

Volkswagen: rozwiązania technologiczne wykorzystujące rzeczywistość wirtualną

Zanurzyć się w wirtualnym świecie do złudzenia przypominającym ten prawdziwy, żeby np. pozostając w Wolfsburgu znaleźć się wśród kolegów w hali logistyki w fabryce w Czechach – dzięki najnowszej technologii rzeczywistości wirtualnej po raz pierwszy jest to możliwe. W tym celu eksperci z koncernu Volkswagen opracowali nowe zastosowania z dziedziny VR przeznaczone do wykorzystania w pracach działu „Produkcja i Logistyka”. Dzięki nim w wirtualnym pomieszczeniu może się spotkać wielu współpracowników. Po fazie testów koncern Volkswagen, jako pierwszy producent samochodów, wprowadza teraz technologię VR w postaci okularów HTC VIVE. „Volkswagen Digital Reality Hub” – stworzony wspólnie ze start-up’em Innoactive – łączy w obrębie jednej platformy wszystkie istniejące już w koncernie rozwiązania z zakresu VR, pracowników oraz narzędzia działu „Produkcja i Logistyka”. Podczas Targów Digility w Kolonii platforma ta została po raz pierwszy zaprezentowana publicznie.

„Rzeczywistość wirtualna stwarza doskonałe przesłanki do współpracy między markami i fabrykami w obrębie koncernu” – wyjaśnia Jasmin Müller z działu „Logistyka Marki” Audi. Wraz z zespołem „Digital Realities”, w którego skład wchodzi pracownicy różnych marek koncernu, opracowuje ona rozwiązania z zakresu VR na potrzeby produkcji i logistyki. W technologii rzeczywistości wirtualnej zespół stworzył już np. treningi logistyczne, warunki techniczne do prowadzenia warsztatów oraz dokonywał wymiany doświadczeń w zakresie Best Practice.

Dennis Abmeier z działu IT koncernu i równocześnie członek zespołu „Digital Realities”, wyjaśnia: „Transfer wiedzy jest równie ważny jak jej koncentracja. Dlatego razem z Innoactive

stworzyliśmy platformę „Volkswagen Digital Reality Hub”. Za jej pośrednictwem każdy pracownik może skorzystać z już istniejących elementów rzeczywistości wirtualnej oraz ze zgromadzonej wiedzy. W ten sposób umożliwiamy poszczególnym działom wdrażanie nowych zastosowań i wspólne korzystanie z technologii VR do planowania nowych interaktywnych przedsięwzięć”.

Mathias Synowski, użytkownik technologii VR z działu logistyki koncernu, mówi o wartości dodanej jaką generują rozwiązania z zakresu rzeczywistości wirtualnej: „W przyszłości będziemy mogli brać wirtualnie udział w warsztatach odbywających się w innych fabrykach oraz zasięgać opinii ekspertów innych marek. To znacznie ułatwi naszą codzienną współpracę i pozwoli oszczędzić mnóstwo czasu”. Wprowadzanie technologii rzeczywistości wirtualnej jest więc ważnym krokiem na drodze ku przyszłym cyfrowym, efektywnym metodom produkcji z wykorzystaniem sieci.

Testy i wdrażanie zastosowań z zakresu rzeczywistości wirtualnej to doskonały przykład współpracy między markami koncernu. W ramach działu logistyki koncernu oraz projektu „Cyfrowa Fabryka” zespół „Digital Realities” prowadzi w tej chwili prace nad kolejnymi zastosowaniami VR na potrzeby działu „Produkcja i Logistyka” marek Audi, SEAT, SKODA oraz Volkswagen. Poprzez wspólną platformę „Volkswagen Digital Reality Hub” te nowe zastosowania są udostępniane całemu koncernowi. Jako końcowe urządzenie techniczne z zakresu VR wykorzystywane są HTC VIVE Business Edition, czyli wirtualne okulary udoskonalone specjalnie pod kątem zastosowań w przedsiębiorstwie. Dzięki temu koncern Volkswagen jest pierwszym producentem samochodów, który wprowadza na szeroką skalę technologię Virtual Reality (VR) w postaci okularów HTC VIVE.

Podczas targów „Digital Messe” 5. i 6. lipca 2017 r. w Kolonii koncern Volkswagen, Innoactive oraz HTC VIVE przedstawiły po raz pierwszy publicznie nowe zastosowania technologii VR w

dziale „Produkcja i Logistyka” oraz zaprezentowały „Volkswagen Digital Reality Hub”. Podczas tych specjalistycznych targów poświęconych technologiom AR i VR poprowadzono na żywo prezentację najnowszych zastosowań technologii rzeczywistości wirtualnej.