mit Amts- und Mandatsträger*innen achten Public Affairs insbesondere auf Transparenz, Aufrichtigkeit und Objektivität in der Kommunikation sowie kooperatives Verhalten.

Public Affairs handeln politisch neutral, aber nicht gleichgültig. Sie vertreten grundsätzlich die Positionen des Konzerns im Dialog mit der Politik weltweit, aber behalten es sich vor, auf der Basis der Konzernwerte den Kontakt zu einzelnen Stakeholdern abzulehnen.

Im Kontakt mit der Politik stellen Public Affairs sicher, dass Standorte des Konzerns nicht zu Bühnen derer werden, die für politische Ämter kandidieren. In Deutschland setzen wir in den letzten drei Monaten vor Wahlen keine öffentlichkeitswirksamen Termine mit den Kandidierenden an unseren Standorten an.

Der Austausch über fachliche Themen steht bei jedem Kontakt stets klar im Vordergrund.

Veranstaltungen

Public Affairs suchen den Dialog mit der Politik in unterschiedlichen Austauschformaten. Informationen zu regelmäßigen Formaten werden jährlich öffentlich gemacht.



www.volkswagenag.com > Nachhaltigkeit > Strategie, Policy & Engagement > Policy > Grundsätze und Leitlinien für Public Affairs > Anhang

Sponsorings und Spenden

Das politische System der Bundesrepublik Deutschland ist auf ein funktionierendes Parteiensystem angewiesen. Im Grundgesetz sind Prinzipien der Parteienfinanzierung verankert, die den Parteien aufgeben, jenseits der staatlichen Wahlkampfkostenerstattung eigene Einnahmen zu generieren.

Auf dieser Grundlage unterstützen Public Affairs Parteien des demokratischen Spektrums in Deutschland im Rahmen von Sponsorings.

Sie verbinden diese Parteienförderung mit dem Ziel, öffentlich auf den Konzern, seine Geschäftsmodelle und Produktportfolios aufmerksam zu machen.

Grundsätzlich achten sie auf ein angemessenes Verhältnis zwischen eigenen Leistungen und den vertraglich vereinbarten Gegenleistungen.

Sponsorings werden im Einklang mit den gesetzlichen Vorgaben und den intern geltenden Regelungen umgesetzt.

Zahlen zur Unterstützung von Parteiveranstaltungen und zum Anzeigenbudget für parteinahe Publikationen werden jährlich öffentlich gemacht.



www.volkswagenag.com > Nachhaltigkeit > Strategie, Policy & Engagement > Policy > Grundsätze und Leitlinien für Public Affairs > Anhang

RESPONSIBLE MARKETING

Als Global Player ist der Volkswagen Konzern nachhaltigem, transparentem und verantwortlichem Management verpflichtet. Dies gilt insbesondere für die interne und externe Kommunikation. Unsere Mitarbeitenden, unsere Kundinnen und Kunden, unsere Aktionärinnen und Aktionäre sowie die Öffentlichkeit im Allgemeinen verdienen es, dass wir mit Respekt, Integrität und Aufrichtigkeit kommunizieren. Daher haben alle Partnerinnen und Partner, die für den Volkswagen Konzern Kommunikations- und Werbedienstleistungen erbringen, die Verantwortung, im Rahmen ihrer Arbeit sicherzustellen, dass in unserer Kommunikation und Werbung – sowohl online als auch offline – Menschen, Tiere und die Umwelt mit dem größten Respekt behandelt werden. Dabei ist uns stets bewusst, dass nicht nur die Intention unserer Botschaft entscheidend ist, sondern wie diese Botschaft in der Denkweise der Verbraucherinnen und Verbraucher wahrgenommen wird.

Die Erwartungen, die der Volkswagen Konzern an seine Geschäftspartner in Bezug auf die Erbringung von Werbe- und Kommunikationsdienstleistungen für den Volkswagen Konzern und seine Marken hat, sind in den Werbe- und Kommunikationsgrundsätzen des Volkswagen Konzerns spezifiziert.



www.volkswagenag.com > Nachhaltigkeit > Strategie, Policy & Engagement > Policy > Werbe- und Kommunikationsgrundsätze des Volkswagen Konzerns

IT SECURITY

Die Digitalisierung, die steigende Anzahl der mit dem Internet verbundenen Funktionen sowie die Nutzung moderner IT zur Bewältigung von betriebswirtschaftlichen, logistischen und technischen Geschäftsprozessen im Internet erzeugen heute unabdingbare Veränderungen. Diese müssen aktiv gesteuert werden, um im globalen Wettbewerb erfolgreich zu sein. Die zunehmende Digitalisierung bietet allerdings auch eine breite Angriffsfläche für Cyberkriminelle und es entstehen neue Risiken für das Unternehmen und seine Kunden.

Um Risiken bei der Informationssicherheit adäquat zu begegnen und mögliche Schäden abzuwenden, hat Volkswagen eine Informationssicherheitsorganisation etabliert und ein Information Security Management System (ISMS) eingeführt.

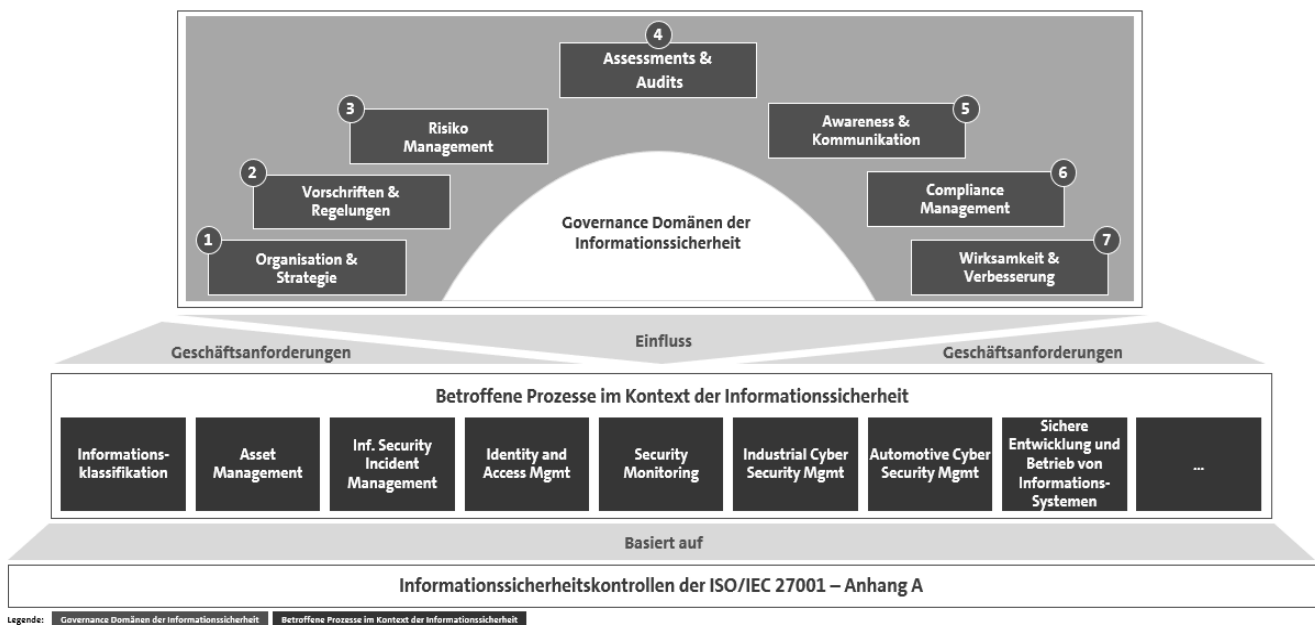
Informationssicherheit ist wesentlich für den Erfolg der Volkswagen AG und den Erhalt der Wettbewerbsfähigkeit.

Um die Wirksamkeit und Effektivität des ISMS unabhängig zu überprüfen und selbstkritisch zu hinterfragen, wurde eine Zertifizierung nach TiSax vorgenommen. TiSax ist ein definierter Standard für Informationssicherheit in der Automobilindustrie.

Außerdem kann die Sicherheitsorganisation eine ISO 27001 Zertifizierung des in der Abbildung dargestellten ISMS und dessen Domänen und Prozesse nachweisen. Der Zertifizierungsbereich deckt somit die Elemente für das Management eines angemessenen Sicherheitsniveaus und dessen Planung, Steuerung und Überwachung ab. Folgende ISO 27001 Zertifizierungen wurden erlangt:

- Zertifizierung der zentralen Informationssicherheits-Organisation und der zentralen Informationssicherheits-Prozesse
- Zertifizierung der Governance und Geschäftsprozesse der Volkswagen „Device Technology Plattformen“
- Verschiedene Zertifizierungen der Informationssicherheit auf Marken- und Gesellschaftsebene

AUFBAU DES INFORMATION SECURITY MANAGEMENT SYSTEMS



PRODUCT QUALITY & SAFETY

AUTOMOTIVE SECURITY

Die Automobilbranche steht vor neuen Herausforderungen. Mit der zunehmenden Digitalisierung, wie Konnektivität, autonomes Fahren und Shared Mobility, verändert sich die Wertschöpfungskette und bietet vielfältige Möglichkeiten für Cyberangriffe.

Um Fahrzeuge noch besser vor Cyber-Angriffen zu schützen und sichere Software-Updates zu ermöglichen, hat Volkswagen ein Cyber Security Management System (CSMS) implementiert.

Ziel des CSMS ist die Gewährleistung und Aufrechterhaltung der automobilen Cybersicherheit über den gesamten Produktlebenszyklus eines Fahrzeugs. Es legt in Form von Richtlinien und Kontrollmaßnahmen fest, wie die automobilen Cybersicherheit aufgebaut und aufrechterhalten werden soll, um auch die Sicherheit vor unberechtigten Zugriffen auf die Bordelektronik zu gewährleisten.

Das Kraftfahrtbundesamt (KBA) hat die Wirksamkeit des CSMS mit einer entsprechenden Zertifizierung bestätigt. Vorausgegangen war ein Audit, bei dem der TÜV Nord die neue UNECE-Regelung 155 überprüft hat.

Innerhalb des Gültigkeitszeitraums werden jährliche Überwachungsaudits durchgeführt.

Um die Anforderungen für eine zukünftige Typgenehmigung zu erfüllen, ist die Umsetzung folgender Punkte durch ein CSMS notwendig:

- Identifizierung und Bewertung von Bedrohungen und Risiken der Produkte
- Verfahren zur Beseitigung oder zum Umgang mit den festgestellten Gefahren und Risiken
- Etablierung von Prozessen und Strukturen zur möglichst frühzeitigen Erkennung von Cyber-Angriffen
- Planung von Maßnahmen zum Umgang mit erfolgreichen Angriffen. Dazu gehören auch die systematische Überprüfung und Auswertung von Cyber-Vorfällen
- Einbindung von Lieferanten und Partnern
- Kontinuierliche Antizipation neuer Bedrohungen und Risiken. Planung und Festlegung geeigneter Schutzmaßnahmen

Entsprechende Prozesse, Rollen und Methoden müssen etabliert und weiterentwickelt werden, um die UNECE-Konformität und den Schutz des Kunden zu gewährleisten.

FUNCTIONAL SAFETY

Neben der Gewährleistung der Sicherheit elektronischer Systeme ist der Volkswagen Konzern auch verpflichtet, deren funktionale Sicherheit zu garantieren. Deshalb bewertet Volkswagen diese nach ISO 26262 - eine weltweite Norm für funktionale Sicherheit in der Automobilindustrie. Diese Norm beschreibt die Anforderungen für Design, Entwicklung und Prüfung von Automobilsystemen. Ihre Einhaltung wird dokumentiert und unterliegt regelmäßigen internen und externen Audits. Durch die Einhaltung der ISO-Norm 26262 stellen wir sicher, dass unsere Fahrzeuge mit einem systematischen Sicherheitsansatz entwickelt und gebaut werden. Dazu gehören die Identifizierung potenzieller Gefahren, die Bewertung der mit diesen Gefahren verbundenen Risiken und die Umsetzung geeigneter Sicherheitsmaßnahmen zur Minderung dieser Risiken. Die Sicherheit unserer Kunden ist eine unserer obersten Prioritäten.