

AutoUni – Programm

Frühjahr/Sommer 2008





Sehr geehrte Damen und Herren,

wir freuen uns, Ihnen ein ansprechendes Programm der AutoUni für Frühjahr/Sommer 2008 präsentieren zu können.

Sie finden darin interessante Angebote für Berufsfamilien, Berufsfamilien übergreifende Angebote, kooperative Studienmodule und Vortragsreihen.

In der Forschung liegt der Schwerpunkt auf Wissenschaftsprojekten in Kooperation mit den Fachbereichen im Konzern, Hochschulen und externen Forschungseinrichtungen.

Es ist uns gelungen, anerkannte Experten des Volkswagen Konzerns, nationaler und internationaler Hochschulen als Dozenten zu gewinnen, die ihr Wissen für die betriebliche Praxis weitervermitteln. Aktuelle Informationen zu den Programmen finden Sie auch auf unserer Homepage unter www.autouni.de.

Bitte beachten Sie die unterschiedlichen Anmeldebedingungen für die jeweiligen Veranstaltungen.

Sollten Sie Anregungen oder Fragen zu unserem Programm haben, wenden Sie sich bitte an unsere Ansprechpartner.

Ihre AutoUni

Dr.-Ing. Peter F. Tropschuh
Leiter AutoUni

Aktuelles Wissen auf
höchstem Niveau in den
Konzern holen

Lernfähigkeit
organisieren

Prozessorientiert
qualifizieren

Im Netzwerk lernen,
lehren und forschen





Die AutoUni

- 08 Weiterbildung im Konzern
- 09 Zielgruppen
- 11 Die Angebotsstruktur

Lehre

- 12 Angebote in der Lehre
- 13 Veranstaltungsarten
- 14 Anmeldung

Angebote für Berufsfamilien

- 15 Konferenz: Internationale Qualitätsmanagement-Konferenz
- 16 Konferenz: Aspekte der Lieferantenintegration
- 17 Konferenz: Gießereitechnik
- 18 Vortrag: Benchmarking – Wie wird Qualität gemanagt?
- 19 Vortrag: "Mit Methode ans Ziel", Ausgewählte (Qualitäts-) Methoden im Überblick
- 20 Vortrag: Wertanalyse, Funktionen optimieren, Werte steigern
- 21 Vortrag: Personal, Führung, Organisation
- 22 Vortrag: Challenges in Insurance Management

Berufsfamilien übergreifende Angebote

- 23 Programm: Elektronik im Fahrzeug
- 24 Programm: Fahrwerk
- 25 Programm: Gesamtfahrzeug – testen, messen und bewerten
- 26 Programm: Powertrain China
- 27 Programm: Powertrain Europa
- 28 Programm: Beschaffung und Logistik
- 29 Programm: Komponente
- 30 Programm: Management of Technologies
- 31 Programm: Marketing, Vertrieb und Financial Services
- 32 Konferenz: Volkswagen Weg
- 33 Konferenz: Hybridfahrzeuge
- 34 Konferenz: Innovationen in Unternehmen
- 35 Konferenz: Innovationen in der Fertigung



- 36 Konferenz: Innovationen im Fahrzeug
- 37 Konferenz: Innovationen bei Zulieferern
- 38 Konferenz: Europäische Automobilindustrie im Wandel: Organisation und Führung in globalen Unternehmen
- 39 Konferenz: Europa der Dienstleistungen – Eröffnungsveranstaltung
- 40 Konferenz: Europa der Dienstleistungen – Folgeveranstaltungen
- 41 Konferenz: Kompetenzen für Global Player – Eröffnungsveranstaltung
- 42 Konferenz: Kompetenzen für Global Player – Folgeveranstaltungen
- 43 Konferenz: Hochleistungsorganisationen
- 44 Konferenz: Luxus
- 45 Konferenz: Die älter werdende Belegschaft
- 46 Konferenz: Web 2.0 und virtuelle 3D-Welten wie Second Life – geeignete Marketinginstrumente für Volkswagen?
- 47 Konferenz: Mobilität und Verkehr in ASEAN
- 48 Konferenz: Mobilität und Verkehr in Indien
- 49 Konferenz: Managementkonferenzen
- 50 Vortrag: Aktuelle Themen aus der Fertigung
- 51 Vortrag: Jugend und Mobilität
- 52 Vortrag: Marken und Produkte – Unternehmen als Gestalter von Kultur
- 53 Vortrag: Marketing und Vertrieb
- 54 Vortrag: Service-Werkstatt der Zukunft
- 55 Vortrag: Aus der Geschichte lernen

Kooperative Studienmodule

- 56 Kooperative Studienmodule

Vortragsreihen

- 57 Berichte aus Forschung und Wissenschaft
- 58 Das Unsichtbare sichtbar machen
- 59 Erfolgsgeschichten – unternehmerisch denken und handeln
- 60 Länderreihe: ASEAN und Volkswagen
- 61 Länderreihe: Südamerika und Volkswagen
- 62 What's hot in Science? Antriebsenergien der Zukunft



- 63 What's hot in Science? Körperlich aktiv sein – Ihr Beitrag zum gelingenden Altern
- 64 What's hot in Science? Ne(x)t Generation Learning
- 65 What's hot in Science? Persönliches Wissensmanagement
- 66 What's hot in Science? Wirkungsforschung mit System Dynamics

Forschung

- 67 Doktorandenprogramm
- 68 Wissenschaftsprojekte
- 70 Studentischer Produkt-Innovations-Kurs

Hochschulkooperationen

- 71 Hochschulkooperationen
- 72 Niedersächsisches Zentrum für Fahrzeugtechnik (NZF)
- 73 Volkswagen Institut für Beschaffung
- 74 Volkswagen Institut für Design

- 75 Ansprechpartner im Konzern

- 76 Anfahrtsskizze



Weiterbildung im Konzern

Der globale Wettbewerbsdruck in der Automobilindustrie wächst; besonders die Konkurrenz aus Asien baut ihre Marktanteile aus. Produktlebenszyklen und Entwicklungszeiten werden kürzer, die Fahrzeuge komplexer. Unsere Kunden erwarten höchstmögliche Sicherheit, Qualität und Leistung bei minimalem Kraftstoffverbrauch.

Um diesen Anforderungen Rechnung zu tragen, ist Wissen auf höchstem Niveau im Konzern erforderlich. Die AutoUni leistet mit ihren Vorträgen, Konferenzen und Programmen einen wesentlichen Beitrag zum Aufbau von erforderlichen Kompetenzen, indem sie externes Wissen in den Konzern holt, es mit dem Know How von internen Experten anreichert und verbreitet.

Die AutoUni bietet im ersten Halbjahr 2008 u.a. Weiterbildung zu Themen über

- neue Märkte und Produktionsstätten
- neue Technologien von CO₂-Reduktion bis zu Elektrotraktion
- Personal, Führung und Organisation

Die Angebote der AutoUni richten sich an alle Marken, Tochtergesellschaften und Standorte des Konzerns. Sie wenden sich dabei entweder an einzelne Berufsfamilien mit fachspezifischen Inhalten oder sind Berufsfamilien übergreifend konzipiert, um Wissen an Schnittstellen zwischen Fachbereichen zu vermitteln.



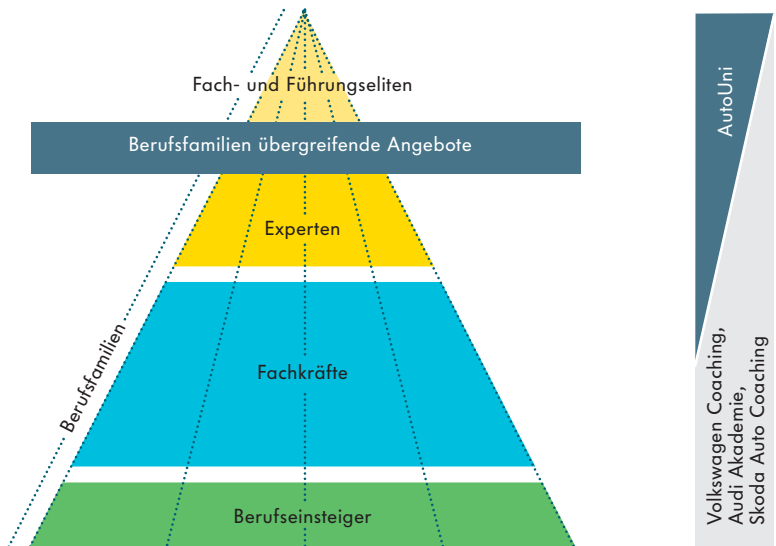
Zielgruppen

Die Lehrveranstaltungen der AutoUni richten sich vor allem an Fach- und Führungseliten im Konzern. So werden spezielle Konferenzen und Vorträge ausschließlich für Top Manager und Führungskräfte angeboten. Darüber hinaus gibt es auch Veranstaltungen für Facheliten, die besonders mit den Berufsfamilien übergreifenden Angeboten angesprochen werden sollen.

Die meisten Vorträge stehen allen Konzernangehörigen offen, einige richten sich auch an die allgemeine Öffentlichkeit.



Zielgruppen



In den Berufsfamilien werden alle Mitarbeiter vom Berufseinsteiger bis zur Führungselite qualifiziert. Die wissenschaftliche Qualifizierung der Fach- und Führungseliten erfolgt durch die AutoUni.

Beispiele für Berufsfamilien sind Aggregate, Beschaffung, Qualitätssicherung, Werkzeugbau und Human Resources.

Beispiele für Berufsfamilien übergreifende Angebote der AutoUni sind die Programme Powertrain sowie Marketing, Vertrieb und Financial Services.



Die Angebotsstruktur

AutoUni			
Lehre		Forschung	
Angebote für Berufsfamilien	Kooperative Studienmodule	Doktorandenprogramm	Wissenschaftsprojekte
Berufsfamilien übergreifende Angebote	Vortragsreihen		

Hochschulkooperationen (Koordination)

Audi		Skoda	Volkswagen		VWN	Auto Europa	Seat
INI.TUM	INI.FAU	Skoda Hochschule	VWIB	NZF	LU H	U Porto	ESADE
INI.LMU	IAF	IPFM	VWID	VWIPMI			Art Center
AHI B	AHI G						
ALMR	ALL						
HIN	AIFA						

INI.TUM Ingolstadt Institute der TU München
INI.FAU Ingolstadt Institute der Friedrich-Alexander Universität Erlangen-Nürnberg
INI.LMU Ingolstadt Institute der Maximilians-Universität München
HIN Hochschul Institute Neckarsulm
IAF Institut für Angewandte Forschung
AHI B Audi Hungaria Institut Budapest
AHI G Audi Hungaria Institut Győr
ALMR Audi Lab for Market Research, Uni St. Gallen
AIFA Audi Institut für Arbeit, Kath. Universität Eichstätt

ALL Audi Lab for Logistics, Uni Dortmund
IPFM Institute for Industrial and Financial Management, Prag
VWIB Volkswagen Institut für Beschaffung
VWID Volkswagen Institut für Design
VWIPMI Volkswagen Institut für Produktmanagement und Innovation
NZF Niedersächsisches Zentrum für Fahrzeugtechnik
VWN Volkswagen Nutzfahrzeuge
LU H Leibnitz Universität Hannover
U Porto University Porto
ESADE ESADE Business School
Art Center ArtCenter College of Design, Barcelona
 in Gründung



Angebote in der Lehre

Angebote für Berufsfamilien

Programme, Konferenzen und Vorträge für die Angehörigen bestimmter Berufsfamilien vermitteln und vertiefen anwendungsbezogene fachliche Kenntnisse ("Expertenwissen") auf höchstem wissenschaftlichem Niveau. Die Veranstaltungen haben ihren Schwerpunkt stets in einem Themengebiet.

Berufsfamilien übergreifende Angebote

Diese Angebote vermitteln breite, gleichwohl fundierte wissenschaftliche Kenntnisse und wenden sich an mehr als eine Berufsfamilie. Der Fokus ist stets auf übergreifende Zusammenhänge und Abläufe gerichtet. Ziel ist es, den Teilnehmern einen wissenschaftlich gesicherten Überblick zu verschaffen.

Kooperative Studienmodule

Die AutoUni bietet in Abstimmung mit den entsprechenden Unternehmensbereichen Angebote für berufsbegleitendes Lernen in Kooperation mit ausgewählten Hochschulen an.

Vortragsreihen

Hier werden Vorträge im Rahmen von Abendveranstaltungen durchgeführt, wie z.B. "What's hot in Science?", "Erfolgsgeschichten" oder Länderreihen. Die Vorträge finden an unterschiedlichen Standorten des Konzerns statt.



Veranstaltungsarten

Programme

Die Programme verbinden neueste anwendungsbezogene wissenschaftliche Erkenntnisse mit aktuellem Praxiswissen. Sie beziehen externe und interne Wissenschaftler und Fachexperten in die Lehre ein und behandeln anhand von Fallbeispielen aktuelle Unternehmensthemen. Distanz- und Präsenzlernphasen wechseln einander ab ("Blended Learning"). Programme werden in enger Abstimmung mit den Fachbereichen entwickelt.

Die Programme der Berufsfamilien übergreifenden Angebote orientieren sich in erster Linie an den Kerngeschäftsprozessen des Konzerns.

Programme für Berufsfamilien sind dagegen deutlich fachspezifischer.

Konferenzen

Konferenzen für Berufsfamilien fördern den Dialog, der durch wissenschaftliche Impulse angeregt, informelles Lernen auf dem neuesten Stand der Forschung ermöglicht. Sie konzentrieren sich thematisch auf einen fachlichen Schwerpunkt. Die Veranstaltungen fördern darüber hinaus die Vernetzung und den Erfahrungsaustausch der Teilnehmerinnen und Teilnehmer.

Berufsfamilien übergreifende Konferenzen beziehen sich in der Regel auf ein größeres Themenspektrum und vermitteln einen breiteren Einblick.

Vorträge

Mit ihren Vorträgen holt die AutoUni zu aktuellen Themen der Branche wissenschaftliche Informationen erster Güte in den Konzern. Sie setzen sich aus Referat und Diskussion zusammen und sind dazu gedacht, in komprimierter Form aktuelles Wissen zu vermitteln. Vorträge in den Berufsfamilien übergreifenden Angeboten wenden sich eher an ein breites Publikum, solche in den Angeboten für Berufsfamilien eher an ein Fachpublikum.



Anmeldung

Wir freuen uns, Sie bald als Teilnehmerin oder 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 Denise Kunze, Telefon: +49 (0) 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.

Internationale Qualitätsmanagement-Konferenz

Der Begriff Qualitätsmanagement ist heute unabdingbar mit Prozessmanagement verbunden.

Den Schwerpunkt der Konferenz bilden daher Trends und Entwicklungen auf den Gebieten Qualitätsmanagement und Prozessoptimierung. Hierfür werden best practices aus dem Konzern sowie aus anderen bedeutenden Organisationen vorgestellt und diskutiert. Ergänzt wird das Programm mit Beiträgen aus der Wissenschaft.

Der Zugang steht allen Interessierten und Qualitätsmanagementberatern offen.

Ansprechpartner für inhaltliche Fragen

Liane Röhrdanz

liane.roehrdanz@volkswagen.de, Telefon +49 (0) 53 61-896-2110

Zielgruppe

Qualitätsmanagement-berater sowie

Interessierte aus dem Konzern

Dauer

1 Tag

Termin

28. Mai 2008

Veranstaltungsort

MobileLifeCampus,
Wolfsburg

Anmeldung

anmeldung@autouni.de

<http://www.autouni.de>

Teilnahmegebühr

auf Anfrage

zzgl. Reise- und

Übernachungskosten

Aspekte der Lieferantenintegration

Zielgruppe

Fach- und
Führungseliten der
Berufsfamilie
Beschaffung

Dauer

1 Tag

Termin

Mai 2008

Veranstaltungsort

MobileLifeCampus,
Wolfsburg

Anmeldung

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

Teilnahmegebühr

€ 500,-
zzgl. Reise- und
Übernachungskosten

Wie kaum ein anderer Unternehmensbereich ist die Beschaffung heutzutage einem erheblichen Wandel ausgesetzt. Megatrends wie die voranschreitende Globalisierung, das verstärkte Outsourcing von Wertschöpfung und der anhaltende Konzentrationsprozess in der Automobilindustrie verändern das Verhältnis Kunde/Lieferant in ganz erheblichem Maße. Der ständige Wunsch der Märkte nach Innovation und Individualität, die damit steigende Produktkomplexität bei gleichzeitig sich 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 Lieferantenintegration bewältigt werden. Unter Einbeziehung angrenzender Funktionen wie Entwicklung oder Produktion entsteht dabei ein vielschichtiges "Wertschöpfungsnetzwerk", das in einer fairen Balance aus Wettbewerb und Partnerschaft gestaltet werden will.

In der zweiten Veranstaltung zu diesem Thema stehen nun die entscheidenden Erfolgsfaktoren im Netzwerkmanagement oder das Lieferantenmanagement eines weiteren namhaften Wettbewerbers im Fokus.

Ansprechpartner für inhaltliche Fragen

Rainer Labenski

rainer.labenski@volkswagen.de, Telefon +49 (0) 53 61-896-2117

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.

Referent:

Prof. Dr. Lothar H. Kallien, Fachhochschule Aalen

Ansprechpartner für inhaltliche Fragen

Lars Köppel

lars.koeppe1@volkswagen.de, Telefon +49 (0) 53 61-896-2123

Zielgruppe

Fach- und Führungseliten aller Bereiche mit Schnittstellen zum Thema Gießereitechnik oder Quereinsteiger

Dauer

2 Tage

Termin

29. – 30. April 2008

Veranstaltungsort

Fachhochschule Aalen

Anmeldung

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

Teilnahmegebühr

€ 1.000,-
zzgl. Reise- und Übernachtungskosten

Zielgruppe

Konzernangehörige

Dauer

1,5 Stunden

Termin

ab Februar 2008

jeweils 18 Uhr

Veranstaltungsort

MobileLifeCampus,
Wolfsburg

Anmeldung

anmeldung@autouni.de

<http://www.autouni.de>

Benchmarking – Wie wird Qualität gemanagt?

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

QM in der Luftfahrzeugindustrie (Februar 2008)

Nicht erst seit "Fliegen zum Taxipreis" in Mode gekommen ist, gewinnt die Luftfahrzeugindustrie immer mehr an Bedeutung. Deshalb sollen in diesem Vortrag die wesentlichen Bestandteile der QM-Systeme in der Luftfahrzeugindustrie dargestellt werden. Was sind effektive Methoden in der Flugzeugherstellung? Wie wird der laufende Flugbetrieb abgesichert? Gibt es Ansätze, die auch für die Automobilindustrie interessant sind?

QM in der Medizintechnik (April 2008)

Die Medizintechnik ist ein sehr sensibler Bereich, der ebenfalls gesetzliche, interne und Kundenanforderungen erfüllen muss. Wie ist ein QM-System in der Medizintechnik aufgebaut? Wie werden die Schulungen durchgeführt, damit weltweit der gleiche Standard angewendet wird?

Diese und andere Fragen werden erläutert und diskutiert.

Außerdem werden best practice-Methoden dargestellt.

Ansprechpartner für inhaltliche Fragen

Liane Röhrdanz

liane.roehrdanz@volkswagen.de, Telefon +49 (0) 53 61-896-2110

"Mit Methode ans Ziel" Ausgewählte (Qualitäts-) Methoden im Überblick

Überblick – Einblick – Durchblick

Welche (Qualitäts-) Methoden werden in der Automobilindustrie eingesetzt? Handelt es sich um neue (bahnbrechende) Trends oder um alten Wein in neuen Schläuchen?

Im Rahmen dieser Vortragsreihe werden einzelne Methoden vorgestellt und es wird deren Einsetzbarkeit in der Automobilindustrie diskutiert.

Themenauswahl:

Design Review Based on Failure Mode (DRBFM)

- Die Methode Design Review Based on Failure Mode (DRBFM) ist eine Kreativitätsmethode und zugleich auch eine Philosophie zur diskursorientierten Designfindung bzw. Designevaluierung.
- DRBFM sorgt dafür, dass Produkte nach einer Änderung ihre hohe Qualität beibehalten.
- Die Methode DRBFM ist aus der Erkenntnis heraus erwachsen, dass Änderungen das höchste Fehlerpotenzial enthalten, unabhängig davon, ob aus Kostengründen, Innovationsdruck oder Anforderungsgründen (z.B. Gesetze) Produkte, Systeme oder Prozesse geändert werden.

Zielgruppe

Konzernangehörige

Dauer

1,5 Stunden

Termin

Mai 2008

jeweils 18 Uhr

Veranstaltungsort

MobileLifeCampus,
Wolfsburg

Anmeldung

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

Ansprechpartner für inhaltliche Fragen

Liane Röhrdanz

liane.roehrdanz@volkswagen.de, Telefon +49 (0) 53 61-896-2110

**Wertanalyse
Funktionen optimieren, Werte steigern****Zielgruppe**

Konzernangehörige

Dauer

1,5 Stunden

Termin

Juni 2008

Veranstaltungsort

MobileLifeCampus,
Wolfsburg

Anmeldung

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

Der Wert eines Produkts ist der zentrale Maßstab für seine Wettbewerbsfähigkeit. Mithilfe einer Wertanalyse können Kosten aufgespürt werden, die auf den Wert des Produkts für den Kunden keinen oder nur einen geringen Einfluss haben.

Die Wertanalyse kann somit zur Kostenoptimierung bestehender Konstruktionen, aber auch zur Entwicklung von Neuprodukten eingesetzt werden.

Die Methode Wertanalyse wird im Rahmen dieser Veranstaltung ausführlich dargestellt und anhand praktischer Beispiele erläutert.

Ansprechpartnerin für inhaltliche Fragen

Liane Röhrdanz
liane.roehrdanz@volkswagen.de, Telefon +49 (0) 53 61-896-2110

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 seinen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern.

Faktoren wie Motivation, Leistungsbereitschaft, Höchstleistungen und Veränderungswille hängen stark davon ab, wie mit den 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. Wimmer, Systemische Organisationsentwicklung, 23. Januar 2008
- Prof. Dr. Staudinger, Demografische Herausforderung, 12. Februar 2008
- Prof. Dr. Pawlowsky, Hochleistungsorganisationen, 26. Februar 2008
- Prof. Dr. Frey, Auf dem Weg zu Spitzenleistung mit Menschenwürde, 01. April 2008
- Prof. Dr. Bruch, Organisationale Energie, 29. April 2008

Zielgruppe

Fach- und Führungseliten

Dauer

1,5 Stunden

Termin

ab 23. Januar 2008

Veranstaltungsort

Pilothalle E 74A,
Wolfsburg
Videokonferenzräume,
Konzernstandorte

Anmeldung

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

Ansprechpartner für inhaltliche Fragen

Dr. Markus Holzinger

markus.holzinger@volkswagen.de, Telefon +49 (0) 53 61-896-2106

Challenges in Insurance Management

Zielgruppe

Fach- und
Führungseliten der
Berufsfamilie Financial
Services/Versicherungen

Dauer

1,5 Stunden

Termin

Februar, April, Juni 2008

Veranstaltungsort

Konferenz- und Finanz
Center, Braunschweig

Anmeldung

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

Die automotive Versicherungswelt befindet sich in einer Phase von grundlegenden Herausforderungen. In mehreren Vorträgen sollen diese Felder beschrieben und Lösungsansätze aufgezeigt werden.

Service Excellence

Am Beispiel des exzellenten Services der Hotelgruppe The Ritz Carlton wird die Philosophie des Hauses vorgestellt und aufgezeigt auf welcher Grundlage diese basiert und mit welchen Mitteln sie umgesetzt wird. Anschließend soll erörtert werden, wie einzelne Aspekte, z.B. in der Dienstleistungsorientierung, Kundenzufriedenheit und der kontinuierlichen Verbesserung, auf Versicherungsunternehmen übertragen werden können.

Aufsichtsrechtliche Anforderungen: VVG-Reform und Solvency II

Die Marktentwicklung wird zunehmend von exogenen Faktoren geprägt. Die aktuelle Reform des Versicherungsvertragsgesetzes sowie künftige Solvabilitätsvorschriften für die Eigenmittelausstattung von Versicherungsunternehmen stellen Unternehmen und Geschäftsmodelle vor neue Herausforderungen. Im Vortrag sollen die Hintergründe und die Auswirkungen auf die Versicherungswirtschaft aufgezeigt sowie die weiteren Entwicklungen skizziert werden.

Versicherungsvertrieb im Automobilhandel

Im Vortrag werden die Entwicklungen des Versicherungsvertriebs im Automobilhandel der letzten Jahre erläutert. Die Herausforderungen, aber auch die Chancen der zukünftigen Entwicklung werden skizziert und anschließend diskutiert.

Ansprechpartner für inhaltliche Fragen

Markus Krause

markus.krause@volkswagen.de, Telefon +49 (0) 53 61-896-2202

Elektronik im Fahrzeug

Das Programm "Elektronik im Fahrzeug" ist modular aufgebaut und gliedert sich in vier zentrale Themenfelder: Industrie und Markt, Technik, Managementprozesse sowie Softwareentwicklungsprozesse. Programmbegleitende Praxisbeispiele und Projektarbeit an praxisrelevanten Problemschwerpunkten runden das Angebot ab.

Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer des Programms stärken ihre funktions- und bereichsübergreifenden Kompetenzen sowie ihre Vernetzung im Konzern und ihren Bezug zu den Kunden.

Darüber hinaus erhalten sie durch interne und externe Dozenten des Themengebiets "Elektronik/Elektrik" aktuelles Fachwissen, einen Überblick über das Marktgeschehen und Hilfestellungen bei der Umsetzung des Seminarinhalts in die Praxis.

Ansprechpartner für inhaltliche Fragen

Dr. Bernd Petzold

bernd.petzold@volkswagen.de, Telefon +49 (0) 53 61-896-2120

Zielgruppe

Konzernangehörige,
deren Tätigkeitsschwerpunkt im Bereich
Elektronik liegt

Dauer

4 Monate

Termin

Mai – November 2008

Veranstaltungsort

Braunschweig
Wolfsburg
Ingolstadt

Anmeldung

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

Teilnahmegebühr

€ 4.800,-
zzgl. Reise- und
Übernachungskosten

Zielgruppe

Konzernangehörige,
deren Tätigkeitsschwer-
punkt im Bereich
Fahrwerk liegt

Dauer

4 Monate

Termin

Januar – Mai 2008

Veranstaltungsort

Braunschweig
Ingolstadt
Wolfsburg

Anmeldung

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

Teilnahmegebühr

€ 4.800,-
zzgl. Reise- und
Übernachungskosten

Fahrwerk

Das Programm "Fahrwerk" ist eine prozessorientierte Qualifizierung, die das Ziel hat, funktions- und hierarchieübergreifende Kompetenzbildung und Vernetzung im Konzern zu fördern und den Bezug zum Kunden zu stärken.

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 im Themengebiet "Fahrwerk" aktuelles Fachwissen, einen Überblick über das Marktgeschehen und geben Hilfestellungen bei der Umsetzung des Seminarinhaltes in die Praxis.

Präsenzveranstaltungen

30. Januar 2008
04. – 06. März 2008
22. – 24. April 2008
27. – 29. Mai 2008

Ansprechpartner für inhaltliche Fragen

Dr. Bernd Petzold
bernd.petzold@volkswagen.de, Telefon +49 (0) 53 61-896-2120

Gesamtfahrzeug – testen, messen und bewerten

Der zunehmende globale Wettbewerbsdruck erfordert ein permanentes Engagement des Unternehmens in die Entwicklung, Herstellung und den Vertrieb von erstklassigen Produkten.

Zur Aufrechterhaltung der Wettbewerbsfähigkeit sind die Fahrzeuge von der Konzeptphase über die Serienfertigung, den SOP bis zu den Modellpflegen zu testen und an den definierten Eigenschaften zu messen.

Der Vergleich mit Wettbewerbsfahrzeugen und die Projizierung auf zukünftige Marktanforderungen helfen, die Schlüsselfaktoren für erfolgreiche Fahrzeuge zu definieren.

Dafür ist es erforderlich, Erkenntnisse aus Vergleichsfahrten, Wettbewerbsanalysen, gewonnenen Messwerten sowie aus konzerneigenem Know-how im Rahmen des Entwicklungsprozesses in der Fahrzeugentwicklung umzusetzen, um somit ein Höchstmaß an nachhaltiger Kundenzufriedenheit zu erzielen.

Das Programm Gesamtfahrzeug vermittelt hierzu das aktuelle Fachwissen, um Fahrzeuge sowohl aus Sicht der Technik als auch anhand der gewünschten Kundenanforderungen zu bewerten. Die Dozenten sind Experten des Volkswagen Konzerns, deutscher Hochschulen sowie von Partnerfirmen des Volkswagen Konzerns.

Ansprechpartner für inhaltliche Fragen

Lars Köppel

lars.koeppe1@volkswagen.de, Telefon +49 (0) 53 61-896-2123

Zielgruppe

Konzernangehörige, deren Tätigkeitsschwerpunkt im Bereich Fahrzeugentwicklung oder Produktion liegt

Dauer

5 Monate

Termin

Start im 2. Quartal 2008

Veranstaltungsort

verschiedene Konzernstandorte

Anmeldung

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

Teilnahmegebühr

auf Anfrage
zzgl. Reise- und Übernachtungskosten

Powertrain China

Zielgruppe

Konzernangehörige,
deren Tätigkeitsschwer-
punkt im Bereich
Powertrain liegt

Dauer

5 Monate

Termin

Start im 2. Quartal 2008

Veranstaltungsort

verschiedene
Konzernstandorte in
China

Anmeldung

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

Teilnahmegebühr

auf Anfrage
zzgl. Reise- und
Übernachungskosten

Die Zukunft der Mobilität in China wird maßgeblich von der Weiterentwicklung der Antriebstechnik und ihrer Bewertung durch den Kunden beeinflusst.

Das enorme Potenzial der Mobilisierung aller Bevölkerungsschichten und Regionen stellt in vielerlei Hinsicht eine Herausforderung dar.

Powertrain, als Kernkompetenz eines Automobilherstellers betrachtet, dient hierbei in großem Maße der Wettbewerbsdifferenzierung und Marktpositionierung.

Das Programm Powertrain China vermittelt insbesondere marktbezogenes, aktuelles Fachwissen zu Markt, Technik und Unternehmensabläufen sowie landesspezifischen Umwelthanforderungen.

Praxisteile und begleitende Projektarbeit runden die Inhalte ab.

Die Dozenten sind Experten des Volkswagen Konzerns, nationaler Hochschulen sowie von Partnerfirmen des Volkswagen Konzerns.

Ansprechpartner für inhaltliche Fragen

Lars Köppel
lars.koeppe1@volkswagen.de, Telefon +49 (0) 53 61-896-2123

Powertrain Europa

Die Zukunft des Automobils wird maßgeblich von der Weiterentwicklung der Antriebstechnik und deren Bewertung durch den Kunden beeinflusst. Als Kernkompetenz eines Automobilherstellers dient sie in hohem Maße der Wettbewerbsdifferenzierung.

Powertrain vermittelt das aktuelle Fachwissen zu Markt, Technik und Unternehmensabläufen.

Praxisteile und begleitende Projektarbeit runden die Inhalte ab.

Die Dozenten sind Experten des Volkswagen Konzerns, deutscher Hochschulen sowie von Partnerfirmen des Volkswagen Konzerns.

Virtueller Kick Off

14. Januar 2008

Präsenzveranstaltungen

23. – 24. Januar 2008

04. – 05. März 2008

03. – 04. April 2008

07. – 08. Mai 2008

18. – 19. Juni 2008

Ansprechpartner für inhaltliche Fragen

Lars Köppel

lars.koeppe1@volkswagen.de, Telefon +49 (0) 53 61-896-2123

Zielgruppe

Konzernangehörige,
deren Tätigkeitsschwerpunkt im Bereich
"Powertrain" liegt

Dauer

5 Monate

Termin

Januar – Juni 2008

Veranstaltungsort

verschiedene
Konzernstandorte

Anmeldung

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

Teilnahmegebühr

€ 4.800,-
zzgl. Reise- und
Übernachungskosten

Beschaffung und Logistik

Zielgruppe

Konzernangehörige,
Tätigkeitsschwerpunkt
Bereich Beschaffung
oder Logistik

Dauer

4 Monate

Termin

Februar – Juni 2008

Veranstaltungsort

Wolfsburg
Ingolstadt
Hamburg

Anmeldung

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

Teilnahmegebühr

€ 4.800,-
zzgl. Reise- und
Übernachungskosten

Das Programm "Beschaffung und Logistik" wurde in enger Kooperation mit den Fachbereichen entwickelt, um die Gemeinsamkeiten der betroffenen Bereiche am Produktentstehungsprozess und am Kundenauftragsprozess darzustellen und Potenziale bei der Verbesserung von Schnittstellen zu beleuchten. Zudem werden die Themen "Globalisierung" und "Supply Chain" an der Prozesskette gespiegelt und die Auswirkungen auf die Bereiche reflektiert. Ergänzend zieht sich durch alle Themenbereiche eine starke Zukunftsorientierung, indem die Agenda 2015 sowie die Beschaffungs- und Logistikstrategien konsequent einbezogen und innovative Konzepte vorgestellt werden.

Virtueller Kick Off

11. Februar 2008

Präsenzveranstaltungen

11. – 13. März 2008
06. – 08. Mai 2008
18. – 20. Juni 2008

Ansprechpartner für inhaltliche Fragen

Martina Herlyn
martina.herlyn@volkswagen.de, Telefon +49 (0) 53 61-896-2122

Komponente

"Komponentenstrategie ist immer eine Kompetenzstrategie", so das Credo von Prof. Dr. Werner Neubauer, Volkswagen Markenvorstand und Generalbevollmächtigter für den Geschäftsbereich Komponente im Konzern. Beim Thema Komponente gehe es nicht nur um Kosten, sondern immer auch um Wissen, Know-how und Können. "Nur wenn wir den Kompetenzvorsprung gegenüber unseren Wettbewerbern halten und ausbauen, können wir die Arbeitsplätze auf Dauer sichern."

Diese neuen Prozesse und Strukturen sowie die Strategie der Komponente werden in diesem Programm vorgestellt, damit die Teilnehmer sie kennen lernen und bei ihrer täglichen Arbeit mit Leben erfüllen.

Ansprechpartner für inhaltliche Fragen

Dr. Frank von Lacroix

frank.lacroix@volkswagen.de, Telefon +49 (0) 53 61-896-2103

Zielgruppe

Mitarbeiter der
Komponente

Dauer

3 Monate

Termin

ab April 2008

Veranstaltungsort

Verschiedene Standorte
der Komponente

Anmeldung

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

Teilnahmegebühr

€ 4.800,-
zzgl. Reise- und
Übernachungskosten

Management of Technologies

Zielgruppe

Fach- und
Führungseliten aus
Südamerika

Dauer

2 Monate

Termin

ab Mai 2008

Veranstaltungsort

Brasilien

Anmeldung

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

Teilnahmegebühr

auf Anfrage
zzgl. Reise- und
Übernachungskosten

For the fourth time the AutoUni will offer the course "Management of Technologies" in Brazil. Drawing on the master concept for the first module of "Management of Technologies", this course has been designed to enable participants to understand the role of strategic management of technology and innovation in sustaining the long-term competitive performance of large technology-based corporations in the global economy.

The six topics of the course are:

- Fundamentals of Technology and Innovation Management
- Innovative Capabilities and Technological Learning Processes
- The Market as Source of Innovative Activities
- Product Innovation, Modularity and the Role of Supply Chain
- Corporate Entrepreneurship and Innovation
- Culture and Innovation Management

This course will be offered in English language.

Ansprechpartner für inhaltliche Fragen

Dr. Frank von Lacroix
frank.lacroix@volkswagen.de, Telefon +49 (0) 53 61-896-2103

Marketing, Vertrieb und Financial Services

Heute schon wissen, was der Kunde morgen wünscht – das ist der Weg, um das Produkt- und Leistungsspektrum noch effizienter an die Anforderungen der Märkte anzupassen. 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 "Quo vadis Marke(n)?", "Quo vadis Kunde?", "Quo vadis Handel?", "Steuerung des Handels", "Zukünftige Vertriebsstrategien", "Preis-Leistungs-Verhältnis", "Finanzierung", "Incentives", "Aftersales" und "CRM" vermitteln hochkarätige Wissenschaftler aktuelles und fundiertes Fach- und Erfahrungswissen. Gemeinsam mit ausgewiesenen Experten aus dem Konzern gestalten sie das Programm.

Virtueller Kick Off

14. Februar 2008

Präsenzveranstaltungen

06. – 07. März 2008

17. – 18. April 2008

22. – 23. Mai 2008

25. – 27. Juni 2008

Ansprechpartner für inhaltliche Fragen

Markus Krause

markus.krause@volkswagen.de, Telefon +49 (0) 53 61-896-2202

Zielgruppe

Konzernangehörige,
Tätigkeitsschwerpunkt
Bereich Marketing,
Vertrieb oder Financial
Services

Dauer

5 Monate

Termin

Februar – Juni 2008

Veranstaltungsort

Konzernstandort
Autohaus
u.a.

Anmeldung

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

Teilnahmegebühr

€ 4.800,-
zzgl. Reise- und
Übernachungskosten

Volkswagen Weg

Zielgruppe

Fach- und
Führungseliten

Termin

ab März 2008

Veranstaltungsort

MobileLifeCampus,
Wolfsburg

Anmeldung

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

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

Die AutoUni begleitet den Volkswagen Weg in 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.

Die Konferenz ist die Auftaktveranstaltung der Veranstaltungsreihe.

Auf die weiteren Veranstaltungen wird jeweils mit gesonderten Einladungen hingewiesen.

Ansprechpartner für inhaltliche Fragen

Dr. Birgit van Berk

birgit.berk@volkswagen.de, Telefon +49 (0) 53 61-896-2109

Hybridfahrzeuge

Aufgrund der aktuellen gesellschaftspolitischen Diskussion über nachhaltige Energieträger und den Klimawandel werden auch Hybridkonzepte im Bereich der individuellen Mobilität intensiv diskutiert.

Dabei gibt es aus technischer Sicht unterschiedliche Hybridkonzepte und es ist zurzeit nicht absehbar, welche Entwürfe am Markt die erfolgreichsten sein werden.

Trotz vielfältiger Forschungsaktivitäten der Automobilhersteller und Zulieferer auf dem Gebiet der Hybridantriebe werden bislang nur von wenigen Unternehmen Serienautomobile mit Hybridantrieb auf dem Markt angeboten.

Entsprechend gering sind daher die Kenntnisse über die Integration von Hybridfahrzeugen in den Fertigungsprozess, den Vertrieb und die Kundenbetreuung.

Auf dieser Konferenz werden die aktuellen Konzepte vorgestellt und die Herausforderungen für unterschiedliche Bereiche aus verschiedenen Perspektiven von externen und internen Know-how-Trägern diskutiert.

Einzelne Schwerpunkte der Technik von Kernbauteilen werden besonders vertieft.

Ansprechpartner für inhaltliche Fragen

Lars Köppel

lars.koeppe1@volkswagen.de, Telefon +49 (0) 53 61-896-2123

Zielgruppe

Fach- und
Führungseliten aller
Bereiche mit
Schnittstellen zum Thema
Hybridfahrzeug

Dauer

2 Tage

Termin

Juni 2008

Veranstaltungsort

MobileLifeCampus,
Wolfsburg

Anmeldung

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

Teilnahmegebühr

€ 1.000,-
zzgl. Reise- und
Übernachungskosten

Innovationen in Unternehmen

Zielgruppe

Fach- und
Führungseliten

Dauer

1 Tag

Termin

KW 14 2008

Veranstaltungsort

MobileLifeCampus,
Wolfsburg

Anmeldung

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

Teilnahmegebühr

€ 500,-

zzgl. Reise- und
Übernachungskosten

Innovationen sind wichtige, wenn nicht sogar entscheidende Faktoren für den Wettbewerbserfolg von Unternehmen. Aus diesem Grund hat die AutoUni das Thema Innovationen gemeinsam mit der Fraunhofer-Gesellschaft näher beleuchtet und in den Mittelpunkt von vier Konferenzen gestellt.

Die erste Konferenz befasst sich mit den grundsätzlichen Perspektiven von Innovationen. Dies ist zum einen eine historische Perspektive, die betrachtet, welche Unternehmen in der Öffentlichkeit als innovativ wahrgenommen wurden. Zum anderen ist dies die Betrachtung von Trends in Zukunftsmärkten wie z.B. Globalisierung und Flexibilisierung und den daraus folgenden veränderten Rahmenbedingungen für Innovationen.

Anhand von Beispielen aus ausgewählten Unternehmen wird gezeigt wie diese agieren, um Innovationen in schnelllebigen Märkten umzusetzen. Hier stehen insbesondere die internen Prozesse zur Diskussion, die innovative Produkte voranbringen. Dieses Managen von Innovationen ist der zweite Schwerpunkt dieser Konferenz.

Im dritten Teil des Veranstaltungstages wird das Managen von Innovationen bei Volkswagen diskutiert und die Übertragbarkeit der Erfahrungen aus den anderen Unternehmen auf unsere Produkte und Prozesse betrachtet.

Ansprechpartner für inhaltliche Fragen

Lars Köppel

lars.koeppe1@volkswagen.de, Telefon +49 (0) 53 61-896-2123

Innovationen in der Fertigung

Innovationen sind wichtige, wenn nicht sogar entscheidende Faktoren für den Wettbewerbserfolg von Unternehmen. Aus diesem Grund hat die AutoUni das Thema Innovationen gemeinsam mit der Fraunhofer-Gesellschaft näher beleuchtet und in den Mittelpunkt von vier Konferenzen gestellt.

In dieser zweiten Konferenz geht es um Innovationen, die im Bereich der Fertigung von Fahrzeugen zu erwarten sind.

Es werden folgende Schwerpunkte gesetzt:

- Welche Fabrikkonzepte werden in der Zukunft zu erwarten sein und welche haben die größten Chancen zur Realisierung?
- Ressourceneffiziente Produktion bei der Fahrzeugfertigung: Als Reaktion auf die aktuell anhaltende Diskussion über den Klimawandel müssen nicht nur unsere Fahrzeuge schonend mit Ressourcen umgehen. Auch die Fahrzeugfertigung kann einen erheblichen Anteil zum Ressourcenschutz beitragen.
- Innovationen in der Fertigungsplanung und internen Logistik: Welche Konzepte, Methoden und Verfahren werden zukünftig zur Verfügung stehen und welche Chancen und Herausforderungen sind damit verbunden?
- Berücksichtigung des Menschen in der Fertigung: Welches sind die notwendigen Qualifizierungsstandards und wie sehen altersgerechte Arbeitsplätze aus?

Die Konferenz gibt damit einen Ausblick auf die mögliche Fahrzeugfertigung in der Zukunft.

Ansprechpartner für inhaltliche Fragen

Dr. Frank von Lacroix

frank.lacroix@volkswagen.de, Telefon +49 (0) 53 61-896-2103

Zielgruppe

Fach- und
Führungseliten

Dauer

1 Tag

Termin

KW 17 2008

Veranstaltungsort

MobileLifeCampus,
Wolfsburg

Anmeldung

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

Teilnahmegebühr

€ 500,-
zzgl. Reise- und
Übernachungskosten

Innovationen im Fahrzeug

Zielgruppe
Fach- und
Führungseliten,
insbesondere aus dem
Bereich Entwicklung

Innovationen sind wichtige, wenn nicht sogar entscheidende Faktoren für den Wettbewerbserfolg von Unternehmen. Aus diesem Grund hat die AutoUni das Thema Innovationen gemeinsam mit der Fraunhofer-Gesellschaft näher beleuchtet und in den Mittelpunkt von vier Konferenzen gestellt.

Dauer
1 Tag

Dieser dritte Konferenztag zum Thema Innovationen beschäftigt sich mit den wichtigsten Produkten des Volkswagen Konzerns, den Autos.

Termin
KW 21 2008

Folgende drei Schwerpunkte werden dabei gesetzt:

Veranstaltungsort
MobileLifeCampus,
Wolfsburg

1. Das intelligente Fahrzeug ist mit allen Fahrerassistenzsystemen zur Erhöhung der Sicherheit und Verbesserung der Bequemlichkeit ausgestattet.
2. Das flexible Fahrzeug kann von den Kunden zu den verschiedensten Zwecken eingesetzt werden.
3. Das emissionsarme Fahrzeug ist so weit optimiert, dass CO₂- und Schadstoffausstoß minimal sind.

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

Teilnahmegebühr
€ 500,-
zzgl. Reise- und
Übernachungskosten

Zum Beginn der Konferenz sind diese zukunftssträchtigen Fahrzeuge zwar noch nicht fertig gestellt, aber gemeinsam mit der Fraunhofer-Gesellschaft werden die Innovationen auf dem Weg dahin vorgestellt und diskutiert.

Ansprechpartner für inhaltliche Fragen

Lars Köppel

lars.koepfel@volkswagen.de, Telefon +49 (0) 53 61-896-2123

Innovationen bei Zulieferern

Innovationen sind wichtige, wenn nicht sogar entscheidende Faktoren für den Wettbewerbserfolg von Unternehmen. Aus diesem Grund hat die AutoUni das Thema Innovationen gemeinsam mit der Fraunhofer-Gesellschaft näher beleuchtet und in den Mittelpunkt von vier Konferenzen gestellt.

Diese vierte Konferenz widmet sich den Innovationen im unternehmerischen Umfeld des Konzerns – dem Bereich der Zulieferindustrie.

Es werden folgende Schwerpunkte gesetzt:

- Entwicklung von Beschaffungsmärkten: Vor dem Hintergrund einer weltweit zunehmenden Rohstoffnachfrage und damit einhergehenden Preissteigerungen sind neue Konzepte für die Sicherung von Rohstoffquellen erforderlich.
- Potenziale externer Logistikunternehmen: Welche Chancen bietet RFID – Radio Frequency Identification – und wo sind die Grenzen?
- Konzentration von Zulieferern: Es ist zu erwarten, dass der Zusammenschluss von Zulieferern unter einem gemeinsamen Dach weiter andauern wird. Welche Struktur haben Zulieferer in der Zukunft? Welche Handlungsoptionen hat ein OEM in dieser Situation?

Die Konferenz gibt damit einen Ausblick auf das Umfeld des Unternehmens und auf mögliche Handlungsoptionen in der Zukunft.

Ansprechpartner für inhaltliche Fragen

Dr. Frank von Lacroix

frank.lacroix@volkswagen.de, Telefon +49 (0) 53 61-896-2103

Zielgruppe
Fach- und
Führungseliten

Dauer
1 Tag

Termin
KW 24 2008

Veranstaltungsort
MobileLifeCampus,
Wolfsburg

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

Teilnahmegebühr
€ 500,-
zzgl. Reise- und
Übernachungskosten

Europäische Automobilindustrie im Wandel: Organisation und Führung in globalen Unternehmen

Zielgruppe

Fach- und
Führungseliten

Dauer

1 Tag

Termin

März 2008

Veranstaltungsort

MobileLifeCampus,
Wolfsburg

Teilnahmegebühr

€ 500,-

zzgl. Reise- und

Übernachungskosten

Die Globalisierung der Wirtschaft stellt die Unternehmen vor qualitativ neue Herausforderungen. Konzerne agieren nun als international weit verzweigte Netzwerke von Firmenniederlassungen und Beteiligungen, in denen die Unternehmenszentrale die global ausgerichteten Tätigkeiten koordiniert. Der Gestaltungsspielraum für die geografische Verteilung von Ressourcen und Produkten ist erheblich erweitert.

Die Teilnehmer sollen mit der Globalisierung der Wirtschaft und deren übergreifenden Wirkungskräften vertraut gemacht werden, um die vielfältigen Aspekte und Probleme internationaler Geschäftsaktivitäten für den Volkswagen Konzern zu erkennen und zu lösen.

Im Einzelnen sollen folgende Forschungsthemen diskutiert werden, die von international renommierten Spezialisten präsentiert werden:

- Internationalisierungspfade in der Automobilindustrie
- internationale Organisationen
- Führung in internationalen Kontexten

Ansprechpartner für inhaltliche Fragen

Dr. Markus Holzinger

markus.holzinger@volkswagen.de, Telefon +49 (0) 53 61-896-2106

Europa der Dienstleistungen – Eröffnungsveranstaltung

Die institutionellen Rahmenbedingungen des europäischen Marktes werden von der Europäischen Kommission abgestimmt und reguliert. Besonderer Informations- und Diskussionsbedarf für Volkswagen besteht in den technischen und ökologischen Normen sowie in den Vertriebs- und Wettbewerbsregeln der Europäischen Union.

Aufgrund der gesamtgesellschaftlichen Bedeutung des Themas ist die erste Veranstaltung der Reihe öffentlich:

"Festung Europa" – Ein Hemmschuh für Global Player?

Vortragende

Prof. Dr. Thomas Straubhaar, Präsident,
Hamburgisches WeltWirtschaftsinstitut (HWWI)
Prof. Dr. Wolf Schäfer, Europa-Kolleg, Europa-Kolleg Hamburg

Die anschließenden halbtägigen Konferenzen konkretisieren das Thema im Blick auf Volkswagen.

Ansprechpartner für inhaltliche Fragen

Dr. Dirko Thomsen
dirko.thomsen@volkswagen.de, Telefon +49 (0) 53 61-896-2125

Zielgruppe
Öffentlichkeit

Dauer
2 Stunden

Termin
Eröffnungsvortrag
30. Januar 2008
18 – 20 Uhr

Veranstaltungsort
MobileLifeCampus,
Wolfsburg

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

Teilnahmegebühr
Die Teilnahme ist
kostenfrei

Zielgruppe

Fach- und
Führungseliten

Dauer

4 Stunden
jeweils 15 – 19 Uhr

Termin

ab 13. Februar 2008

Veranstaltungsort

MobileLifeCampus,
Wolfsburg

Anmeldung

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

Teilnahmegebühr

€ 500,-
zzgl. Reise- und
Übernachungskosten

Europa der Dienstleistungen – Folgeveranstaltungen

Die Veranstaltungen für Volkswagen Angehörige behandeln ein wettbewerbspolitisch wichtiges Thema mit weiter Ausstrahlung auf die gesellschaftliche Entwicklung der Region:

Wissenschaftler und EU-Politiker diskutieren mit Volkswagen Managern folgende Themen:

- Europäisches CO₂-Emissionsgesetz
- Europäische Wettbewerbspolitik
- Kartellverbot und europaweiter Vertrieb
- Zuliefernetzwerke und regionale Wirtschaftsstrukturen

Europas Regulierungsdichte und der Wettbewerb, 13. Februar 2008

Prof. Dr. Thomas Bruha, Europa-Kolleg Hamburg
Prof. Dr. Ninon Colneric, ehemalige EuGH-Richterin
Prof. Dr. Peter Behrens, Universität Hamburg

Transnationaler Dienstleistungs- und Kompetenzaustausch und Zuliefernetzwerke,

17. April 2008

Prof. Dr. Rolf Hasse, Fraunhofer Mittel- und Osteuropa Zentrum Leipzig
Prof. Dr. Ulrich Jürgens, Wissenschaftszentrum Berlin
Dr. Thomas Krause, Vorstand Wolfsburg AG

Ansprechpartner für inhaltliche Fragen

Dr. Dirko Thomsen
dirko.thomsen@volkswagen.de, Telefon +49 (0) 53 61-896-2125

Kompetenzen für Global Player – Eröffnungsveranstaltung

Die Europäische Union hat sich im Lissabonprozess das Ziel gesetzt, bis 2010 der dynamischste und wettbewerbsfähigste Wirtschaftsraum der Welt zu werden.

Ein wesentlicher Schritt zu mehr Wettbewerbsfähigkeit ist die Bemühung der Unternehmen um transparente, effiziente und praxistaugliche Methoden grenzüberschreitender Kompetenzerfassung und -entwicklung.

Unter diesen Bedingungen erlangen Individual-, Team-, Unternehmens-, Regional-, und Netzwerkkompetenzen zunehmend Bedeutung. Wie wirken diese Kompetenzen an europäischen, besonders mitteleuropäischen Standorten zusammen?

Aufgrund der gesamtgesellschaftlichen Bedeutung des Themas Kompetenzen ist die erste Veranstaltung öffentlich:

Kompetenzentwicklung statt Weiterbildung?

- Neue Lernkultur "Kompetenzentwicklung"
- Individuelle und betriebliche Kompetenzen
- Lernen im Prozess der Arbeit und lernfördernde Arbeitsgestaltung
- Kompetenzorientiertes Personalmanagement als Wettbewerbsfaktor

Die folgenden Veranstaltungen konkretisieren das Thema mit Blick auf Volkswagen und seine mitteleuropäischen Standorte.

Ansprechpartner für inhaltliche Fragen

Dr. Dirko Thomsen

dirko.thomsen@volkswagen.de, Telefon +49 (0) 53 61-896-2125

Zielgruppe
Öffentlichkeit

Dauer
1,5 Stunden

Termin
07. Mai 2008
18 – 20 Uhr

Veranstaltungsort
MobileLifeCampus,
Wolfsburg

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

Teilnahmegebühr
Die Teilnahme ist
kostenfrei

Zielgruppe

Fach- und
Führungseliten

Diese Veranstaltungen konkretisieren für Volkswagen Angehörige das Thema im Blick auf die Personalentwicklung und europäische Standorte von Volkswagen.

Dauer

4 Stunden

Kompetenzmessung und -bilanzierung,

04. Juni 2008

Termin

ab 04. Juni 2008
jeweils 15 – 19 Uhr

Schwerpunkte sind qualitative, quantitative und komparative Messungen (Kompetenztests, -pässe, -biographien und -simulationen).

Veranstaltungsort

MobileLifeCampus,
Wolfsburg

Kompetenznetzwerke und Netzwerkkompetenzen,

10. September 2008

Bedeutet Austausch von Engineering- und Produktionskompetenz bei Neugründungen einen Verlust von Kernkompetenz?

Anmeldung

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

Wie sieht der ideale Mix aus individuellen und betrieblichen, lokalen und globalen Kompetenzen an neuen Standorten aus?

Teilnahmegebühr

€ 500,-

zzgl. Reise- und
Übernachungskosten

Benchmark: internationale Personalwirtschaft,

13. November 2008

Wie lassen sich Lernkulturen und Kompetenzentwicklungen international erfassen und vergleichen? Wie sieht die Praxis internationaler Unternehmen aus?

Ansprechpartner für inhaltliche Fragen

Dr. Dirko Thomsen

dirko.thomsen@volkswagen.de, Telefon +49 (0) 53 61-896-2125

Hochleistungsorganisationen

In allen Bereichen gibt es Unternehmen und Organisationen, die sich durch eine besonders hohe Leistungsfähigkeit auszeichnen. Welche Merkmale kennzeichnen diese Systeme? Wie gelingt es Unternehmen, ihre Fachleute und Spitzenkräfte immer wieder neu zu motivieren und zu Höchstleistungen zu bewegen? In der Konferenz sollen zwei verschiedene Forschungsansätze über Hochleistungsorganisationen diskutiert werden,

- der von Karl Weick inspirierte Ansatz über Hochrisikosysteme, wie Kernkraftwerke oder Chemieunternehmen.
Mit diesem Ansatz beschäftigt sich das Forschungsprojekt "Lernen in und von Hochleistungssystemen" an der TU Chemnitz.
- der an der Universität St. Gallen entwickelte Ansatz über "organisationale Energie".
Organisationale Energie wird als Einflussgröße von Höchstleistungen in Unternehmen gemessen und kategorisiert.

In der Veranstaltung werden Faktoren analysiert, die in Teams Höchstleistungen fördern. Es werden Möglichkeiten aufgezeigt, diese Faktoren für den Volkswagen Konzern nutzbar zu machen.

Ansprechpartner für inhaltliche Fragen

Dr. Markus Holzinger

markus.holzinger@volkswagen.de, Telefon +49 (0) 53 61-896-2106

Zielgruppe
Fach- und
Führungseliten

Dauer
1 Tag

Termin
Juni 2008

Veranstaltungsort
Audi, Ingolstadt

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

Teilnahmegebühr
€ 500,-
zzgl. Reise- und
Übernachungskosten

Zielgruppe

Fach- und
Führungseliten

Dauer

2 Tage

Termin

03. – 04. April 2008

Veranstaltungsort

Schloss Eckberg,
Dresden

Anmeldung

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

Teilnahmegebühr

€ 1.000,-
zzgl. Reise- und
Übernachungskosten

Luxus

Das Thema "Luxus" verunsichert. Doch der Markt für Luxusgüter expandiert und der Volkswagen Konzern gestaltet auch Produkte für die Luxusklasse. Was ist Luxus, was ist eine Luxusmarke und wer sind die Kunden?

Der Bereich Luxus ist widersprüchlich: Luxus von der Stange oder als Einzelanfertigung, Luxus als soziales Differenzierungsmittel oder als Stifter von neuen Gemeinschaften. In seiner Widersprüchlichkeit bildet der Luxus immer eine anthropologische Konstante und eine soziale und ökonomische Herausforderung.

Der erste Konferenztag dient der wissenschaftlichen Analyse des Phänomens. Dozenten der Anthropologie, Ökonomie, Kunst und Soziologie analysieren die Vielfalt des Luxus.

Der zweite Tag bietet eine Diskussion mit erfolgreichen Managern von Luxusmarken. Er dient der Analyse von traditionsreichen Marken und Strategien, um für Volkswagen Orientierungspunkte auf dem expandierenden Luxusmarkt zu definieren.

Ansprechpartner für inhaltliche Fragen

Dr. Dirko Thomsen
dirko.thomsen@volkswagen.de, Telefon +49 (0) 53 61-896-2125

Die älter werdende Belegschaft

Die Konferenzreihe zum Thema "Demografischer Wandel" wird 2008 fortgesetzt. Im zweiten Teil sollen die Folgen der Alterung der Belegschaft für das Unternehmen untersucht werden.

Was dem Unternehmen heute auf dem Markt als Kunde begegnet, der wählerische und selbstbewusste "Conscious Life Styler" über 50 Jahre, das hat eine Entsprechung in der Belegschaft des Unternehmens: Der erfahrene und selbstbewusste Mitarbeiter über 50 wird in absehbarer Zeit die Kernbelegschaft von der Montage bis in die Fachliten prägen. Personal- und Organisationsentwicklung sowie Wissensmanagement müssen an die Fähigkeiten und Bedürfnisse einer "reifen" Belegschaft angepasst werden.

Die Konferenz soll zwei Fragen beantworten:

- Wie sehen Personalentwicklung und Organisationsentwicklung für eine Belegschaft von "50+" aus?
- Wie sehen die Ansätze und Projekte aus, die sich an den Standorten von Volkswagen mit der demografischen Herausforderung befassen?

Die Veranstaltung sucht gemeinsam mit Wissenschaftlern und Managern nach neuen Wegen, mit einer älter werdenden Belegschaft im globalen Wettbewerb erfolgreich zu sein.

Ansprechpartner für inhaltliche Fragen

Dr. Dirko Thomsen

dirko.thomsen@volkswagen.de, Telefon +49 (0) 53 61-896-2125

Zielgruppe

Fach- und
Führungseliten

Dauer

1 Tag

Termin

10. Juli 2008

Veranstaltungsort

MobileLifeCampus,
Wolfsburg

Anmeldung

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

Teilnahmegebühr

€ 500,-
zzgl. Reise- und
Übernachungskosten

Web 2.0 und virtuelle 3D-Welten wie Second Life – geeignete Marketinginstrumente für Volkswagen?

Zielgruppe

Fach- und
Führungseliten

Dauer

1 Tag

Termin

15. Januar 2008

Veranstaltungsort

MobileLifeCampus,
Wolfsburg

Anmeldung

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

Teilnahmegebühr

€ 500,-
zzgl. Reise- und
Übernachungskosten

Interaktive Web 2.0-Dienste wie Online-Tagebücher (Weblogs), Online-Bibliotheken (Wikis), Podcasts oder virtuelle Welten haben die Informationsbeschaffung der Konsumenten verändert. Sie ermöglichen Nutzern sich im Internet zu präsentieren, Meinungen zu verbreiten und Inhalte selbst zu produzieren. Der Nutzer wird vom passiven Konsumenten zum aktiven Produzenten. Hatte z.B. der verärgerte Kunde in der Vergangenheit nur wenig Möglichkeiten, seinen Unmut breit zu streuen, erreicht er nun weltweit ein Publikum. Dies fordert die Unternehmensstrategen heraus.

In einer virtuellen 3D-Welt wie "Second Life" bieten sich bei mehreren Millionen registrierten Usern und einer inzwischen entstandenen parallelen Ökonomie auch Chancen für Unternehmen. Renommierte Unternehmen sind bereits in "Second Life" aktiv und nutzen diese virtuelle Welt als Marketing- und Handels-Plattform – die Automobilbranche wird z.B. durch BMW, Toyota, Nissan und Daimler vertreten. In letzter Zeit mehren sich allerdings auch kritische Stimmen zu "Second Life" aus verschiedenen Richtungen.

Anhand von externen und internen Referaten sollen die generellen Chancen und Risiken einer Präsenz von Unternehmen in Internetplattformen diskutiert und Vermarktungsmöglichkeiten in virtuellen Welten für die Marke Volkswagen aufgezeigt werden.

Ansprechpartner für inhaltliche Fragen

Jochen Wawer

jochen.wawer@volkswagen.de, Telefon +49 (0) 53 61-896-2108

Mobilität und Verkehr in ASEAN

Die Länder der Association of Southeast Asian Nations sind immer wieder, nicht nur durch Berichte über die Verhandlungen mit Proton, im Fokus des Volkswagen Konzerns. Mit einer Bevölkerung von knapp 600 Millionen Einwohnern und einem jährlichen Wirtschaftswachstum von 5,5 % haben sich die ASEAN-Staaten vielmehr zu einem aufstrebenden Absatzmarkt für die internationale Automobilindustrie entwickelt.

Auf der Konferenz wird ASEAN jedoch nicht nur als Wirtschaftsraum vorgestellt. Es stehen vor allem die fünf Gründungsmitglieder von ASEAN (ASEAN-5: Indonesien, Malaysia, die Philippinen, Singapur und Thailand) im Vordergrund. Beginnend mit einer näheren Betrachtung der Länder, werden anschließend die Mobilitätsgewohnheiten der ASEAN-Bewohner thematisiert. Besonders intensiv wird auf den Fahrzeugmarkt sowie auf mögliche Handlungsfelder für den Volkswagen Konzern in den ASEAN-5-Staaten eingegangen.

Ansprechpartner für inhaltliche Fragen

Dr. Frank von Lacroix

frank.lacroix@volkswagen.de, Telefon +49 (0) 53 61-896-2103

Zielgruppe

Fach- und
Führungseliten

Dauer

1 Tag

Termin

Juli 2008

Veranstaltungsort

MobileLifeCampus,
Wolfsburg

Anmeldung

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

Teilnahmegebühr

€ 500,-
zzgl. Reise- und
Übernachungskosten

Mobilität und Verkehr in Indien

Zielgruppe

Fach- und
Führungseliten

Dauer

1 Tag

Termin

April 2008

Veranstaltungsort

MobileLifeCampus,
Wolfsburg

Anmeldung

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

Teilnahmegebühr

€ 500,-
zzgl. Reise- und
Übernachungskosten

Indien ist ein wichtiger Standort für den Volkswagen Konzern, da hier einer der größten Wachstumsmärkte für den Verkauf von Automobilen zu finden ist. Zusätzlich gewinnt das Land an Bedeutung, weil Volkswagen in Pune eine eigene Fahrzeugproduktion aufbaut.

Nachdem die AutoUni im letzten Jahr bereits zwei Vortragsreihen dem Land, dem Markt und der Produktion gewidmet hat, möchten wir mit diesem Programm die Mobilitätsgewohnheiten und den Verkehr in Indien genauer unter die Lupe nehmen.

Den Ausgangspunkt hierfür bilden erneut das Land und seine Einwohner mit allen Besonderheiten des indischen Subkontinents. Eine indische Besonderheit sind zum Beispiel der Umfang und Zustand der Straßen und deren "Mischnutzung".

Davon abgeleitet werden die verschiedenen, in Indien üblichen Transportmittel und deren Nutzung vorgestellt sowie die indischen Mobilitätsgewohnheiten näher erläutert. Besonderes Augenmerk liegt dabei natürlich auf dem Straßenverkehr und den dort am häufigsten benutzten Automobilen.

Ansprechpartner für inhaltliche Fragen

Dr. Frank von Lacroix
frank.lacroix@volkswagen.de, Telefon +49 (0) 53 61-896-2103

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 Netzwerkbildung unter den Teilnehmern.

Für das erste Halbjahr 2008 sind bereits Managementkonferenzen zu den Themen Compliance und Komponente geplant.

Ansprechpartner für inhaltliche Fragen

Dr. Dirko Thomsen

dirko.thomsen@volkswagen.de, Telefon +49 (0) 53 61-896-2125

Zielgruppe
nach Vereinbarung

Dauer
nach Vereinbarung

Termin
nach Vereinbarung

Veranstaltungsort
nach Vereinbarung

Anmeldung
über den Auftraggeber

Aktuelle Themen aus der Fertigung**Zielgruppe**

Konzernangehörige

Dauer

1,5 Stunden

Termin

jeweils 18 Uhr

Veranstaltungsort

MobileLifeCampus,
Wolfsburg

Anmeldung

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

Unsere Automobilproduktion steht täglich in einem Wettbewerbsumfeld, in dem Senkungen der Kosten, Erhöhungen 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 generiert und Innovationen eingeführt. Die AutoUni wird ausgewählte Themen aus der Fertigung und angrenzenden Bereichen von Wissenschaftlern und Praktikern aus Unternehmen vorstellen.

Für das erste Halbjahr 2008 sind folgende Vorträge geplant:

- Wertsteigerung durch Produktionsforschung
- Digitale Fabrik

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

Ansprechpartner für inhaltliche Fragen

Dr. Frank von Lacroix

frank.lacroix@volkswagen.de, Telefon +49 (0) 53 61-896-2103

Jugend und Mobilität

Mobil sein spielt in der Lebensgestaltung von Jugendlichen eine zentrale Rolle. Denn selbstbestimmt mit Gleichaltrigen in Kontakt zu treten, ist für den Ablösungsprozess vom Elternhaus und die Ausgestaltung der eigenen Identität wichtig und scheint zu einem zentralen Bedürfnis zu werden.

Der Zusammenhang von Lebensstilen und dem Mobilitätsverhalten von Jugendlichen wurde bislang jedoch lediglich ansatzweise, vornehmlich im Bereich der Verkehrssicherheits- bzw. Unfallforschung, wissenschaftlich untersucht. Das Projekt "U.MOVE" unter Federführung des Deutschen Jugendinstituts in München hat sich mit dieser Forschungslücke eingehend befasst.

Ziel des Projekts war die Identifizierung und Erfassung von Mobilitätsstilen Jugendlicher, ein Konzept von zielgruppenorientierten Mobilitätsdiensten für Jugendliche und eine Empfehlung für die Umsetzung der Ergebnisse.

Die Ergebnisse bestätigen die große Heterogenität der Gruppe der Jugendlichen, die es erfordert, differenzierte Angebote und Maßnahmen für die einzelnen Subgruppen bereitzustellen bzw. durchzuführen.

Vortragender

Prof. Dr. Claus Tully
Deutsches Jugendinstitut München

Ansprechpartner für inhaltliche Fragen

Dr. Michael Mesterharm
michael.mesterharm@volkswagen.de, Telefon +49 (0) 53 61-896-2104

Zielgruppe

Konzernangehörige

Dauer

1,5 Stunden

Termin

Mai 2008

Veranstaltungsort

MobileLifeCampus,
Wolfsburg

Anmeldung

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

**Marken und Produkte –
Unternehmen als Gestalter von Kultur****Zielgruppe**

Konzernangehörige

Dauer

1,5 Stunden

Termin

Juni 2008

VeranstaltungsortMobileLifeCampus,
Wolfsburg**Anmeldung**anmeldung@autouni.de
<http://www.autouni.de>

Unternehmen beeinflussen mit einer Vielzahl von Aktivitäten die gesellschaftliche Entwicklung. Insbesondere Produkte sind Teil des Alltags. Aber nicht alle entfalten eine kulturelle Wirkung: Es sind Produkte wie der Apple iPod oder Marken wie Puma, die Faszination ausstrahlen und Trends setzen. Auch Sportarten wie Streetball oder Nordic-Walking werden von Unternehmen lanciert und lassen gesellschaftliche Zielgruppen entstehen, die bisher noch nicht existierten.

Unternehmen scheinen mit ihren Produkten nicht nur Bedürfnisse zu befriedigen, sondern auch neue entstehen zu lassen. Aber können Unternehmen diese auch gezielt gestalten oder geschieht dies zufällig? Was lässt sich aus Kunden-Clubs wie den GTI-Clubs oder den Oldtimervereinen für das Marketing eines Automobilherstellers lernen? Insbesondere die Soziologie, aber zunehmend auch die Betriebswirtschaftslehre befasst sich mit diesen Fragen.

Experten aus der Wissenschaft, der Sportartikelbranche sowie aus dem Volkswagen Konzern berichten über ihre Erkenntnisse und Erfahrungen zu diesem neuen Marketingansatz.

Ansprechpartner für inhaltliche Fragen

Dr. Michael Mesterharm

michael.mesterharm@volkswagen.de, Telefon +49 (0) 53 61-896-2104

Marketing und Vertrieb

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

Im Rahmen dieser Vorträge, die 2007 mit der Auftaktveranstaltung "Starke Marken gewinnen" begannen, 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.

Dem Entscheidungsverhalten auf der Spur

Prof. Dr. Andreas Herrmann, Universität St. Gallen,
21. Februar 2008

Angefragt

Prof. Dr. Anton Meyer, Ludwig-Maximilians Universität München
Prof. Dr. Dr. h.c. Christian Homburg, Universität Mannheim

Ansprechpartner für inhaltliche Fragen

Jochen Wawer
jochen.wawer@volkswagen.de, Telefon +49 (0) 53 61-896-2108

Zielgruppe

Konzernangehörige

Dauer

1,5 Stunden

Termin

ab 21. Februar 2008,
jeweils 18 Uhr

Veranstaltungsort

MobileLifeCampus,
Wolfsburg

Anmeldung

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

Service-Werkstatt der Zukunft

Zielgruppe

Konzernangehörige

Dauer

1,5 Stunden

Termin

ab 03. April 2008

jeweils 18 Uhr

Veranstaltungsort

MobileLifeCampus,
Wolfsburg

Anmeldung

anmeldung@autouni.de

<http://www.autouni.de>

Vor dem Hintergrund steigenden Wettbewerbsdrucks und den Entwicklungen in der Automobilindustrie wird die wirtschaftliche Bedeutung des After Sales zunehmend erkannt. Werkstatt und Kundendienst sind für viele Händler zu einer wichtigen Ertragsssäule geworden. Experten aus Wissenschaft bzw. Praxis beleuchten deren zukünftige Herausforderungen. Insbesondere erhalten unsere erfolgreichsten Vertragspartner das Wort.

1. Veranstaltung am 03. April 2008:

- Herausforderung Organisation: Welche Werkstattformate sind künftig rentabel?
- Herausforderung Kunden: Welche neuen Kundengruppen können für die Vertragswerkstätten erschlossen werden und welche Bedürfnisse haben diese?

2. Veranstaltung am 06. Mai 2008:

- Herausforderung Technik: Welche technologischen Entwicklungen im Automobilbereich sind zu erwarten?
- Herausforderung Mitarbeiter: Wie gelingt unter Berücksichtigung obiger Entwicklungen die Rekrutierung und Ausbildung des Nachwuchses vor dem sich abzeichnenden Fachkräftemangel sowie die Qualifizierung bestehender (und älter werdender) Mitarbeiter?

Die Veranstaltungen leisten einen Beitrag zur Diskussion innerhalb des Konzerns und richten sich vor allem auch an "kundendienstferne" Mitarbeiter

Ansprechpartnerin für inhaltliche Fragen

Petra Martin

petra.martin@volkswagen.de, Telefon +49 (0) 53 61-896-2207

Aus der Geschichte lernen

Im Rahmen einer Vortragsreihe soll der Kernfrage "Kann ein Unternehmen aus seiner Geschichte lernen?" ausführlicher nachgegangen werden.

Dazu werden in fünf Vorträgen historische Wendepunkte der Unternehmensgeschichte dargestellt, aus denen wir wichtige Erkenntnisse gewinnen können.

Es wird sich herausstellen, dass sich entscheidende unternehmerische Herausforderungen stets wiederholen. Dazu zählen z.B. der Technologie- und Modellwechsel, die Entwicklung neuer Märkte und Personalphilosophien sowie Diversifikation oder Doppelentwicklungen.

Vorträge

- Aus der Unternehmensgeschichte lernen, Sinn, Nutzen und Grenzen unternehmenshistorischer Forschung, Prof. Dr. Hartmut Berghoff, 21. Januar 2008
- Offensive auf dem US-Markt, 20. Februar 2008
- Die japanische Herausforderung, 27. März 2008
- Wechsel der Personalphilosophien, 15. Mai 2008
- Golf als Übergangskrise, 19. Juni 2008
- Kernkompetenz versus Diversifikation, 17. Juli 2008
- Redundanzen der Entwicklung, 18. September 2008

Ansprechpartner für inhaltliche Fragen

Dr. Dirko Thomsen

dirko.thomsen@volkswagen.de, Telefon +49 (0) 53 61-896-2125

Zielgruppe

Konzernangehörige und ehemalige Mitarbeiter

Dauer

1,5 Stunden

Termin

ab 21. Januar 2008
jeweils 18 Uhr

Veranstaltungsort

Unternehmensarchiv und
MobileLifeCampus,
Wolfsburg

Anmeldung

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

Kooperative Studienmodule

In enger Abstimmung mit den Unternehmensbereichen des Volkswagen Konzerns bietet die AutoUni einzelne Studienmodule in Kooperation mit Hochschulen an.

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

Kooperative Studienmodule ergänzen die bestehenden Qualifizierungsmaßnahmen für Berufsfamilien bzw. die Berufsfamilien übergreifenden 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.

Berichte aus Forschung und Wissenschaft

Diese Vortragsveranstaltungen stellen eine Plattform dar, um wissenschaftlichen Themen ein Forum zu geben. Ziel ist ein Erfahrung- und Wissensaustausch, um neue Fragestellungen und innovative Lösungsansätze zu diskutieren, die für das gesamte Unternehmen von großem Interesse sein können.

Die technische Entwicklung des Golfs

12. März 2008

Prof. Ernst Fiala, TU Wien em., begann 1970 seine Mitarbeit bei Volkswagen, nachdem er schon eine profilierte Karriere als Entwicklungsleiter bei Mercedes Benz und als Ordinarius an der TU Berlin durchlaufen hatte. Als Vorstand für Forschung und Entwicklung trug er maßgeblich zur Entwicklung des Golfs bei. In diese automobilen Umbruchphase der Ölkrise und des erwachenden Umwelt- und Sicherheitsbewusstseins fällt auch die Entwicklung des Dreieckekatalysators und der Dieselmotoren für die Mittelklassewagen. Prof. Ernst Fiala wird somit aus persönlicher Sicht von einer der bewegtesten Epochen des Automobilbaus und der Unternehmensgeschichte berichten.

Als weitere Referenten sind angefragt:

- Prof. Dr. Gunter Henn, Henn Architekten München
09. April 2008
- Prof. Dr. Peter Meyer-Dohm, TU Braunschweig
19. Mai 2008
- Prof. Dr. Joachim Herrmann, TU Berlin
11. Juni 2008

Ansprechpartner für inhaltliche Fragen

Dr. Dirko Thomsen

dirko.thomsen@volkswagen.de, Telefon +49 (0) 53 61-896-2125

Zielgruppe
Öffentlichkeit

Dauer
1,5 Stunden

Termin
ab 12. März 2008

Veranstaltungsort
MobileLifeCampus,
Wolfsburg

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

Das Unsichtbare sichtbar machen

Zielgruppe
Öffentlichkeit

In Zusammenarbeit mit der VolkswagenStiftung werden aktuelle Ergebnisse der natur- und technikwissenschaftlichen Forschung vermittelt.

Dauer
1,5 Stunden

In Vorbereitung sind für das erste Halbjahr 2008 vier Veranstaltungen mit jeweils zwei namenhaften Wissenschaftlern, die über ihre von der Volkswagen Stiftung geförderten Forschungsprojekte berichten.

Termin
jeweils 18 Uhr

Veranstaltungsort
MobileLifeCampus,
Wolfsburg

Angefragt:

- Prof. Dr. Bernd Blasius, Universität Oldenburg
Dr. Claus Brenner, Leibniz Universität Hannover,
29. Januar 2008
- Prof. Dr. Guido Dehnhardt, Ruhruniversität Bochum
Dr. Stefan Diez, Max-Planck-Institut für Zellbiologie und
Genetik Dresden,
26. Februar 2008
- Prof. Dr.-Ing. Frank Mücklich, Universität des Saarlandes
Prof. Dr. York Winter, Universität Bielefeld,
01. April 2008
- Prof. Peter Grünberg, Forschungszentrum Jülich
(Nobelpreisträger Physik 2007),
06. Mai 2008

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

Ansprechpartner für inhaltliche Fragen

Bernd Mentzel
bernd.mentzel@volkswagen.de, Telefon +49 (0) 53 61-896-2100

Erfolgsgeschichten – unternehmerisch denken und handeln

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

Familiendynastien üben nicht nur eine große gesellschaftliche Faszination aus, sondern sind oftmals auch wirtschaftlich äußerst erfolgreich. 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, aus den Beispielen zu lernen und sich kritische Erfolgsfaktoren anzuschauen, um zu prüfen, welche Relevanz sie für ein Unternehmen wie den Volkswagen Konzern haben können.

Vortragende

Prof. Dr. Klaus Hipp	24. Januar 2008
Dr. Arend Oetker	07. Februar 2008
Michael Stoschek	31. März 2008

Ansprechpartner für inhaltliche Fragen

Dr. Markus Holzinger
markus.holzinger@volkswagen.de, Telefon +49 (0) 53 61-896-2106

Zielgruppe

Konzernangehörige

Dauer

1,5 Stunden

Termin

ab 24. Januar 2008
jeweils 18 Uhr

Veranstaltungsort

MobileLifeCampus,
Wolfsburg

Anmeldung

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

Länderreihe: ASEAN und Volkswagen

Zielgruppe

Konzernangehörige

Dauer

1,5 Stunden

Termin

Juni 2008

jeweils 18 Uhr

Veranstaltungsort

MobileLifeCampus,
Wolfsburg

Anmeldung

anmeldung@autouni.de

<http://www.autouni.de>

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

Die Länder der Association of Southeast Asian Nations (ASEAN) sind immer wieder, nicht nur durch Berichte über Verhandlungen mit Proton, im Fokus der Aufmerksamkeit von Volkswagen. Die ASEAN-Staaten sind vielmehr mit einer Bevölkerung von rund 600 Millionen Einwohnern und einem jährlichen Wirtschaftswachstum von 5,5 % ein kommender Absatzmarkt für die internationale Automobilindustrie.

Dies nimmt die AutoUni zum Anlass, die ASEAN-Staaten, insbesondere die fünf Gründungsmitglieder Indonesien, Malaysia, die Philippinen, Singapur und Thailand, an drei Vortragsabenden näher vorzustellen.

Die Themen für die Abende lauten:

- Der Wirtschaftsraum ASEAN
- Gesellschaft und Politik in den ASEAN-Staaten
- Markt, Kunden und Wettbewerb in den ASEAN-Staaten

Ansprechpartner für inhaltliche Fragen

Dr. Frank von Lacroix

frank.lacroix@volkswagen.de, Telefon +49 (0) 53 61-896-2103

Länderreihe: Südamerika und Volkswagen

In den Länderreihen informiert die AutoUni an drei kurz aufeinander folgenden Vortragsabenden über ausgesuchte Automobilmärkte. Dieses Mal werden die Aktivitäten des Volkswagen Konzerns auf dem südamerikanischen Kontinent in den Fokus gerückt.

Volkswagen ist seit 1953 in Brasilien und seit 1980 in Argentinien mit eigener Produktion vertreten. Dieses Engagement ist eine Erfolgsgeschichte. 2006 legte der Konzern bei den ausgelieferten Fahrzeugen 15% zu und war mit 440 Tausend Fahrzeugen Marktführer in Brasilien. Dazu beigetragen hat, dass Volkswagen do Brasil der einzige Automobilhersteller in Südamerika ist, der ein eigenes Engineering-Zentrum unterhält. Hier wird unter anderem die Weiterentwicklung des Gol und des Fox vorangetrieben.

Außer dem brasilianischen Markt, auf dem Volkswagen fest verankert ist, ist der gesamte südamerikanische Markt für Volkswagen interessant. Der Volkswagen Konzern hatte 2006 am dortigen PKW Markt einen Anteil von 17,8% bei 2,8 Millionen verkauften Einheiten. Auch 2007 lagen die Wachstumsraten auf hohem Niveau.

An den drei Vortragsabenden werden Land und Leute und die Strategien auf den jeweiligen Märkten vorgestellt.

Ansprechpartner für inhaltliche Fragen

Dr. Frank von Lacroix

frank.lacroix@volkswagen.de, Telefon +49 (0) 53 61-896-2103

Zielgruppe
Konzernangehörige

Dauer
1,5 Stunden

Termin
April 2008
jeweils 18 Uhr

Veranstaltungsort
MobileLifeCampus,
Wolfsburg

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

What's hot in Science? Antriebsenergien der Zukunft

Zielgruppe
Konzernangehörige

Dauer
1,5 Stunden

Termin
ab 13. Februar 2008
jeweils 18 Uhr

Veranstaltungsort
MobileLifeCampus,
Wolfsburg

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

Im Mittelpunkt dieser Vortragsreihe stehen die zukünftigen Energieträger für den Mobilitätssektor. Ausgewiesene Experten aus verschiedenen Fachgebieten zeigen die Trends, die Potenziale, aber auch die Grenzen der verschiedenen Energieträger auf, die für die Automobilindustrie zukünftig an Bedeutung gewinnen werden.

Dabei wird den Fragestellungen nachgegangen, welche Beiträge die verschiedenen Energieträger für den Mobilitätssektor in Zukunft leisten können und mit welchen Rahmenbedingungen insbesondere die Automobilindustrie konfrontiert sein wird.

Es finden Vorträge zu folgenden Themen statt:

- Systeme der Energieversorgung, 13. Februar 2008
- Ressourcen und Verfügbarkeiten der Energieträger, 25. Februar 2008
- Globale Nachfrageszenarien für Energie, 6. März 2008

Ansprechpartner für inhaltliche Fragen

Dr. Frank von Lacroix
frank.lacroix@volkswagen.de, Telefon +49 (0) 53 61-896-2103

What's hot in Science?

Körperlich aktiv sein – Ihr Beitrag zum gelingenden Altern

Die meisten Menschen, vor allem ältere, bewegen sich viel zu wenig, obwohl inzwischen weithin bekannt ist, dass körperliche Inaktivität ein signifikantes Gesundheitsrisiko in sich birgt. Strategien wie Sport und körperliche Aktivität tragen indessen zu "erfolgreichem" Altern bei.

Informiert wird deshalb über strukturelle Bedingungen, die über 50-Jährige entweder daran hindern oder sie dazu bringen, regelmäßig körperlich aktiv zu sein.

Im Zentrum der Ausführungen steht die Balance zwischen körperlicher Fitness und seelischer Gesundheit, da sich beide Faktoren im Alternsprozess gegenseitig stabilisieren.

Erklärtes Ziel ist eine aktivere und glücklichere Lebensweise. Es geht jedoch nicht allein um den sportmedizinischen Nachweis der gesünderen Lebensformen, sondern auch um die praktische Frage, wie der Weg für eine andere Lebensweise geebnet werden kann.

Vortragender

Prof. Dr. Wolfgang Schlicht
Sportwissenschaftler und Psychologe

Ansprechpartner für inhaltliche Fragen

Dr. Dirko Thomsen
dirko.thomsen@volkswagen.de, Telefon +49 (0) 53 61-896-2125

Zielgruppe

Öffentlichkeit

Dauer

1,5 Stunden

Termin

28. Februar 2008 und
06. März 2008
jeweils 18 Uhr

Veranstaltungsort

MobileLifeCampus,
Wolfsburg;
Audi, Ingolstadt

Anmeldung

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

What's hot in Science? Ne(x)t Generation Learning

Zielgruppe

Öffentlichkeit

Dauer

1,5 Stunden

Termin

11. März 2008

18 Uhr

Veranstaltungsort

Audi, Ingolstadt

Anmeldung

anmeldung@autouni.de

<http://www.autouni.de>

Dem Vortrag liegt der Arbeitsbericht des Swiss Centre for Innovations (SCIL) der Universität St. Gallen zugrunde. Herausgeber sind Herr Prof. Dr. Dieter Euler und Frau Prof. Dr. Sabine Seufert. Der Bericht beschäftigt sich mit dem Thema Ne(x)t Generation Learning: Wikis, Blogs, Mediacast Co. – Social Software und Personal Broadcasting auf der Spur. Inhaltlich beschäftigt er sich mit den folgenden Fragen:

Net Generation Learning:

Ist mit der verbreiteten Nutzung digitaler Medien auch mit "neuen Lernern" zu rechnen?

Verändern sich Kompetenzen, Lerngewohnheiten und Lernpräferenzen in dieser "Net Generation"?

Welche Veränderungen sind daher künftig für das Learning Design von Bildungsmaßnahmen aufzunehmen?

Next Generation Learning:

Welche neuen Technologien entstehen, die auch für das Lernen eingesetzt werden können?

Vortragende

Prof. Dr. Sabine Seufert, SCIL (Swiss Centre for Innovations in Learning), Universität St. Gallen

Ansprechpartner für inhaltliche Fragen

Martina Herlyn

martina.herlyn@volkswagen.de, Telefon +49 (0) 53 61-896-2122

What's hot in Science? Persönliches Wissensmanagement

Die Frage, wie Menschen im Umgang mit der Informationsflut und den steigenden Anforderungen einer Wissensgesellschaft besser unterstützt und wie dabei wissenschaftliche Erkenntnisse für die Praxis nutzbar gemacht werden können, steht im Mittelpunkt des Vortrags. Dabei wird besonders der Einfluss technischer, psychologischer und pädagogischer Aspekte betrachtet.

Im Vortrag werden unterschiedliche Wege aufgezeigt, die dabei helfen zu mehr Kompetenz und Souveränität im Umgang mit Wissen zu gelangen. Exemplarisch werden hierzu einige Methoden dargestellt. Jedoch ist deren Auswahl immer abhängig vom einzelnen Individuum.

Gerade in einer Zeit des lebensbegleitenden Lernens müssen die eigenen Kompetenzen immer wieder erweitert werden, um im Alltags- und Berufsleben erfolgreich bestehen zu können. Dafür bietet der Vortrag einige Anregungen.

Vortragende

Prof. Dr. Gabi Reinmann, Institut für Medien und Bildungstechnologie (imb), Universität Augsburg

Ansprechpartner für inhaltliche Fragen

Martina Herlyn

martina.herlyn@volkswagen.de, Telefon +49 (0) 53 61-896-2122

Zielgruppe
Öffentlichkeit

Dauer
1,5 Stunden

Termin
15. April 2008
18 Uhr

Veranstaltungsort
Kinosaal im museum
mobile, Audi, Ingolstadt

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

What's hot in Science? Wirkungsforschung mit System Dynamics

Zielgruppe
Konzernangehörige

Dauer
1,5 Stunden

Termin
Mai 2008

Veranstaltungsort
MobileLifeCampus,
Wolfsburg

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

Insbesondere die aktuelle Klimaschutzdebatte, aber auch das Verhalten von Wettbewerbern oder politischen Akteuren zeigen es: Das Umfeld und die Rahmenbedingungen, in denen Unternehmen handeln, werden von zahlreichen Faktoren beeinflusst. Umso wichtiger ist es, die relevanten Faktoren zu erkennen und die Mechanismen ihrer Wirkung zu erforschen.

Zur Untersuchung entsprechend komplexer Fragestellungen wurde System Dynamics an der Sloan School of Management des MIT in Boston entwickelt. Es bietet die Möglichkeit, aus einer Analyse der Problemstruktur und des von ihr verursachten Verhaltens Einsichten über langfristig wirksame Entscheidungsregeln abzuleiten. Die Auswirkungen einzelner Entscheidungen werden so erst in ihrer Tragweite deutlich und auch unter langfristigen Gesichtspunkten begründbar.

Ziel der Veranstaltung ist es, diese bisher in Unternehmen noch kaum angewandte Methode der Wirkungsforschung vorzustellen und ihre Potenziale für planerische und strategische Entscheidungen im Unternehmen anhand von Fallbeispielen zu diskutieren.

Ansprechpartner für inhaltliche Fragen

Dr. Michael Mesterharm
michael.mesterharm@volkswagen.de, Telefon +49 (0) 53 61-896-2104

Doktorandenprogramm

Überfachliche Weiterbildung

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

21. – 22. Februar 2008	Moderation & Führung
27. – 28. März 2008	Rhetorik & Verhandlungsführung
17. – 18. April 2008	Präsentation & Selbstmarketing
22. – 23. Mai 2008	Personality
19. – 20. Juni 2008	Konfliktmanagement
03. – 04. Juli 2008	Selbst- & Zeitmanagement
17. – 18. Juli 2008	Moderation & Führung

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

Ansprechpartner

Mark Meinders

mark.meinders@volkswagen.de, Telefon +49 (0)5361-896-2113

Anika Weichler

anika.weichler@volkswagen.de, Telefon +49 (0)5361-896-2206

Doktorandenraum im MobileLifeCampus

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 rund um die Uhr zur Verfügung.

Ferner können sie auch die Präsenzbibliothek der AutoUni nutzen.

Ansprechpartner

Marion Klasen

marion.klasen@volkswagen.de, Telefon +49 (0)5361-896-2002

Zielgruppe

Doktoranden im Konzern

Termin

ab 21. Februar 2008

Veranstaltungsort

MobileLifeCampus,
Wolfsburg

Anmeldung

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

Teilnahmegebühr

Die Teilnahme ist für
Doktoranden kostenfrei

Wissenschaftsprojekte

Die Wissenschaftsprojekte der AutoUni umfassen Forschungsprojekte und FutureLabs.

In ihren Forschungsprojekten identifiziert und analysiert die AutoUni mit wissenschaftlichen Methoden und gemeinsam mit externen Partnern Herausforderungen für den Volkswagen Konzern. Auf dieser Grundlage werden dann Problemlösungen, Konzepte und Handlungsoptionen entwickelt.

Die FutureLabs sind Foren der innovationsorientierten Praxisforschung im Konzern. Sie bilden Plattformen für Projekte, die auf längere Zeit angelegt sind und auf enger Kooperation zwischen internen Partnern basieren. Diese Projekte sollen neue Produkte, Dienstleistungen, Prozesse und Geschäftsmodelle generieren. In die FutureLabs werden fall- und projektbezogen auch externe Partner integriert.

Die Wissenschaftsprojekte widmen sich zurzeit insbesondere folgenden Themen:

Vertrieb & Marketing

Im FutureLab "Service-Werkstatt der Zukunft" werden die technologischen, organisatorischen und sozialen Herausforderungen für den Kundenservice identifiziert. Auf der Grundlage dieses Wissens entsteht ein Testfeld für Technologien, Services und Werkstattkonzepte. 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.

Wissenschaftsprojekte

Forschung & Entwicklung

Das FutureLab "Wireless Wolfsburg" erprobt in Kooperation mit der Konzernforschung und externen Partnern mobile Internet-Dienste hinsichtlich technischer Machbarkeit, ökonomischer Umsetzbarkeit und gesellschaftlicher Akzeptanz. Das Kooperationsprojekt mit Acatech zum Thema "Intelligente Objekte im wirtschaftlichen und privaten Alltag" analysiert und bewertet den Stand der Forschung zu intelligenten Produkten in Deutschland.

Beschaffung

Das Forschungsprojekt "Nachhaltigkeit in der Allgemeinen Beschaffung" untersucht, wie Umwelt- und Sozialstandards in die allgemeine Beschaffung des Volkswagen Konzerns integriert werden können. Im Rahmen des Projektes "Lieferantenqualifizierung Nachhaltigkeit" soll aufgezeigt werden, wie Zulieferer im Hinblick auf die Nachhaltigkeitsstandards von Volkswagen unterstützt werden können.

Demografie

Im Themenbereich Demografie begleitet die AutoUni konzerninterne Projekte der Marken durch inhaltliche Vernetzung und Querschnittsprojekte, wie z.B. die Entwicklung eines Alterssimulationsanzugs.

Automobilwirtschaft

Die AutoUni ist Partner der TU Braunschweig bei der Einrichtung des neuen Lehrstuhls für Automobilwirtschaft. In einem Forschungsprojekt der AutoUni wird der aktuelle Stand der Wissenschaft im Bereich der Automobilindustrie erhoben.

Ansprechpartner

Dr. Michael Mesterharm

michael.mesterharm@volkswagen.de, Telefon +49 (0)5361-896-2104

Studentischer Produkt-Innovations-Kurs

Für das zweite Halbjahr 2008 plant die AutoUni, einen studentischen Produkt-Innovations-Kurs in das Lehrangebot aufzunehmen. In diesem Kurs werden fortgeschrittene Studenten (ab dem 7. Semester) verschiedener Fachdisziplinen über zwei Semester die Werkzeuge, Methoden und Denkstrategien erlernen, um transdisziplinär Ingenieursaufgaben formulieren und kreative Lösungen erarbeiten zu können. Es werden Ideen vom Konzept bis hin zu einem Prototypen entwickelt. Durch den Bau und die Nutzung einfacher Prototypen sollen Funktionen schnell umgesetzt, analysiert und evolutionär verbessert werden. Die Studenten durchlaufen dabei den gesamten Entwicklungsprozess: vom konzeptionellen Brainstorming über umfassende Dokumentationen bis hin 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 das Marktpotenzial bis hin zur technischen Machbarkeit. Dies alles hat zum Ziel, spezifische Produkteigenschaften und Leistungsmerkmale zu erreichen.

Charakteristisch ist, dass die Teams von je drei bis vier Studenten möglichst divers zusammengesetzt sein sollen. Dabei bezieht sich "divers" auf Fachgebiet, Herkunft, Hobbys und Fähigkeiten, damit die Studenten lernen, die Fähigkeiten aller Teammitglieder aufzuspüren und zu nutzen, aber auch Schwächen zu identifizieren und zu überbrücken.

Ansprechpartner für inhaltliche Fragen

Dr. Klaus Schaaf

klaus.schaaf@volkswagen.de, Telefon +49 (0)5361-897-6380

Hochschulkooperationen

Derzeit existiert 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

AUDI AG (I/SY)

Dr. Peter F. Tropschuh, peter-felix.tropschuh@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 Zentrum für Fahrzeugtechnik (NZF)

Ausgangslage

Die Automobilindustrie ist der wichtigste Wirtschaftszweig in Niedersachsen. Ihre Innovations- und Zukunftsfähigkeit stützt sich auf eine starke industrielle Forschung, zu der größtenteils die Volkswagen AG und ihre Zulieferer beitragen.

Zielsetzung

Mit der Gründung des »Niedersächsischen Zentrums für Fahrzeugtechnik (NZF)« als interdisziplinäres Zentrum wird das Ziel verfolgt, die Forschungsregion Braunschweig- Wolfsburg als Spitzenstandort in der fahrzeugtechnischen Forschung mit internationaler Sichtbarkeit zu etablieren. Damit wird ein Beitrag zur Sicherung der Innovations- und Zukunftsfähigkeit des Automobilstandortes Niedersachsen geleistet.

Forschungsschwerpunkte

Das Forschungsprogramm fokussiert auf zukunftssträchtige Themen der fahrzeugtechnischen Entwicklung, die durch die Visionen "Das emissionsarme Fahrzeug", "Flexible Fahrzeugkonzepte" sowie "Das intelligente Fahrzeug" dargestellt werden. Diese drei Visionen bilden den Rahmen für den inhaltlichen Kerngedanken in den zu etablierenden Projektschwerpunkten, die in interdisziplinären Forscherteams bearbeitet werden. Neben den fahrzeugtechnischen Kernkompetenzen soll ein neu einzurichtender Lehrstuhl für Automobilwirtschaft fachübergreifende Aspekte der Fahrzeugtechnik auch unter ökonomischen Gesichtspunkten in Lehre und Forschung interdisziplinär vertreten.

Volkswagen Institut für Beschaffung

Das kürzlich gegründete Volkswagen Institut für Beschaffung soll einen weiteren 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 das eigene Unternehmen noch stärker nutzbar zu machen und damit einen Beitrag zur nachhaltigen Wettbewerbsfähigkeit des Konzerns zu leisten.

Im Rahmen von zu initiierenden und zu koordinierenden Forschungsarbeiten werden Lösungen für aktuelle Problemstellungen auf dem Gebiet der Beschaffung erarbeitet und damit Beiträge zur Fortentwicklung von Zielen, Strategien oder Instrumenten der Beschaffung erbracht.

Ein erster wissenschaftlicher Kompetenzpartner hierbei ist die Universität Stuttgart mit ihrem betriebswirtschaftlichen Institut. Die 1829 gegründete Universität liegt im Zentrum einer der größten Hightech-Regionen Deutschlands. Als weltweit nachgefragte Ausbildungs- und Forschungsstätte pflegt sie unter dem Motto "Innovation ist Tradition" ein interdisziplinär orientiertes Profil und ist ein stets gefragter Partner für Wirtschaftsunternehmen.

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 Vorträge 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 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 Ansprechpartner bezüglich der Aktivitäten der AutoUni benannt:

AUDI AG	Renata Svoboda
AutoEuropa	Maria Emilia Filipe
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
SKODA AUTO a.s.	Lenka Bilá
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	Song Weiliang
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 (0) 53 61-896-2112
Fax: +49 (0) 53 61-896-2009





Kontakt Volkswagen Aktiengesellschaft
AutoUni
Brieffach 1231
38436 Wolfsburg

www.autouni.de
info@autouni.de
Telefon +49 (0) 53 61-896-2112

Besucheranschrift:
MobileLifeCampus
Hermann-Münch-Straße 1
38440 Wolfsburg