



AutoUni – Programm

Herbst/Winter 2008





Sehr geehrte Damen,
sehr geehrte Herren,

vor Ihnen liegt das Programmheft der AutoUni für das zweite Halbjahr 2008. Wir haben unser Angebot erweitert und noch intensiver an dem Bedarf der Fachbereiche ausgerichtet.

Dies spiegelt sich auch in der neuen Struktur des Programmhefts wider, das nun nach den Themenfeldern der AutoUni gegliedert ist.

Das Volkswagen Institut für Beschaffung und das Volkswagen Institut für Arbeit an der AutoUni haben ihren Betrieb aufgenommen. Weitere Institute sind in Gründung bzw. Vorbereitung.

Im zweiten Halbjahr 2008 werden wir auch die ersten Studienmodule anbieten.

Alle unsere Programme und Aktivitäten dienen dazu, die langfristigen Strategien im Konzern wie mach18 bei Volkswagen und Route 15 bei Audi zu unterstützen.

Wir freuen uns, Sie an der AutoUni begrüßen zu dürfen.

A handwritten signature in blue ink, reading "Tropschuh". The signature is fluid and cursive, written on a light-colored background.

Dr.-Ing. Peter F. Tropschuh
Leiter AutoUni





Die AutoUni

- 08 Weiterbildung an der AutoUni
- 09 Zielgruppen
- 11 Die Angebotsstruktur

Lehre

- 12 Veranstaltungsarten
- 14 Anmeldung

Marketing und Vertrieb

- 15 Marketing und Vertrieb aktuell
- 16 Strategies in Insurance Management
- 17 Luxus II
- 18 Luxusgut Mobilität: Wieviel Auto kann sich der Kunde noch leisten?
- 19 Entwicklungslinien der Markenpolitik
- 20 Marketing, Vertrieb und Financial Services

Produkt

- 21 Werkstoffinnovationen im Powertrain
- 22 Feinstaubdiskussion in der Öffentlichkeit
- 23 Umweltstrategien in der Automobilindustrie
- 24 Virtuelles Fahrzeug
- 25 GALILEO Satellitennavigationssystem
- 26 Stickstoffdioxid – Quellen, Emissionen, Auswirkungen auf Gesundheit, Bewertung, Imission
- 27 Powertrain
- 28 Fahrwerk
- 29 Elektrohybrid – Technologien, Prozesse und Märkte
- 30 Hybridfahrzeugtechnologien

Produktion

- 31 Aktuelle Themen aus der Fertigung



- 32 Volkswagen-Weg
- 33 Gießereitechnik
- 34 Formhärten – Warmblechumformung
- 35 Komponente

Supply Chain

- 36 Aspekte der Lieferantenintegration III

Qualität

- 37 Benchmarking in der Produktion – Mit Shopfloormanagement und der Anlauffabrik auf dem Weg zur Hochleistungsorganisation
- 38 Benchmarking – Wie wird Qualität gemanagt? Qualitätsmanagement (QM) in der Telekommunikation
- 39 Qualität und Prozesse – Robuste Prozesse implementieren und umsetzen
- 40 Sonderfahrzeugbau in Emden

Personal und Organisation

- 41 Personal, Führung, Organisation
- 42 Gesundheit im Beruf
- 43 Praktizierte Verantwortung – Corporate Social Responsibility (CSR) in Unternehmen
- 44 Kompetenzen für Global Player
- 45 Lean Thinking
- 46 Erfolgsfaktoren für die Gestaltung von Veränderungsprozessen
- 47 Human Resources Curriculum

Finanz und Controlling

- 48 Supply Chain Controlling – Kostenmanagement in der automobilen Wertschöpfungskette
- 49 IFRS kompakt
- 50 Bilanzrechtsmodernisierungsgesetz (BilMoG)



- 51 Treasury Finanzrisikocontrolling kompakt

Unternehmen

- 52 Redundanzen in der technischen Entwicklung
- 53 Geisteswissenschaften und akademisches Denken
- 54 Erfolgsgeschichten – unternehmerisch denken und handeln
- 55 Nordamerika und Volkswagen
- 56 Demografie und Informationstechnologie
- 57 Rechtliche Aspekte des fehlerhaften Produkts
- 58 Risikokommunikation
- 59 Europa der Dienstleistungen
- 60 Mobile Aging – Altern erleben
- 61 Managementkonferenzen

Kooperative Studienmodule

- 62 Integration der Studienmodule in die Weiterbildung

Forschung

- 63 Doktorandenprogramm
- 64 Forschungsprojekte
- 67 Studentischer Produkt-Innovations-Kurs "design it"

Hochschulkooperationen

- 68 Ansprechpartner
- 70 Niedersächsisches Forschungszentrum Fahrzeugtechnik
- 71 Volkswagen Institut für Arbeit
- 72 Volkswagen Institut für Beschaffung
- 73 Volkswagen Institut für Design

74 Multiplikatoren der AutoUni

75 Anfahrtsskizze



Weiterbildung an der AutoUni

Mit der Strategie 2018 möchte der Volkswagen Konzern in der Automobilindustrie an die erste Stelle rücken. Folgende Ziele werden daher verfolgt: Steigerung von Wachstum, Rendite und Kundenzufriedenheit, Erhöhung der Attraktivität als Arbeitgeber und erste Wahl für Studienabsolventen und akademischen Nachwuchs.

Um auf die Herausforderungen, die durch den globalen Wettbewerbsdruck in der Automobilindustrie entstehen, reagieren zu können, müssen die Mitarbeiter des Volkswagen Konzerns ihr Wissen kontinuierlich aktualisieren.

Die AutoUni bietet mit ihren Vorträgen, Konferenzen, Programmen und Studienmodulen ein fundiertes Weiterbildungsangebot und entwickelt dieses konsequent im Dialog mit den Fachbereichen weiter.

In den Veranstaltungen werden aktuelle Entwicklungen in Wissenschaft und Wirtschaft vorgestellt und diskutiert mit dem Ziel, das erworbene Wissen im Arbeitsalltag anwenden zu können. Experten aus Hochschule, Industrie und dem eigenen Konzern garantieren für die hohe Qualität der Veranstaltungen.



Zielgruppen

Die Lehrveranstaltungen der AutoUni richten sich vor allem an die Fach- und Führungseliten des Konzerns. Während Volkswagen Coaching, Audi Akademie und Skoda Auto Coaching die Weiterbildung sämtlicher Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in den Berufsfamilien in ihrer ganzen Breite übernehmen, erfolgt die wissenschaftliche Qualifizierung durch die AutoUni.

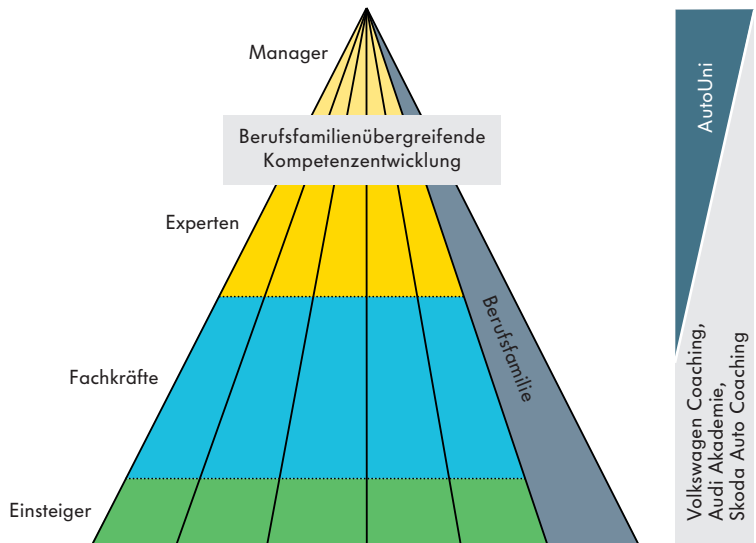
Vorträge, Konferenzen, Programme und kooperative Studienmodule werden für die einzelnen Berufsfamilien und auch Berufsfamilien übergreifend angeboten.

Beispiele für Berufsfamilien sind Aggregate, Beschaffung, Qualitätssicherung, Werkzeugbau und Human Resources. Berufsfamilien übergreifende Angebote sind z.B. "Powertrain" sowie "Marketing, Vertrieb und Financial Services".

Neben diesen spezifischen Angeboten für ausgesuchte Zielgruppen, stehen die meisten Vorträge allen Konzernangehörigen offen, einige richten sich auch an die Öffentlichkeit.



Zielgruppen





Die Angebotsstruktur

AutoUni							
Lehre				Forschung			
Vorträge		Programme		Doktorandenprogramm		Forschungsprojekte und FutureLabs	
Konferenzen		Kooperative Studienmodule					
Hochschulkooperationen (Koordination)							
Audi		Skoda	Volkswagen		VWN	Auto Europa	Seat
INI.TUM	INI.FAU	Skoda Hochschule	VWIB	NZF	LU H	IST	ESADE
HIN	IAF	IPFM	VWIA	EZAP		UM	Art Center
AHI B	AHI G		VWII	VWID		FEUP	
ALMR	ALL		UTH	VWIPMI			
INI.LMU	AIFA						
INI.KU							
INI.TUM	Ingolstadt Institute der TU München			VWID	Volkswagen Institut für Design		
INI.FAU	Ingolstadt Institute der Friedrich-Alexander Universität Erlangen-Nürnberg			VWIPMI	Volkswagen Institut für Produktmanagement und Innovation		
HIN	Hochschul Institute Neckarsulm			VWII	Volkswagen Institut für angew. Informatik		
IAF	Institut für Angewandte Forschung			VWIA	Volkswagen Institut für Arbeit		
AHI B	Audi Hungaria Institut Budapest			NFF	Niedersächsisches Forschungszentrum Fahrzeugtechnik		
AHI G	Audi Hungaria Institut Győr			UTH	Universidad Tecnológica National, Buenos Aires, Argentinien		
ALMR	Audi Lab for Market Research, Uni St. Gallen			EZAP	Exzellenzzentrum Automobile Produktion		
ALL	Audi Lab for Logistics, Uni Dortmund			VWN	Volkswagen Nutzfahrzeuge		
INI.LMU	Ingolstadt Institute der Maximilians-Universität München			LU H	Leibnitz Universität Hannover		
AIFA	Audi Institut für Arbeit, Kath. Universität Eichstätt			IST	Instituto Superior Técnico Universidade do Lisboa, Portugal		
INI.KU	Ingolstadt Institute der Kath. Universität Eichstätt/Ingolstadt			UM	Universidade do Minho, Portugal		
IPFM	Institute for Industrial and Financial Management, Prag			FEUP	Universidade do Faculdade de Engenharia, Portugal		
VWIB	Volkswagen Institut für Beschaffung			ESADE	ESADE Business School		
				Art Center	ArtCenter College of Design, Barcelona in Gründung		



Veranstaltungsarten

Die verschiedenen Veranstaltungsformate werden für Berufsfamilien oder aber Berufsfamilien übergreifend angeboten.

Vorträge

Vorträge vermitteln breite, gleichwohl wissenschaftlich fundierte Kenntnisse zu konzernrelevanten Themen. Der Fokus ist meist auf übergreifende Zusammenhänge und Abläufe gerichtet. Referat und anschließende Diskussion laden zur Auseinandersetzung mit den aktuellen Trends und ihrer unternehmensspezifischen Bedeutung ein. Ausgewiesene Diskussionsveranstaltungen ermöglichen die Beschäftigung mit einem Thema aus verschiedenen Blickwinkeln.

Konferenzen

Konferenzen vermitteln in komprimierter Form aktuelles Wissen zu branchenspezifischen Themen. Ziel ist es, den Teilnehmern einen wissenschaftlich gesicherten Überblick zu verschaffen. Gemeinsam mit externen und internen Experten werden konzernrelevante Themen und Problemfelder im geschlossenen Raum erörtert und vertieft. Ziel ist es, in der Praxis anwendbare Lösungen aus den Vorträgen und Diskussionen mit an den Arbeitsplatz zu nehmen.



Programme

Programme verbinden neueste anwendungsbezogene wissenschaftliche Erkenntnisse mit aktuellem Praxiswissen und werden in enger Abstimmung mit den Fachbereichen entwickelt. Ihre Dauer kann bis zu fünf Monate betragen und ist geprägt durch das Blended Learning-Konzept. Blended Learning kombiniert Präsenz- und Distanzlernen. In der Distanzphase arbeiten die Teilnehmer auf der internetbasierten Lernplattform AutoUni^{QUE}, die nicht nur die elektronischen Lehrmaterialien bereithält, sondern vor allem das interaktive Klassenzimmer darstellt. Auch außerhalb der Präsenzphase stehen Teilnehmer und Dozenten hier miteinander in Kontakt und bearbeiten kontinuierlich die Programmt Themen. In der Präsenzphase steht die Interaktion in der Gruppe im Vordergrund.

Kooperative Studienmodule

Die AutoUni bietet in Abstimmung mit den entsprechenden Unternehmensbereichen einzelne Studienmodule in Kooperation mit ausgewählten Hochschulen an. Die Module sind Bestandteil von akkreditierten Studiengängen und werden europaweit anerkannt. Die Anmeldung kann nur über die Fachbereiche und das Personalwesen erfolgen.



Anmeldung

Wir freuen uns, Sie bald als Teilnehmer der AutoUni-Angebote begrüßen zu können. Bitte melden Sie sich zu den Veranstaltungen an, entweder unter www.autouni.de oder per E-Mail an anmeldung@autouni.de.

Beachten Sie dabei bitte, an welche Zielgruppe bzw. Berufsfamilie das jeweilige Angebot gerichtet ist. Bei Fragen hierzu können Sie sich gerne an die Ansprechpartner der AutoUni wenden.

Für alle organisatorischen Fragen wenden Sie sich bitte an unser Veranstaltungsmanagement, Telefon +49 5361-896-2112.

Hinweis:

Bitte beachten Sie, dass Ihre Anmeldungen verbindlich sind. Absagen können nur schriftlich erfolgen, wobei bei Absagen bis spätestens vier Wochen vor Veranstaltungsbeginn keine Teilnehmergebühren in Rechnung gestellt werden. Danach werden bei Absagen bis zwei Wochen vor Veranstaltungsbeginn die Hälfte, bei späterem Eingang oder Nichtteilnahme die vollen Teilnehmergebühren fällig.

Marketing und Vertrieb aktuell

Neue Kundenanforderungen, eine verschärfte Wettbewerbssituation und die Globalisierung führen dazu, dass strategische Marketingfragen zu immer wichtigeren Schlüsselfaktoren des Unternehmenserfolgs werden.

In der Vortragsreihe, die 2007 mit der Auftaktveranstaltung "Starke Marken gewinnen" begonnen wurde, sollen diese Schlüsselfaktoren wissenschaftlich analysiert und betrachtet werden.

Das Ziel ist es, den veränderten Stellenwert in der automobilen Wertschöpfungskette deutlich zu machen und nach Indikatoren zu suchen, die dem Unternehmen und speziell dem strategischen Marketing helfen, Fahrzeuge wettbewerbsdifferenzierend in den Markt zu bringen.

Vorträge

- Prof. Dr. Anton Meyer, Ludwig-Maximilians-Universität München, Marketing und Vertrieb der Zukunft, 17. September 2008
- Prof. Dr. Marcel Paulssen, Humboldt-Universität zu Berlin, Kundenzufriedenheitsmessung, 08. Oktober 2008
- Prof. Dr. Andreas Herrmann, Universität St. Gallen, Kundenorientiertes Design, 26. November 2008

Ansprechpartner für inhaltliche Fragen

Jochen Wawer

jochen.wawer@volkswagen.de, Telefon +49 5361-896-2108

Zielgruppe

Konzernangehörige

Dauer

1,5 Stunden

Termin

ab 17. September 2008
jeweils 18 Uhr

Veranstaltungsort

MobileLifeCampus,
Wolfsburg

Anmeldung

anmeldung@autouni.de
<http://www.autouni.de>

Strategien in Insurance Management

Zielgruppe

Konzernangehörige,
insbesondere aus den
Bereichen Financial
Services/Versicherungen

Dauer

1,5 Stunden

Termin

ab 16. September 2008
jeweils 18 Uhr

Veranstaltungsort

Konferenz- und Finanz-
Center,
Braunschweig

Anmeldung

anmeldung@autouni.de
<http://www.autouni.de>

In der automotiven Versicherungswelt sind innovative Strategien entscheidend für den Erfolg. Diese Vortragsreihe stellt verschiedene Ansätze und Strategien vor und diskutiert sie mit den Teilnehmern.

Qualität in Beratung und Betreuung im telefonischen Kundenkontakt, 16. September 2008

Nach Vertragsabschluss hat ein Kunde meist nur im konkreten Versicherungsfall Kontakt zu seiner Versicherung. Eine zielorientierte, systematische und bedarfsgerechte Betreuung, gerade in schwierigen Gesprächssituationen, spielt daher eine entscheidende Rolle. Der Vortrag thematisiert erfolgreiche Techniken der Kommunikation und ihre Anwendung im Kundenkontakt.

Kfz-Versicherungen im Spannungsfeld der Vertriebskanäle, 28. Oktober 2008

Viele Versicherer vertreiben ihre Angebote als Direktversicherer oder online über die eigene Homepage. Im Vortrag wird diskutiert, welche Potenziale für den Direktvertrieb im deutschen Markt bestehen und welche Auswirkungen für die klassischen Vertriebsmodelle zu erwarten sind.

Assekuranz und Fahrerassistenzsysteme, 20. Januar 2009

Die Verknüpfung von Sicherheitstechnik im Kfz und Tarifmerkmalen ist ein wegweisendes Konzept in der Assekuranz. In diesem Vortrag sollen die technischen Möglichkeiten der Fahrerassistenz und ihre Bedeutung für den Straßenverkehr der Zukunft vorgestellt und anschließend diskutiert werden.

Ansprechpartner für inhaltliche Fragen

Markus Krause
markus.krause@volkswagen.de, Telefon +49 5361-896-2202

Luxus II

Wir möchten mit dieser zweiten Konferenz die Diskussion des Phänomens "Luxus" im Konzern vertiefen. Denn der Markt für Luxusgüter expandiert und der Volkswagen Konzern baut auch Automobile der Luxusklasse.

Die erste Veranstaltung zum Thema "Luxus" diskutierte den exorbitanten Luxus des "ancien régime" und die Reaktion des maßvollen, reflektierten Genusses, sowie aktuelle Themen wie weltweiter Luxuskonsum und neue Absatzmärkte.

"Luxus II" vertieft die Diskussion in Richtung ästhetischer, sozialer und psychologischer Fragestellungen: Was zählt, wenn der Preis keine Rolle mehr spielt? Wo liegen die Grenzen des egoistischen Konsums? Wie können die Feinde des Luxus in Schach gehalten werden, Enttäuschung und Langeweile?

Im Fokus der Veranstaltung stehen auch dieses Mal wieder die neuen Märkte in China, Russland und Indien.

Ansprechpartner für inhaltliche Fragen

Dr. Dirko Thomsen

dirko.thomsen@volkswagen.de, Telefon +49 5361-896-2125

Zielgruppe

Fach- und
Führungseliten des
Volkswagen Konzerns

Dauer

2 Tage

Termin

23. – 24. Oktober 2008

Veranstaltungsort

Schloss Cecilienhof,
Potsdam

Anmeldung

anmeldung@autouni.de
<http://www.autouni.de>

Teilnahmegebühr

€ 1.000,-
zzgl. Reise- und
Übernachungskosten

Luxusgut Mobilität: Wieviel Auto kann sich der Kunde noch leisten?

Zielgruppe

Fach- und
Führungseliten des
Volkswagen Konzerns

Dauer

1 Tag

Termin

09. September 2008

Veranstaltungsort

MobileLifeCampus,
Wolfsburg

Anmeldung

anmeldung@autouni.de
<http://www.autouni.de>

Teilnahmegebühr

€ 500,-
zzgl. Reise- und
Übernachungskosten

Mobilität ist einerseits ein menschliches Grundbedürfnis, andererseits gilt sie als Notwendigkeit für wirtschaftliche Entwicklung.

Steigende Benzin- und Dieselpreise, Kürzung der Entfernungspauschale, Mehrwertsteuererhöhung, Nutzungseinschränkung durch Umweltplaketten aber auch höhere Verkaufspreise von Fahrzeugen stehen einem sinkenden Realeinkommen gegenüber und belasten die Autofahrer erheblich. Entwickelt sich Mobilität zunehmend zum Luxusgut?

Doch nicht nur Privatpersonen sind betroffen, sondern auch die Industrie durch steigende Kosten für die Logistik.

In dieser Konferenz sollen zusammen mit Experten aus Wissenschaft und Praxis die einzelnen Faktoren dieser Entwicklung analysiert und Handlungsalternativen erarbeitet werden.

Ansprechpartner für inhaltliche Fragen

Petra Martin
petra.martin@volkswagen.de, Telefon +49 5361-896-2207

Entwicklungslinien der Markenpolitik

"Zukunft braucht Herkunft". Immer stärker wird erkannt, dass die Geschichte eines Unternehmens und seiner Marken als bedeutender Vertrauensanker beim Kunden eingesetzt werden kann. Damit ist die Tradition eines Unternehmens ein wesentlicher Differenzierungsfaktor im wirtschaftlichen Wettbewerb.

Insbesondere der Volkswagen Konzern kann eine Vielzahl traditionsreicher Marken vorweisen wie zum Beispiel Audi, Bentley, Skoda oder Volkswagen. Aber welche Rolle spielt die Tradition für die aktuelle Markenpolitik? Wie hat sich die Markenpolitik historisch entwickelt? Welche Bedeutung haben frühere Positionierungen für die aktuelle Wahrnehmung der Marke durch den Kunden?

Das Ziel der Konferenz ist es, die Entwicklung ausgewählter Marken aufzuzeigen, den Stellenwert der Markengeschichte zu verdeutlichen und Antworten zu finden, wie das Unternehmen und speziell das strategische Marketing die Geschichte einer Marke oder auch eines Produkts gezielter für die Gewinnung und Bindung von Kunden einsetzen kann.

Experten aus der Wissenschaft und aus den Marken des Konzerns berichten und diskutieren mit Ihnen über ihre Erkenntnisse und Erfahrungen.

Ansprechpartner für inhaltliche Fragen

Dr. Michael Mesterharm

michael.mesterharm@volkswagen.de, Telefon +49 5361-896-2104

Zielgruppe

Fach- und
Führungseliten des
Volkswagen Konzerns

Dauer

2 Tage

Termin

14. – 15. Oktober 2008

Veranstaltungsort

MobileLifeCampus,
Wolfsburg

Anmeldung

anmeldung@autouni.de
<http://www.autouni.de>

Teilnahmegebühr

€ 1.000,-
zzgl. Reise- und
Übernachungskosten

Marketing, Vertrieb und Financial Services

Zielgruppe

Fach- und
Führungseliten des
Volkswagen Konzerns

Dauer

5 Monate

Termin

September 2008 –
Januar 2009

Veranstaltungsort

Konzernstandort
Autohaus
u.a.

Anmeldung

anmeldung@autouni.de
<http://www.autouni.de>

Teilnahmegebühr

€ 4.800,-
zzgl. Reise- und
Übernachungskosten

Das Programm "Marketing, Vertrieb und Financial Services" stellt die aus Kundensicht für den Kauf eines Automobils relevanten Faktoren in den Mittelpunkt der Betrachtung.

Zu den Themen "Marke", "Kunde", "Handel", "Preis" und "Finanzdienstleistungen" vermitteln hochkarätige Wissenschaftler aktuelles und fundiertes Fach- und Erfahrungswissen. Gemeinsam mit ausgewiesenen Experten aus dem Konzern gestalten sie das Programm. Zusätzlich wird im Rahmen eines Planspiels der Kundenauftragsprozess behandelt.

Virtueller Kick off

11. September 2008

Präsenzveranstaltungen

09. und 10. Oktober 2008
06. und 07. November 2008
11. und 12. Dezember 2008
21. und 22. Januar 2009

Ansprechpartner für inhaltliche Fragen

Markus Krause
markus.krause@volkswagen.de, Telefon +49 5361-896-2202
Petra Martin
petra.martin@volkswagen.de, Telefon +49 5361-896-2207

Werkstoffinnovationen im Powertrain

Wie können Automobile auch in Zukunft mit leistungsfähigen Motoren und Getrieben ausgestattet werden, die eine spontane Leistungsentfaltung und damit Fahrspaß vermitteln und gleichzeitig die Herausforderungen an niedrigen Verbrauch und Umweltvorgaben erfüllen?

Einen Königsweg gibt es nicht. Erst im Zusammenspiel von Optimierung und technischen Innovationen können die Ziele erreicht werden.

Gemeinsam mit der Aggregate-Entwicklung und Konzernforschung werden die wissenschaftlichen und technischen Möglichkeiten neuer Werkstoffe und deren Einsatzmöglichkeiten in Motor und Getriebe vorgestellt.

Referenten von Universitäten und Hochschulen berichten über den Stand der Forschung – Beispiele aus anderen Branchen verdeutlichen die Einsatzmöglichkeiten und Potenziale neuer Werkstoffe.

Zielgruppe

Konzernangehörige

Dauer

1,5 Stunden

Termin

ab September 2008

Veranstaltungsort

MobileLifeCampus,
Wolfsburg

Anmeldung

anmeldung@autouni.de
<http://www.autouni.de>

Ansprechpartner für inhaltliche Fragen

Lars Köppel

lars.koeppe1@volkswagen.de, Telefon +49 5361-896-2123

Feinststaubdiskussion in der Öffentlichkeit

Zielgruppe

Fach- und Führungseliten des Volkswagen Konzerns, insbesondere aus den Bereichen Kommunikation, Forschung und Entwicklung

Dauer

2 Tage

Termin

21. – 22. Oktober 2008

Veranstaltungsort

Ingolstadt

Anmeldung

anmeldung@autouni.de
<http://www.autouni.de>

Teilnahmegebühr

€ 1.000,-
zzgl. Reise- und Übernachtungskosten

Die Abgasqualität von Personen- und Lastkraftwagen wird in der Öffentlichkeit ständig diskutiert und als Hauptverursacher gelten häufig die Dieselmotoren.

Die innerstädtischen Messgeräte, die die Luftqualität überwachen, detektieren den Anstieg der gefährlichen Fein- und Feinstpartikel sicher und zuverlässig und die Veröffentlichung dieser Messwerte ist dann Anlass für kritische Medienberichte.

Im ersten Teil dieser Konferenz geht es um die technischen Zusammenhänge der Rußentstehung und die Abgasnachbehandlung beim Dieselmotor – der Einsatz des Dieselpartikelfilters führt ja direkt zur Emission der Kleinstpartikel.

Ebenfalls wird über die eingesetzten Messverfahren in der Abgasanalyse und den öffentlichen Messstellen informiert. Ein weiteres Thema ist die Diskrepanz zwischen Emission und Immission.

Im zweiten Teil der Veranstaltung werden die gesundheitlichen Risiken auf Basis anerkannter medizinischer Studien diskutiert, die von Klein- und Kleinstpartikeln ausgehen.

Im dritten Teil werden die grundsätzlichen Argumente und Ergebnisse zusammengefasst und daraus eine in sich schlüssige Basis zur Kommentierung und Erklärung des Sachverhaltes erstellt.

Auf dieser Grundlage kann dann auf aktuelle Kritik reagiert und geantwortet werden.

Ansprechpartner für inhaltliche Fragen

Lars Köppel

lars.koeppe1@volkswagen.de, Telefon +49 5361-896-2123

Umweltstrategien in der Automobilindustrie

Mit der verstärkten Debatte um den globalen Klimaschutz hat auch die Frage nach der richtigen Umweltstrategie für die Automobilhersteller wieder an Bedeutung gewonnen. Ob "Efficient Dynamics" (BMW), "BlueMotion" (VW) oder "Zeronize -Maximize" (Toyota): die aktuellen strategischen Ansätze der verschiedenen Automobilhersteller scheinen sehr unterschiedlich zu sein. Aber welcher Ansatz ist der richtige? Wie lassen sich die Strategien unterscheiden in Bezug auf Ausmaß, Umsetzung und Kommunikation?

Ziel der Tageskonferenz ist es aufzuzeigen,

- welche umweltstrategischen Orientierungen die verschiedenen Automobilhersteller verfolgen,
- wie sie diese in Bezug auf Kunden und Öffentlichkeit kommunizieren und
- welche Schlüsse sich hieraus für den Volkswagen Konzern ableiten lassen.

Als Referenten sind eingeladen

Prof. Dr. Stefan Bratzel, Fachhochschule der Wirtschaft, Center of Automotive, Bergisch Gladbach
Stefan Dahle, Institut für Markt und Umwelt, Hannover

Ansprechpartner für inhaltliche Fragen

Dr. Michael Mesterharm
michael.mesterharm@volkswagen.de, Telefon +49 5361-896-2104

Zielgruppe

Fach- und
Führungseliten des
Volkswagen Konzerns

Dauer

1 Tag

Termin

23. September 2008

Veranstaltungsort

MobileLifeCampus,
Wolfsburg

Anmeldung

anmeldung@autouni.de
<http://www.autouni.de>

Teilnahmegebühr

€ 500,-
zzgl. Reise- und
Übernachungskosten

Virtuelles Fahrzeug

Zielgruppe

Fach- und
Führungseliten des
Volkswagen Konzerns

Dauer

1 Tag

Termin

Oktober 2008

Veranstaltungsort

MobileLifeCampus,
Wolfsburg

Anmeldung

anmeldung@autouni.de
<http://www.autouni.de>

Teilnahmegebühr

€ 500,-
zzgl. Reise- und
Übernachungskosten

Das virtuelle Fahrzeug ist ein vollständiges, zu 100% rechnerbasiertes und integriertes Modell eines Fahrzeugs. Mit diesem können alle Prozesse von der Entwicklung über die Produktion und Nutzung bis zum Recycling "rein virtuell" gehandhabt werden. Aber ist diese ausschließlich virtuelle Herangehensweise in jeder Hinsicht zweckmäßig?

Tatsächlich spielt Virtualität in der Entwicklung von Fahrzeugen bereits eine große Rolle. Die zunehmende Produktvielfalt und die Verkürzung der Entwicklungszeiten setzen einen konsequenten Einsatz virtueller Techniken als Fehlerfilter und Entscheidungshilfe im Prozess voraus. Wo früher nur ein Digitales Daten-Kontroll-Modell als virtuelles Modell aufbereitet wurde, werden heute schon in den ersten Gesprächen Konstruktionsdaten mit Visualisierungsdaten vernetzt, photorealistisch aufbereitet und damit zur Entscheidungsfindung bereitgestellt.

Die in der Entwicklung erzeugten Daten gehen weiter an Produktion, Beschaffung und Lieferanten und sind die Basis der neuen Fahrzeuge. Doch findet das virtuelle Fahrzeug in Zukunft auch seinen Weg zum Kunden?

Auf der Konferenz werden Experten aus dem Volkswagen Konzern und externe Referenten den aktuellen Stand der Technik mit ihren Möglichkeiten und Grenzen vorstellen und einen Einblick in die Zukunft des virtuellen Fahrzeugs geben.

Ansprechpartner für inhaltliche Fragen

Dr. Frank von Lacroix
frank.lacroix@volkswagen.de, Telefon +49 5361-896-2103

GALILEO Satellitennavigationssystem

Die satellitengestützte Navigation ist eine der viel versprechenden Zukunftstechnologien des 21. Jahrhunderts mit einem enormen Potenzial. Das nach Airbus größte europäische Gemeinschaftsprojekt GALILEO wird die technischen Voraussetzungen für eine Vielzahl neuer Anwendungen mit entsprechenden Marktpotenzialen erschließen.

Im Mittelpunkt dieser Konferenz stehen innovative Anwendungen und Produkte auf der Basis von GALILEO für den Bereich Automotive. Experten erläutern im Rahmen von Vorträgen die verschiedenen Aspekte von GALILEO, deren Chancen und Potenziale für die Automobilindustrie, sowie deren Kosten und Nutzen für unsere Kunden. Die Experten stehen im Anschluss an ihre Ausführungen den Teilnehmern zur Diskussion zur Verfügung, um die konkreten Handlungsfelder für den Volkswagen Konzern zu identifizieren.

Ansprechpartner für inhaltliche Fragen

Dr. Frank von Lacroix

frank.lacroix@volkswagen.de, Telefon +49 5361-896-2103

Zielgruppe

Fach- und
Führungseliten des
Volkswagen Konzerns

Dauer

1 Tag

Termin

November 2008

Veranstaltungsort

MobileLifeCampus,
Wolfsburg

Anmeldung

anmeldung@autouni.de
<http://www.autouni.de>

Teilnahmegebühr

€ 500,-
zzgl. Reise- und
Übernachungskosten

Stickstoffdioxid – Quellen – Emissionen – Auswirkungen auf Gesundheit – Bewertung – Immission

Zielgruppe

Fach- und Führungseliten des Volkswagen Konzerns

Dauer

1 Tag

Termin

18. November 2008

Veranstaltungsort

MobileLifeCampus, Wolfsburg

Anmeldung

anmeldung@autouni.de
<http://www.autouni.de>

Teilnahmegebühr

€ 500,-

zzgl. Reise- und

Übernachungskosten

Über verkehrsbedingte Emissionen und Immissionen und deren Wirkung auf Gesundheit und Ökosystem gibt es eine Vielzahl von populistischen und wissenschaftlichen Veröffentlichungen. In der Öffentlichkeit besteht in Deutschland eher die Tendenz einer pessimistischen Beurteilung der Auswirkungen. Doch viele beobachtete Zusammenhänge zwischen Umweltbelastung und möglichen Erkrankungen sind immer noch nicht hinreichend geklärt.

Im Rahmen dieser Konferenz werden die aktuellen wissenschaftlichen Fakten vorgestellt. Insbesondere die Wechselwirkung zwischen Verkehrsbelastung und Gesundheit steht im Vordergrund. Die Konferenz liefert die faktenbasierten Argumente für eine weiterführende Diskussion.

Die Veranstaltung wird gemeinsam mit der "Europäischen Forschungsvereinigung für Umwelt und Gesundheit im Transportsektor eV." (EUGT), Berlin und dem Gesundheitsschutz von Volkswagen und Audi vorbereitet und durchgeführt.

Ansprechpartner für inhaltliche Fragen

Lars Köppel

lars.koepfel1@volkswagen.de, Telefon +49 5361-896-2123

Powertrain

Die Antriebstechnik ist eine der Kernkompetenzen eines Automobilherstellers. Durch die aktuelle Klima- und Ressourcen- diskussion rückt das Thema in den Mittelpunkt des gesellschaft- lichen Interesses.

Das Programm Powertrain hat die folgenden Ziele

- Verankerung der Kundensicht in der gesamten Prozesskette nach dem Motto: "Wie viel Antrieb will der Kunde?"
- Förderung von prozess- und produktbezogenen Innovationen, wobei unter dem Begriff "Innovation" eine durch den Kunden angenommene Neuerung verstanden wird.
- Vermittlung und Generierung von für Volkswagen relevantem Know-how im Bereich Powertrain.

Das Programm Powertrain vermittelt das aktuelle Fachwissen über die Motoren- und Getriebetechnik, die konzerninternen Prozesse und stellt einen Bezug zur Marktsituation und den Marktforderungen her. Die Referenten sind Experten der Volkswagen AG, Professoren deutscher Hochschulen und Partnerfirmen des Volkswagen Konzerns.

Präsenzveranstaltungen

Kick off: 30. Juni 2008
09. – 10. Juli 2008
27. – 28. August 2008
24. – 25. September 2008
29. – 30. Oktober 2008
03. – 04. Dezember 2008

Ansprechpartner für inhaltliche Fragen

Lars Köppel
lars.koeppe1@volkswagen.de, Telefon +49 5361-896-2123

Zielgruppe

Fach- und
Führungseliten des
Volkswagen Konzerns

Dauer

6 Monate

Termin

Juni – Dezember 2008

Veranstaltungsort

Chemnitz
Berlin
Wolfsburg
Ingolstadt

Anmeldung

anmeldung@autouni.de
<http://www.autouni.de>

Teilnahmegebühr

€ 4.800,-
zzgl. Reise- und
Übernachungskosten

Fahrwerk

Zielgruppe
 Fach- und
 Führungseliten des
 Volkswagen Konzerns

Dauer
 4 Monate

Termin
 Juli – November 2008

Veranstaltungsort
 Ingolstadt
 Braunschweig
 Wolfsburg

Anmeldung
anmeldung@autouni.de
<http://www.autouni.de>

Teilnahmegebühr
 € 4.800,-
 zzgl. Reise- und
 Übernachtungskosten

Die Entwicklung der Fahrwerkssysteme wird heute überwiegend bereichsübergreifend realisiert und optimiert. Eine immer stärkere Rolle spielen dabei die modularen Längs- und Querbaukästen des Konzerns.

Das Programm Fahrwerk unterstützt den Teilnehmer in diesem Umfeld durch aktuelles fahrwerksrelevantes Fachwissen aus den Geschäftsbereichen und fördert die funktions- und hierarchieübergreifende Kompetenzbildung und Vernetzung im Konzern. Der Kunde steht dabei im Mittelpunkt aller Betrachtungen.

Die Inhalte gliedern sich in die vier zentralen Themenfelder Markt, Technik, Managementprozesse sowie Unternehmensabläufe. Programmbegleitende Praxisbeispiele und Projektarbeit an praxisrelevanten Problemschwerpunkten runden das Angebot ab.

Interne und externe Dozenten vermitteln die Inhalte zu den zentralen Themenfeldern.

Die Durchführung erfolgt abwechselnd in Präsenz- und Distanzlernphasen. Der Gesamtaufwand beträgt 150 Stunden.

Präsenzveranstaltungen

Kick off: 01. Juli 2008
 30. September – 02. Oktober 2008
 28. – 30. Oktober 2008
 25. – 27. November 2008

Ansprechpartner für inhaltliche Fragen

Dr. Bernd Petzold
bernd.petzold@volkswagen.de, Telefon +49 5361-896-2120

Elektrohybrid – Technologien, Prozesse und Märkte

Das Ziel des Programms ist es, die Beurteilungskompetenz von Entscheidungsträgern im Umfeld der Hybridtechnologie zu verbessern und das Fachwissen aus den relevanten Geschäftsbereichen zu vermitteln.

Das Programm hat die folgenden Themenschwerpunkte

- Grundlagen zu elektrischen Antrieben, Energiespeichern und deren Integration in das Fahrzeug
- Hybridrelevante Geschäftsprozesse
- Praxisbeispiele

Interne und externe Fachexperten aus dem Volkswagen Konzern, Industrie und Wissenschaft vermitteln aktuelles Fachwissen zu den Themenschwerpunkten.

Die Durchführung erfolgt in Präsenz- und Distanzphasen. Der Gesamtumfang beträgt 70 Stunden.

Präsenzveranstaltungen

Kick off: 12. September 2008

07. – 08. Oktober 2008

12. – 13. November 2008

Ansprechpartner für inhaltliche Fragen

Dr. Bernd Petzold

bernd.petzold@volkswagen.de, Telefon +49 5361-896-2120

Zielgruppe

Fach- und
Führungseliten des
Volkswagen Konzerns

Dauer

2 Monate

Termin

September – November
2008

Veranstaltungsort

Wolfsburg
Braunschweig

Anmeldung

anmeldung@autouni.de
<http://www.autouni.de>

Teilnahmegebühr

€ 2.800,-
zzgl. Reise- und
Übernachungskosten

Hybridfahrzeugtechnologien

Zielgruppe

Fach- und Führungseliten des Volkswagen Konzerns, insbesondere aus den Bereichen Entwicklung, Qualitätsicherung und Komponente

Dauer

4 Monate

Termin

November 2008 –
Februar 2009

Veranstaltungsort

Hildesheim
Dresden
Ingolstadt

Anmeldung

anmeldung@autouni.de
<http://www.autouni.de>

Teilnahmegebühr

€ 4.800,-
zzgl. Reise- und
Übernachungskosten

Das Ziel des Programms ist die Vermittlung von detailliertem Fachwissen, das für den Aufbau neuer Kompetenzfelder und für die Entwicklung von Hybridfahrzeugen erforderlich ist.

Das Programm hat die folgenden Themenschwerpunkte

- Elektrische Antriebe
- Energiespeichersysteme
- Fahrzeugintegration
- Praxisbeispiele

Interne und externe Fachexperten aus dem Volkswagen Konzern, der Industrie und der Wissenschaft vermitteln aktuelles Fachwissen zu den Themenschwerpunkten.

Die Durchführung erfolgt in Präsenz- und Distanzlernphasen. Der Gesamtumfang beträgt 100 Stunden.

Präsenzveranstaltungen

Kick off: 19. November 2008
09. – 11. Dezember 2008
20. – 21. Januar 2009
17. – 18. Februar 2009

Ansprechpartner für inhaltliche Fragen

Dr. Bernd Petzold
bernd.petzold@volkswagen.de, Telefon +49 5361-896-2120

Aktuelle Themen aus der Fertigung

Unsere Automobilproduktion steht täglich in einem Wettbewerbs-umfeld, in dem Senkung der Kosten, Erhöhung der Produktivität und Verbesserung der Qualität gefordert sind. Aus diesem Druck heraus werden in allen Bereichen, von der Planung über die Fertigung und Logistik bis zur Instandhaltung, neue Ideen entwickelt und Innovationen eingeführt. Die AutoUni wird ausgewählte Themen aus der Fertigung und angrenzenden Bereichen von Wissenschaftlern und Praktikern aus Unternehmen vorstellen.

Für das zweite Halbjahr 2008 sind folgende Vorträge geplant

- Digitale Fabrik, Prof. Dr. Uwe Bracht, Technische Universität Clausthal, 04. September 2008
- Zukunftsfähige Fabrikkonzepte

Die einzelnen Vorträge werden auf der Homepage der AutoUni www.autouni.de separat angekündigt und Sie werden wie üblich eingeladen.

Zielgruppe

Konzernangehörige

Dauer

1,5 Stunden

Termin

ab 04. September 2008
jeweils 18 Uhr

Veranstaltungsort

MobileLifeCampus,
Wolfsburg

Anmeldung

anmeldung@autouni.de
<http://www.autouni.de>

Ansprechpartner für inhaltliche Fragen

Dr. Frank von Lacroix

frank.lacroix@volkswagen.de, Telefon +49 5361-896-2103

Volkswagen-Weg

Zielgruppe

Fach- und
Führungseliten des
Volkswagen Konzerns

Termin

ab September 2008

Veranstaltungsort

MobileLifeCampus,
Wolfsburg

Anmeldung

anmeldung@autouni.de
<http://www.autouni.de>

Der Volkswagen-Weg ist Organisationsentwicklungsprozess und fester Bestandteil der Unternehmensstrategie 2018. Seine Umsetzung im direkten und indirekten Bereich ist ein wichtiger Baustein, um die nachhaltige Wettbewerbsfähigkeit von Volkswagen zu sichern.

Die AutoUni begleitet den Volkswagen-Weg mit einer eigenen Veranstaltungsreihe. Dabei wird auf die Besonderheiten bei der Einführung von Produktionsprozessen ebenso eingegangen wie auf die Methoden des Veränderungsmanagements. Bewährte Instrumente aus der Praxis und wissenschaftliche Erkenntnisse werden im Wechsel präsentiert.

Auf die weiteren Veranstaltungen wird jeweils mit gesonderten Einladungen hingewiesen.

Ansprechpartner für inhaltliche Fragen

Dr. Birgit van Berk
birgit.berk@volkswagen.de, Telefon +49 5361-896-2109

Gießereitechnik

Die Wettbewerbssituation in der Automobilbranche verlangt fortwährend nach innovativen und gleichzeitig kostengünstigen Fertigungsverfahren. Die Gießereitechnik bietet diesbezüglich für eine Vielzahl von Bauteilen im Fahrzeug interessante und vielversprechende Möglichkeiten.

Neben den technischen Einsatzmöglichkeiten ist eine Kosten- und Qualitätsbewertung von Verfahren, Anlagen und Bauteilen erforderlich, um im Unternehmensinteresse die richtigen Entscheidungen zu treffen.

Die Fachkonferenz vermittelt hierfür die aktuellen technischen und wissenschaftlichen Grundlagen.

Sie bietet darüber hinaus die Möglichkeit, über den aktuellen Stand von Wissenschaft und Technik sowie Innovationen in der Gießereitechnik zu diskutieren. Der umfangreiche Praxisteil im Labor der Hochschule veranschaulicht, erweitert und vertieft die theoretischen Inhalte.

Ansprechpartner für inhaltliche Fragen

Lars Köppel

lars.koeppe1@volkswagen.de, Telefon +49 5361-896-2123

Zielgruppe

Fach- und Führungseliten des Volkswagen Konzerns, insbesondere mit dem Tätigkeitsschwerpunkt Gießereitechnik

Dauer

2 Tage

Termin

KW 48 2008

Veranstaltungsort

Fachhochschule Aalen

Anmeldung

anmeldung@autouni.de

<http://www.autouni.de>

Teilnahmegebühr

€ 1.000,-

zzgl. Reise- und

Übernachungskosten

Formhärten – Warmblechumformung

Zielgruppe

Fach- und
Führungseliten des
Volkswagen Konzerns

Dauer

1 Tag

Termin

15. September 2008

Veranstaltungsort

Kassel

Anmeldung

anmeldung@autouni.de
<http://www.autouni.de>

Teilnahmegebühr

€ 500,-
zzgl. Reise- und
Übernachungskosten

Leichtbau im Automobil ist einer von vielen Faktoren zur Senkung des Kraftstoffverbrauchs. Vor diesem Hintergrund nimmt die Herstellung von Blechformteilen mit komplexer Geometrie und höchster Festigkeit eine besondere Stellung ein. Das Besondere an diesem Verfahren: In einer thermo-mechanisch integrierten Prozessführungsstrategie werden einerseits hohe Umformgrade mit geringen Umformkräften erzielt. Andererseits wird durch eine schnelle Wärmeabfuhr unter dem im geschlossenen Werkzeug bestehenden Formzwang eine Umwandlungshärtung vollzogen. Die so hergestellten Bauteile verfügen daher über höchste Festigkeit bei gleichzeitig geringerem Gewicht.

In der Konferenz werden gemeinsam mit der Universität Kassel und den Know-how-Trägern des Konzerns die werkstoff- und fertigungstechnischen Grundlagen und die Potenziale dieses innovativen Fertigungsverfahrens im Fahrzeugbau vermittelt.

Ansprechpartner für inhaltliche Fragen

Lars Köppel
lars.koepfel@volkswagen.de, Telefon +49 5361-896-2123

Komponente

Das Programm Komponente wurde im Jahr 2008 entwickelt und startet im November zum zweiten Mal. Im ersten Teil des Programms wird die Organisation und Struktur der Komponente vorgestellt sowie Stärken und Kompetenzen herausgearbeitet. Im zweiten Teil wird die Strategie der Komponente und deren Einbindung in die Konzernstrategie vorgestellt. Auch das Wettbewerbsumfeld, in dem sich die Komponente befindet, wird näher betrachtet. Teil drei widmet sich der Einbindung der Komponente in die Prozesse des Volkswagen Konzerns. Begleitend zu den drei Programmbausteinen arbeiten die Teilnehmer in einer Projektarbeit an Fragestellungen aus der Komponente.

Das Programm Komponente läuft über vier Monate und besteht aus Distanzlernphasen und drei Präsenzphasen à zwei Tage an verschiedenen Standorten der Komponente.

Ansprechpartner für inhaltliche Fragen

Dr. Frank von Lacroix

frank.lacroix@volkswagen.de, Telefon +49 5361-896-2103

Zielgruppe

Fach- und
Führungseliten der
Komponente

Dauer

4 Monate

Termin

November 2008 –
Februar 2009

Veranstaltungsort

verschiedene Standorte
der Komponente

Anmeldung

anmeldung@autouni.de
<http://www.autouni.de>

Teilnahmegebühr

€ 4.800,-
zzgl. Reise- und
Übernachungskosten

Aspekte der Lieferantenintegration III

Zielgruppe

Fach- und
Führungseliten des
Volkswagen Konzerns

Dauer

1 Tag

Termin

Oktober 2008

Veranstaltungsort

MobileLifeCampus,
Wolfsburg

Anmeldung

anmeldung@autouni.de
<http://www.autouni.de>

Teilnahmegebühr

€ 500,-
zzgl. Reise- und
Übernachungskosten

Die Beschaffung ist in der heutigen Zeit einem erheblichen Wandel ausgesetzt. "Mega-Trends" wie die voranschreitende Globalisierung, das verstärkte Outsourcing von Wertschöpfung und der anhaltende Konzentrationsprozess in der Autoindustrie verändern das Verhältnis Kunde – Lieferant in ganz erheblichem Maße. Der ständige Wunsch der Märkte nach Innovation und Individualität, die so steigende Produktkomplexität bei sich gleichzeitig verkürzenden Produktlebenszyklen stellen hierbei alle Protagonisten vor große Herausforderungen. Auf dieser Basis ergibt sich – aktueller denn je – die Notwendigkeit, komplexe und globale Wertschöpfungsketten optimal zu gestalten. Dies kann nur noch im Miteinander von Kunde und Lieferant im Rahmen einer forcierten Lieferanten-integration bewältigt werden, durch die ein vielschichtiges "Wertschöpfungs-Netzwerk" entsteht, das in einer fairen Balance aus Wettbewerb und Partnerschaft gestaltet werden will.

In der dritten Veranstaltung zu diesem Thema sollen nun Management-Werkzeuge wie die mehrfach nobelpreisprämierte "Spieltheorie" und ihr Beitrag zur Erklärung und Analyse von Kooperationen und Netzwerkbeziehungen im Fokus stehen. Weiterhin wird das Beschaffungs- und Lieferantenmanagement eines weiteren namhaften Industrieunternehmens vorgestellt.

Ansprechpartner für inhaltliche Fragen

Rainer Labenski
rainer.labenski@volkswagen.de, Telefon +49 5361-896-2117

Benchmarking in der Produktion – Mit Shopfloormanagement und der Anlauffabrik auf dem Weg zur Hochleistungsorganisation

Das Produktleistungszentrum Motoren von Mercedes-Benz in Untertürkheim genießt nicht nur im eigenen Konzern ein hohes Ansehen, auch außerhalb von Daimler wurde dieser Produktionsbereich mehrfach ausgezeichnet.

So gewannen Daimler beispielsweise den OEM (Original Equipment Manufacturer Sonderpreis) "Automotive Lean Production Award 2007", belegten den zweiten Platz beim Wettbewerb "Die Beste Fabrik" und wurden beim Ludwig-Erhard Preis (deutscher Qualitätspreis) als best platziertes Unternehmen in der Kategorie "Große Unternehmen" mit dem zweiten Platz ausgezeichnet. Dabei wurde das Produktleistungszentrum Motoren insbesondere für deren Shopfloormanagement gelobt.

Heinz-Werner Marx, als Centerleiter verantwortlich für diesen Bereich, berichtet in seinem Vortrag über das Shopfloormanagement. Dabei werden das Produktleistungszentrum Motoren und das Mercedes-Benz Produktionssystem vorgestellt. Er referiert über das Führen mittels standardisierter Prozesskennzahlen sowie die Anlauffabrik und deren Vernetzung des Produktionssystems mit dem Produktentstehungsprozess.

Zielgruppe

Fach- und
Führungseliten des
Volkswagen Konzerns,
insbesondere aus der
Motorenfertigung

Dauer

1,5 Stunden

Termin

15. September 2008
17 Uhr

Veranstaltungsort

Werk Salzgitter

Anmeldung

anmeldung@autouni.de
<http://www.autouni.de>

Ansprechpartner für inhaltliche Fragen

Liane Röhrdanz

liane.roehrdanz@volkswagen.de, Telefon +49 5361-896-2110

Benchmarking – Wie wird Qualität gemanagt? Qualitätsmanagement (QM) in der Telekommunikation?

Zielgruppe

Konzernangehörige und
die Öffentlichkeit

Dauer

1,5 Stunden

Termin

KW 45 2008

18 Uhr

Veranstaltungsort

MobileLifeCampus,
Wolfsburg

Anmeldung

anmeldung@autouni.de
<http://www.autouni.de>

Die Automobilindustrie hat vor gut einem Jahrzehnt damit begonnen Qualitätsmanagementsysteme einzuführen. Die QM-Systeme müssen dabei gesetzliche, interne und Kundenanforderungen berücksichtigen.

Nachdem im ersten Halbjahr Referenten aus der Medizintechnik und der Luftfahrzeugindustrie berichteten, wird die Reihe jetzt mit Referenten aus der Telekommunikation fortgesetzt.

Die Branche Telekommunikation ist ein rasant gewachsener Markt auf dem, vor dem Hintergrund des eingetretenen Sättigungsgrades, ein großer Verdrängungswettbewerb herrscht. Anders als in anderen Branchen werden die Produkte für den Verbraucher eher günstiger als teuer. Trotzdem erwartet der Kunde in jeder neuen Produktlinie technische Neuheiten.

In diesem Vortrag soll der Frage nachgegangen werden wie in der Telekommunikationsbranche die Prozesse und die Qualität gemanagt werden, um erfolgreich im Markt bestehen zu können.

Ansprechpartner für inhaltliche Fragen

Liane Röhrdanz

liane.roehrdanz@volkswagen.de, Telefon +49 5361-896-2110

Qualität und Prozesse – Robuste Prozesse implementieren und umsetzen

Robuste Prozesse in allen Bereichen sind eine Voraussetzung, um eine hohe Zuverlässigkeit der Fahrzeuge zu erhalten. Robust bedeutet, die Prozesse werden unempfindlicher, stabiler, und beherrschbarer.

Eine besondere Herausforderung ist, dass komplexe Produkte in immer kürzerer Zeit gefertigt werden müssen. Die Anforderungen an die daran geknüpften Prozesse sind hoch. So müssen nachhaltige, robuste Prozesse geschaffen werden, um gegenüber Störgrößen unempfindlich zu sein und um Produkt- und Prozessfehler dauerhaft zu vermeiden. Dabei müssen u.a. die Mindestanforderungen an robuste Prozesse für die gesamte Lieferkette definiert und gestaltet werden.

In dieser Konferenz wird das Thema robuste Prozesse von verschiedenen Seiten beleuchtet. Teilnehmer mit Vorerfahrungen sind ebenso willkommen wie Neueinsteiger in das Thema.

Ansprechpartner für inhaltliche Fragen

Liane Röhrdanz

liane.roehrdanz@volkswagen.de, Telefon +49 5361-896-2110

Zielgruppe

Fach- und Führungseliten des Volkswagen Konzerns

Dauer

1 Tag

Termin

20. November 2008

Veranstaltungsort

MobileLifeCampus,
Wolfsburg

Anmeldung

anmeldung@autouni.de
<http://www.autouni.de>

Teilnahmegebühr

€ 500,-
zzgl. Reise- und
Übernachungskosten

Sonderfahrzeugbau in Emden

Zielgruppe

Fach- und
Führungseliten des
Sonderfahrzeugbaus in
Emden

Der Sonderfahrzeugbau im Emden ist in verschiedenen Geschäftsfeldern aktiv. Dort werden u.a. Fahrzeugumbauten und -aufbereitungen sowie individuelle Fahrzeugbeschriftungen durchgeführt. Die Mitarbeiter haben direkten Kundenkontakt, zum Beispiel werden Behördenfahrzeuge direkt vor Ort abgeholt.

Dauer

1 Tag

Im Zuge der Konferenz wird auf die besonderen Herausforderungen des Sonderfahrzeugbaus Emden eingegangen, und auf Basis des Excellence Modells werden strategische Vorgehensweisen weiterentwickelt. Dabei kommt den Mitarbeitern und den Prozessen eine besondere Bedeutung zu. Zum Einsatz kommen Selbstbewertungs- und Reflexionstools, die auf den Sonderfahrzeugbau ausgerichtet sind.

Termin

KW 50 2008

Veranstaltungsort

Emden

Anmeldung

anmeldung@autouni.de
<http://www.autouni.de>

Ansprechpartner für inhaltliche Fragen

Liane Röhrdanz
liane.roehrdanz@volkswagen.de, Telefon +49 5361-896-2110

Teilnahmegebühr

€ 500,-

zzgl. Reise- und

Übernachungskosten

Personal, Führung, Organisation

Direkte Führung entscheidet maßgeblich darüber, wie zufrieden und loyal sich das Personal gegenüber dem Arbeitgeber verhält. Dabei spielen nicht nur die Führungskultur am Arbeitsplatz eine Rolle, sondern auch der weitere Umgang des Unternehmens mit den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern.

Motivation, Leistungsbereitschaft, Höchstleistungen und auch Veränderungswille hängen stark davon ab, wie mit Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern kommuniziert wird, welche Offenheit und Lernfähigkeit das Unternehmen ausstrahlt und welche Möglichkeiten der Mitgestaltung eröffnet werden

Anhand ausgewählter Fragestellungen wird das Thema Personal und Personalentwicklung zu Führungsaspekten in Beziehung gesetzt.

Vorträge

- Prof. Dr. Gerhard Roth: Führung und Persönlichkeit: Warum es so schwierig ist, sich und andere zu ändern, 18. September 2008
- Prof. Dr. Sven Piechota: Strategisches Prozessmanagement, 07. Oktober 2008
- Prof. Dr. Bernd Frick: Betriebliche & überbetriebliche Arbeitsbeziehungen, 04. November 2008
- Prof. Dr. Wilmar Schaufeli: Arbeitsengagement und burn out, 04. Dezember 2008

Zielgruppe

Konzernangehörige

Dauer

1,5 Stunden

Termin

ab 18. September 2008
18 Uhr

Veranstaltungsort

Pilothalle E 74A,
Wolfsburg
Videokonferenzräume,
Konzernstandort

Anmeldung

anmeldung@autouni.de
<http://www.autouni.de>

Ansprechpartner für inhaltliche Fragen

Dr. Birgit van Berk

birgit.berk@volkswagen.de, Telefon +49 5361-896-2109

Gesundheit im Beruf

Zielgruppe

Konzernangehörige und die Öffentlichkeit

Dauer

1,5 Stunden

Termin

29. Oktober 2008
18 Uhr

Veranstaltungsort

MobileLifeCampus,
Wolfsburg

Anmeldung

anmeldung@autouni.de
<http://www.autouni.de>

Unternehmen bekommen schon jetzt die Auswirkungen des demografischen Wandels zu spüren.

Die Gesunderhaltung der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter für ein möglichst langes Berufsleben ist deshalb eine der zukünftigen Herausforderungen in den Betrieben.

Altersgerechte Arbeitsgestaltung und die Stärkung der Gesundheitskompetenz der Beschäftigten sind zentrale Themen. In diesem Vortrag werden u.a. Belastungen am Arbeitsplatz und deren Umgang damit erläutert. Ein weiteres Thema ist die Ernährung und ihre Bedeutung für die Leistungsfähigkeit am Arbeitsplatz.

Referent

Prof. Dr. Norbert Maassen,
Medizinische Hochschule Hannover

Ansprechpartner für inhaltliche Fragen

Liane Röhrdanz
liane.roehrdanz@volkswagen.de, Telefon +49 5361-896-2110

Praktizierte Verantwortung – Corporate Social Responsibility (CSR) in Unternehmen

Unternehmen kann es nicht gleichgültig sein, wie ihre Umgebung auf sie reagiert. Die Öffentlichkeit, die Kunden und auch Investoren erwarten von den Unternehmen verantwortungsbewusstes Handeln. Die Globalisierung ist heute im Vergleich zu den 90er Jahren ein Treiber für Klimaschutz und Ressourcenschonung, für nachhaltige Lösungen geworden. Diese Chance nutzen, heißt auch als Unternehmen erfolgreich zu sein. CSR ist somit ein strategisches Thema, dessen Bedeutung immer stärker zunehmen wird.

Die Konferenz gibt anhand konkreter Unternehmensfälle aus unterschiedlichen Branchen einen Überblick, was CSR ist, welchen Nutzen dieses Konzept für Unternehmen und für die Gesellschaft bietet und wie konkrete Anwendungsmöglichkeiten aussehen.

Die Konzepte und Erfahrungen werden durch die beteiligten Unternehmen selbst vorgestellt.

Ansprechpartner für inhaltliche Fragen

Dr. Dirko Thomsen

dirko.thomsen@volkswagen.de, Telefon +49 5361-896-2125

Zielgruppe

Fach- und Führungseliten des Volkswagen Konzerns

Dauer

1 Tag

Termin

20. November 2008

Veranstaltungsort

MobileLifeCampus,
Wolfsburg

Anmeldung

anmeldung@autouni.de
<http://www.autouni.de>

Teilnahmegebühr

€ 500,-
zzgl. Reise- und
Übernachungskosten

Kompetenzen für Global Player

Zielgruppe

Fach- und
Führungseliten des
Volkswagen Konzerns

Dauer

4 Stunden

Termin

ab 10. September 2008
jeweils 15 – 19 Uhr

Veranstaltungsort

MobileLifeCampus,
Wolfsburg

Anmeldung

anmeldung@autouni.de
<http://www.autouni.de>

Teilnahmegebühr

€ 250,-
zzgl. Reise- und
Übernachungskosten

Was muss ein Unternehmen tun, um den globalen Wettbewerb im größer gewordenen Europa erfolgreich zu meistern? Innovationen für die Traditionsstandorte und der ideale Qualifizierungsmix an den neuen Standorten in Mittel- und Osteuropa sind gefragt.

Die bisherige Kompetenzforschung ist vor allem mit der Identifizierung, Messung und dem Vergleich individueller Kompetenzen beschäftigt. Die Veranstaltung vermittelt neue Zugänge zu Kompetenzmessungen.

Im Zentrum der ersten Veranstaltung steht die Frage, wie dynamische Einflüsse zwischen Individual-, Team-, Unternehmens-, Regional- und Netzwerkkompetenzen messbar sind.

In den nachfolgenden Veranstaltungen geht es um den erfolgreichen Mix von Belegschaften und Kompetenzen. Wie messen und mixen Wissenschaftler und erfolgreiche Unternehmen die Kompetenzen ihrer Belegschaft an traditionellen und an neuen Standorten in Europa?

Mix aus lokalen, globalen, betrieblichen Kompetenzen,
10. September 2008

Benchmark: Internationale Personalwirtschaft,
13. November 2008

Ansprechpartner für inhaltliche Fragen

Dr. Dirko Thomsen
dirko.thomsen@volkswagen.de, Telefon +49 5361-896-2125

Lean Thinking

Das Hauptanliegen des "Lean Thinking" besteht in der Vermeidung von Verschwendung und der Konzentration auf das "Wertsteigernde". Lean Thinking bezieht sich dabei keineswegs nur auf Produktionssysteme, sondern umfasst die optimierende Gestaltung des gesamten Wertschöpfungsnetzwerkes inklusive der indirekten Bereiche.

Lean Thinking ist ein Begriff, der besonders mit wirtschaftlich erfolgreichen Produktionsprozessen in Japan verbunden ist. Aber bereits seit den achtziger Jahren fanden Lean Management Techniken weltweit Eingang in die Unternehmen. In der Veranstaltung sollen wissenschaftliche Ergebnisse über die Bedeutung des Lean Managements diskutiert und vom "Mythos Japan" entkleidet werden.

Geplant sind folgende Themen und Referenten:

- Lean Production als Führungs- und Personalaufgabe, Prof. Dr. Ulrich Jürgens, Wissenschaftszentrum Berlin
- Management und Logik des schlanken Zuliefersystems Prof. Dr. Hajo Weber, Universität Kaiserslautern
- Transfer und Adaption des Toyota Produktionssystems Prof. Dr. Ludger Pries, Universität Bochum
- Unternehmerische Elemente in der neuen Entgeltpolitik. Prof. Dr. Dr. Moldaschl, TU Chemnitz

Ansprechpartner für inhaltliche Fragen

Dr. Dirko Thomsen

dirko.thomsen@volkswagen.de, Telefon +49 5361-896-2125

Zielgruppe

Fach- und Führungseliten des Volkswagen Konzerns

Dauer

1 Tag

Termin

November 2008

Veranstaltungsort

MobileLifeCampus, Wolfsburg

Anmeldung

anmeldung@autouni.de
<http://www.autouni.de>

Teilnahmegebühr

€ 500,-
zzgl. Reise- und Übernachtungskosten

Erfolgsfaktoren für die Gestaltung von Veränderungsprozessen

Zielgruppe

Fach- und
Führungseliten des
Volkswagen Konzerns

Dauer

1 Tag

Termin

Oktober 2008

Veranstaltungsort

MobileLifeCampus,
Wolfsburg

Anmeldung

anmeldung@autouni.de
<http://www.autouni.de>

Teilnahmegebühr

€ 500,-
zzgl. Reise- und
Übernachungskosten

Welches sind die wesentlichen Gründe für den Erfolg oder Misserfolg von Veränderungszielen? Welche Faktoren sind aus der Sicht von Führungskräften entscheidend für erfolgreiche Veränderungen? Welche Bedeutung haben Motivation und Orientierung im Veränderungsprozess?

In der Veranstaltung sollen zum einen Methoden und zum anderen Erfolgsfaktoren des Veränderungsmanagement analysiert werden, die auf Unternehmen übertragen werden können. Die Konferenz soll zudem über die Grundprinzipien und wissenschaftlichen Basistheorien tiefgreifender Veränderungsprozesse und deren psychologische und organisationstheoretische Grundlagen informieren. Diskutiert werden Handlungsfelder und ihre vielfältigen Wechselwirkungen.

Bezug genommen wird auf die in Kooperation mit der Ludwig-Maximilians-Universität München (LMU) und der Technischen Universität München veröffentlichte repräsentative Untersuchung über Erfolg und Misserfolg im Veränderungsmanagement.

Als Referenten sind vorgesehen

- Prof. Dr. Hans Pongratz, Ludwig-Maximilians-Universität München
- Anabel Houben, C4 Consulting GmbH, Düsseldorf

Ansprechpartner für inhaltliche Fragen

Dr. Dirko Thomsen
dirko.thomsen@volkswagen.de, Telefon +49 5361-896-2125

Human Resources Curriculum

Ziel des Programms ist eine umfassende Qualifizierung der Mitarbeiter im Personalwesen als Basis für Spitzenpersonalarbeit. Das Qualifizierungsprogramm besteht aus vier Präsenzmodulen, Selbstlernunterlagen, Lerngruppen und Vortragsveranstaltungen der Reihe Personal, Führung und Organisation.

Die Qualifizierung in den Bereichen Psychologie, Betriebswirtschaft, Organisation, Recht und Industrial Relations unterstützt die Personaler in ihrer Aufgabe als Business Partner und Dienstleister vor Ort.

Die Dozenten sind Experten des Volkswagen Konzerns sowie erfahrene Trainer der Volkswagen Coaching und der Audi Akademie.

Präsenzveranstaltung

Kick off: 16. Juli 2008

1. Modul Psychologie
2. Modul Betriebswirtschaft
3. Modul Organisation
4. Modul Recht und Industrial Relations

Ansprechpartner für inhaltliche Fragen

Dr. Birgit van Berk

birgit.berk@volkswagen.de, Telefon +49 5361-896-2109

Zielgruppe

Mitarbeiter des Personalwesens der Volkswagen AG

Dauer

10 Tage

Termin

ab 16. Juli 2008

Veranstaltungsort

verschiedene Standorte

Anmeldung

nur über die Personalleiter

Teilnahmegebühr

€ 3.500,-

zzgl. Reise- und

Übernachtungskosten

Supply Chain Controlling – Kostenmanagement in der automobilen Wertschöpfungskette

Zielgruppe

Konzernangehörige

Dauer

1,5 Stunden

Termin

16. September 2008

18 Uhr

Veranstaltungsort

MobileLifeCampus,
Wolfsburg

Anmeldung

anmeldung@autouni.de
<http://www.autouni.de>

Im weltweiten Wettbewerb stehen sich inzwischen nicht mehr einzelne Unternehmen, sondern Unternehmensnetzwerke und Wertschöpfungsketten gegenüber. Für Automobilhersteller ergeben sich damit neue Herausforderungen und neue Chancen. Einerseits können sie ihre Position neu definieren: Produktspezialist, Vermarkter, Netzwerkkordinator etc. Andererseits sind sie in einer "Sandwichposition" zwischen dem Wettbewerb auf dem Endkundenmarkt und zunehmend mächtigen Systemzulieferern. Für das Controlling und das Rechnungswesen ergeben sich neue Handlungsfelder, die im Rahmen eines Supply Chain Controlling systematisch erschlossen werden können. Dies umfasst eine Anpassung bestehender Controllingtools (bspw. Supply Chain Target Costing) und neue Methoden (bspw. Prozessreferenzmodelle). Der Vortrag gibt einen Überblick zu Strategien, Methoden und Werkzeugen des Controllings. Dabei fließen Ergebnisse einer Befragung bei über 700 Automobilzulieferern ein.

Vortragender

Prof. Dr. Klaus Möller ist Inhaber des Lehrstuhls für Unternehmensrechnung und Controlling an der Georg-August-Universität Göttingen und Geschäftsführender Herausgeber der "Zeitschrift Controlling"

Ansprechpartner für inhaltliche Fragen

Dr. Dorothea Gerloff

dorothea.gerloff@volkswagen.de, Telefon +49 5361-896-2127

IFRS kompakt

Die internationale Rechnungslegung unterliegt einem steten Wandel. Aktuell werden z.B. IAS 19 Pensionsverpflichtungen und IAS 39 Finanzinstrumente vom IASB überarbeitet. Die Auseinandersetzung mit der Entwicklung der Standards ist daher für den Volkswagen Konzern unerlässlich.

Einen Überblick über die aktuellen Themen und Standards der Bilanzierung nach IFRS (International Financial Reporting Standards) liefert diese Konferenz. Auf Bilanzierungs- und Bewertungsmaßstäbe wie beispielsweise Immaterielle Vermögensgegenstände, Sachanlagen und Vorräte wird ebenso eingegangen wie auf die Darstellung des Abschlusses nach den geänderten IAS 1.

Die Konferenz wendet sich daher vorrangig an Fachleute aus Finanz- und Rechnungswesen und wird in Form des Blended Learnings, d.h. mittels Distanz- und Präsenzphase durchgeführt.

Kick off

15. September 2008

Präsenzveranstaltung

29. – 30. Oktober 2008

Ansprechpartner für inhaltliche Fragen

Dr. Dorothea Gerloff

dorothea.gerloff@volkswagen.de, Telefon +49 5361-896-2127

Katja Wiesensee

katja.wiesensee@volkswagen.de, Telefon +49 5361-896-2127

Zielgruppe

Fach- und
Führungseliten des
Volkswagen Konzerns

Dauer

2 Tage

Termin

September – November
2008

Veranstaltungsort

MobileLifeCampus,
Wolfsburg

Anmeldung

anmeldung@autouni.de
<http://www.autouni.de>

Teilnahmegebühr

€ 1.000,-
zzgl. Reise- und
Übernachungskosten

Bilanzrechtsmodernisierungsgesetz (BilMoG)

Zielgruppe

Fach- und
Führungseliten des
Volkswagen Konzerns

Dauer

1 Tag

Termin

Oktober 2008

Veranstaltungsort

MobileLifeCampus,
Wolfsburg

Anmeldung

anmeldung@autouni.de
<http://www.autouni.de>

Teilnahmegebühr

€ 500,-
zzgl. Reise- und
Übernachungskosten

Das Bilanzrecht in Deutschland steht vor einem Umbruch und wohin der Weg in der internationalen Bilanzierung geht, ist noch ungewiss. Mit dem Bilanzrechtsmodernisierungsgesetz (BilMoG) wird das Handelsgesetzbuch und damit bestehende Rechnungslegungsgrundlagen reformiert und das deutsche Bilanzrecht an internationale Rechnungslegungsstandards angepasst.

Neben der Darstellung und kritischen Würdigung des BilMoGs durch Hochschulreferenten, sollen ausgewählte Aspekte des neuen Bilanzrechts mit Experten aus der Praxis diskutiert werden.

Ansprechpartner für inhaltliche Fragen

Dr. Dorothea Gerloff

dorothea.gerloff@volkswagen.de, Telefon +49 5361-896-2127

Katja Wiesensee

katja.wiesensee@volkswagen.de, Telefon +49 5361-896-2127

Treasury und Finanzrisikocontrolling kompakt

In schwierigen Zeiten wie der jüngst durch die Subprime-Krise in den USA ausgelösten Finanzkrise zeigt sich die Qualität des Risikomanagements eines Unternehmens. Nur die kontinuierliche Verbesserung eines entsprechenden Systems ermöglicht das frühzeitige Erkennen von Risiken und das Einleiten von Gegenmaßnahmen.

Um auch vergleichbaren zukünftigen Problemsituationen gewachsen zu sein, ist ein im Konzern abgestimmtes Vorgehen im Risikomanagement wünschenswert.

Methoden der quantitativen und qualitativen Risikomessung werden von Experten deutscher Hochschulen vorgestellt. Themen werden u.a. Value at Risk, Rohstoff-, Kredit-, Restwert- und Wechselkursrisiken, Portfoliostrategien, Derivatebewertung und Auswirkungen des Sarbanes-Oxley-Acts sein, aber auch finanzmathematische Kenntnisse und Asset Backed Securities.

Ansprechpartner für inhaltliche Fragen

Dr. Dorothea Gerloff

dorothea.gerloff@volkswagen.de, Telefon +49 5361-896-2127

Katja Wiesensee

katja.wiesensee@volkswagen.de, Telefon +49 5361-896-2127

Zielgruppe

MitarbeiterInnen der Finanz/FS AG mit Kenntnissen im Bereich Treasury bzw. Risikomanagement

Dauer

2 Tage

Termin

November/Dezember 2008

Veranstaltungsort

MobileLifeCampus, Wolfsburg

Anmeldung

anmeldung@autouni.de
<http://www.autouni.de>

Teilnahmegebühr

€ 1.000,-
zzgl. Reise- und Übernachtungskosten

Redundanzen in der technischen Entwicklung

Zielgruppe

Konzernangehörige

Dauer

1,5 Stunden

Termin

18. September 2008

18 Uhr

Veranstaltungsort

MobileLifeCampus,
Wolfsburg

Anmeldung

anmeldung@autouni.de

<http://www.autouni.de>

Der letzte Vortrag der Reihe "Aus der Unternehmensgeschichte lernen" beschäftigt sich mit der technischen Entwicklung. Die meisten Produkte, die aus großen Innovationen entstehen, sind erst beim zweiten oder dritten Anlauf erfolgreich. Die ersten Mikrowellen kamen in den vierziger Jahren auf den Markt. Doch erst in den siebziger Jahren wurden sie ein unternehmerischer Erfolg. Auch bei einem global agierenden Großunternehmen wie Volkswagen ist es nicht immer garantiert, dass Innovationen auf Antrieb in erfolgreiche Produkte umgesetzt werden.

Dr. Walter Kaiser, RWTH Aachen, analysiert die Innovationen der Technikgeschichte und gibt Anhaltspunkte, wie technische Entwicklungen zur rechten Zeit am rechten Platz dem Kunden zur Verfügung stehen können.

Ansprechpartner für inhaltliche Fragen

Dr. Dirko Thomsen

dirko.thomsen@volkswagen.de, Telefon +49 5361-896-2125

Geisteswissenschaft und akademisches Denken

Unter allen "Forschungsgegenständen" gibt es nur einen, der sich den empirischen, naturwissenschaftlichen Methoden weitgehend versperrt, den Menschen. Als Kunde befragt ist er selten "ehrlich", als Mitarbeiter getestet ist er selten "natürlich".

Allerdings gibt der Mensch seit Jahrtausenden bereitwillig über seine Natur Auskunft. Diese Aussagen zu sammeln, zu analysieren, zu vermitteln, ist Aufgabe der Geisteswissenschaften.

So kann die Anthropologie darauf antworten, warum der Kunde so oft enttäuscht ist, die Wirtschaftsgeschichte nachweisen, dass Innovationen in der Neuzeit meist von "Dilettanten" kommen und die Psychologie erklären, warum das Altern die Leistungskraft des Unternehmens auch steigern kann.

Dr. Thomsen geht in seinem Eröffnungsvortrag am 15. September "Was bringen Geisteswissenschaften dem Unternehmen?" auf die Potenziale der Geisteswissenschaften für das Unternehmen ein.

Zielgruppe

Konzernangehörige

Dauer

1,5 Stunden

Termin

ab September 2008
jeweils 18 Uhr

Veranstaltungsort

MobileLifeCampus,
Wolfsburg

Anmeldung

anmeldung@autouni.de
<http://www.autouni.de>

Weitere Vorträge

- Reinhard Kahl, Die Zeit, Hamburg, Der Fehler, der Anfang des Erfolgs?, 23. September 2008
- Prof. Dr. Heinrich Niehues-Pröbsting, Universität Erfurt, Rhetorik, Macht und Moral, 01. Oktober 2008
- Markus Brüderlin, Kunstmuseum Wolfsburg, Hat die Kunst einen Nutzen?, 19. November 2008
- Prof. Dr. Gerald Hüther, Universität Göttingen, Hirn, IT und Demografie, 28. November 2008

Ansprechpartner für inhaltliche Fragen

Dr. Dirko Thomsen

dirko.thomsen@volkswagen.de, Telefon +49 5361-896-2125

Erfolgsgeschichten – unternehmerisch denken und handeln

Zielgruppe

Konzernangehörige

Dauer

1,5 Stunden

Termin

ab September 2008
jeweils 18 Uhr

Veranstaltungsort

MobileLifeCampus,
Wolfsburg

Anmeldung

anmeldung@autouni.de
<http://www.autouni.de>

Familien geführte Unternehmen erweisen sich in vielerlei Hinsicht als robuster in Bezug auf globale Herausforderungen als es zunächst den Anschein hat.

Erfolgreiche Familiendynastien üben nicht nur eine große gesellschaftliche Faszination aus, sie behaupten sich auch im Zeitalter des Managerkapitalismus. Derzeit populärstes Beispiel ist das Automobilunternehmen Toyota, das sich seit 1926 im Besitz der Familie Toyoda befindet.

Im Fokus der Veranstaltung stehen bekannte deutsche Unternehmerpersönlichkeiten und deren Erfolgsgeschichten. Ziel ist es, von den erzählten Beispielen zu lernen und sich kritische Erfolgsfaktoren anzuschauen, um zu prüfen, welche Relevanz sie für ein Unternehmen wie die Volkswagen Aktiengesellschaft haben können.

Im letzten Quartal trugen Dirk Rossman, Prof. Dr. Klaus Hipp, Dr. Arend Oetker und Michael Stoschek vor. Ab August 2008 möchten wir dem Volkswagen Konzern weitere Unternehmerpersönlichkeiten vorstellen.

Ansprechpartner für inhaltliche Fragen

Dr. Dirko Thomsen

dirko.thomsen@volkswagen.de, Telefon +49 5361-896-2125

Nordamerika und Volkswagen

In den Länderreihen informiert die AutoUni an drei kurz aufeinander folgenden Vortragsabenden über die Emerging Markets des Volkswagen Konzerns.

Jetzt steht der nordamerikanische Kontinent im Fokus, denn Volkswagen of America hat eine neue Strategie für den US-amerikanischen Markt angekündigt. Dazu gehört unter anderem die Verlagerung des Firmensitzes von Auburn Hills, Michigan in der Nähe Detroit's, nach Herndon, Virginia, im Großraum Washington. Außerdem sind die Entwicklung von Produkten speziell für den US-Markt, eine Veränderung der Markenpositionierung, Adaptionen beim Händlernetzwerk, der eigenen Organisation und schließlich die Prüfung einer Produktion in den USA im Gespräch.

An den Vortragsabenden werden Markt, Kunden und Strategie in den USA, die Produktion in Nordamerika und die Forschungen des ERL (Electronic Research Labs von Volkswagen und Audi) vorgestellt.

Ansprechpartner für inhaltliche Fragen

Dr. Frank von Lacroix

frank.lacroix@volkswagen.de, Telefon +49 5361-896-2103

Zielgruppe
Konzernangehörige

Dauer
1,5 Stunden

Termin
September 2008
jeweils 18 Uhr

Veranstaltungsort
MobileLifeCampus,
Wolfsburg

Anmeldung
anmeldung@autouni.de
<http://www.autouni.de>

Demografie und Informationstechnologie

Zielgruppe

Fach- und
Führungseliten des
Volkswagen Konzerns

Dauer

1 Tag

Termin

04. Dezember 2008

Veranstaltungsort

MobileLifeCampus,
Wolfsburg

Anmeldung

anmeldung@autouni.de
<http://www.autouni.de>

Teilnahmegebühr

€ 500,-
zzgl. Reise- und
Übernachungskosten

Ende der 70er Jahre war die IT-Branche geprägt durch die "Turnschuhgeneration". Heute liegt das Durchschnittsalter der Protagonisten bei Mitte vierzig. Mit dem Alter haben sich auch Arbeitsprofile, Arbeitsmotivationen und die Entwicklungsperspektiven dieser hochqualifizierten Spezialisten geändert.

In einigen Jahren können wir die Altersabgänge in den naturwissenschaftlich-technischen Berufen nur noch zur Hälfte mit jungen Berufsanfängern ersetzen. Entsprechend der allgemeinen demografischen Entwicklung gibt es in modernen Dienstleistungen wie der IT-Branche ein Wachstumspotenzial für Arbeitskräfte nur noch im Bereich "50 plus".

Wie können wir die anspruchsvollen, studierten Fachkräfte der neuen Berufe entwickeln und motivieren, damit sie mit persönlicher Freude und unternehmerischem Sinn länger arbeiten können?

Alle Industrienationen stehen vor der gleichen demografischen Herausforderung. Wer das wachsende Potenzial der älteren Fachkräfte besser in die Arbeitswelt einbindet, gewinnt im globalen Wettbewerb einen entscheidenden Wettbewerbsvorteil.

Ansprechpartner für inhaltliche Fragen

Dr. Dirko Thomsen
dirko.thomsen@volkswagen.de, Telefon +49 5361-896-2125

Rechtliche Aspekte des fehlerhaften Produkts

Die Modellvielfalt im Automobilbau steigt und steigt – und dies bei laufend zunehmender Komplexität der Fahrzeuge. Währenddessen verkürzen sich die Produkt- und Innovationszyklen immer mehr.

Solange das dann verkaufte Auto so ist, wie es sein soll, ist alles in Ordnung. Was ist nun aber, wenn es im Zustand davon abweicht, also fehlerhaft ist? Die Folgen für Hersteller und Händler können weitreichend sein, der wirtschaftliche Schaden immens – denken wir nur an das verlorene Kundenvertrauen, an Imageschäden und Rückrufaktionen. Auch entstehen dabei schnell komplexe Sachverhalte, die eine zivilrechtliche, eine öffentlich-rechtliche, ja sogar eine strafrechtliche Komponente haben können. Es stellen sich hier viele Fragen: Was ist denn ein Fehler? Welche Rechte können daraus abgeleitet werden? Wer hat diese Ansprüche? Wer haftet? Was kostet das? Welche Ansprüche sind verschuldensunabhängig? Was ist überhaupt Verschulden? Was ist strafbar – was nicht? Antworten hierzu gibt eine Einführung in das Sachmängelrecht. Darauf aufbauend werden die Bereiche Produktsicherheit und Produkthaftung behandelt. Dabei richtet sich der Blick auch Richtung USA – bringt doch dieser Markt durch zivilrechtliche Eigenarten besondere Risiken mit sich. Abgerundet wird dieser Themenkomplex durch eine Einführung in das hauseigene Compliance-Management, also die Umsetzung der Verpflichtung des Unternehmens, sich an Recht und Gesetz wie auch an eigene Regeln zu halten.

Zielgruppe

Fach- und
Führungseliten des
Volkswagen Konzerns

Dauer

1 Tag

Termin

Oktober 2008

Veranstaltungsort

MobileLifeCampus,
Wolfsburg

Anmeldung

anmeldung@autouni.de
<http://www.autouni.de>

Teilnahmegebühr

€ 500,-
zzgl. Reise- und
Übernachungskosten

Ansprechpartner für inhaltliche Fragen

Rainer Labenski

rainer.labenski@volkswagen.de, Telefon +49 5361-896-2117

Zielgruppe

Fach- und
Führungseliten des
Volkswagen Konzerns

Dauer

1 Tag

Termin

02. Dezember 2008

Veranstaltungsort

MobileLifeCampus,
Wolfsburg

Anmeldung

anmeldung@autouni.de
<http://www.autouni.de>

Teilnahmegebühr

€ 500,-
zzgl. Reise- und
Übernachungskosten

Risikokommunikation

Unternehmen müssen sich – auch aufgrund einer kritischer werdenden Öffentlichkeit – zunehmend risikobehafteten Themen stellen. Die Erfahrung, dass das Verhalten von Unternehmen durchaus Kaufentscheidungen beeinflussen kann, machte beispielsweise die Automobilindustrie mit dem Thema Rußpartikelfilter oder bei Rückrufaktionen.

Denn Kundenvertrauen ist schnell zerstört, und es braucht einen langen Atem, dieses wieder aufzubauen.

Auch die Verunsicherung von Mitarbeitern aufgrund einer nicht transparenten Informationspolitik kann sich negativ auf Motivation und Identifikation mit dem Unternehmen auswirken.

Folgende Themen werden in der Konferenz mit Experten aus Wissenschaft und Praxis analysiert und diskutiert

- Inwieweit kann man als Unternehmen mit risikobehafteten Themen an die Öffentlichkeit gehen?
- Wie geht man intern mit der Früherkennung kritischer Themen im Unternehmen um?
- Wie können wir aus eigenen sowie aus den Fehlern anderer Unternehmen lernen? Wie läßt sich der richtige Zeitpunkt für die Kommunikation kritischer Themen bestimmen?

Ansprechpartner für inhaltliche Fragen

Petra Martin

petra.martin@volkswagen.de, Telefon +49 5361-896-2207

Europa der Dienstleistungen

Markt- und Produktregelungen der EU werden von Unternehmen im Vorfeld kaum diskutiert, obwohl sie den europäischen Markt für Automobile tiefer prägen als alle Wettbewerber. In dieser Konferenz thematisieren Wissenschaftler verschiedener Disziplinen Umweltschutzauflagen, Marktaufteilung und Designschutz und diskutieren über die Zukunft des europäischen Binnenmarktes.

Wettbewerbs- und Kartellrechtler Prof. Dr. Behrens wird die Spielräume aufzeigen, welche die aktuellen Urteile des Europäischen Gerichtshofes den Unternehmen lassen. Wie reagieren andere Unternehmen auf das Verbot regionaler Marktaufteilung?

Europarechtler Prof. Dr. Thomas Bruha, Universität Hamburg, beschreibt den Einfluss von Umweltschutzauflagen auf den europäischen Wettbewerb. Neue Auflagen verursachen nicht allein Zusatzkosten, sondern stets auch neue Absatzchancen. Volkswirt Prof. Dr. Schäfer diskutiert die Rolle der sozialen und politischen "Pressure Groups". Wer sind die neuen Mitspieler?

Ansprechpartner für inhaltliche Fragen

Dr. Dirko Thomsen

dirko.thomsen@volkswagen.de, Telefon +49 5361-896-2125

Zielgruppe

Fach- und Führungseliten des Volkswagen Konzerns

Dauer

4 Stunden

Termin

29. Oktober 2008
15 – 19 Uhr

Veranstaltungsort

MobileLifeCampus,
Wolfsburg

Anmeldung

anmeldung@autouni.de
<http://www.autouni.de>

Teilnahmegebühr

€ 250,-
zzgl. Reise- und
Übernachungskosten

Mobile Aging – Altern erleben

Zielgruppe

Fach- und
Führungseliten des
Volkswagen Konzerns

Dauer

1 Tag

Termin

02. September 2008

Veranstaltungsort

MobileLifeCampus,
Wolfsburg

Anmeldung

anmeldung@autouni.de
<http://www.autouni.de>

Teilnahmegebühr

kostenfrei
zzgl. Reise- und
Übernachungskosten

Durch die Alterung der Gesellschaft entstehen verschiedene Herausforderungen für den Volkswagen Konzern.

Die Anzahl älterer Kunden wächst und wird zu einer immer bedeutenderen Zielgruppe. Auch der Altersdurchschnitt der Mitarbeiter steigt weiter an.

Welche Konsequenzen hat diese Entwicklung für den Konzern? In einer Kooperation zwischen der AutoUni, der Volkswagen Konzernforschung und der AUDI AG wurde von der TU Chemnitz ein Alterssimulationsanzug entwickelt, der für verschiedene Maßnahmen im Rahmen dieser Fragestellungen eingesetzt werden kann. Er soll insbesondere der Produktentwicklung aufzeigen, welche Anforderungen ältere Kunden an das Produkt im Bezug auf die Ergonomie stellen.

In dieser Veranstaltung werden der wissenschaftliche Hintergrund des neuartigen Alterssimulationsanzugs vorgestellt und verschiedene Einsatzbereiche demonstriert. Die Teilnehmer können Altern selbst erfahren und werden umfassend über die Einsetzbarkeit des Anzuges in ihrem jeweiligen Arbeitsumfeld informiert.

Ansprechpartner für inhaltliche Fragen

Esther Schilgen
extern.esther.schilgen@volkswagen.de,
Telefon +49 5361-896-2215

Managementkonferenzen

Die Manager des Volkswagen Konzerns tragen nicht nur die Verantwortung für das Tagesgeschäft, sondern auch für strategische Entscheidungen und deren Umsetzung.

Auf Anfrage entwirft die AutoUni für das Management exklusive Managementkonferenzen für strategische Fragen von betrieblicher Aktualität. Die strategischen Gesprächspartner in Managementkonferenzen sind Wissenschaftler, Manager anderer Branchen und die Schrittmacher gesellschaftlicher Veränderungsprozesse.

Die zweitägigen Veranstaltungen bieten die Möglichkeit, aktuelle Herausforderungen kontrovers und vertrauensvoll zu diskutieren. Dabei spielen der Blick über den betrieblichen Tellerrand und die Fühlungnahme mit den Verantwortungsträgern aus Wirtschaft und Gesellschaft eine ebenso wichtige Rolle wie die Konsens- und Netzworkebildung unter den Teilnehmern.

Zielgruppe

Fach- und Führungseliten des Volkswagen Konzerns

Dauer

nach Vereinbarung

Termin

nach Vereinbarung

Veranstaltungsort

nach Vereinbarung

Anmeldung

über den Auftraggeber

Ansprechpartner für inhaltliche Fragen

Dr. Dirko Thomsen

dirko.thomsen@volkswagen.de, Telefon +49 5361-896-2125

Integration der Studienmodule in die Weiterbildung

In enger Abstimmung mit den Unternehmensbereichen des Volkswagen Konzerns wird die AutoUni Studienmodule in Kooperation mit Hochschulen anbieten.

Dabei werden bestehende Hochschulkontakte der AutoUni und Fachbereiche genutzt, um erforderliche Qualifikationen im Unternehmensinteresse aufzubauen.

Kooperative Studienmodule ergänzen die bestehenden Qualifizierungsmaßnahmen für Berufsfamilien bzw. die Berufsfamilien übergreifende Angebote zur systematischen Kompetenzentwicklung vom Berufseinstieg bis zu Fach- und Führungspositionen im Management.

Eine Belegung der Kooperativen Studienmodule muss dabei grundsätzlich im Interesse des Unternehmens liegen und kann nur über die Fachbereiche und das Personalwesen erfolgen.

Doktorandenprogramm

Die AutoUni ist Partner der Doktoranden im Volkswagen Konzern. Speziell für diese Zielgruppe bietet die AutoUni die folgenden Weiterbildungsangebote in Wolfsburg an:

11. – 12. September 2008 Rhetorik & Verhandlungsführung

25. – 26. September 2008 Präsentation & Selbstmarketing

30. – 31. Oktober 2008 Personality

20. – 21. November 2008 Konfliktmanagement

11. – 12. Dezember 2008 Selbst- & Zeitmanagement

Die Doktoranden können in jedem Vertragsjahr zwei Veranstaltungen besuchen.

Die Seminare werden auch in Ingolstadt angeboten. Eine Einladung hierzu erfolgt separat.

Ansprechpartner

Petra Martin

petra.martin@volkswagen.de, Telefon +49 5361-896-2207

Doktorandenraum

Die AutoUni stellt den Doktoranden des Volkswagen Konzerns einen Arbeitsraum im MobileLifeCampus zur Verfügung. Der Raum verfügt über zehn Cleandesk-Arbeitsplätze und steht allen Doktoranden nach vorheriger Anmeldung an 365 Tagen und 24 Stunden zur Verfügung. Ferner können sie auch die Präsenzbibliothek der AutoUni nutzen.

Ansprechpartner

Marion Klasen

marion.klasen@volkswagen.de, Telefon +49 5361-896-2002

Zielgruppe

Doktoranden im Konzern

Termin

ab 11. September 2008

Veranstaltungsort

MobileLifeCampus,
Wolfsburg ,
AUDI AG Ingolstadt

Anmeldung

anmeldung@autouni.de
<http://www.autouni.de>

Teilnahmegebühr

Die Teilnahme ist für
Doktoranden kostenfrei

Forschungsprojekte

In den Forschungsprojekten identifiziert und analysiert die AutoUni gemeinsam mit interessierten Fachbereichen und externen Partnern Herausforderungen für den Volkswagen Konzern und entwickelt auf dieser Grundlage Problemlösungen, Konzepte und Handlungsoptionen.

Verschiedene Forschungsprojekte bilden die Basis für die Entwicklung neuer Produkte, Dienstleistungen, Prozesse und Geschäftsmodelle. Für einzelne Themenfelder wurden bereits in Kooperation mit Fachbereichen Institute gegründet, in denen Forschungsthemen fundiert und langfristig bearbeitet werden können. Dies sind u.a. das Volkswagen Institut für Beschaffung und das Volkswagen Institut für Arbeit. Weitere Institute sind im Aufbau bzw. in Gründung.

Momentan widmen sich die Forschungsaktivitäten der AutoUni insbesondere folgenden Themen:

Marketing und Vertrieb

In den Forschungsprojekten zur "Service-Werkstatt der Zukunft" werden die technologischen, organisatorischen und sozialen Herausforderungen für den Kunden-Service identifiziert. Auf Grundlage dieses Wissens entsteht ein Testfeld für Technologien, Werkstattformate und Personalentwicklung im Service. Im Forschungsprojekt "Entwicklungslinien der Markenpolitik" wird die Tradition markenpolitischer Konzepte der Konzernmarken untersucht. Das Forschungsprojekt "Marke und Kultur" befasst sich mit dem Einfluss gesellschaftlicher und konsumentenbezogener Faktoren auf die Bedeutung der Marke.

Produkt

"Wireless Wolfsburg" erprobt in Kooperation mit der Konzernforschung, der Wolfsburg AG und weiteren Partnern mobile Internetdienste hinsichtlich technischer Machbarkeit, ökonomischer Umsetzbarkeit und gesellschaftlicher Akzeptanz.

Im Rahmen des EU Kooperationsprojekts "Green and Safe Road Transport" (GAST) arbeitet die AutoUni gemeinsam mit weiteren internationalen Instituten an Best Practices zum "European Institute of Technology" (EIT).

Produktion

Im Themenfeld Produktion & Komponente untersucht das Forschungsprojekt "Informationskomplexität in der Automobilentwicklung" die Zusammenarbeit und den Informationsaustausch zwischen Konstruktions- und Planungsabteilungen, die in den Produktentwicklungsprozess involviert sind.

Supply Chain

Im Rahmen der Forschungsaktivitäten unter dem Dach des Volkswagen Instituts für Beschaffung werden unterschiedliche aktuelle Problemstellungen zur Beschaffung in verschiedenen Projekten bearbeitet. Thematische Treiber sind dabei vor allem Megatrends wie die Globalisierung, die Konzentrationsprozesse in der Branche oder der steigende Produktinnovationsbedarf. Exemplarisch sind hier Themen wie "Früherkennung von Risiken bei Lieferanten", "Nachhaltigkeit in der allgemeinen Beschaffung" und "Management der Dynamik in Supply Chains".

Personal und Organisation

Der Fokus der personalwirtschaftlichen Forschung im Volkswagen Institut für Arbeit richtet sich auf Projekte zur Unterstützung der Strategie 2018. Der Zusammenhang zwischen Arbeitgeberattraktivität und Unternehmenserfolg wird ebenso untersucht wie die wesentlichen Einflussfaktoren des Mitarbeiterengagements. Im Rahmen des Forschungsfeldes Demographie und Teamarbeit werden die Bedingungen analysiert, unter denen altersgemischte Teams eine hohe Zufriedenheit und Produktivität aufweisen.

Finanz und Controlling

Im Forschungsprojekt "Hedging von Wechselkursrisiken" wird untersucht, wie Unternehmen, die einen hohen Anteil an Auslandsaktivitäten haben, von Wechselkursrisiken betroffen sind und durch geeignete Finanzanlagen ihr Risiko verringern können.

Ansprechpartner

Dr. Michael Mesterharm
michael.mesterharm@volkswagen.de, Telefon +49 5361-896-2104

Studentischer Produkt-Innovations-Kurs "design it"

Im Studentischen Produkt-Innovations-Kurs lernen Studenten Ideen vom Konzept bis hin zu einem Prototypen zu entwickeln und umzusetzen. Dies gelingt durch den Bau und die Nutzung einfacher Prototypen, in denen Funktionen schnell umgesetzt, analysiert und anschließend verbessert werden können. Die Studenten durchlaufen dabei den gesamten Entwicklungsprozess, vom konzeptionellen Brainstorming über umfassende Dokumentationen bis zum fiktiven Produktionsstart. Die Aufgaben für die einzelnen Projekte kommen aus der Unternehmenspraxis und fordern kreative Antworten in vielerlei Hinsicht: von kulturellen Faktoren über ökonomische Gesichtspunkte und Marktpotenzial bis hin zur technischen Machbarkeit. Charakteristisch ist, dass die Teams von je 3 - 4 Studenten möglichst heterogen zusammengesetzt sind. Dabei bezieht sich "heterogen" auf Fachgebiet, Herkunft, Hobbies und Fähigkeiten. Die Studenten sollen lernen, die Fähigkeiten aller Teammitglieder aufzuspüren und zu nutzen, aber auch Schwächen zu identifizieren und zu überbrücken.

Der Kurs richtet sich an fortgeschrittene Studenten (ab dem 7. Semester) und wird in Kooperation mit dem Institut für Betriebssysteme und Rechnerverbund (IBR, Prof. L. Wolf), dem Institut für Wirtschaftswissenschaften (WII, Frau Prof. S. Robra-Bissantz) sowie dem Institut für Software Systems Engineering (SSE, Prof. B. Rumpe) der TU Braunschweig angeboten.

Ansprechpartner

Dr. Klaus Schaaf

klaus.schaaf@volkswagen.de, Tel: +49 5361-897-6380

Ansprechpartner

Derzeit existieren bereits eine Vielzahl von Hochschulkooperationen im Volkswagen Konzern. Die AutoUni hat es sich zur Aufgabe gemacht, diese zu identifizieren und den Austausch zwischen den einzelnen Initiativen zu fördern.

Ansprechpartner in den Marken sind

AUDI AG (I/SI-W)

Dr. Peter F. Tropschuh, peter-felix.tropschuh@audi.de

Dr. Sonia Hornberger, sonia.hornberger@audi.de

Dr. Uwe Koser, uwe.koser@audi.de

Skoda (ZC)

Vladimir Hamacek, vladimir.hamacek@skoda-auto.cz

Volkswagen AG (K-SH)

Dr. Peter F. Tropschuh, peter-felix.tropschuh@volkswagen.de

Bernd Mentzel, bernd.mentzel@volkswagen.de

Volkswagen Nutzfahrzeuge (NS)

Jens Leonhardt, jens.leonhardt@volkswagen.de

Niedersächsisches Forschungszentrum Fahrzeugtechnik

Das Niedersächsische Forschungszentrum Fahrzeugtechnik (NFF) ist ein interdisziplinär ausgerichteter Forschungsverbund, dessen Konzept auf einer engen Kooperation von Industrie und Wissenschaft beruht.

Das NFF am Standort Wolfsburg verfolgt folgende Ziele

- Schaffung einer neuartigen Kooperationsplattform für gemeinsame Projekte von Industrie und Wissenschaft.
- Ermöglichen einer anwendungsorientierten Forschung in enger Verzahnung mit den Geschäftsbereichen der Volkswagen AG.
- Interdisziplinäre Aus- und Weiterbildung hochqualifizierter Nachwuchskräfte für die Fahrzeugindustrie.

Die TU Braunschweig bildet mit zehn Eckprofessuren den Kern des Niedersächsischen Forschungszentrums Fahrzeugtechnik. Neben neun technisch ausgerichteten Professuren ist auch die Automobilwirtschaft als Eckprofessur im NFF vertreten. Die außeruniversitären Forschungseinrichtungen der Region bringen ihre Kompetenzen gemeinsam mit den niedersächsischen Partnerhochschulen projektbezogen ein.

Forschungsprogramm

Das Forschungsprogramm des NFF fokussiert sich auf zentrale Fragestellungen der fahrzeugtechnischen Forschung, die durch die Themenbereiche "Das emissionsarme Fahrzeug", "Das intelligente Fahrzeug" und "Flexible Fahrzeugkonzepte" beschrieben werden.

Standorte des NFF

Standorte für das Niedersächsische Forschungszentrum Fahrzeugtechnik sind der Forschungsflughafen Braunschweig sowie der MobileLifeCampus in Wolfsburg. Am Standort "MobileLifeCampus" werden die Aktivitäten zunächst auf das Themenfeld "Das intelligente Fahrzeug" konzentriert. Hier werden Forschergruppen der Volkswagen AG projektorientiert mit den wissenschaftlichen Partnern unter einem gemeinsamen Dach zusammenarbeiten.

Volkswagen Institut für Arbeit

Das Volkswagen Institut für Arbeit soll neueste wissenschaftliche Erkenntnisse für eine Spitzenpersonalarbeit im Konzern nutzbar machen. Es bildet die Wissens- und Kompetenzplattform für den fachlichen Austausch zwischen Konzern, Marken, Regionen und Werken einerseits und wissenschaftlichen Einrichtungen wie Hochschulen, Business Schools und renommierten Instituten andererseits.

Im Rahmen von Dissertationen und Diplom- oder Masterarbeiten werden wichtige personalpolitische Themen zur Unterstützung der Strategie 2018 bearbeitet. Der Aufbau eines Netzwerkes zu deutschen und internationalen Forschungseinrichtungen ermöglicht die Zusammenarbeit mit führenden Experten und sichert höchste Fachexpertise.

Folgende Forschungsprojekte wurden bereits gestartet

- Arbeitgeberattraktivität und Unternehmenserfolg
- Personalsysteme japanischer Automobilhersteller
- Humanressourcen/ Bedingungen in den BRIC-Ländern
- Einflussfaktoren von Mitarbeiterengagement
- Organisationsfitness
- Altersgemischte Teams, Produktivität und Arbeitszufriedenheit

Volkswagen Institut für Beschaffung

Das Volkswagen Institut für Beschaffung soll einen Beitrag zur Vernetzung von Wissenschaft und Industrie auf dem Themengebiet der Beschaffung leisten. Es wird dabei eine Schnittstelle zwischen dem Konzern und wissenschaftlichen Einrichtungen wie Universitäten, Fachhochschulen und unabhängigen Instituten sein. Ziel ist es, wissenschaftliche Inhalte und Methoden für den Volkswagen Konzern noch stärker nutzbar zu machen und damit einen Beitrag zur nachhaltigen Wettbewerbsfähigkeit des Konzerns zu leisten.

Im Rahmen von Promotionsvorhaben werden Lösungen für aktuelle Problemstellungen auf dem Gebiet der Beschaffung erarbeitet und damit wird ein Beitrag zur Fortentwicklung von Zielen, Strategien oder Instrumenten der Beschaffung erbracht.

Wissenschaftliche Kompetenzpartner sind die Universität Stuttgart und die Fachhochschule Braunschweig/Wolfenbüttel.

Über den Bereich der Forschung hinaus werden durch das Institut für Beschaffung im Rahmen der Lehre aktuelle Fragestellungen aus der "Beschaffungslandschaft" aufgegriffen und in Form von Veranstaltungen wie Konferenzen oder Vorträgen thematisiert.

Volkswagen Institut für Design

Das in Gründung befindliche Volkswagen Institut für Design soll einen Beitrag zur Vernetzung von Wissenschaft und Industrie und zur Förderung des Nachwuchses im Bereich Automobildesign leisten.

Das Institut, mit Sitz im MobileLifeCampus in Wolfsburg, hat sich das Ziel gesetzt, die Attraktivität der Region für den Designernachwuchs zu steigern. Dabei setzt das Institut auf eine Verbesserung des Ausbildungsangebots der Hochschulen durch anspruchsvolle Projekte. Gleichzeitig wird das Institut für die Experten der Volkswagen Konzern Designabteilungen weltweit den Ideen- und Know-how-Austausch fördern.

Das Institut ist eine Konzerneinrichtung. Die Weiterbildungsangebote, Vorträge, Wettbewerbe und Workshops des Instituts werden in enger Zusammenarbeit mit den Designabteilungen aller Marken entworfen und für alle Standorte angeboten.

Das gemeinsame Ziel der internen und der akademischen Partner ist die Werbung und Förderung der kreativen Talente für den Volkswagen Konzern.

Nachwuchsförderung an den Hochschulen und Potenzialentwicklung der Designer im Unternehmen dienen der Wettbewerbsfähigkeit des Konzerns.

In den Marken und Konzerngesellschaften sind folgende Multiplikatoren bezüglich Aktivitäten der AutoUni benannt:

AUDI AG	Dr. Uwe Koser
AutoEuropa	Sandra Neves
Automobilmanufaktur Dresden GmbH	Romy Kämpf
AutoVision GmbH	Silke Wittmüß
Auto 5000 GmbH	Constanze Winkler
Bentley Motors Limited	Margret Cheshire
SEAT, S.A.	Manuel Moreno Hernandez
Shanghai Volkswagen Automotive Company Ltd.	Song Weiliang
SKODA AUTO a.s.	Lenka Bílá
Volkswagen AG	Kerstin Scholz
Volkswagen Argentina S.A.	Hernan Scotti
Volkswagen Coaching GmbH	Dr. Dietmar Albrecht
Volkswagen de Mexico, S.A. de C.V.	Oliver Sahlmann
Volkswagen do Brasil	Raimundo E.L. Ramos
Volkswagen Financial Services AG	Heiko Gryglewski
Volkswagen Group China	Yanling He
Volkswagen Navarra, S.A.	Jose M. Garcia Alvarez
Volkswagen Nutzfahrzeuge	Mathias Böke
Volkswagen of America, Inc.	Mike Beamish
Volkswagen of South Afrika (Pty.) Ltd.	Percy Smith
Volkswagen Group RUS OOO	Klaus Pfeiffer
Volkswagen Sachsen GmbH	Dr. Axel Weber
Volkswagen Slovakia, a.s.	Monika Pavlakova
Wolfsburg AG	Helmut Kern

So finden Sie uns

Volkswagen Aktiengesellschaft
AutoUni
Brieffach 1231
38436 Wolfsburg

Besucheranschrift:
MobileLifeCampus
Hermann-Münch-Straße 1
38440 Wolfsburg

www.autouni.de
info@autouni.de

Tel: +49 5361-896-2000
Fax: +49 5361-896-2009



Kontakt Volkswagen Aktiengesellschaft
AutoUni
Brieffach 1231
38436 Wolfsburg

Besucheranschrift:
MobileLifeCampus
Hermann-Münch-Straße 1
38440 Wolfsburg

www.autouni.de
info@autouni.de
Telefon +49 5361-896-2000