



AutoUni – Programm

Frühjahr/Sommer 2009





Sehr geehrte Damen,
sehr geehrte Herren,

die aktuelle wirtschaftliche Lage stellt besonders uns als Automobilhersteller vor neue Herausforderungen, die wir nur durch Qualifikation und mit aktuellem Wissen bewältigen können.

Für das erste Halbjahr 2009 haben wir in den acht Themengebieten der AutoUni erneut ein umfangreiches Angebot für Sie zusammengestellt. Die Veranstaltungen sollen Sie vor allem bei der Einschätzung der wirtschaftlichen Lage, bei der Entwicklung und Herstellung neuer Produkte, bei der Gestaltung optimierter Abläufe und bei der Personalentwicklung unterstützen.

Wir arbeiten daran, Lehre und Forschung einzelner Bereiche unter dem Dach der AutoUni enger zusammenzuführen. Besonders hervorzuheben ist in diesem Zusammenhang die Gründung von zwei weiteren Instituten: Volkswagen Institut für Marketing und Vertrieb sowie Volkswagen Institut für Finanzen und Controlling.

Das Ziel der AutoUni ist und bleibt weiterhin die fachliche Qualifizierung der Volkswagen Mitarbeiter auf höchstem Niveau.

Ab sofort bieten wir Ihnen auch die Möglichkeit, sich per Newsletter gezielt über einzelne Veranstaltungen oder über das Angebot der nächsten Wochen informieren zu lassen. Die Registrierung dazu erfolgt über unsere Homepage www.autouni.de.

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

A handwritten signature in blue ink, which appears to read "Tropschuh". The signature is fluid and cursive.

Dr.-Ing. Peter F. Tropschuh
Leiter AutoUni



Die AutoUni

- 09 Weiterbildung an der AutoUni
- 10 Zielgruppen
- 11 Angebotsstruktur

Lehre

- 12 Veranstaltungsarten
- 14 Anmeldung

Marketing und Vertrieb

- 15 Marketing und Vertrieb aktuell
- 16 Neue Wege in der Versicherungswirtschaft
- 17 Design for Remanufacturing – Gestaltungskonzept für die Produktentwicklung
- 18 Qualifizierung im After Sales
- 19 Mobilitätsdienstleistungen
- 20 Brand Communities – die soziale Komponente einer Marke
- 21 Service Engineering für den After Sales
- 22 Verstehen und Messen von Kundenwünschen
- 23 Service-Markt der Zukunft
- 24 Marketing, Vertrieb und Financial Services

Produkt

- 25 Design
- 26 Intelligente Objekte: Der Computer erobert unseren Alltag
- 27 Möglichkeiten der CO₂-Kompensation
- 28 Optimierungsprobleme in der Automobilindustrie
- 29 Hybrid- und Elektrofahrzeug – Kompakt
- 30 Thermomanagement in Fahrzeugen
- 31 Autonomes Fahren
- 32 Fahrzeugsensoren

- Vortrag ■
- Konferenz ■
- Programm ■



- 33 Software im Fahrzeug und Softwareentwicklung
- 34 Mobil mit Gas
- 35 Alternative Kraftstoffe
- 36 Virtuelles Fahrzeug
- 37 Powertrain
- 38 Gesamtfahrzeug
- 39 Fahrwerk
- 40 Elektrohybrid – Technologien, Prozesse und Märkte

Produktion

- 41 Aktuelle Themen aus der Fertigung
- 42 Gießereitechnik
- 43 Formhärten – Warmblechumformung
- 44 Integratives Anlaufmanagement
- 45 Durchgängiges Produktdatenmanagement
- 46 Komponente
- 47 Fabriksteuerung

Supply Chain

- 48 Turbulenzen in der Weltwirtschaft und Herausforderungen für die Automobilindustrie
- 49 Beschaffungsmärkte 2025
- 50 Nachhaltigkeit in Lieferantenbeziehungen: Konzepte und Best Practices in der Automobilindustrie
- 51 Risiko Lieferant
- 52 Beschaffung und Logistik

Qualität

- 53 Servicequalität in der Dienstleistung
- 54 Qualität, Prozesse, Technik



- 55 Geld ist nicht alles – vom finanz- zum qualitätsorientierten Kennzahlensystem. Neue Ansätze und Trends
- 56 Qualitätsmanagement-Konferenz
- 57 Qualität und Prozesse – robuste Prozesse implementieren und umsetzen
- 58 QUIS 11 (Dienstleistungsqualität)
- 59 Qualität im Serviceprozess
- 60 Qualitätsmethoden
- 61 Mensch und Qualität: Einfluss der Mitarbeiterförderung auf die Produkt- und Prozessqualität

Personal und Organisation

- 62 Personal, Führung, Organisation
- 63 Persönlichkeit und Management
- 64 Veränderungsmanagement und interne Beratung
- 65 Personalmanagement im Dienstleistungsbereich (Handel und Vertrieb)
- 66 Human Resources Curriculum

Finanzen und Controlling

- 67 Financial Services AG und neue Märkte
- 68 Der deutsche Aktionär – das unbekanntes Wesen
- 69 IFRS kompakt
- 70 IFRS compact
- 71 Finanzinstrumente – Ansatz, Bewertung und Ausweis nach IAS 39/IFRS 7
- 72 Balanced Scorecard
- 73 Treasury und Finanzrisikocontrolling kompakt
- 74 Zollrecht



Unternehmen

- 75 Mobilitätsdienstleistungen: neue Geschäftsfelder
- 76 Issue Monitoring im Internet
- 77 European Institute of Innovation and Technology (EIT)
- 78 Volkswagen und China
- 79 AUDI und die BRIC-Staaten
- 80 Aus der Geschichte lernen
- 81 Die Automobilindustrie Osteuropas
- 82 Kompetenzen für Global Player
- 83 Managementkonferenzen

Kooperative Studienmodule

- 84 Integration der Studienmodule in die Weiterbildung

Forschung

- 85 Doktorandenprogramm
- 86 Forschungsprojekte

Hochschulkooperationen

- 89 Hochschulkooperationen (Koordination)
- 90 Ansprechpartner
- 91 Niedersächsisches Forschungszentrum Fahrzeugtechnik
- 92 Volkswagen Institut für Arbeit
- 93 Volkswagen Institut für Beschaffung
- 94 Volkswagen Institut für Design
- 95 Volkswagen Institut für Finanzen und Controlling
- 96 Volkswagen Institut für Marketing und Vertrieb

- 97 Multiplikatoren der AutoUni

- 98 Anfahrtsskizze

- Vortrag ■
- Konferenz ■
- Programm ■





Weiterbildung an der AutoUni

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

Um auf die Herausforderungen, die durch den globalen Wettbewerbsdruck in der Automobilindustrie entstehen, zu reagieren, müssen die Mitarbeiter des Volkswagen Konzerns ihr Wissen stets auf dem aktuellen Stand halten.

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

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



Zielgruppen

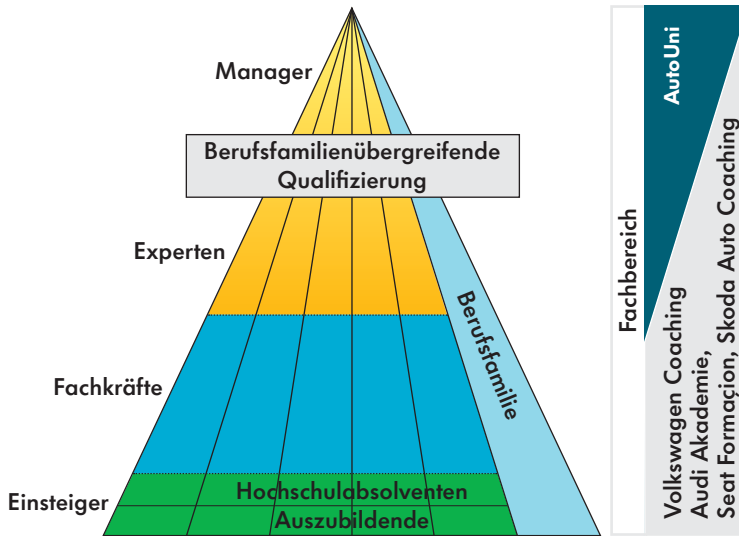
Die Lehrveranstaltungen der AutoUni richten sich vor allem an die Fach- und Führungseliten des Konzerns. Während Volkswagen Coaching, Audi Akademie, Seat Formación und Skoda Auto Coaching die Weiterbildung der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in den Berufsfamilien in ihrer ganzen Breite übernehmen, erfolgt die wissenschaftliche Qualifizierung durch die AutoUni. Vorträge, Konferenzen, Programme und kooperative Studienmodule werden für die einzelnen Berufsfamilien sowie Berufsfamilien übergreifend angeboten.

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

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



Zielgruppen



Angebotsstruktur

AutoUni			
Lehre		Forschung	
Vorträge	Programme	Doktorandenprogramm	Forschungsprojekte
Konferenzen	Kooperative Studienmodule		



Veranstaltungsarten

Die Veranstaltungsarten Vortrag, Konferenz und Programm werden für Berufsfamilien sowie Berufsfamilien übergreifend angeboten.

Vorträge

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

Konferenzen

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



Programme

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

Kooperative Studienmodule

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



Anmeldung

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

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

Für alle organisatorischen Fragen wenden Sie sich bitte an unser Veranstaltungsmanagement, Telefon +49 5361-896-2222.

Hinweis:

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

Marketing und Vertrieb aktuell

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

In der Vortragsreihe "Marketing und Vertrieb aktuell" 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.

Geplante Themen im ersten Halbjahr 2009 sind:

- Neuomarketing, 27. Mai 2009, Dr. Martin Reimann, Stanford University
Ziel des Neuomarketings ist es, die bislang unsichtbaren Zustände und Prozesse z.B. im Gehirn eines potenziellen Konsumenten zu erforschen und daraus Schlussfolgerungen für die eigenen Handlungen zu ziehen.
- Generationen-Marketing
Im Rahmen des Generationen-Marketings wird untersucht, wie Produkte und Dienstleistungen so an den Markt gebracht werden können, dass sie möglichst viele Zielgruppen ansprechen. Dies ist insbesondere vor dem Hintergrund des demografischen Wandels relevant.

Zielgruppe

Konzernangehörige und die Öffentlichkeit

Dauer

1,5 Stunden

Termin

jeweils 18 Uhr

Veranstaltungsort

MobileLifeCampus, Wolfsburg

Anmeldung

www.autouni.de
anmeldung@autouni.de

Ansprechpartner für inhaltliche Fragen

Jochen Wawer

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

Zielgruppe

Konzernangehörige,
insbesondere aus den
Bereichen Financial
Services/
Versicherungen

Dauer

1,5 Stunden

Termin

24. Februar 2009
16:30 Uhr
ab März 2009
jeweils 18 Uhr

Veranstaltungsort

Konferenz- und Finanz-
Center, Braunschweig

Anmeldung

www.autouni.de
anmeldung@autouni.de

Neue Wege in der Versicherungswirtschaft

Die 2008 begonnene Vortragsreihe "Strategies in Insurance Management" wird 2009 unter dem Titel "Neue Wege in der Versicherungswirtschaft" wie folgt fortgesetzt.

Assekuranz und Fahrerassistenzsysteme (24. Februar 2009)

Die Verknüpfung von Sicherheitstechnik im Kfz und Tarifmerkmalen ist ein wegweisendes Konzept in der Assekuranz. Im Vortrag werden die technischen Möglichkeiten der Fahrerassistenz und ihre Bedeutung für den Straßenverkehr der Zukunft dargestellt.

Aufsichtsrecht, Solvency II und Versicherungsunternehmen (17. März 2009)

Das Thema Governance wird von vielen als notwendiges Übel betrachtet: Die Themen sind komplex und die regulatorische Dichte nimmt ständig zu. In der Veranstaltung werden die wesentlichen Grundzüge der Versicherungsaufsicht, Hintergründe und Entwicklungen allgemein verständlich vorgestellt.

Was Kunden wirklich wollen: Mythen im Marketing (19. Mai 2009)

Mit günstigen Tarifen und ausreichend Werbung lässt sich scheinbar jede Versicherung verkaufen. In dieser Veranstaltung sollen die althergebrachten Denkmuster hinterfragt sowie mögliche Erfolgsfaktoren wie Branding, Kommunikation und Beziehungspflege betrachtet werden.

Mit Kunden erfolgreich telefonieren (16. Juni 2009)

Kundenorientierung und gekonnte Betreuung am Telefon ist ein wichtiger Erfolgsfaktor im dynamischen Marktumfeld. Die Methodik im Aufbau einer wirkungsvollen Telefonkultur sowie Erfahrungsberichte aus der Umsetzung sind Schwerpunkte dieser Veranstaltung.

Ansprechpartner für inhaltliche Fragen

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

Design for Remanufacturing – Gestaltungskonzept für die Produktentwicklung

Bereits in frühen Phasen der Produktentwicklung werden im Rahmen der Produktplanung und -gestaltung wichtige Produktmerkmale festgelegt, die sich kostentreibend auf die Herstellungs-, Nutzungs- und End-of-Life-Phase des Produktes auswirken.

Es ist daher notwendig, die produktspezifischen Anforderungen an die Produktentwicklung bezüglich Fertigung, Montage, Service, Remanufacturing, Environment, Recycling usw. zu kennen und frühzeitig im Entwicklungsprozess zu berücksichtigen.

Im Volkswagen Konzern sind bereits themenspezifische Leitlinien für frühe Produktlebensphasen etabliert. Vor dem Hintergrund knapper Ressourcen steigt jedoch die Bedeutung der Nachnutzungsphase und damit die des Design for Remanufacturing.

Im Rahmen der Veranstaltung werden produktspezifische Anforderungen bezüglich der Wiederaufbereitung von Produkten/ Komponenten ausführlich dargestellt und anhand praktischer Beispiele erläutert.

Referenten

- Prof. Dr. Rolf Steinhilper, Universität Bayreuth
- Wolfgang Momber, Leiter Aggregateaufbau Analysefabrik, Volkswagen AG

Ansprechpartner für inhaltliche Fragen

Dr. Michael Mesterharm

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

Zielgruppe

Konzernangehörige

Dauer

1,5 Stunden

Termin

09. Februar 2009

18 Uhr

Veranstaltungsort

MobileLifeCampus,
Wolfsburg

Anmeldung

www.autouni.de

anmeldung@autouni.de

Qualifizierung im After Sales

Zielgruppe

Konzernangehörige

Dauer

1,5 Stunden

Termin

04. März 2009

18 Uhr

Veranstaltungsort

MobileLifeCampus,
Wolfsburg

Anmeldung

www.autouni.de

anmeldung@autouni.de

Mit der Entwicklung neuer Technologien im Automobilbau, einer erhöhten Variantenvielfalt und einer zunehmenden Komplexität steigen die Anforderungen an den After Sales und somit auch an das Personal. Soziale und kommunikative Qualifikationen sowie eine Dienstleistungs- und Informationsorientierung werden im zunehmenden Maße von den Mitarbeitern des Servicebereiches gefordert. Als technisch hoch dynamische Branche ist das Kfz-Gewerbe auf einen hohen Qualifikationsstand und die ständige Weiterbildung seiner Beschäftigten angewiesen. Vor diesem Hintergrund ist ein lebenslanges Lernen der Mitarbeiter unabdingbar. Zusätzlich muss sich die Branche mit den Auswirkungen des demografischen Wandels beschäftigen: So wird eine Rekrutierung qualifizierter Arbeitnehmer zunehmend schwieriger und aufgrund des demografisch bedingten Anstiegens des Durchschnittsalters werden mehr ältere Mitarbeiter als bisher beschäftigt sein. Wie die zukünftige Qualifizierung des Personals im After Sales im Hinblick auf die genannten Entwicklungen gestaltet sein muss, wird im Rahmen dieser Veranstaltung diskutiert.

Referenten

- Prof. Gernold P. Frank, FHTW Berlin
- Horst Walka, Leiter After Sales Qualifizierung, Volkswagen AG

Ansprechpartner für inhaltliche Fragen

Dr. Michael Mesterharm

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

Mobilitätsdienstleistungen

Automobilhersteller wandeln sich aufgrund einer geänderten Nachfrage und zunehmend ähnlicher werdenden technischen Ausstattung zu Mobilitätsdienstleistern. Denn das Profil der Hersteller und ihrer Marken kann entscheidend durch eine neue Ausrichtung ihrer automobilen Dienstleistungen geschärft werden und trägt so grundlegend zu deren Wachstum und zur Beschäftigungssicherheit bei.

In dieser Konferenz werden bereits bestehende mobilitätsschaffende, -sichernde und -erweiternde Dienstleistungen analysiert und auf den Prüfstand gestellt. Welche Angebote der Wettbewerber erweisen sich als Erfolg versprechend und sollten in das eigene Programm aufgenommen werden? Wie können die Vertragshändler dabei unterstützt werden, sich zu Fachmärkten für Mobilität zu entwickeln?

Experten aus Hochschule und dem Volkswagen Konzern werden sich diesen Themen stellen und mit Ihnen geeignete Wege einer Neuausrichtung bestehender Mobilitätsangebote diskutieren.

Ansprechpartner für inhaltliche Fragen

Petra Martin

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

Zielgruppe

Fach- und Führungseliten
des Volkswagen Konzerns

Dauer

1 Tag

Termin

Februar 2009

Veranstaltungsort

MobileLifeCampus,
Wolfsburg

Anmeldung

www.autouni.de
anmeldung@autouni.de

Teilnahmegebühr

€ 500,-

zzgl. Reise- und

Übernachungskosten

Brand Communities – die soziale Komponente einer Marke

Zielgruppe

Fach- und Führungseliten
des Volkswagen Konzerns

Dauer

1 Tag

Termin

April 2009

Veranstaltungsort

MobileLifeCampus,
Wolfsburg

Anmeldung

www.autouni.de
anmeldung@autouni.de

Teilnahmegebühr

€ 500,-
zzgl. Reise- und
Übernachungskosten

Brand Communities gehören zu den Erfolg versprechendsten Entwicklungen innerhalb des Beziehungsmarketings. Diese um eine Marke herum gebildeten Gemeinschaften kennzeichnet ein großes Interesse sowohl an der Marke als auch an sozialer Interaktion. Dabei sind Brand Communities aufgrund der besonderen Loyalität ihrer Mitglieder gegenüber der Marke eine wichtige Ressource für markenführende Unternehmen. Doch was macht dieses in Wissenschaft und Praxis bislang noch relativ wenig erforschte Phänomen der Markengemeinschaften aus?

In dieser Konferenz erfolgt eine theoretische Annäherung aus verschiedenen Wissenschaftsbereichen. Auch Praktiker aus unterschiedlichen Unternehmen erhalten das Wort, um vom Zusammenspiel mit "ihren" Brand Communities zu berichten.

Folgende Themen werden mit Experten aus Wissenschaft und Praxis analysiert und diskutiert:

- Welche Verbindung besteht zwischen Markenkultur und Markengemeinschaften?
- Welche Funktionen haben Brand Communities?
- Welche wirtschaftliche Bedeutung geht von ihnen aus?
- Was sind die entscheidenden Erfolgsfaktoren für die Entstehung von Brand Communities?
- Wie und in welcher Form kann ein Unternehmen hierauf Einfluss nehmen?

Ansprechpartner für inhaltliche Fragen

Petra Martin

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

Service Engineering für den After Sales

Neue, innovative Dienstleistungen schaffen die Voraussetzung für Unternehmen, sich nachhaltig im Wettbewerb zu positionieren und neue Geschäftsfelder zu erschließen. In der Unternehmenspraxis werden Dienstleistungen allerdings häufig nur wenig systematisch entwickelt, getestet und verbessert.

Angesichts einer Vielzahl gescheiterter Dienstleistungen wird deutlich, dass eine systematische Dienstleistungsentwicklung, analog zur Produktentwicklung, notwendig ist. Hieraus entwickelte sich die relativ junge Forschungsdisziplin Service Engineering, die sich mit der systematischen Entwicklung von Dienstleistungen unter Einsatz geeigneter Vorgehensweisen, Methoden und Werkzeugen beschäftigt. Das Ziel ist die effiziente Transformation von Dienstleistungsideen in marktfähige Produkte.

Auf dieser Konferenz werden sowohl aktuelle Konzepte und Umsetzungsbeispiele aus dem Forschungsgebiet Service Engineering als auch konkrete Lösungsansätze für den automobilen After Sales vorgestellt und diskutiert.

Referenten

- Prof. Dr. Klaus Fähnrich, Universität Leipzig
- Prof. Dr. Horst Meier, Ruhr-Universität Bochum
- Prof. Dr. Tetsuo Tomiyama, Delft University of Technology
- Prof. Dr. Jan Marco Leimeister, Universität Kassel
- Prof. Dr. Christoph Herrmann, TU Braunschweig

Ansprechpartner für inhaltliche Fragen

Dr. Michael Mesterharm

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

Zielgruppe

Fach- und Führungseliten
des Volkswagen Konzerns

Dauer

1 Tag

Termin

23. April 2009

Veranstaltungsort

MobileLifeCampus,
Wolfsburg

Anmeldung

www.autouni.de
anmeldung@autouni.de

Teilnahmegebühr

€ 500,-
zzgl. Reise- und
Übernachungskosten

Verstehen und Messen von Kundenwünschen

Zielgruppe

Fach- und Führungseliten
des Volkswagen Konzerns

Dauer

4 Stunden

Termin

25. Februar 2009

Veranstaltungsort

MobileLifeCampus,
Wolfsburg

Anmeldung

www.autouni.de
anmeldung@autouni.de

Teilnahmegebühr

kostenfrei
nur Reise- und
Übernachungskosten

Die Veranstaltung vermittelt ein vertieftes Verständnis für die unternehmerische Herausforderung, Kundenwünsche systematisch zu erfassen und im Betrieb zu kommunizieren. Sie diskutiert auch die methodischen Instrumente für eine größere Kundennähe.

Die betriebliche Wirklichkeit ist geprägt von einer wissenschaftlich-technischen Rationalität, die Planbarkeit und Berechenbarkeit der Abläufe garantieren soll. Der globale Markt ist hingegen eher geprägt von dem Wechsel subjektiver Präferenzen des Kunden. Er fordert kontinuierlich Veränderungen und Innovationen, die er selbst nicht genau benennen kann.

Die Veranstaltung verbindet wissenschaftliche Statements mit einer offenen Diskussion von Experten. Sie zeigt, wie Kundenwünsche erfasst und in technische Kategorien umgesetzt werden, um schließlich in den Entwicklungsprozess einzugehen.

Referenten

- Prof. Dr. Volker Trommsdorff, TU Berlin
- Dr. Karl-Michael Matthes, Leiter Qualitätsmarktforschung, Volkswagen AG
- Nils Fiedler, Leiter Technische Marktanalyse & T.C.O.O., Volkswagen AG

Ansprechpartner für inhaltliche Fragen

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

Service-Markt der Zukunft

Das durchschnittliche Alter der Fahrzeuge in Deutschland nimmt immer weiter zu. Diese Aussage, die sich auf Basis der Zulassungsdaten des Kraftfahrt-Bundesamtes treffen lässt, birgt neben einem Hinweis auf Probleme beim Absatz von Neufahrzeugen auch eine Herausforderung für die Versorgung mit Originalteilen (OT) in sich.

Einerseits ist damit ein Anstieg des OT-Bedarfs verbunden, andererseits ergeben sich für die Automobilindustrie neue Absatzmärkte und damit die dringende Notwendigkeit, neue Möglichkeiten bei Kundenbindung, Serviceangeboten und OT-Management zu untersuchen und zu entwickeln.

Vor allem die geringe Händlertreue bei Besitzern von älteren, also Segment-3-Fahrzeugen gilt es zu überwinden. In diesem Zusammenhang stehen zeitwertgerechte Reparaturen und Produktlinien, Loyalitätsprogramme, Finanzdienstleistungsmodelle sowie flexiblere Servicegrade in der Diskussion.

Darüber hinaus dürfen auch die Auswirkungen der zunehmenden Elektronik und Hybridisierung auf das OT-Geschäft nicht vernachlässigt werden.

Wie muss der Volkswagen Konzern den Service-Markt der Zukunft gestalten, um vor diesen Hintergründen seine erfolgreiche Position im Service-Markt zu halten und weiter auszubauen?

Zielgruppe

Fach- und Führungseliten
des Volkswagen Konzerns

Dauer

1 Tag

Termin

Mai/Juni 2009

Veranstaltungsort

Kassel

Anmeldung

www.autouni.de
anmeldung@autouni.de

Teilnahmegebühr

€ 500,-

zzgl. Reise- und

Übernachungskosten

Ansprechpartner für inhaltliche Fragen

Jochen Wawer

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

Marketing, Vertrieb und Financial Services

Zielgruppe

Fach- und Führungseliten
des Volkswagen Konzerns

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

Dauer

5 Monate

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

Termin

Februar–Juni 2009

Veranstaltungsort

Konzernstandort
Autohaus
u. a.

Virtueller Kick off

26. Februar 2009

Anmeldung

www.autouni.de
anmeldung@autouni.de

Präsenzveranstaltungen

19.–20. März 2009
21.–22. April 2009
Mai 2009 (Termin in Klärung)
24.–25. Juni 2009

Teilnahmegebühr

€ 4.800,-

zzgl. Reise- und
Übernachungskosten

Ansprechpartner für inhaltliche Fragen

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

Design

Das Design bestimmt Verkaufserfolg und Erscheinungsbild eines Automobils nicht weniger als seine technischen Daten.

Zielgruppe
Konzernangehörige

In der Welt der Automobilindustrie scheint Design eine Insel der Emotionen und der Leidenschaft zu sein. Dabei schaffen Designer aber mit scheinbar spielerischer Leichtigkeit eine Balance zwischen der Ansprache der Sinne und der des Verstandes. Design visualisiert die Werte des Unternehmens und damit auch ein Stück Verantwortung für die Zukunft.

Dauer
1,5 Stunden

Termin
26. Februar 2009
18 Uhr

Der Vortrag von Walter de Silva bildet den Auftakt einer Reihe von Veranstaltungen, mit denen die AutoUni das fachliche Verständnis und die Liebe zum Design bei den Mitarbeitern stärken und das Bewusstsein in der Region als Designstandort festigen möchte.

Veranstaltungsort
MobileLifeCampus,
Wolfsburg

Anmeldung
www.autouni.de
anmeldung@autouni.de

Ansprechpartner für inhaltliche Fragen

Dr. Dirko Thomsen

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

Intelligente Objekte: Der Computer erobert unseren Alltag

Zielgruppe

Konzernangehörige

Dauer

1,5 Stunden

Termin

03. Juni 2009

18 Uhr

Veranstaltungsort

MobileLifeCampus,
Wolfsburg

Anmeldung

www.autouni.de

anmeldung@autouni.de

Durch technologische Miniaturisierung werden Computer nicht nur kleiner und damit portabler, sondern auch immer häufiger in Gegenstände des täglichen Gebrauchs eingebettet. Der Fortschritt in der Mikroelektronik und Sensortechnologie wird in naher Zukunft zu spürbaren Veränderungen in unserem Alltag führen: sei es im Haushalt, in der Medizin, in der Arbeitswelt oder im Verkehr.

Diese Entwicklung bringt Herausforderungen und Risiken, aber auch große Chancen für Wirtschaft und Privatleben mit sich. Herausforderungen stellen sich insbesondere mit Blick auf die technische Infrastruktur, Standards und Geschäftsmodelle, aber auch für Sicherheit und Privatsphäre.

Acatech, die Deutsche Akademie der Technikwissenschaften, befasst sich im Rahmen des Forschungsprojektes "Intelligente Objekte im wirtschaftlichen und privaten Alltag" mit diesen Fragen. Der Vortrag gibt einen Überblick über ausgewählte Ergebnisse dieser Acatech-Studie.

Referenten

- Prof. Dr. Dr. Thomas Schildhauer, Universität der Künste Berlin, Institute of Electronic Business, IEB
- Dr. Ulrich Glotzbach, accatech, Projektzentrum Berlin

Ansprechpartner für inhaltliche Fragen

Dr. Michael Mesterharm

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

Möglichkeiten der CO₂-Kompensation

Kohlenstoffdioxid (im normalen Sprachgebrauch auch Kohlendioxid genannt) ist eine chemische Verbindung aus Kohlenstoff und Sauerstoff. Es gehört damit neben Kohlenstoffmonoxid (auch Kohlenmonoxid), Kohlenstoffsuboxid und dem instabilen Kohlenstofftrioxid zur Gruppe der Kohlenstoffoxide.

Gegenüber dem biologischen Kohlenstoffkreislauf sind die geochemischen Umsätze, vor allem die Verbrennung fossiler Brennstoffe, zwar verschwindend klein, aber umso folgenreicher: Kohlendioxid ist als wichtiges klimarelevantes Spurengas maßgeblich an der Regulation des irdischen Wärmehaushalts beteiligt. Aus diesem Grund ist die CO₂-Problematik aktuell und stellt eine Herausforderung für Wissenschaftler und Ingenieure dar, geeignete Verfahren und Prozesse zu entwickeln, um das in der Atmosphäre vorhandene CO₂ wieder herauszufiltern oder erst gar nicht in den Klimakreislauf gelangen zu lassen.

Im Rahmen dieses Vortrages werden Ansätze, Grenzen und Zukunftsszenarien vorgestellt und diskutiert, bei denen mit geeigneten Katalysatoren das erforderliche Energieniveau so weit abgesenkt werden kann, dass CO₂ wieder in seine Bestandteile Kohlenstoff und Sauerstoff aufgespalten werden kann.

Zielgruppe

Konzernangehörige

Dauer

1,5 Stunden

Termin

07. Mai 2009

18 Uhr

Veranstaltungsort

MobileLifeCampus,
Wolfsburg

Anmeldung

www.autouni.de

anmeldung@autouni.de

Referent

Prof. Dr. Fritz Kühn, TU München

Ansprechpartner für inhaltliche Fragen

Lars Köppel

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

Optimierungsprobleme in der Automobilindustrie

Zielgruppe

Konzernangehörige

Dauer

1,5 Stunden

Termin

Mai 2009

18 Uhr

Veranstaltungsort

MobileLifeCampus,
Wolfsburg

Anmeldung

www.autouni.de

anmeldung@autouni.de

Die Natur hat bislang 500 Milliarden verschiedene Lebensformen hervorgebracht. Sie schafft es im Rahmen der Evolution, dass sich ständig Milliarden von Lebensformen durch Versuch und Irrtum an eine sich verändernde Umwelt anpassen. Die Natur befindet sich in einem ständigen Anpassungsprozess. Der Mensch versucht, diese Prozesse nachzubilden.

Aus Sicht der Mathematik und Informatik stellt die Evolution ein extrem leistungsstarkes Optimierungsverfahren dar. Die Arbeitsweise der Evolution ist bei Weitem noch nicht vollständig erschlossen. Aber schon das Verständnis der Grundprinzipien der Evolution wie Selektion, Rekombination und Mutation versetzt uns in die Lage, diese auf Computern zu modellieren, zu simulieren und als Werkzeug zur Lösung schwieriger Probleme dort einzusetzen, wo konventionelle Such- und Optimierungsverfahren scheitern oder aus anderen Gründen nicht sinnvoll eingesetzt werden können.

Der Vortrag stellt die grundlegenden Ansätze von Optimierungsprozessen vor und stellt den Bezug zu industriellen Problemstellungen, z. B. in der Logistik, Fertigung und Entwicklung her.

Referent

Dr. Dirk Briskorn, Christian-Albrechts-Universität zu Kiel

Ansprechpartner für inhaltliche Fragen

Lars Köppel

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

Hybrid- und Elektrofahrzeug – Kompakt

Elektrifizierte Antriebskonzepte stehen im Bereich der individuellen Mobilität im Fokus der aktuellen gesellschaftlichen Diskussion über nachhaltige Energieträger und den Klimawandel.

Die Vielzahl der technisch unterschiedlichen Hybridfahrzeugkonzepte bis hin zum Elektrofahrzeug macht es schwer, eine Prognose zu treffen, welche Entwicklungen am Markt die erfolgreichsten sein werden.

Im Rahmen dieser Vortragsreihe wird in kompakter Form ein Überblick über die Marktbedingungen und die Kundenerwartungen, die verschiedenen Möglichkeiten zur Elektrifizierung des Antriebsstrangs und der Energiespeicherung gegeben.

Interne und externe Experten vermitteln aktuelles Fachwissen aus diesen Themenfeldern.

Vorträge

- Markt und Kundenerwartungen, 24. Februar 2009, Dr. Gilbert Heise, Leiter Konzernmarktforschung und -analyse, Volkswagen AG
- Elektrifizierter Antriebsstrang, 30. März 2009, Prof. Uwe Schäfer, TU Berlin, Energie- und Automatisierungstechnik
- Elektrische Energiespeicher, 03. März 2009, Dr. Jens Tübke, Fraunhofer-Institut für Chemische Technologie

Ansprechpartner für inhaltliche Fragen

Dr. Bernd Petzold

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

Zielgruppe

Konzernangehörige

Dauer

1,5 Stunden

Termin

ab 24. Februar 2009
jeweils 18 Uhr

Veranstaltungsort

Ingolstadt

Anmeldung

www.autouni.de

anmeldung@autouni.de

Thermomanagement in Fahrzeugen

Zielgruppe

Fach- und Führungseliten
des Volkswagen Konzerns

Die Bedeutung des Thermomanagements als energetische Optimierung des Wärmehaushalts in Fahrzeugen wächst vor dem Hintergrund immer vielfältigerer Anforderungen.

Dauer

1 Tag

Der klassische Konflikt zwischen optimaler thermischer Konditionierung der Antriebsstrangsysteme und kundenkonformer Innenraumklimatisierung wird zunehmend durch verschärfte Verbrauchs- und Emissionsgrenzen beeinflusst.

Termin

28. April 2009

Gleichzeitig erfordern neue Fahrzeugkonzepte bei sich verschärfenden Baumrestriktionen neue Lösungsansätze. Treiber können die Elektrifizierung des Antriebsstrangs und die steigende Anzahl an thermisch relevanten Verbrauchern sein.

Veranstaltungsort

Ingolstadt

Die gestiegenen Kundenerwartungen an die Innenraumklimatisierung in mittlerweile allen Fahrzeugklassen in den unterschiedlichen Märkten unterstützen diesen Trend.

Anmeldung

www.autouni.de

anmeldung@autouni.de

Im Rahmen dieser Konferenz soll ein Überblick über die aktuellen Randbedingungen gegeben werden. Der Fokus wird auf neuen, ganzheitlichen Lösungsansätzen liegen, die über die Optimierung einzelner Systeme hinausgehen und damit nicht nur technisch neue Herausforderungen an das Unternehmen stellen.

Teilnahmegebühr

€ 500,-

zzgl. Reise- und

Übernachungskosten

Fachexperten aus dem Volkswagen Konzern, der Industrie und Wissenschaft referieren zu diesen Themen und stehen für Diskussionen zur Verfügung.

Ansprechpartner für inhaltliche Fragen

Dr. Bernd Petzold

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

Autonomes Fahren

Die Frage, ab wann es ein autonomes Fahren geben wird, ist nicht mehr richtig, denn es wurden bereits erste Fahrzeuge hergestellt, die dies ermöglichen. Auf der Darpa Urban Challenge 2007 zeigten verschiedene Forschergruppen, dass Autos sich in einer städtischen Umgebung komplett fahrerlos bewegen können. Allerdings führten die Wagen noch mehrere hundert Kilo Zusatztechnik mit sich, um die Strecke unfallfrei zu absolvieren, und sind damit bestimmt noch nicht serientauglich.

Aber auch in den Serienfahrzeugen hat das automatisierte Fahren schon Einzug gehalten. So sind in einigen Modellen bereits die automatische Distanzregelung, der Parklenkassistent und der Spurhalteassistent erhältlich. Doch zum wirklich autonomen Fahren sind noch viele Fragen zu klären.

Auf dieser Konferenz wird in Zusammenarbeit mit der TU Braunschweig ein Einblick in den aktuellen Stand des autonomen Fahrens gegeben. Es wird dabei sowohl auf künstliche Intelligenz und rechtliche Fragen als auch auf technische Fragen bezüglich Sensorik, Sicherheit und Umsetzung im Fahrzeug eingegangen.

Ansprechpartner für inhaltliche Fragen

Dr. Frank von Lacroix

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

Zielgruppe

Fach- und Führungseliten
des Volkswagen Konzerns

Dauer

4 Stunden

Termin

März 2009

Veranstaltungsort

MobileLifeCampus,
Wolfsburg

Anmeldung

www.autouni.de
anmeldung@autouni.de

Teilnahmegebühr

kostenfrei
nur Reise- und
Übernachungskosten

Fahrzeugsensorik

Zielgruppe

Fach- und Führungseliten
des Volkswagen Konzerns

Was heute noch Zukunftsmusik ist, wird bereits in Kürze Realität sein. Fahrzeuge parken ohne Fahrereingriff ein, sichern Verkehrsfreiräume ab oder fahren komplett fahrerlos.

Dauer

4 Stunden

Die Konferenz gibt einen Überblick über die einsetzbaren Sensoren zur Umfeldwahrnehmung und Abstandserfassung.

Termin

April 2009

Ausgesuchte Anbieter von Sensoren stellen ihre Technik vor.

Veranstaltungsort

MobileLifeCampus,
Wolfsburg

Referent

Prof. Dr. Friedrich M. Wahl, Technische Universität Braunschweig

Anmeldung

www.autouni.de
anmeldung@autouni.de

Ansprechpartner für inhaltliche Fragen

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

Teilnahmegebühr

kostenfrei
nur Reise- und
Übernachungskosten

Software im Fahrzeug und Softwareentwicklung

Ohne Software bewegt sich nichts. Kein aktuelles Fahrzeug ist in der Lage, ohne geeignete Software zu starten oder gar zu fahren. Jede Fahrzeugfunktion, angefangen vom Komfort über Motor und Getriebe bis hin zur aktiven und passiven Sicherheit, wird über Steuergeräte gesteuert, über Sensoren erfasst und überwacht. Dabei stellen die Korrektheit der Software, die Vernetzung verteilter Softwarefunktionen als auch das Varianten-/Versionsmanagement immer komplexer werdender Einheiten entscheidende Herausforderungen dar.

Im Rahmen dieser Konferenz werden Maßnahmen und Techniken beschrieben und diskutiert, die nachhaltig zu erfolgreichen und sicheren Softwarearchitekturen führen, das Management von Software-Subsystemen unterstützen und diese in einen fahrzeugübergreifenden Softwareentwicklungsprozess integrieren.

Referent

Prof. Dr. Bernhard Rumpe, Universität Karlsruhe (TH)

Ansprechpartner für inhaltliche Fragen

Lars Köppel

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

Zielgruppe

Fach- und Führungseliten
des Volkswagen Konzerns

Dauer

4 Stunden

Termin

08. Juni 2009

Veranstaltungsort

MobileLifeCampus,
Wolfsburg

Anmeldung

www.autouni.de
anmeldung@autouni.de

Teilnahmegebühr

kostenfrei
nur Reise- und
Übernachungskosten

Mobil mit Gas

Zielgruppe

Fach- und Führungseliten
des Volkswagen Konzerns

Dauer

4 Stunden

Termin

April 2009

Veranstaltungsort

MobileLifeCampus,
Wolfsburg

Anmeldung

www.autouni.de
anmeldung@autouni.de

Teilnahmegebühr

kostenfrei
nur Reise- und
Übernachungskosten

Im August 2008 nahm die 800. Erdgastankstelle Deutschlands offiziell ihren Betrieb auf. Die derzeit verfügbaren Kapazitäten reichen aus, um rund eine halbe Million Erdgasfahrzeuge zu betanken. Die Standortauswahl berücksichtigt dabei das Bedürfnis der Erdgasfahrer nach öffentlicher Verfügbarkeit und einer hohen Tankstellendichte vor allem entlang der Transitrouten. Rund 350 Stationen befinden sich direkt an der Autobahn oder in unmittelbarer Nähe.

Erdgasfahrzeuge haben einen wirtschaftlichen Vorteil durch geringere Betriebs- und Treibstoffkosten. Zusätzlich ermöglichen sie eine Schadstoffreduzierung gegenüber Benzin- und Dieselfahrzeugen. Der Volkswagen Konzern ist natürlich auch mit Fahrzeugen mit Erdgasantrieb, wie z. B. dem Touran EcoFuel, auf dem Markt vertreten.

Auf dieser Konferenz wird der aktuelle Stand zum Thema Erdgasfahrzeuge dargelegt. Dabei wird die Technik erläutert und es werden Fahrzeuge des Volkswagen Konzerns und von Wettbewerbern gezeigt. Die Marktpotenziale von Erdgasfahrzeugen werden anhand ausgewählter Länder aufgezeigt.

Ansprechpartner für inhaltliche Fragen

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

Alternative Kraftstoffe

Vor dem Hintergrund der aktuellen Preis- und Ressourcendiskussion stehen die so genannten alternativen Kraftstoffe besonders im Interesse von Wirtschaft und Öffentlichkeit.

Aber welchen Beitrag können die alternativen Kraftstoffe hinsichtlich einer CO₂-Reduktion wirklich leisten, in welcher Menge stehen sie zur Verfügung und welche Konfliktpotenziale bestehen?

Welche Anpassungen sind im Fahrzeug erforderlich, welche sind infrastrukturell?

Im Rahmen dieser Konferenz werden die einzelnen Spannungsfelder bzgl. Lebensmittel, Boden und Kraftstoff sowie der aktuelle Stand durch externe Referenten aus Forschung und Wissenschaft vorgestellt und diskutiert.

Zusammenarbeit mit:

- Institut für Energie- und Umweltforschung Heidelberg GmbH (IFEU)
- International Association for the Evaluation of Educational Achievement (IEA)
- Choren Industries GmbH, Freiburg

Ansprechpartner für inhaltliche Fragen

Lars Köppel

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

Zielgruppe

Fach- und Führungseliten des Volkswagen Konzerns

Dauer

4 Stunden

Termin

Juni 2009

Veranstaltungsort

MobileLifeCampus,
Wolfsburg

Anmeldung

www.autouni.de
anmeldung@autouni.de

Teilnahmegebühr

kostenfrei
nur Reise- und
Übernachungskosten

Virtuelles Fahrzeug

Zielgruppe

Fach- und Führungseliten
des Volkswagen Konzerns

Dauer

1 Tag

Termin

März 2009

Veranstaltungsort

MobileLifeCampus,
Wolfsburg

Anmeldung

www.autouni.de
anmeldung@autouni.de

Teilnahmegebühr

€ 500,-

zzgl. Reise- und
Übernachungskosten

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

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

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

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

Ansprechpartner für inhaltliche Fragen

Dr. Frank von Lacroix

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

Powertrain

Die Antriebstechnik ist eine der Kernkompetenzen eines Automobilherstellers. Durch die aktuelle Klima- und Ressourcendiskussion rückt das Thema immer weiter in den Mittelpunkt des gesellschaftlichen Interesses.

Das Programm Powertrain hat folgende Ziele:

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

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

Virtueller Kick off

08. Januar 2009

Präsenzveranstaltungen

14.–15. Januar 2009

18.–19. Februar 2009

25.–26. März 2009

14.–15. Mai 2009

17.–18. Juni 2009

Ansprechpartner für inhaltliche Fragen

Lars Köppel

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

Zielgruppe

Fach- und Führungseliten
des Volkswagen Konzerns

Dauer

6 Monate

Termin

Januar – Juni 2009

Veranstaltungsort

Berlin
Ingolstadt
Wolfsburg

Anmeldung

www.autouni.de
anmeldung@autouni.de

Teilnahmegebühr

€ 4.800,-
zzgl. Reise- und
Übernachungskosten

Gesamtfahrzeug

Zielgruppe

Fach- und Führungseliten
des Volkswagen Konzerns

Dauer

3 Monate

Termin

Februar–Mai 2009

Veranstaltungsort

Wolfsburg
Ingolstadt

Anmeldung

www.autouni.de
anmeldung@autouni.de

Teilnahmegebühr

€ 4.800,-
zzgl. Reise- und
Übernachungskosten

Der zunehmende globale Wettbewerbsdruck erfordert ein permanentes Engagement des Unternehmens bei der Entwicklung, der Herstellung und dem Vertrieb erstklassiger Produkte.

Um die Wettbewerbsfähigkeit aufrechtzuerhalten, 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 Fahrzeugentwicklungsprozesses 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 aus Partnerfirmen des Volkswagen Konzerns.

Präsenzveranstaltungen

10.–13. März 2009
KW 17
KW 24

Ansprechpartner für inhaltliche Fragen

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

Fahrwerk

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

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

Die Inhalte gliedern sich in die vier zentralen Themenfelder: Markt und Kunde, Technologien, Managementprozesse sowie Unternehmensabläufe.

Programmbegleitende Praxisbeispiele und eine Projektarbeit an praxisrelevanten Problemschwerpunkten runden das Angebot ab. Interne und externe Fachexperten vermitteln aktuelles Fachwissen in den jeweiligen Themenfeldern.

Die Durchführung erfolgt abwechselnd in Präsenz- und Distanzlernphasen.

Präsenzveranstaltungen

Kick off: 10. Februar 2009
10.–12. März 2009
22.–24. April 2009
26.–27. Mai 2009

Ansprechpartner für inhaltliche Fragen

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

Zielgruppe

Fach- und Führungseliten
des Volkswagen Konzerns

Dauer

3 Monate

Termin

Februar–Mai 2009

Veranstaltungsort

Wolfsburg
Braunschweig
Ingolstadt

Anmeldung

www.autouni.de
anmeldung@autouni.de

Teilnahmegebühr

€ 4.800,-
zzgl. Reise- und
Übernachungskosten

Elektrohybrid – Technologien, Prozesse und Märkte

Zielgruppe

Fach- und Führungseliten
des Volkswagen Konzerns

Dauer

3 Monate

Termin

März–Juni 2009

Veranstaltungsort

Ingolstadt
Wolfsburg

Anmeldung

www.autouni.de
anmeldung@autouni.de

Teilnahmegebühr

€ 2.800,-
zzgl. Reise- und
Übernachungskosten

Die Elektrifizierung des Antriebsstrangs wird weltweit durch eine Vielzahl von Rahmenbedingungen forciert. Die hierfür erforderlichen Hybridtechnologien führen je nach Grad der Elektrifizierung zu erheblichen Veränderungen im Antriebsstrang und bei der Auslegung des Gesamtfahrzeugs.

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

Das Programm hat die folgenden Themenschwerpunkte:

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

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

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

Virtueller Kick off

26. März 2009

Präsenzveranstaltungen

13.–14. Mai 2009

17.–18. Juni 2009

Ansprechpartner für inhaltliche Fragen

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

Aktuelle Themen aus der Fertigung

Unsere Automobilproduktion steht täglich in einem Wettbewerbsumfeld, in dem Senkung der Kosten, Erhöhung der Produktivität und Verbesserung der Qualität gefordert sind. Durch diesen Druck werden in allen Bereichen, von der Planung über die Fertigung und Logistik bis zur Instandhaltung, neue Ideen entwickelt und Innovationen eingeführt.

Die AutoUni wird ausgewählte Themen aus der Fertigung und angrenzenden Bereichen von Wissenschaftlern und Praktikern aus Unternehmen vorstellen.

2009 starten wir die Vortragsreihe am 11. Februar mit einem Vortrag von Prof. Thomas Friedli, Universität St. Gallen, zum Thema "Produzieren in Produktionsnetzwerken".

Die weiteren Vorträge werden auf der Intranetseite der AutoUni separat angekündigt und Sie wie üblich eingeladen.

Ansprechpartner für inhaltliche Fragen

Dr. Frank von Lacroix

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

Zielgruppe

Konzernangehörige

Dauer

1,5 Stunden

Termin

ab 11. Februar 2009
jeweils 18 Uhr

Veranstaltungsort

MobileLifeCampus,
Wolfsburg

Anmeldung

www.autouni.de
anmeldung@autouni.de

Gießereitechnik

Zielgruppe

Fach- und Führungseliten
des Volkswagen Konzerns
mit Bezug zur Gießerei-
technik

Dauer

2 Tage

Termin

März 2009

Veranstaltungsort

Fachhochschule Aalen

Anmeldung

www.autouni.de

anmeldung@autouni.de

Teilnahmegebühr

€ 1.000,-

zzgl. Reise- und

Übernachungskosten

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 viel versprechende 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, Hochschule Aalen

Ansprechpartner für inhaltliche Fragen

Lars Köppel

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

Formhärten – Warmblechumformung

Leichtbau im Automobil ist einer von vielen Faktoren zur Senkung des Kraftstoffverbrauchs. Vor diesem Hintergrund nimmt die Herstellung von Blechformteilen mit komplexer Geometrie und höchster Festigkeit eine besondere Stellung ein.

Das Besondere an diesem Verfahren: In einer thermo-mechanisch integrierten Prozessführungsstrategie werden einerseits hohe Umformgrade mit geringen Umformkräften erzielt. Andererseits wird durch eine schnelle Wärmeabfuhr unter dem im geschlossenen Werkzeug bestehenden Formzwang eine Umwandlungshärtung vollzogen. Die so hergestellten Bauteile verfügen daher über höchste Festigkeit bei gleichzeitig geringerem Gewicht.

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

Referent

Prof. Dr. Kurt Steinhoff, Universität Kassel,
interne Referenten

Ansprechpartner für inhaltliche Fragen

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

Zielgruppe

Fach- und Führungseliten
des Volkswagen Konzerns

Dauer

1 Tag

Termin

Mai 2009

Veranstaltungsort

Kassel

Anmeldung

www.autouni.de
anmeldung@autouni.de

Teilnahmegebühr

€ 500,-
zzgl. Reise- und
Übernachungskosten

Integratives Anlaufmanagement

Zielgruppe

Fach- und Führungseliten
des Volkswagen Konzerns

Dauer

4 Stunden

Termin

Juni 2009

Veranstaltungsort

MobileLifeCampus,
Wolfsburg

Anmeldung

www.autouni.de
anmeldung@autouni.de

Teilnahmegebühr

kostenfrei
nur Reise- und
Übernachungskosten

In den letzten Jahren nahm die Anzahl der Produktvarianten bei allen Automobilherstellern ständig zu. Zugleich verkürzten sich die Produktentwicklungszyklen. Dadurch erhöhte sich insgesamt die Anzahl der Produkthanläufe drastisch.

Im Anlaufprozess müssen die Mitarbeiter aus den verschiedenen Abteilungen sehr eng zusammenarbeiten, um einen möglichst effektiven Anlauf sicherzustellen. Verlängern sich die Zeiten des Produkthanlaufes, gehen automatisch Kundenfahrzeuge und damit Umsatz verloren. Da im Anlauf noch diverse technische Umfänge getestet und viele organisatorische Fragen geklärt werden müssen, sind ein systematisches Vorgehen, eine exakte Information und eine schnelle Kommunikation besonders wichtig.

Das Anlaufmanagement ist integraler Teil des Produktprozesses und wirkt sich entscheidend auf die Performance des Unternehmens aus. Im Rahmen von Mach 18 werden die Anforderungen an das Anlaufmanagement weiter zunehmen.

In der Konferenz werden grundsätzliche Aspekte eines integrativen Anlaufmanagements aus aktueller wissenschaftlicher Sicht dargestellt und mit den Referenten analysiert und diskutiert.

Ansprechpartner für inhaltliche Fragen

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

Durchgängiges Produktdatenmanagement

Im Volkswagen Konzern werden heute rund 60 Fahrzeugtypen in unzähligen Ausführungsvarianten an 45 Standorten gefertigt. Dabei werden mehr als 1,5 Millionen Baugruppen und Einzelteile verbaut. All diese Produkte müssen für technische Anwendungen konstruktiv in Form von Zeichnungen bzw. CAD-Daten und auch für kaufmännische Anwendungen beschrieben werden. Dies leistet das Produktdatenmanagement.

Das Produktdatenmanagement arbeitet mit Daten aus den verschiedenen Bereichen zum Materialfluss, zur Beschaffung, Produktion und Logistik und bildet damit die zentrale Informationsbasis im Produktprozess, die eine Durchgängigkeit dieses Prozesses, der Funktionen und der IT-Systeme erfordert. Aufgrund der zunehmenden Produktvielfalt und der wachsenden Produktkomplexität in der Automobilindustrie werden extrem hohe Anforderungen an das Produktdatenmanagement gestellt.

Auf dieser Konferenz sollen Lösungsansätze aus wissenschaftlicher Sicht dargestellt und besprochen werden, die sich insbesondere aus dem Spannungsfeld der Anforderungen der technischen Entwicklung, Produktion und Logistik ergeben.

Ansprechpartner für inhaltliche Fragen

Dr. Frank von Lacroix

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

Zielgruppe

Fach- und Führungseliten
des Volkswagen Konzerns

Dauer

4 Stunden

Termin

März 2009

Veranstaltungsort

MobileLifeCampus,
Wolfsburg

Anmeldung

www.autouni.de
anmeldung@autouni.de

Teilnahmegebühr

kostenfrei
nur Reise- und
Übernachungskosten

Komponente

Zielgruppe

Fach- und Führungseliten
der Komponente

Dauer

4 Monate

Termin

April–Juni 2009

Veranstaltungsort

verschiedene Standorte
der Komponente

Anmeldung

www.autouni.de
anmeldung@autouni.de

Teilnahmegebühr

€ 4.800,-
zzgl. Reise- und
Übernachungskosten

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

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

Ansprechpartner für inhaltliche Fragen

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

Fabriksteuerung

Das Programm Fabriksteuerung soll die Implementierung des Konzern Produktionssystems, des "neuen Logistikkonzepts" und des Prinzips "Perlenkette" unterstützen.

Es besteht aus fünf Qualifizierungsbausteinen, die in Distanz- und Präsenzphasen durchgeführt werden.

Der erste Baustein vermittelt die Grundlagen der Fabriksteuerung mit den Besonderheiten der Automobilindustrie und stellt diese in Bezug zu den Konzernstrategien. Bausteine zwei und drei thematisieren das Konzernproduktionssystem bzw. das Prinzip Perlenkette. In Baustein vier bilden die Parameter der Fabriksteuerung den Schwerpunkt. Der abschließende fünfte Baustein beschäftigt sich mit den Auswirkungen der Fabriksteuerung und Konzernstrategien auf den jeweiligen eigenen Arbeitsbereich.

Die Praxisrelevanz stellen Paten aus den Fachbereichen für die jeweiligen Bausteine sowie entsprechende Anschauungsbeispiele sicher.

Ansprechpartner für inhaltliche Fragen

Martina Herlyn

martina.herlyn@volkswagen.de, Telefon +49 5361-896-2122

Zielgruppe

Fach- und Führungseliten
des Volkswagen Konzerns

Dauer

3 Monate

Termin

Februar–April 2009

Veranstaltungsort

verschiedene Konzern-
standorte

Anmeldung

www.autouni.de

anmeldung@autouni.de

Teilnahmegebühr

€ 3.500,-

zzgl. Reise- und

Übernachungskosten

Turbulenzen in der Weltwirtschaft und Herausforderungen für die Automobilindustrie

Zielgruppe

Konzernangehörige

Dauer

1,5 Stunden

Termin

März 2009

18 Uhr

VeranstaltungsortMobileLifeCampus,
Wolfsburg**Anmeldung**www.autouni.deanmeldung@autouni.de

Es begann mit niedrigen Leitzinsen der US-FED, laxen Kreditvergaberichtlinien amerikanischer Banken und dem Traum von eigenem Haus – auch ohne Eigenkapital. Als dann aber die Zinsen stiegen und die Häuserpreise rasant fielen, wurde aus dem amerikanischen Traum schnell ein Alptraum. Auf Zwangsversteigerungen und gigantische Abschreibungen folgten Bankpleiten, Übernahmen und immer wieder neue Rettungsaktionen der amerikanischen Zentralbank ungeahnten Ausmaßes. Damit aber nicht genug: Durch den Verkauf der enormen Kreditrisiken mit undurchsichtigen Investmentprodukten in alle Welt und durch die internationalen Kapitalmarktverflechtungen wurde aus einem nationalen Problem schnell die globale Krise. Die internationalen Börsen rauschten in den Keller, die Rohstoffmärkte gerieten unter gewaltigen Druck, Öl- und Devisenmärkte zeigten sich volatil wie selten. Inzwischen ist klar: Eine weltweite Rezession droht. Womöglich steht sogar eine Depression vor der Tür.

Ansprechpartner für inhaltliche Fragen

Rainer Labenski

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

Beschaffungsmärkte 2025

In den letzten Jahren war zu beobachten, wie die Volkswirtschaften Chinas, Indiens und Osteuropas nahezu ungebremst boomten. Dagegen wirkte das wirtschaftliche Wachstum der etablierten Industrienationen eher bescheiden.

Was aber wird im Jahr 2025 sein? Können sich diese Entwicklungen einfach so fortsetzen? Die wirtschaftliche Großmächte-Triade USA-Japan-Westeuropa wäre dann nur noch Historie. Oder kommt alles doch ganz anders?

In den neuen Wachstumsregionen sind Rückschläge trotz der rasanten aktuellen Entwicklung nicht auszuschließen. Als denkbare Problemfelder könnten sich hier missachtete Menschenrechte oder zu geringe ökologische und soziale Standards entpuppen. Was werden die traditionellen Industrieländer machen? Wird womöglich ein erstarkender Protektionismus eine Option, um heimische Industrien wieder zu festigen? Werden die Rohstoffe reichen oder wird teurer Treibstoff lange Transporte unwirtschaftlich machen? Hierbei muss man einräumen, dass solche Prognosen schwierig zu treffen sind. Nichtsdestotrotz soll der Blick in das Jahr 2025 gewagt werden. Es referiert Prof. Dr. Ronald Bogaschewsky, Inhaber des Lehrstuhls für BWL und Industriebetriebslehre an der Julius-Maximilians-Universität Würzburg und Mitglied im Vorstand des Bundesverbands Materialwirtschaft, Einkauf und Logistik e. V. (BME).

Zielgruppe
Konzernangehörige

Dauer
1,5 Stunden

Termin
April 2009
18 Uhr

Veranstaltungsort
MobileLifeCampus,
Wolfsburg

Anmeldung
www.autouni.de
anmeldung@autouni.de

Ansprechpartner für inhaltliche Fragen

Rainer Labenski

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

Nachhaltigkeit in Lieferantenbeziehungen: Konzepte und Best Practices in der Automobilindustrie

Zielgruppe

Fach- und Führungseliten
des Volkswagen Konzerns

Dauer

1 Tag

Termin

01. April 2009

Veranstaltungsort

MobileLifeCampus,
Wolfsburg

Anmeldung

www.autouni.de
anmeldung@autouni.de

Teilnahmegebühr

€ 500,-

zzgl. Reise- und

Übernachungskosten

Im Zuge der Globalisierung internationalisieren Unternehmen nicht nur ihre Wertschöpfungskette, sondern zugleich auch die Erwartungen an eine verantwortungsvolle Unternehmenspolitik. Durch geringere gesetzliche Standards und Vollzugsdefizite können insbesondere Lieferanten aus Schwellen- und Entwicklungsländern ein Risiko für Unternehmen darstellen.

Die Automobilindustrie stellt sich dieser Herausforderung: Zahlreiche Unternehmen haben Umwelt- und Sozialstandards für ihre Beschaffungsprozesse implementiert. Aktuell wird in Projekten über gemeinsame Aktivitäten der Automobilhersteller diskutiert. Die Konferenz soll anhand der Automobilindustrie thematisieren, welche Auswirkungen die zunehmende Globalisierung der Beschaffungsprozesse auf Unternehmen hat. Im Zentrum steht die Frage, welche Konzepte aktuell in der Automobilindustrie umgesetzt werden, um der Verantwortung gegenüber Umwelt und Mitarbeitern in den globalen Lieferantenbeziehungen gerecht zu werden. Untersucht werden ferner die Reichweite und die Grenzen dieser Konzepte sowie mögliche Wege zu einer branchenübergreifenden Lösung.

Referenten

- Prof. Dr. Martin Müller, Universität Ulm
- Hans-Dieter Koeppel, Business and Social Compliance Initiative (BSCI), Brüssel
- Dr. Julia Koplín, Vorstandbüro Konzernbeschaffung, Volkswagen AG

Ansprechpartner für inhaltliche Fragen

Dr. Michael Mesterharm

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

Risiko Lieferant

Die Modellvielfalt im Automobilbau steigt und steigt – und dies bei ständig zunehmender Komplexität der Produkte. Gleichzeitig verkürzen sich Produkt- und Innovationszyklen immer mehr. Um Schritt zu halten, konzentrierten sich die Unternehmen immer stärker auf ihr Kerngeschäft und lagerten die Wertschöpfung an Lieferanten und Partner aus. Doch damit wurden auch immer mehr Risiken aus dem eigenen Unternehmen in die Lieferkette verlagert. Und je länger und verzweigter die Kette – oder besser: das Netz – desto riskanter wird es oft. Wird dann aus einem Risiko ein handfestes Problem, sind die wirtschaftlichen Folgen nicht selten gravierend.

Im Grunde sind es letztlich Kosten- und Versorgungsrisiken, denen der Abnehmer ausgesetzt ist. Die Gefahren können dabei vielfältig sein. Es müssen gar keine Erdbeben, Terroranschläge, Kriege, Embargos oder Streiks sein. Qualitätsprobleme, ein Feuer oder simpler Werkzeugbruch beim Zulieferer oder einem seiner Lieferanten können schon reichen – und bald steht das Band beim Kunden. Besonders kritisch wird es, wenn ein wichtiger Lieferant in eine wirtschaftliche Schieflage gerät, gar insolvent ist.

Im Rahmen der Veranstaltung sollen die Risiken in der Lieferkette analysiert werden, wobei dem Insolvenzrisiko beim Zulieferer besondere Beachtung geschenkt wird. Darauf aufbauend werden Möglichkeiten der Früherkennung wie auch der Krisenbewältigung diskutiert.

Zielgruppe

Fach- und Führungseliten
des Volkswagen Konzerns

Dauer

1 Tag

Termin

Mai 2009

Veranstaltungsort

MobileLifeCampus,
Wolfsburg

Anmeldung

www.autouni.de
anmeldung@autouni.de

Teilnahmegebühr

€ 500,-
zzgl. Reise- und
Übernachungskosten

Ansprechpartner für inhaltliche Fragen

Rainer Labenski

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

Beschaffung und Logistik

Zielgruppe

Fach- und Führungseliten
des Volkswagen Konzerns

Dauer

4 Monate

Termin

Februar–Juni 2009

Veranstaltungsort

Wolfsburg
Ingolstadt
Hamburg

Anmeldung

www.autouni.de
anmeldung@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 sowie 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

09. Februar 2009

Präsenzveranstaltungen

10.–12. März 2009
06.–08. Mai 2009
17.–19. Juni 2009

Ansprechpartner für inhaltliche Fragen

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

Servicequalität in der Dienstleistung

Das Ritz-Carlton genießt als Hotel einen hervorragenden Ruf und steht für exzellenten Service. So wurde die Kette u. a. mit dem amerikanischen Qualitätspreis ausgezeichnet.

In diesem Vortrag wird der General Manager des Ritz-Carlton Wolfsburg, Lothar Quarz, über den im Hotel gelebten Ansatz von Servicequalität berichten. Er geht auf die Umsetzung der Ritz-Carlton-Philosophie ein, berichtet über deren Business Modell und die tägliche Kommunikation. Im Bereich Dienstleistung ist die Servicequalität u. a. daran ablesbar, wie mit besonderen Kundenwünschen umgegangen wird. Lothar Quarz gibt zu diesem Thema zahlreiche Beispiele und erläutert den Total-Quality-Management-Ansatz (TQM) – The Ritz-Carlton Way.

Ansprechpartner für inhaltliche Fragen

Liane Röhrdanz

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

Zielgruppe

Fach- und Führungseliten
des Volkswagen Konzerns

Dauer

1,5 Stunden

Termin

28. April 2009
18 Uhr

Veranstaltungsort

The Ritz-Carlton,
Wolfsburg

Anmeldung

www.autouni.de
anmeldung@autouni.de

Qualität, Prozesse, Technik

Zielgruppe

Konzernangehörige und die Öffentlichkeit

Dauer

1,5 Stunden

Termin

ab 05. Februar 2009
jeweils 18 Uhr

Veranstaltungsort

MobileLifeCampus,
Wolfsburg
Braunschweig

Anmeldung

www.autouni.de
anmeldung@autouni.de

In dieser Vortragsreihe finden Veranstaltungen zu den Themenfeldern Qualität, Prozesse und Technik statt. Dabei werden aktuelle Themen behandelt und aus unterschiedlichen Blickwinkeln betrachtet.

Vorträge

- Qualitätsansprüche in Wolfsburg – Rio – Tokio von weltweiten Fehleranalysen zu Kundenlösungen, Dr. Manfred Bort, Leiter Technischer Service, Qualitätssicherung Marke Volkswagen, 05.02.2008
- Qualität "Made in Germany": Aus der Forschung für die Praxis des Prozessmanagements, Dr. Konstantin Petridis, Leiter der Forschungsgemeinschaft Qualität (FQS) aus Frankfurt/Main, 26.03.2008
- Weitere Vorträge werden separat angekündigt.

Diese Vortragsreihe findet in Kooperation mit dem Verein Deutscher Ingenieure (VDI), Braunschweiger Bezirksverein e.V., statt.

Ansprechpartner für inhaltliche Fragen

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

Geld ist nicht alles – vom finanz- zum qualitätsorientierten Kennzahlensystem. Neue Ansätze und Trends

In vielen Unternehmen ist das einheitliche Verständnis von Qualitätskosten nur wenig ausgeprägt. Die Erfassung findet teilweise unvollständig oder gar nicht statt. Doch ohne eine Qualitätskostenanalyse können Fragen der Geschäftsleitung nach dem Nutzen des Qualitätsmanagements nicht zufrieden stellend beantwortet werden. Zudem fehlen dadurch wichtige Kennzahlen zur Optimierung der Unternehmensprozesse.

Die traditionellen Kostenrechnungssysteme sind im Allgemeinen nicht auf die speziellen Bedürfnisse des Qualitätsmanagements ausgerichtet. Daher besteht eine wesentliche Aufgabe darin, eine Qualitätskostenrechnung aufzubauen, mit deren Hilfe in sämtlichen Unternehmensbereichen die jeweiligen Qualitätskosten erfasst, ausgewiesen, ausgewertet und in Beziehung zu Kennzahlensystemen im Unternehmen gesetzt werden können.

In diesem Vortrag soll der Frage nachgegangen werden, welche neuen Ansätze und Trends es dazu gibt und inwieweit Möglichkeiten aber auch Hindernisse bei der praktischen Umsetzung vorhanden sind.

Referent

Prof. Dr.-Ing. Roland Jochem, Lehrstuhl Qualitätsmanagement, Universität Kassel.

Ansprechpartner für inhaltliche Fragen

Liane Röhrdanz

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

Zielgruppe

Fach- und Führungseliten
des Volkswagen Konzerns

Dauer

1,5 Stunden

Termin

25. Juni 2009

18 Uhr

Veranstaltungsort

MobileLifeCampus,
Wolfsburg

Anmeldung

www.autouni.de

anmeldung@autouni.de

Qualitätsmanagement-Konferenz

Zielgruppe

Fach- und Führungseliten
des Volkswagen Konzerns

Dauer

1 Tag

Termin

06. Mai 2009

Veranstaltungsort

MobileLifeCampus,
Wolfsburg

Anmeldung

www.autouni.de
anmeldung@autouni.de

Teilnahmegebühr

€ 500,-
zzgl. Reise- und
Übernachungskosten

Der Begriff Qualitätsmanagement ist heute stark mit Prozess- und Kundenmanagement verbunden.

Den Schwerpunkt der Konferenz bilden daher Trends und aktuelle Entwicklungen auf den Gebieten Qualitätsmanagement und Prozessoptimierung im Sinne des Kunden. Hierfür werden Best Practices aus dem Konzern sowie aus anderen bedeutenden Organisationen vorgestellt und diskutiert. Ergänzt wird dies mit Beiträgen aus der Wissenschaft.

Die Konferenz findet in Kooperation mit der Konzern-Qualitätssicherung statt.

Ansprechpartner für inhaltliche Fragen

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

Qualität und Prozesse – robuste Prozesse implementieren und umsetzen

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

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

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

Referenten

Prof. Dr. Ing. Joachim Herrmann, Dipl. Ing. Michael Gropp, beide TU Berlin, Fachgebiet Qualitätswissenschaft

Ansprechpartner für inhaltliche Fragen

Liane Röhrdanz

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

Zielgruppe

Fach- und Führungseliten des Volkswagen Konzerns

Dauer

1 Tag

Termin

16. Februar 2009

Veranstaltungsort

MobileLifeCampus, Wolfsburg

Anmeldung

www.autouni.de
anmeldung@autouni.de

Teilnahmegebühr

€ 500,-
zzgl. Reise- und
Übernachungskosten

QUIS 11 (Dienstleistungsqualität)

Zielgruppe

Fach- und Führungseliten
des Volkswagen Konzerns
und weiterer Unternehmen

Dauer

4 Tage

Termin

11.–14. Juni 2009

Veranstaltungsort

Wolfsburg

Anmeldung

www.quis11.de

Teilnahmegebühr

€ 750,-

zzgl. Reise- und

Übernachungskosten

Die elfte QUIS-Konferenz bringt die weltweit führenden Wissenschaftler und Praktiker aus dem Bereich des Dienstleistungsmanagements zusammen. Diese Veranstaltung, die zu den weltweit bedeutendsten Konferenzen innerhalb der Dienstleistungsforschung zählt, findet 2009 erstmals in Deutschland statt. Über 200 Teilnehmer diskutieren neueste Trends und Forschungsergebnisse aus verschiedenen Bereichen des Services. Außer hochkarätigen Vorträgen steht vor allem die Arbeit in parallelen Workshops auf dem Programm.

Neben der wissenschaftlichen Arbeit werden die internationalen Teilnehmer auch einen Blick in gelebtes Dienstleistungsmanagement in der Volkswagen Autostadt werfen.

Die Konferenz QUIS 11 findet in Kooperation mit dem Lehrstuhl für Dienstleistungsmanagement der Katholischen Universität Eichstätt-Ingolstadt (Prof. Dr. Bernd Stauss) und Volkswagen After Sales statt.

Weitere Informationen sowie Anmeldemöglichkeiten finden Sie unter www.quis11.de.

Ansprechpartner für inhaltliche Fragen

Liane Röhrdanz

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

Qualität im Serviceprozess

Qualität ist ein zentraler Erfolgsfaktor. Dies gilt nicht nur für die industrielle Produktion, sondern gleichermaßen für Dienstleistungen. Häufig wandern Kunden aufgrund eines schlechten Services ab, nicht wegen einer unzureichenden Produktqualität. Dementsprechend gilt es, Serviceprozesse unter Einbezug der Kundenperspektive zu optimieren. Ein Qualitätsmanagement von Services weist diverse Besonderheiten auf. So ist im Falle der Serviceerbringung eines Autohauses auf die Einbindung der Kunden in die Serviceprozesse zu achten. Dementsprechend spielen die Subjektivität und damit Faktoren wie Kundenerwartungen, Kundenzufriedenheit und Interaktionsqualität eine wichtige Rolle. Folglich werden im Rahmen der Konferenz u. a. diese Fragen näher behandelt:

- Welche Besonderheiten sind beim Qualitätsmanagement von Services zu beachten?
- Welche spezifischen Instrumente sind zur Analyse, Planung und Kontrolle von Serviceprozessen einsetzbar?
- Welche Rolle spielen Kundenerwartungen?
- Wie kann eine Serviceorientierung als Basis der Service Excellence implementiert werden?

Referent

Dr. Matthias Gouthier, European Business School, International University Schloss Reichartshausen, Oestrich-Winkel, Lehrstuhl für Dienstleistungsmarketing

Ansprechpartner für inhaltliche Fragen

Liane Röhrdanz

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

Zielgruppe

Fach- und Führungseliten
des Volkswagen Konzerns

Dauer

4 Stunden

Termin

18. März 2009

Veranstaltungsort

MobileLifeCampus,
Wolfsburg

Anmeldung

www.autouni.de
anmeldung@autouni.de

Teilnahmegebühr

kostenfrei

nur Reise- und

Übernachungskosten

Qualitätsmethoden

Zielgruppe

Fach- und Führungseliten
des Volkswagen Konzerns

Dauer

1 Tag

Termin

05. Mai 2009

Veranstaltungsort

Wolfsburg

Anmeldung

www.autouni.de

anmeldung@autouni.de

Teilnahmegebühr

€ 500,-

zzgl. Reise- und

Übernachungskosten

Viele Methoden in Automobilentwicklung und Automobilbau werden als "Qualitätsmethoden" bezeichnet, auch wenn sie nicht zwangsläufig vom organisatorischen Bereich "Qualitätssicherung" angewendet werden.

Methodisch und systematisch zu arbeiten hat unzweifelhaft positiven Einfluss auf die Qualität von Produkten und Prozessen. Das gilt für alle Bereiche, nicht nur für die Qualitätssicherung.

Auch die menschliche Kreativität kann mit Methoden angeregt werden. Methodisches Arbeiten unterstützt die Kreativität, weil es den Geist vom Versuch-und-Irrtum-Prinzip entlastet und ihn für die wirklich kreativ zu lösenden Aufgaben frei macht.

Auf dieser Konferenz berichten interne und externe Referenten u. a. Dr. Georg Herzwurm, Universität Stuttgart, Lehrstuhl für Allgemeine BLW und Wirtschaftsinformatik über ihren erfolgreichen Einsatz von Methoden und geben Impulse zu weiterführenden Diskussionen.

Ansprechpartner für inhaltliche Fragen

Liane Röhrdanz

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

Mensch und Qualität: Einfluss der Mitarbeiterförderung auf die Produkt- und Prozessqualität

QM-Systeme stellen ein unverzichtbares Element der strategischen und operativen Unternehmensführung dar. Die zur Verfügung stehenden Qualitätsstrategien und -werkzeuge bieten dazu ein großes Potenzial.

Sind sie aber praxistauglich und welche Randbedingungen sind für ihre erfolgreiche Anwendung Voraussetzung? Welche Rolle spielt "der Mensch" als Fachkraft und Führungskraft, als Ausführer und Entscheider?

Die Ergebnisse des Forschungsprojekts "Mensch und Qualität" stellen einen wesentlichen Schritt zur Steigerung der Produktivität dar. Anhand der Balanced Scorecard und dem Benchmarking unter gezielter Einbeziehung des "Faktors Mensch" konnten wesentliche Verbesserungen im QM-Bereich und beim Unternehmensergebnis erzielt werden. Diese Ergebnisse werden aus Sicht von Praxis und Wissenschaft diskutiert. Ein Beispiel ist die Einführung des Prozesswirkungsgrads in der Produktion der MILUPA GmbH. Mithilfe des Prozesswirkungsgrads konnten Maßnahmen zur Kostensenkung und Qualitätsverbesserung aufgezeigt und ihre Auswirkungen monetär bewertet werden.

Referenten

- Prof. Dr. Ing. Georg Benes, Fachgebiet Qualitätsmanagement, FH Gießen-Friedberg
- Prof. Dr. Ulrich Vossebein, Fachgebiet: Allgemeine Betriebswirtschaftslehre und Marketing, FH Gießen-Friedberg

Ansprechpartner für inhaltliche Fragen

Liane Röhrdanz

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

Zielgruppe

Fach- und Führungseliten des Volkswagen Konzerns

Dauer

4 Stunden

Termin

16. April 2009

Veranstaltungsort

MobileLifeCampus, Wolfsburg

Anmeldung

www.autouni.de
anmeldung@autouni.de

Teilnahmegebühr

kostenfrei

nur Reise- und

Übernachungskosten

Personal, Führung, Organisation

Zielgruppe
Konzernangehörige

Dauer
1,5 Stunden

Termin
ab 12. Februar 2009
jeweils 18 Uhr

Veranstaltungsort
Pilothalle E 74A,
Wolfsburg
Videokonferenzräume,
Konzernstandort

Anmeldung
www.autouni.de
anmeldung@autouni.de

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

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

Die Vortragsreihe wird im Herbst 2009 fortgesetzt.

Referenten (angefragt)

- Prof. Dr. Felix von Cube, 12. Februar 2009
- Prof. Dr. med. Dr. hc. mult. Madjid Samii; INI Hannover GmbH
18. März 2009
- Prof. Haruo Hagiwara-Horaguchi, Hosei University Tokyo
- Prof. Dr. Dr. Manfred F. Moldaschl, TU Chemnitz
- Prof. Dr. Ulrich Jürgens, Wissenschaftszentrum Berlin
- Prof. em. Dr.-Ing. Günter Spur, TU Berlin
- Prof. Dr. Matthias Schumann Georg-August-Universität
Göttingen

Ansprechpartner für inhaltliche Fragen

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

Persönlichkeit und Management

Im Rahmen der Veranstaltung werden Managementfunktionen und -rollen im Unternehmen reflektiert und entwickelt.

Die Rollen sind vielfältig: Scientific Management fordert vom Manager, die neuesten wissenschaftlichen Erkenntnisse aufzunehmen und umzusetzen. Das unternehmerische Managementverständnis fordert Intuition für komplexe Zusammenhänge und kreativen Umgang mit Kunden und Markt. Zur Verantwortung für das Tagesgeschäft kommen schließlich die Anforderungen der Mitarbeiter nach einem perfekten Vorgesetzten.

Um diese Funktionen erfolgreich auszufüllen, braucht der Manager neben den traditionellen Managementskills und stetig weiterentwickelten Fachkenntnissen einen guten "Flow", Persönlichkeit und berufliche Leidenschaft, wie u. a. Prof. Dr. Felix von Cube darstellen wird.

Ansprechpartner für inhaltliche Fragen

Dr. Dirko Thomsen

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

Zielgruppe

Fach- und Führungseliten des Volkswagen Konzerns

Dauer

1 Tag

Termin

07. Mai 2009

Veranstaltungsort

MobileLifeCampus,
Wolfsburg

Anmeldung

www.autouni.de
anmeldung@autouni.de

Teilnahmegebühr

€ 500,-

zzgl. Reise- und

Übernachungskosten

Veränderungsmanagement und interne Beratung

Zielgruppe

Fach- und Führungseliten
des Volkswagen Konzerns

Dauer

1 Tag

Termin

01. Juli 2009

Veranstaltungsort

MobileLifeCampus,
Wolfsburg

Anmeldung

www.autouni.de
anmeldung@autouni.de

Teilnahmegebühr

€ 500,-
zzgl. Reise- und
Übernachungskosten

Bei dieser Veranstaltung erhalten die Teilnehmer einen Einblick in den aktuellen Forschungsstand zum Veränderungsmanagement und ein vertieftes Verständnis für die Rolle des internen Beraters zwischen externen Consultants und unternehmenseigener Hierarchie.

Wo liegen die empirisch nachweisbaren Hürden für den Erfolg von Veränderungsprozessen? Wir analysieren sie in den Themenbereichen Führung, Projektmanagement, Psychologie und Kommunikation.

Wo liegen die wesentlichen Wirkungsmöglichkeiten von internen Beratern im Volkswagen Konzern? Die Veranstaltung reflektiert die Potenziale und das Zusammenspiel von externen und internen Beratern.

Ansprechpartner für inhaltliche Fragen

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

Personalmanagement im Dienstleistungsbereich (Handel und Vertrieb)

Der Wandel von der Industrie- zur Wissens- und Dienstleistungsgesellschaft hat auch tiefgreifende Auswirkungen auf viele Unternehmen. Das Produkt wird immer stärker um Serviceangebote ergänzt. Damit wächst auch die Bedeutung der Mitarbeiter mit Kontakt zum Kunden. Deshalb ist es gerade in Dienstleistungsunternehmen wichtig, die verfügbaren Kompetenzen der Mitarbeiter zu kennen und diese auf dem neuesten Stand zu halten.

Viele Bereiche des Volkswagen Konzerns widmen sich bereits dem Service wie z. B. der After Sales, andere wiederum entwickeln sich zunehmend zum Dienstleistungsanbieter. Inwieweit unterscheidet sich jedoch das Personalmanagement in Dienstleistungsunternehmen von dem in Industrieunternehmen? Welche Fähigkeiten und Fertigkeiten muss ein Mitarbeiter mitbringen und welche Zusatzqualifikationen sind erforderlich?

Das Ziel der Konferenz ist es, die Besonderheiten des Personalmanagements im Dienstleistungsbereich aufzuzeigen, den zukünftigen Stellenwert der Dienstleistung zu verdeutlichen und Antworten zu finden, wie das Personalmanagement von Dienstleistungsunternehmen arbeiten muss, um die Kompetenzen der Mitarbeiter gezielt als Wettbewerbsvorteil nutzen zu können.

Experten aus Wissenschaft und Praxis berichten und diskutieren mit Ihnen über ihre Erkenntnisse und Erfahrungen.

Zielgruppe

Fach- und Führungseliten
des Volkswagen Konzerns

Dauer

1 Tag

Termin

April 2009

Veranstaltungsort

MobileLifeCampus,
Wolfsburg

Anmeldung

www.autouni.de
anmeldung@autouni.de

Teilnahmegebühr

€ 500,-
zzgl. Reise- und
Übernachungskosten

Ansprechpartner für inhaltliche Fragen

Dr. Michael Mesterharm

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

Human Resources Curriculum

Zielgruppe

Mitarbeiter des Personalwesens der Volkswagen AG

Dauer

10 Tage Präsenz

Termin

ab Januar 2009

Veranstaltungsort

verschiedene Standorte

Anmeldung

nur über die Personalleiter

Teilnahmegebühr

€ 3.500,-

zzgl. Reise- und

Übernachungskosten

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

Die Qualifizierung in den Bereichen Psychologie, Betriebswirtschaft, Organisation, Recht und Industrial Relations unterstützt die Personaler bei ihren vielfältigen Aufgaben.

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

Präsenzveranstaltungen

Start der Durchläufe 2009: Januar, Februar, März, Mai, Juni, September, Oktober
 Modul Psychologie
 Modul Betriebswirtschaft
 Modul Organisation
 Modul Recht und Industrial Relations

Ansprechpartner für inhaltliche Fragen

Esther Schilgen

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

Financial Services AG und neue Märkte

Der Volkswagen Konzern ist weltweit vertreten und erobert immer weitere Märkte. Dies eröffnet zugleich der Financial Services AG die Chance, ihre Produkte in diesen Märkten anzubieten. Aus Sicht der FS AG stellen die BRIC-Staaten das größte Potenzial für den Vertrieb von Finanzdienstleistungen in den neuen und neueren Märkten dar.

Die zweiteilige Vortragsreihe nimmt dies zum Anlass, die wirtschaftliche Situation von Brasilien, Russland, Indien und China (BRIC-Staaten) zu präsentieren und die lokalen Unterschiede zwischen dem Automobil- und dem Finanzdienstleistungssektor zu verdeutlichen. Die Besonderheiten der Finanzdienstleistungsmärkte werden herausgestellt.

Ansprechpartner für inhaltliche Fragen

Dr. Dorothea Gerloff

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

Zielgruppe

Konzernangehörige

Dauer

1,5 Stunden

Termin

ab März 2009

jeweils 18 Uhr

Veranstaltungsort

Konferenz- und Finanzcenter, Braunschweig

Anmeldung

www.autouni.de

anmeldung@autouni.de

Der deutsche Aktionär – das unbekannte Wesen

Zielgruppe

Konzernangehörige und die Öffentlichkeit

Dauer

1,5 Stunden

Termin

16. April 2009
18 Uhr

Veranstaltungsort

MobileLifeCampus,
Wolfsburg

Anmeldung

www.autouni.de
anmeldung@autouni.de

Aktiengesellschaften gehören Aktionären. Dementsprechend reizt das alte Fürstenberg-Zitat: "Aktionäre sind dumm und frech. Dumm, weil sie ihr Geld anderen Leuten ohne ausreichende Kontrolle anvertrauen, und frech, weil sie Dividenden fordern, also für ihre Dummheit auch noch belohnt werden wollen." zu direktem Widerspruch.

In diesem Zusammenhang verwundert es, dass weder die unternehmerische Praxis noch die wissenschaftliche Forschung bislang über das Verhalten und die Präferenzen vor allem der deutschen Kleinanleger hinreichend informiert sind.

Im Rahmen dieses Vortrags sollen Ergebnisse einer weltweit einmaligen und sehr aktuellen Studie zu Privatanlegern präsentiert und diskutiert werden.

Referent

Prof. Dr. Joachim Gassen, Lehrstuhl für Rechnungswesen und Wirtschaftsprüfung, Humboldt-Universität Berlin

Ansprechpartner für inhaltliche Fragen

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

IFRS kompakt

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

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

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

Virtueller Kick off

04. Mai 2009

Präsenzveranstaltung

16. und 17. Juni 2009

Ansprechpartner für inhaltliche Fragen

Dr. Dorothea Gerloff

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

Zielgruppe

Fach- und Führungseliten des Volkswagen Konzerns, insbesondere aus dem Finanz- und Rechnungswesen

Dauer

3 Monate

Termin

Mai–Juli 2009

Veranstaltungsort

MobileLifeCampus,
Wolfsburg

Anmeldung

www.autouni.de
anmeldung@autouni.de

Teilnahmegebühr

€ 1.000,-
zzgl. Reise- und
Übernachungskosten

IFRS compact

Target group

Senior specialist staff and managers from the Volkswagen Group, particularly from Finance and Accounts

Period

3 months

Date

April–June 2009

Venue

Martorell, Spain

Registration

www.autouni.de
anmeldung@autouni.de

Participant fee

€ 1,000
excluding travel and accommodation costs

International financial reporting is undergoing constant change. For instance, IAS 19 Employee Benefits and IAS 39 Financial Instruments are currently being revised by the International Accounting Standards Board (IASB) in collaboration with the International Financial Reporting Standards (IFRS). Keeping up with the development of standards is essential for the Volkswagen Group. This seminar provides an overview of current issues and financial reporting standards in accordance with IFRS. It examines accounting and evaluation benchmarks such as intangible assets, tangible assets and inventories and also looks at the presentation of accounts in compliance with the amended IAS 1. Besides presenting current issues, the goal of the IFRS compact seminar is to extend participants' knowledge and to bring about a uniform understanding of IFRS throughout the Group. Practical experience of IFRS is preferred. The seminar will be conducted as a blended learning event, i.e. and it comprises distance-learning and participant-attendance components.

Virtual Kick off

20 April 2009

Participant-attendance event

27–28 May 2009

Contacts for content-related queries

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

Finanzinstrumente – Ansatz, Bewertung und Ausweis nach IAS 39/IFRS 7

Die Praxis der Bilanzierung zeigt, dass die Anwendung des IAS 39 "Finanzinstrumente: Ansatz und Bewertung" mit Schwierigkeiten verbunden ist. Auch im Volkswagen Konzern ergibt sich aus diesem Standard immer wieder ein großer Diskussionsbedarf.

Diese Konferenz dient dazu, die wichtigsten Inhalte und Begriffe der Finanzinstrumente-Standards IAS 32 (Finanzinstrumente: Darstellung), IFRS 7 (Finanzinstrumente: Angaben) und dem erwähnten IAS 39 zu erklären. Die Ansatz- und Bewertungsvorschriften werden dargestellt und anhand von Beispielen erläutert. Die Anhangangaben richten sich nach IFRS 7 und werden ebenfalls Bestandteil dieser Konferenz sein.

Einen Schwerpunkt stellen die Regelungen zum Hedge-Accounting dar. Hierbei werden nicht nur die aufwendigen Nachweis- und Dokumentationspflichten erklärt, sondern es wird auch die für die Anwendung der Hedge-Accounting-Vorschriften nötige Effektivitätsmessung behandelt.

Ansprechpartner für inhaltliche Fragen

Dr. Dorothea Gerloff

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

Zielgruppe

Fach- und Führungseliten des Volkswagen Konzerns, insbesondere aus dem Rechnungswesen, Treasury und der FS AG

Dauer

1 Tag

Termin

Juni 2009

Veranstaltungsort

MobileLifeCampus, Wolfsburg

Anmeldung

www.autouni.de

anmeldung@autouni.de

Teilnahmegebühr

€ 500,-

zzgl. Reise- und

Übernachungskosten

Balanced Scorecard

Zielgruppe

Fach- und Führungseliten
des Volkswagen Konzerns,
insbesondere des
Controllings

Dauer

1 Tag

Termin

18. März 2009

Veranstaltungsort

MobileLifeCampus,
Wolfsburg

Anmeldung

www.autouni.de
anmeldung@autouni.de

Teilnahmegebühr

€ 500,-
zzgl. Reise- und
Übernachungskosten

Die Balanced Scorecard (BSC) hat sich in den letzten Jahren zu einem der wichtigsten Instrumente der Strategierealisierung und des Controllings entwickelt. Immer mehr Unternehmen jeder Größe und Branche steuern darüber erfolgreich ihre Strategien.

Mithilfe der BSC werden diese strukturiert entwickelt und in aktionsorientierte Ziele und Maßnahmen übersetzt. Statt einer abstrakten Strategie gibt es konkrete Ziele, Kennzahlen und Maßnahmen. Management und Controlling erhalten so die Möglichkeit, strategisch wichtige Initiativen zielorientiert zu steuern. Auch die Kommunikation von Strategien wird so umsetzungsorientiert gestaltet.

Die Konferenz vermittelt Kenntnisse zum Gesamtkonzept der BSC, ihren vier Perspektiven (Finanzen, Kunden, Prozesse, Potenzial) und möglichen Implementierungswegen. Es werden die notwendigen Schritte zum erfolgreichen Einsatz der BSC dargestellt, ergänzt um eine Diskussion zu Grenzen und Risiken ihres Einsatzes.

Ansprechpartner für inhaltliche Fragen

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

Treasury und Finanzrisikocontrolling kompakt

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

Die aktuell angespannte Situation und eine eventuell bevorstehende Rezession stellen insbesondere für den Finanzbereich und das Financial Hedging eine Herausforderung dar.

Um der derzeitigen Lage und auch vergleichbaren zukünftigen Problemen gewachsen zu sein, sind ein konzerneinheitliches Verständnis der Materie sowie ein im Konzern abgestimmtes Vorgehen im Risikomanagement wünschenswert. Die Konferenz informiert aber nicht nur über Risikoabsicherung und Risikomanagement, sondern auch über Asset Backed Securities (ABS) als Refinanzierungsinstrument.

Ansprechpartner für inhaltliche Fragen

Dr. Dorothea Gerloff

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

Zielgruppe

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

Dauer

1 Tag

Termin

Februar 2009

Veranstaltungsort

MobileLifeCampus,
Wolfsburg

Anmeldung

www.autouni.de
anmeldung@autouni.de

Teilnahmegebühr

€ 500,-
zzgl. Reise- und
Übernachungskosten

Zollrecht

Zielgruppe

Fach- und Führungseliten
des Volkswagen Konzerns

Dauer

1 Tag

Termin

ab 09. März 2009

Veranstaltungsort

MobileLifeCampus,
Wolfsburg

Anmeldung

www.autouni.de
anmeldung@autouni.de

Teilnahmegebühr

€ 500,-

zzgl. Reise- und

Übernachungskosten

Die Erweiterung der Europäischen Union, neue Märkte in Mittel- und Osteuropa sowie Verschärfungen im Außenwirtschaftsrecht fordern immer mehr eine qualifizierte Zollsachbearbeitung durch die Beteiligten. Für die Bearbeiter von Ein- und Ausfuhrvorgängen sind Kenntnisse des Zollrechts unerlässlich, gerade wenn es sich um einen weltweit operierenden Konzern wie Volkswagen handelt.

Da sich die notwendigen Kenntnisse bei Ein- und Ausfuhrvorgängen unterscheiden, ist eine Konferenzreihe Zollrecht geplant. Ein zentrales Thema für die Konferenz "Importzoll" am 09. März 2009 wird die Ermittlung des Zollwertes sein, der die für die Zollschild wesentliche Bemessungsgrundlage darstellt. Dementsprechend richtet sich diese Konferenz an Mitarbeiter, die an Beschaffungsvorgängen beteiligt sind. Für Mitarbeiter, die mit Vertriebsvorgängen zu tun haben, ist hingegen eine Konferenz "Exportkontrolle und internationale Zollfragen" vorgesehen.

Ansprechpartner für inhaltliche Fragen

Dr. Dorothea Gerloff

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

Mobilitätsdienstleistungen: neue Geschäftsfelder

Wie sieht die Zukunft der Mobilität aus? Welche Anforderungen werden unsere Kunden in Bezug auf die Mobilitätsdienstleistungen von morgen stellen? Welche Branchen sind Vorreiter bei Qualität und Innovation und können zu neuen Wegen inspirieren? Wie kann der Volkswagen Konzern eine Vernetzung möglichst aller Verkehrsträger bewirken, so dass dem Trend der Multioptionalität entsprochen werden kann? Welche Kooperationen können sich als ergiebig erweisen?

Experten aus Wissenschaft und Praxis stellen in dieser Vortragsveranstaltung neue und innovative Geschäftsfelder vor.

Ansprechpartner für inhaltliche Fragen

Petra Martin

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

Zielgruppe

Konzernangehörige

Dauer

1,5 Stunden

Termin

Juni 2009

18 Uhr

Veranstaltungsort

MobileLifeCampus,
Wolfsburg

Anmeldung

www.autouni.de

anmeldung@autouni.de

Issue Monitoring im Internet

Zielgruppe
Konzernangehörige

Dauer
1,5 Stunden

Termin
Juni 2009
18 Uhr

Veranstaltungsort
MobileLifeCampus,
Wolfsburg

Anmeldung
www.autouni.de
anmeldung@autouni.de

Medien, Kunden oder Unternehmen: Sie alle nutzen das Internet, um aktuelle Informationen über Politik, Wirtschaft und Gesellschaft zu erhalten. Das Internet ist zur weltweiten Plattform des Austauschs von Informationen und Wissen geworden, zum Beispiel in so genannten "Blogs". Das Internet ist ein großes Diskussionsforum mit Zugang für alle Interessierten: international und in Echtzeit.

Aber welche Bedeutung hat diese Entwicklung für Unternehmen? Ist dies eine Chance, frühzeitig an relevante, aktuelle Informationen zu gelangen? Oder ist es eher ein Risiko, weil auch das Unternehmen zum Gegenstand kritischer Internetdiskussionen werden kann?

Der Vortragsabend soll anhand neuester Erkenntnisse aus Forschung und Praxis aufzeigen, auf welche Weise das Internet für die Früherkennung von Informationen genutzt werden und welcher Nutzen für Unternehmen hieraus entstehen kann.

Ansprechpartner für inhaltliche Fragen

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

European Institute of Innovation and Technology (EIT)

Mit der Gründung des "European Institute of Innovation und Technology" (EIT) in Budapest beschreitet die Europäische Union Neuland in der Forschungs- und Innovationspolitik: Länder-, branchen- und fachübergreifend sollen sich die innovativsten Akteure der europäischen Forschungs- und Bildungslandschaft zu einem Netzwerk zusammenfinden.

Weltweit einzigartig ist die Verknüpfung von Forschung, Innovation und Bildung. Das Netzwerk wird wissenschaftliche Institutionen, Unternehmen und Bildungseinrichtungen umfassen, die die zentralen technologischen Herausforderungen Europas wie z. B. regenerative Energien oder Informations- und Kommunikationstechnologien der nächsten Generation mit gestalten sollen. Mit dem Leiter der AutoUni, Dr. Peter F. Tropschuh, ist der Volkswagen Konzern als einziges deutsches Unternehmen im Verwaltungsrat dieser neuen Organisation vertreten.

Die Veranstaltung wird die Bedeutung des EIT für die europäische Forschungs- und Innovationslandschaft aufzeigen. Eingeladen sind der Vorsitzende des EIT-Verwaltungsrates, Prof. Dr. Schuurmans, und der Staatssekretär im Bundesministerium für Bildung und Forschung, Prof. Dr. Meyer-Krahmer.

Ansprechpartner für inhaltliche Fragen

Dr. Michael Mesterharm

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

Zielgruppe

Konzernangehörige

Dauer

1,5 Stunden

Termin

26. Mai 2009

20 Uhr

Veranstaltungsort

MobileLifeCampus,
Wolfsburg

Anmeldung

www.autouni.de

anmeldung@autouni.de

Volkswagen und China

Zielgruppe
Konzernangehörige

Dauer
1,5 Stunden

Termin
März–April 2009
jeweils 18 Uhr

Veranstaltungsort
MobileLifeCampus,
Wolfsburg

Anmeldung
www.autouni.de
anmeldung@autouni.de

Mit "Volkswagen und China" startete die AutoUni im Herbst 2006 die Länderreihe, in denen die AutoUni an drei kurz aufeinander folgenden Vortragsabenden über die Emerging Markets des Volkswagen Konzerns informiert. Im Frühjahr 2009 ist es Zeit für ein "Update" der Aktivitäten des Konzerns in China.

Der erste Abend der Vortragsreihe steht wie immer unter einem gesellschaftlichen und politischen Thema. Im nacholympischen Jahr 2009 wollen wir hier der Frage nachgehen, wie die Olympischen Spiele China verändert haben und welche Perspektiven sich daraus für die Zukunft ergeben.

Am zweiten Abend stehen Markt und Kunde auf dem Programm. Es wird spannend zu sehen, wie sich der boomende Automobilmarkt in China verändert hat und wie die verschiedenen Player am Markt agieren. Der dritte Abend steht dann, wie gewohnt, im Zeichen der Aktivitäten des Volkswagen Konzerns vor Ort.

Ansprechpartner für inhaltliche Fragen

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

AUDI und die BRIC-Staaten

In den Länderreihen informiert die AutoUni an mehreren Vortragsabenden über die verschiedenen Emerging Markets des Volkswagen Konzerns.

Nach dem großen Erfolg der Vortragsreihe zu AUDI und China im Herbst 2007 wird der Fokus erweitert, indem alle vier BRIC-Staaten in den Mittelpunkt gerückt werden. Den Auftakt bildet wieder China, der "2. Heimatmarkt von AUDI". Referenten von Audi informieren an diesem Abend über die aktuellen Entwicklungen von Audi vor Ort.

Neben China sind es vor allem Brasilien, Russland und Indien (zusammen mit China auch als BRIC-Staaten bezeichnet), die enorme Wirtschaftswachstumsraten in den letzten Jahren verzeichnen konnten. AUDI ist in diesen prosperierenden Automobilmärkten (noch) nicht so stark vertreten, nicht zuletzt deswegen sollen die folgenden Vortragsabende diese Wachstumsregionen zum Inhalt haben. Im Einzelnen sind dies:

- Russland und Osteuropa
- Brasilien und Südamerika
- Indien

Dabei werden neben internen AUDI-Referenten auch ausgewiesene Experten zu den jeweiligen Kultur- und Wirtschaftsräumen eingeladen, um auf diese Weise ein umfassendes Bild über die Märkte der BRIC-Staaten im Automobilbereich zu präsentieren.

Zielgruppe

Konzernangehörige

Dauer

1,5 Stunden

Termin

Mai–Juni 2009

jeweils 18 Uhr

Veranstaltungsort

Ingolstadt

Anmeldung

www.autouni.de

anmeldung@autouni.de

Ansprechpartner für inhaltliche Fragen

Dr. Frank von Lacroix

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

Aus der Geschichte lernen

Zielgruppe
Konzernangehörige

Dauer
1,5 Stunden

Termin
ab 10. Februar 2009
jeweils 18 Uhr

Veranstaltungsort
MobileLifeCampus,
Wolfsburg

Anmeldung
www.autouni.de
anmeldung@autouni.de

Die historische Vortragsreihe in Kooperation mit dem Volkswagen Archiv hat das Ziel, Ereignisse der Volkswagen Historie mit Blick auf die Zukunft zu analysieren. Die Vorträge werden von externen Forschern gehalten und behandeln Schlüsselsituationen auf den Weltmärkten.

Die Erschließung von neuen Märkten gehört zu den immer wiederkehrenden Herausforderungen des Unternehmens. Die Vorträge widmen sich aus historischer Sicht den Märkten, die auch in Zukunft eine besondere Rolle für den Volkswagen Konzern spielen werden.

Vorträge

- Aufbruch in die Weltwirtschaft, 10. Februar 2009
- Volkswagen in Brasilien, 12. März 2009
- Der südafrikanische Markt, 21. April 2009
- Die Erschließung des nordamerikanischen Marktes, 05. Mai 2009
- Der neue Markt in China, 04. Juni 2009

Die Vortragsreihe reflektiert das Wachstum des Unternehmens vor dem Hintergrund der 60-jährigen Geschichte der Bundesrepublik Deutschland.

Ansprechpartner für inhaltliche Fragen

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

Die Automobilindustrie Osteuropas

Die Automobilindustrie im "alten Europa" zieht weiter in Richtung Osten. In Tschechien, in der Slowakei oder in Russland entstehen ganze Auto-Cluster westeuropäischer Hersteller. 2007 wurden schon zehn Prozent aller europäischen Pkw in osteuropäischen Ländern produziert. 6,2 Mio. Fahrzeuge liefen im Vorjahr von Förderbändern im Osten – ein Plus von 18,7 Prozent.

Alle großen europäischen Autobauer orientieren sich mit ihrer Produktion längst in Richtung Osten. Mit ihnen ziehen auch viele Zulieferer, die darauf bauen, Standortvorteile zu nutzen. Doch auch diesen Länder drohen, bedingt durch die Konkurrenz der vielen Firmen, Einbußen bezüglich ihres Standortvorteils.

Auf dieser Konferenz wird ein aktueller Stand zur weiteren Entwicklung Osteuropas gegeben. Der Fokus liegt natürlich auf der Automobil- und Zuliefererindustrie und dem rasant steigenden Wettbewerb, insbesondere in Russland.

Ansprechpartner für inhaltliche Fragen

Dr. Frank von Lacroix

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

Zielgruppe

Fach- und Führungseliten
des Volkswagen Konzerns

Dauer

1 Tag

Termin

Mai 2009

Veranstaltungsort

MobileLifeCampus,
Wolfsburg

Anmeldung

www.autouni.de
anmeldung@autouni.de

Teilnahmegebühr

€ 500,-

zzgl. Reise- und

Übernachungskosten

Kompetenzen für Global Player

Zielgruppe

Fach- und Führungseliten
des Volkswagen Konzerns
und die Öffentlichkeit

Dauer

4 Stunden

Termin

ab 29. Januar 2009

Veranstaltungsort

MobileLifeCampus,
Wolfsburg

Anmeldung

www.autouni.de
anmeldung@autouni.de

Teilnahmegebühr

kostenfrei
nur Reise- und
Übernachungskosten

In Zusammenarbeit mit der Volkswagen Coaching Gesellschaft vermittelt die Konferenzreihe Einblicke in die aktuelle wissenschaftliche Forschung und in die Diskussion der Kompetenzentwicklung in den Betrieben. Die Veranstaltungen laden zu einer strategischen Diskussion über die Zukunft der Kompetenzentwicklung ein.

In vier Konferenzen werden in Kurzreferaten die wissenschaftlichen Positionen vermittelt und in Podiumsdiskussionen mit internen und externen Managern wird die Praxis der Kompetenzentwicklung diskutiert.

Termine

- Neue Entwicklungen im Kompetenzmanagement, 29. Januar 2009
- Kompetenzpotenzial von global agierenden Unternehmen: Die interkulturelle Dimension, 26. März 2009
- Innovative Trainingsformen, 14. Mai 2009
- Kompetenzentwicklung von Fach- und Führungskräften, 17. September 2009

Ansprechpartner für inhaltliche Fragen

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

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 der Austausch mit den Verantwortungsträgern aus Wirtschaft und Gesellschaft eine ebenso wichtige Rolle wie die Konsens- und Netzwerkbildung unter den Teilnehmern.

Zielgruppe

Fach- und Führungseliten
des Volkswagen Konzerns

Dauer

nach Vereinbarung

Termin

nach Vereinbarung

Veranstaltungsort

nach Vereinbarung

Anmeldung

über den Auftraggeber

Ansprechpartner für inhaltliche Fragen

Dr. Dirko Thomsen

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

Integration der Studienmodule in die Weiterbildung

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

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

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

Doktorandenprogramm

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

29.–30. Januar 2009	Moderation & Führung
19.–20. Februar 2009	Rhetorik & Verhandlungsführung
05.–06. März 2009	Präsentation & Selbstmarketing
23.–24. April 2009	Personality
28.–29. Mai 2009	Konfliktmanagement
18.–19. Juni 2009	Selbst- & Zeitmanagement
02.–03. Juli 2009	Moderation & Führung

Die Doktoranden können in jedem Vertragsjahr zwei Veranstaltungen besuchen. Die Seminare werden auch in Ingolstadt angeboten. Eine Einladung hierzu erfolgt separat.

Ansprechpartner

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

Doktorandenraum

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

Ansprechpartner

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

Zielgruppe

Doktoranden im Konzern

Termin

ab 29. Januar 2009

Veranstaltungsort

MobileLifeCampus,
 Wolfsburg
 AUDI AG, Ingolstadt

Anmeldung

www.autouni.de
anmeldung@autouni.de

Teilnahmegebühr

Die Teilnahme ist für Doktoranden kostenfrei.

Forschungsprojekte

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

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

Momentan widmen sich die Forschungsaktivitäten der AutoUni insbesondere folgenden Themen:

Marketing und Vertrieb

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

Produkt

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

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

Das Kooperationsprojekt mit accatech zum Thema "Intelligente Objekte im wirtschaftlichen und privaten Alltag" analysiert und bewertet den Stand der Forschung zu intelligenten Produkten.

Produktion

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

Supply Chain

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

Personal und Organisation

Der Fokus der personalwirtschaftlichen Forschung im Volkswagen Institut für Arbeit richtet sich auf Projekte zur Unterstützung der Strategie 2018. Der Zusammenhang zwischen Arbeitgeberattraktivität und Unternehmenserfolg wird ebenso untersucht wie die wesentlichen Einflussfaktoren des Mitarbeiterengagements. Im Rahmen des Forschungsfeldes Demografie und Teamarbeit werden die Bedingungen analysiert, unter denen altersgemischte Teams eine hohe Zufriedenheit und Produktivität aufweisen. Gemeinsam mit Audi, der Konzernforschung und der TU Chemnitz ist ein Alters-Simulationsanzug entwickelt worden. In Trainings und Projekten werden hiermit die Herausforderungen der Demografie erfahrbar gemacht.

Finanz und Controlling

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

Hochschulkooperationen (Koordination)

Audi		Skoda	Volkswagen		VVN	Autoeuropa	Seat
AIFA	INI.TUM	Skoda Hochschule	VWIA	Nff	LU H	IST	ESADE
ALL	IAF	IPFM	VWIB	EZAP		UM	ESADE/ ArtCenter
INI.FAU	HIN		VWID	VWIMV		FEUP	IQS
INI.KU	AHI B		VWIF	VWIPMI			IESE
INI.LMU	AHI G		VWII	UTH			UPC

AIFA	Audi Institut für Arbeit	Nff	Niedersächsisches Forschungszentrum Fahrzeugtechnik
ALL	Audi Lab for Logistics, Uni Dortmund	EZAP	Exzellenzzentrum Automotile Produktion
INI.FAU	Ingolstadt Institute der Friedrich-Alexander Universität Erlangen-Nürnberg	UTH	Universidad Tecnológica National, Buenos Aires
INI.KU	Ingolstadt Institute der Kath. Universität Eichstätt/Ingolstadt	LU H	Leibniz-Universität Hannover
INI.LMU	Ingolstadt Institute der Ludwig-Maximilians-Universität München	IST	Instituto Superior TécnicoUniversidade do Lisboa
INI.TUM	Ingolstadt Institute der TU München	UM	Universidade do Minho
IAF	Institut für Angewandte Forschung	FEUP	Universidade do Porto Faculdade de Engenharia
HIN	Hochschul Institute Neckarsulm	ESADE	ESADE Business School
AHI B	Audi Hungaria Institut Budapest	Art Center	Art Center College of Design, Barcelona
AHI G	Audi Hungaria Institut Győr Skoda Hochschule	IQS	Laboratorio SEAT del Automóvil del IQS
IPFM	Institute for Industrial and Financial Management	IESE	Cátedra SEAT de Relaciones Laborales
VWIA	Volkswagen Institut für Arbeit	UPC	Cátedra SEAT de Gestión de la Innovación y DiseñoSostenible en Automoción
VWIB	Volkswagen Institut für Beschaffung		
VWID	Volkswagen Institut für Design		
VWIF	Volkswagen Institut für Finanzen		
VWII	Volkswagen Institut für Informatik		
VWIMV	Volkswagen Institut für Marketing und Vertrieb		
VWPMI	Volkswagen Institut für Produktmanagement und Innovationen		

in Gründung

Ansprechpartner

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 sind:

AUDI AG (I/SI-W)

Dr. Peter F. Tropschuh
peter-felix.tropschuh@audi.de
Dr. Sonia Hornberger
sonia.hornberger@audi.de
Dr. Uwe Koser
uwe.koser@audi.de

SEAT S.A.

Carmen Tamayo
carmen.tamayo@seat.es
Montserrat Prius Kullik
montse.prius@seat.es

Volkswagen AG (K-SH)

Dr. Peter F. Tropschuh
peter-felix.tropschuh@volkswagen.de
Bernd Mentzel
bernd.mentzel@volkswagen.de

Skoda (ZC)

Vladimir Hamacek
vladimir.hamacek@skoda-auto.cz

Volkswagen Nutzfahrzeuge (NS)

Jens Leonhardt
jens.leonhardt@volkswagen.de

Niedersächsisches Forschungszentrum Fahrzeugtechnik

Das Niedersächsische Forschungszentrum Fahrzeugtechnik (NFF), das im März dieses Jahres von der TU Braunschweig gegründet wurde, ist ein interdisziplinär ausgerichteter Forschungsverbund, dessen Konzept auf einer engen Kooperation von Industrie und Wissenschaft beruht.

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

Am MobileLifeCampus in Wolfsburg haben seit September 2008 Institute der TU Braunschweig und ihre strategischen Forschungspartner ihre Labore bezogen. Im Fokus der Forschungsarbeiten steht hier das "intelligente Fahrzeug" der Zukunft.

Der Standort ist Programm: Er steht für das Engagement und die enge Kooperation der TU Braunschweig mit der Volkswagen AG. Gleichzeitig bietet er eine neue Plattform für die interdisziplinäre Zusammenarbeit mit weiteren Unternehmen, Hochschulen und Forschungseinrichtungen.

Parallel zu den bereits begonnenen Aktivitäten am MobileLifeCampus werden aktuell die Planungen zur Realisierung des Forschungszentrums am Forschungsflughafen in Braunschweig durchgeführt. In diesem durch das Land Niedersachsen finanzierten Forschungsneubau werden weitere sieben Institute des NFF angesiedelt sein.

Am Standort Forschungsflughafen Braunschweig wird ein Forschungsneubau durch das Land Niedersachsen realisiert.

Weitere Informationen unter <http://www.nff.tu-bs.de>

Volkswagen Institut für Arbeit

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

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

Folgende Forschungsprojekte wurden bereits gestartet:

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

Volkswagen Institut für Beschaffung

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

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

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

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

Volkswagen Institut für Design

Das künftige 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 es für die Experten der Volkswagen Konzern Designabteilungen weltweit den Ideen- und Know-how-Austausch fördern.

Die AutoUni eröffnet das Bildungsangebot mit einem Vortrag von Walter Maria de 'Silva aus dem Konzern Design. Im Sommer wird eine gemeinsame Ausstellung von Volkswagen Designern und Studenten der FH München im MobileLifeCampus stattfinden.

Volkswagen Institut für Finanzen und Controlling

Das neu gegründete Volkswagen Institut für Finanzen und Controlling vereinigt die Bereiche Rechnungswesen, Controlling, Treasury sowie Steuer- und Zollwesen an der AutoUni. Seine Aufgabe sieht das Institut in der Implementierung wissenschaftlicher Inhalte der Universitäten/Business Schools/Fachhochschulen in den oben genannten Bereichen. Ziele sind das Maßschneidern konzernweiter Angebote von Veranstaltungen für Finanzen und Controlling und der wissenschaftliche Interessenaustausch.

Dabei findet die Vermittlung von Entwicklungen der internationalen Rechnungslegung und der Steuergesetzgebung/Zollrecht ebenso Eingang in den Konzern wie die neuesten Erkenntnisse und Methodenänderungen im Controlling- und Treasury-/Risikomanagementbereich. Eine Vernetzung der Bereiche und Tochtergesellschaften ist wichtiger Bestandteil.

Weiterhin befinden sich Forschungsaktivitäten im Rahmen von Dissertationen, Diplom- und Masterarbeiten in Planung.

Volkswagen Institut für Marketing und Vertrieb

Das in Gründung befindliche Volkswagen Institut für Marketing und Vertrieb hat sich zum Ziel gesetzt, die Aktivitäten in diesem Themenfeld zu bündeln.

Das Institut wird Dienstleister für Marketing und Vertrieb des Konzerns und der Marken sein und sein Tätigkeitsfeld sowohl in der Forschung als auch in der Lehre haben. Damit werden beide Bereiche verbunden. Ein weiteres Ziel ist die Förderung des Wissensaustauschs zwischen Wissenschaft und Industrie.

Mit den Partnern im Konzern und in der Wissenschaft werden aktuelle, konkrete Problemstellungen in Marketing und Vertrieb mit wissenschaftlichen Methoden unter Berücksichtigung wissenschaftlicher Erkenntnisse bearbeitet.

Die Weiterbildungsangebote des Instituts werden in enger Zusammenarbeit mit den Partnern im Konzern entworfen und an verschiedenen Standorten angeboten.

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

AUDI AG	Dr. Uwe Koser
AutoEuropa	Sandra Neves
Automobilmanufaktur Dresden GmbH	Romy Kämpf
AutoVision GmbH	Silke Wittmüß
Auto 5000 GmbH	Constanze Winkler
Bentley Motors Limited	Margaret Cheshire
SEAT, S.A.	Manuel Moreno Hernandez
Shanghai Volkswagen Automotive Company Ltd.	Song Weiliang
Sitech Sitztechnik GmbH	Hans-Jürgen Tischmann
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.	Marco Antonio Hernandez Fernandez
Volkswagen do Brasil	Raimundo E.L. Ramos
Volkswagen Financial Services AG	Heiko Gryglewski
Volkswagen Group China	Yanling He
Volkswagen Navarra, S.A.	Jose M. Garcia Alvarez
Volkswagen Nutzfahrzeuge	Mathias Böke
Volkswagen of America, Inc.	Mike Beamish
Volkswagen of South Africa (Pty.) Ltd.	Percy Smith
Volkswagen Group RUS OOO	Jaroslav Holecek
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

Besucherschrift:
MobileLifeCampus
Hermann-Münch-Straße 1

www.autouni.de
info@autouni.de

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





Kontakt

Volkswagen Aktiengesellschaft
AutoUni
Brieffach 1231
38436 Wolfsburg

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

Besucheranschrift:
MobileLifeCampus
Hermann-Münch-Straße 1
38440 Wolfsburg