

### **Kommunikation Unternehmen**

Sabine Taner  
Pressesprecherin Produktion und Logistik  
Telefon: +49 841 89-42505  
E-Mail: [sabine.taner@audi.de](mailto:sabine.taner@audi.de)  
[www.audi-mediacyenter.com](http://www.audi-mediacyenter.com)

## **Audi schult Logistikmitarbeiter mit Virtual Reality**

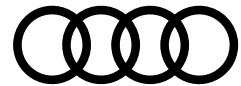
- **Virtuelles Trainingskonzept lehrt Verpackungsprozesse**
- **Spielerischer Ansatz steigert Motivation und Aufmerksamkeit**
- **Pilotphase erfolgreich abgeschlossen, standortübergreifender Einsatz umgesetzt**

**Ingolstadt, 25. August 2017 – Das Trainingscenter der Zukunft passt in einen Koffer: Ein Computer, eine Virtual-Reality-Brille und zwei Controller bilden die Ausrüstung für das neue interaktive Lernprogramm der Audi-Verpackungslogistik. Damit trainieren die Mitarbeiter auf spielerische Weise den Verpackungsprozess in der CKD-Logistik (Completely Knocked Down). Die Übungen sind wie ein Videospiel gestaltet, das Equipment ist schnell und einfach an jedem beliebigen Ort aufgebaut.**

Setzt der Mitarbeiter die so genannte VR-Brille auf, sieht er eine realistische und detailgetreue Nachbildung seines Arbeitsplatzes in Halle L des Ingolstädter Güterverkehrszentrums. In jeder Hand hält er zudem einen Controller, der auch für Videospiele verwendet wird. Damit greift und bewegt er die virtuellen Abbilder seiner Arbeitsmittel wie Behälter oder Bauteile. Karton bereitstellen, Sonnenblenden in der richtigen Position hineinlegen, Etikett korrekt auf den Behälter kleben: Der Mitarbeiter durchläuft Schritt für Schritt verschiedene Verpackungsprozesse, wie sie auch in der Realität stattfinden. Er lernt die benötigten Handgriffe und macht sich zugleich mit den entsprechenden IT-Programmen vertraut. Da er dafür keine echten Bauteile und Behälter mehr benötigt, ist das Training völlig flexibel an jedem Ort möglich und das Unternehmen spart kostbare Fläche sowie Zeit und Geld.

Das VR-Training hat unterschiedliche Schwierigkeitsstufen. So kann sich der Mitarbeiter steigern und wird motiviert, das Gelernte sofort umzusetzen. Bekommt er beispielsweise bei der ersten Stufe noch detaillierte Anweisungen, muss er im zweiten Durchgang schon selbstständiger „packen“ und sich die Arbeitsschritte einprägen. Das Schulungsprogramm gibt dem Mitarbeiter unmittelbar eine Rückmeldung. Er kann jede Übung beliebig oft wiederholen. Ein Trainer steht dem Mitarbeiter jederzeit unterstützend zur Seite. Dieser kann auf seinem Tablet über eine zugehörige App die Trainingsfortschritte verfolgen und hilft bei Bedarf.

Das neue Lernprogramm überwindet auch Sprachbarrieren und Distanzen: Verschiedene Sprachversionen lassen sich ohne großen Aufwand einspielen, so dass die Audi-Mitarbeiter inzwischen auch mit spanischen oder englischen Anweisungen trainieren. Das funktioniert auch Standort-übergreifend: Ein Beschäftigter aus der Ingolstädter Logistik kann beispielsweise



virtuell im Audi-Werk im mexikanischen San José Chiapa agieren und umgekehrt. Für die realistische virtuelle Darstellung der unterschiedlichen Standorte haben die Programmierer bereits vorhandene 3D-Daten aus der Audi-Werkplanung verwendet.

„Die Resonanz der Mitarbeiter auf das virtuelle Training ist äußerst positiv“, sagt Projektleiter Mirko Göres aus der Informationsprozessplanung der Markenlogistik. „Nach einer sechsmonatigen Pilotphase sind nun zwei Prozesstrainings in der CKD-Logistik fest im Einsatz. Drei weitere VR-Trainings zu den Themen Pick-by-Light, Pick-by-Tablet und Pick-by-Voice entwickeln wir gerade gemeinsam mit dem Trainingscenter in Ingolstadt und der Neckarsulmer und Ingolstädter Werklogistik.“ Außerdem sollen die Audi-Standorte San José Chiapa und Brüssel künftig stärker in das Projekt eingebunden werden.

Audi setzt Virtual Reality in zahlreichen Unternehmensbereichen ein – vom Vertrieb über die Technische Entwicklung bis zur Produktion. So bieten die ersten Audi-Händler bereits die so genannte „Audi VR experience“ bei der Kundenberatung im Autohaus an. Damit können Interessierte ihren persönlichen Traumwagen virtuell konfigurieren und bis ins kleinste Detail nahezu lebensecht begutachten.

– Ende –

Der Audi-Konzern mit seinen Marken Audi, Ducati und Lamborghini ist einer der erfolgreichsten Hersteller von Automobilen und Motorrädern im Premiumsegment. Er ist weltweit in mehr als 100 Märkten präsent und produziert an 16 Standorten in zwölf Ländern. 100-prozentige Töchter der AUDI AG sind unter anderem die Audi Sport GmbH (Neckarsulm), die Automobili Lamborghini S.p.A. (Sant’Agata Bolognese/ Italien) und die Ducati Motor Holding S.p.A. (Bologna/Italien).

2016 hat der Audi-Konzern rund 1,868 Millionen Automobile der Marke Audi sowie 3.457 Sportwagen der Marke Lamborghini und 55.451 Motorräder der Marke Ducati an Kunden ausgeliefert. Im Geschäftsjahr 2016 hat die AUDI AG bei einem Umsatz von € 59,3 Mrd. ein Operatives Ergebnis von € 3,1 Mrd. erzielt. Zur Zeit arbeiten weltweit rund 88.000 Menschen für das Unternehmen, davon mehr als 60.000 in Deutschland. Audi fokussiert auf nachhaltige Produkte und Technologien für die Zukunft der Mobilität.