

NÄCHSTER SCHRITT DER DIGITALEN TRANSFORMATION

DIE RENAULT GROUP STARTET DAS ERSTE INDUSTRIELLE METAVERSE

Mit dem ersten industriellen Metaverse beginnt für die Renault Group die nächste Etappe der digitalen Transformation. Der Konzern gliedert den virtuellen Raum in vier Dimensionen: Massendatenerfassung, digitale Zwillinge von Prozessen, Vernetzung des Ökosystems Lieferkette sowie weitere fortschrittliche Technologien. Insgesamt erwartet die Renault Group bis 2025 durch das Metaverse Kostenreduzierungen in Höhe von 320 Millionen Euro sowie Einsparungen bei den Lagerbeständen in Höhe von 260 Millionen Euro. Dazu kommen kürzere Lieferzeiten, ein geringerer CO₂-Fussabdruck in der Produktion und deutlich niedrigere Garantiekosten.

Die Renault Group beschleunigt mit dem industriellen Metaverse die Digitalisierung: Aktuell sind bereits alle 8.500 Produktionslinien des Konzerns zu 100 Prozent vernetzt. 90 Prozent der Lieferströme werden ständig überwacht, und 100 Prozent der Lieferkettendaten sind bereits im Metaverse der Renault Group gehostet – einer virtuellen Nachbildung der physischen Welt, die in Echtzeit gesteuert wird. Die seit 2016 in der Industrie 4.0 eingesetzte digitale Technologie hat bereits Kostensenkungen in Höhe von 780 Millionen Euro ermöglicht. Bis 2025 rechnet die Renault Group mit weiteren Einsparungen in Höhe von 320 Millionen Euro sowie mit geringeren Lagerkosten, die zu Kostensenkungen in Höhe von 260 Millionen Euro führen sollen. Gleichzeitig erwartet die Renault Group um 60 Prozent kürzere Wartezeiten bei der Auslieferung von Fahrzeugen, während der CO₂-Fussabdruck bei der Fahrzeugherstellung um 50 Prozent geringer ausfallen soll. Weitere Vorteile sind erheblich kürzere Innovationszyklen und um 60 Prozent niedrigere Garantiekosten.

„Täglich wird an den Industriestandorten der Renault Group eine Milliarde Daten erfasst. Das Metaverse ermöglicht eine Echtzeit-Kontrolle, die industrielle Abläufe agiler gestaltet sowie die Qualität der Produktion und der Lieferkette erhöht. Mit diesem Schritt wird die Renault Group zum Pionier in diesem Bereich“, sagt **Jose Vicente de los Mozos, Executive Vice President, Group Industry, und Group Country Head, Iberia.**

DAS INDUSTRIELLE METAVERSE: VIER DIMENSIONEN

Um die Daten aller Fertigungsstätten zu bündeln, hat die Renault Group eine eigene Plattform zur Datenerfassung und -standardisierung entwickelt. Diese speist das industrielle Metaverse und liefert so die Vorgehensweisen für die Interaktion mit den Produktionsprozessen in Echtzeit. Die Lösung der Renault Group wird gemeinsam mit dem Partner ATOS unter dem Namen ID@Scale auch anderen industriellen Akteuren angeboten.

Sämtliche physischen Standorte der Renault Group verfügen über einen digitalen Zwilling in der virtuellen Welt. Wie die Produktionsstätten ist auch die Lieferkette integraler Bestandteil des industriellen Metaverse und wird in Echtzeit gesteuert. Ziel ist die Integration in ein erweitertes Ökosystem, in dem die digitalen Zwillinge mit Lieferantendaten, Absatzprognosen, Qualitätsinformationen, aber auch mit Wetter- und Verkehrsinformationen sowie mit künstlicher Intelligenz angereichert werden. Dadurch lassen sich detaillierte Prognoseszenarien erstellen. Möglich machen den digitalen Wandel unter anderem Cloud-, 3D- und Big-Data-Technologien.

DAS METAVERSE IM DIENSTE DES MENSCHEN

Durch das Metaverse gewinnt die Renault Group eine bessere Übersicht über die Arbeitsumgebung und ermöglicht es allen Akteuren, Entscheidungen flexibler und autonomer zu treffen. Unter anderem sorgen Technologien aus der Welt der Computer- und Videospiele für ein einprägsameres Nutzererlebnis. Dies ist zum Beispiel bei der Ausbildung der Lackierer mit Hilfe der virtuellen Realität der Fall. KI-Algorithmen erleichtern Mitarbeitern die Arbeit und optimieren Abläufe sowie Managementaufgaben für Supply-Chain-Experten.

„Die Renault Group macht einen wichtigen Schritt bei der digitalen Transformation: Die Kontrolle unserer Daten, die Wahl fortschrittlicher Technologien und die Expertise unserer Teams sind Hebel, um die Entwicklung zu einer Tech Company zu beschleunigen“, sagt **Frédéric Vincent, Executive Vice President, Information Systems and Digital**.

Im Rahmen der Tech Industry Days präsentierte die Renault Group 32 Fallstudien zu ihrem industriellen Metaverse. Einige Beispiele:

- Die von der Renault Group entwickelte Industrial Data Management Platform 4.0 (IDM4.0) sammelt alle industriellen Daten des Konzerns. Diese in der Google Cloud gespeicherten Daten speisen das industrielle Metaverse und ermöglichen es, Produktionsprozesse in Echtzeit zu justieren oder zu verbessern. Seit 2019 wurden 300 Störungsmeldungen registriert und 300 Produktionsstopps vermieden.
- Das Kontrollzentrum der erweiterten Lieferkette bündelt alle Supply-Chain-Aktivitäten in einem speziellen digitalen Raum. Dieses Tool überwacht sämtliche Informationsflüsse, warnt in Echtzeit vor Risiken oder Unregelmäßigkeiten bei Transportvorgängen und schlägt dank künstlicher Intelligenz optimierte Szenarien für das Krisenmanagement vor.
- Kohlenstoffneutralität als Hebel zur Energieunabhängigkeit: Die Renault Group hat sich verpflichtet, bis 2025 ihren elektrischen Industriepol ElectriCity in Nordfrankreich und das Werk Cléon, bis 2030 ihre Produktionsstandorte in Europa und bis 2050 alle Fertigungsstätten weltweit kohlenstoffneutral zu machen. Die Echtzeit-Überwachung des CO₂-Fussabdrucks von Anlagen und Transportkapazitäten dient als wichtiger Hebel, um dieses Ziel zu erreichen und den Anteil erneuerbarer Energien in Frankreich bis 2026 auf 50 Prozent und bis 2030 auf 100 Prozent zu steigern.

„Das industrielle Metaverse erlaubt es, bisher unsichtbares Effizienzpotenzial zum Vorteil für Menschen und Umwelt zu aktivieren. Die Verwaltung der Daten auf Konzernebene ermöglicht es uns beispielsweise, den Energieverbrauch aller unserer industriellen und nichtindustriellen Standorte im Detail zu überwachen und in Echtzeit zu optimieren“, sagt **Patrice Haettel, Vice President, Industrial Strategy and Engineering**.

* * *

Über die Renault Group

Die Renault Group prägt die Neuausrichtung der Mobilität entscheidend mit. Gestärkt durch ihre Allianz mit Nissan und Mitsubishi Motors und ihr einzigartiges Know-how im Bereich der Elektrifizierung umfasst die Renault Group vier sich ergänzende Marken: Mit Renault, Dacia, Alpine und Mobilize bietet sie ihren Kunden nachhaltige und innovative Mobilitätslösungen. Die Gruppe ist in mehr als 130 Ländern vertreten und hat im Jahr 2021 2,7 Millionen Fahrzeuge verkauft. Sie beschäftigt rund 111'000 Mitarbeiter, die jeden Tag danach streben, dass Mobilität die Menschen einander näher bringt. Die Renault Group hat die Herausforderungen der Mobilität angenommen und zielt auf einen ehrgeizigen Wandel, der Werte schafft. Im Mittelpunkt stehen dabei die Entwicklung neuer Technologien und Dienstleistungen sowie ein neues Angebot an wettbewerbsfähigen, erschwinglichen und elektrifizierten Fahrzeugen. Angesichts der ökologischen Herausforderungen hat sich die Group das Ziel gesetzt, bis 2040 in Europa kohlenstoffneutral zu werden. <https://www.renaultgroup.com/en/>

In der Schweiz ist Renault seit 1927 vertreten. Heute vermarktet und vertreibt die Renault Suisse SA die Marken Renault, Dacia und Alpine. Im Jahr 2021 wurden mehr als 19'850 neue Personenwagen und leichte Nutzfahrzeuge der Renault Gruppe in der Schweiz immatrikuliert. Mit den 100 % elektrisch angetriebenen Modellen Zoe E-Tech Electric, Twingo E-Tech Electric, Kangoo E-Tech Electric und Master E-Tech Electric, und den Hybrid-Versionen von Arkana, Megane, Clio und Captur ist bereits jeder dritte Neuwagen von Renault elektrifiziert. Megane E-Tech Electric, der neue SUV Austral und der neue Kangoo E-Tech Electric dürften die Position von Renault im E-Markt 2022 nochmals deutlich stärken. Das Händlernetz der drei Marken wird kontinuierlich ausgebaut und zählt mittlerweile 193 Partner, die Autos und Dienstleistungen an 213 Standorten anbieten.

PRESSEKONTAKT RENAULT SUISSE

Karin Kirchner
+41 44 777 02 48
Karin.kirchner@renault.com