



AutoUni – Programm

Herbst/Winter 2009





Sehr geehrte Damen, sehr geehrte Herren,

ich freue mich, Ihnen das Programmheft der AutoUni für das zweite Halbjahr 2009 präsentieren zu können.

Inzwischen gibt es an der AutoUni vier Institute, die in Kooperation zwischen den Fachbereichen des Volkswagen Konzerns und ausgewählten Hochschulen die Lehre und Forschung des jeweiligen Themenfeldes steuern, weitere sind im Aufbau.

Am Anfang jedes Themenfeldes finden Sie daher entweder eine kurze Beschreibung des zuständigen Instituts mit seinen Aufgaben und Zielen oder die inhaltlichen Schwerpunkte des Themenfeldes. Im Anschluss daran haben wir unsere Veranstaltungen wieder in den gewohnten Formaten aufgeführt.

Sie haben die Möglichkeit, sich per Newsletter gezielt über einzelne Veranstaltungen oder über das Angebot der nächsten Wochen informieren zu lassen. Falls Sie sich hierfür noch nicht registriert haben, können Sie dies über unsere Homepage www.autouni.de tun.

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

A handwritten signature in blue ink, which appears to read 'Tropschuh', is written in a cursive style.

Dr.-Ing. Peter F. Tropschuh
Leiter AutoUni



Die AutoUni

- 09 Weiterbildung an der AutoUni
- 10 Zielgruppen
- 12 Angebotsstruktur
- 13 Institute

Lehre

- 14 Veranstaltungsarten
- 16 Anmeldung

Marketing und Vertrieb

- 17 Institut für Marketing und Vertrieb (IFMV) des Volkswagen Konzerns
- 19 Marketing und Vertrieb aktuell
- 20 Retro und Design
- 21 Terminologiemanagement
- 22 Der Kunde als Mitgestalter von Produkten
- 23 Neue Wege in der Versicherungswirtschaft
- 24 Mobilitätsdienstleistungen
- 25 Customer Relationship Management
- 26 Assekuranz und Fahrassistenzsysteme (FAS)
- 27 Marketing, Vertrieb und Financial Services

Produkt

- 28 Themenfeld Produkt
- 29 Werkstoffinnovationen im Powertrain
- 30 Hybrid- und Elektrofahrzeug – kompakt
- 31 Aktuelle Themen aus der Entwicklung
- 32 Autonomes Fahren
- 33 Software im Fahrzeug und Softwareentwicklung

- Vortrag ■
- Konferenz ■
- Programm ■



- 34 Thermomanagement
- 35 Abgasgesetzgebung und Abgastechnik
- 36 CO₂-Gesetzgebung
- 37 Umweltkonferenz Ressourcen
- 38 Umweltkonferenz Klima und CO₂
- 39 Powertrain
- 40 Gesamtfahrzeug
- 41 Elektronik – Systemtechnologien
- 42 Hybridfahrzeugtechnologien

Produktion

- 43 Themenfeld Produktion
- 44 Aktuelle Themen aus der Fertigung
- 45 Gießereitechnik
- 46 Formhärten im Praxiseinsatz
- 47 Komponente
- 48 Fabriksteuerung

Beschaffung

- 49 Institut für Beschaffung (IFB) des Volkswagen Konzerns
- 51 Finanzinvestoren in der Automobilzulieferindustrie
- 52 Risiko Lieferant

Qualität

- 53 Themenfeld Qualität
- 54 Qualität, Prozesse, Technik
- 55 Qualitätsmethode DFSS
- 56 Qualität im Serviceprozess
- 57 QFD-Konferenz

- Vortrag ■
- Konferenz ■
- Programm ■



Personal und Organisation

- 58 Institut für Arbeit und Personalmanagement (IFAP) des Volkswagen Konzerns
- 60 Der neue Leistungsanspruch bei Volkswagen
- 61 Impulse zum Volkswagen-Weg
- 62 Entwicklungsdynamiken und Zukunftsperspektiven der globalen Automobilindustrie
- 63 Lessons Learned Auto5000
- 64 Persönlichkeit und Management – Biologie der Führung
- 65 Personalmanagement im Dienstleistungsbereich (Handel und Vertrieb)
- 66 Produktivität und Arbeitszufriedenheit in altersgemischten Teams
- 67 HR-Curriculum

Finanzen und Controlling

- 68 Institut für Finanzen und Controlling (IFFC) des Volkswagen Konzerns
- 70 Prognostizierbarkeit von Finanzmarktentwicklungen
- 71 Wertorientierte Messung und Steuerung von Performance als Herausforderung für das Controlling
- 72 Finanzinstrumente – Ansatz, Bewertung und Ausweis nach IAS 39/IFRS 7
- 73 Konzernrechnungslegung nach IFRS
- 74 Human Capital Controlling
- 75 Strategic Challenges for Volkswagen in Argentina

Unternehmen

- 76 Themenfeld Unternehmen
- 77 Mobilitätsdienstleistungen: neue Geschäftsfelder
- 78 Issue Monitoring im Internet



- 79 Aus der Geschichte lernen
- 80 Südafrika und Volkswagen
- 81 Neue Schule Wolfsburg – Schule neu denken
- 82 Krise und (k)ein Ende?
- 83 Wettbewerb oder Kooperation
- 84 Wirtschaftsethik
- 85 Compliance bei Volkswagen

Kooperative Studienmodule

- 86 Integration der Studienmodule in die Weiterbildung

Doktorandenprogramm

- 87 Doktorandenprogramm der AutoUni

Hochschulkooperationen

- 89 Hochschulkooperationen (Koordination)
- 90 Ansprechpartner
- 91 Niedersächsisches Forschungszentrum Fahrzeugtechnik

- 93 Multiplikatoren der AutoUni

- 94 Anfahrtsskizze





Weiterbildung an der AutoUni

Ziel der Strategie 2018 ist es, den Volkswagen Konzern in der Automobilindustrie an die erste Stelle zu rücken. Und die Zielsetzung bleibt auch unter den weltweit veränderten wirtschaftlichen Rahmenbedingungen bestehen, nämlich Steigerung von Kundenzufriedenheit, Wachstum und Rendite, Erhöhung der Attraktivität als Arbeitgeber sowie erste Wahl für Hochschulabsolventen und den akademischen Nachwuchs zu sein.

Hierfür sind exzellente Produkte Voraussetzung, die von fachlich kompetenten und engagierten Mitarbeitern entwickelt, vermarktet und produziert werden. Die AutoUni als Teil einer lernenden und lehrenden Organisation führt gemeinsam mit Fachbereichen und ausgewählten Hochschulen geeignete Qualifizierungsmaßnahmen für einzelne Berufsfamilien aber auch Berufsfamilien übergreifend durch, um die Mitarbeiter zu den besten ihres Fachs zu entwickeln.

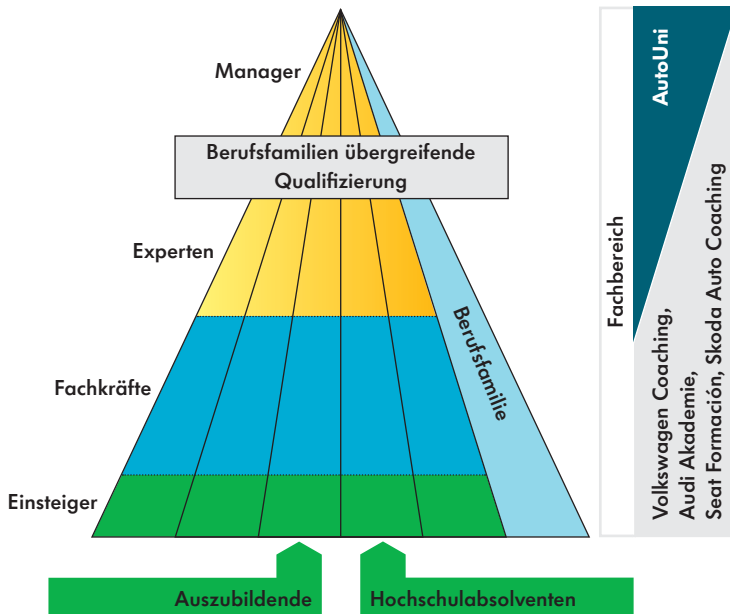
In den Veranstaltungen werden aktuelle Entwicklungen in Wissenschaft und Wirtschaft vorgestellt und diskutiert. Ziel ist es, die fachliche Exzellenz in den Berufsfamilien weiter zu entwickeln und das erworbene Wissen im Arbeitsalltag anzuwenden.

Experten der Berufsfamilien, aus Hochschule und Industrie 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.

Zu einer Berufsfamilie gehören alle Mitarbeiter, die Tätigkeiten auf der Basis verwandter Fachkompetenzen ausüben und dabei über Erfahrungs- und Entwicklungsstufen hinweg zusammenarbeiten. Dabei werden Wissen und Können generationenübergreifend weitergegeben und perfektioniert. Die Berufsfamilien tragen die Verantwortung für die fachliche Exzellenz des Unternehmens.

Beispiele für Berufsfamilien sind das Design, die Elektronik, das Fahrwerk, die Beschaffung, die Gießerei, die Logistik, das Marketing, die Finanz und das Personal.

Die Vernetzung von Berufsfamilien entlang der Kerngeschäftsprozesse fördert die AutoUni durch maßgeschneiderte Programme wie "Beschaffung und Logistik" oder "Marketing, Vertrieb und Financial Services".

Neben diesen spezifischen Angeboten für ausgesuchte Zielgruppen stehen die meisten Vorträge allen Konzernangehörigen offen.

Einige Vorträge richten sich im Sinne des regionalen Engagements von Volkswagen zusätzlich auch an die Öffentlichkeit.



Angebotsstruktur

Themenfelder/Institute			
Themenfeld Beschaffung	Themenfeld Finanzen und Controlling	Themenfeld Marketing und Vertrieb	Themenfeld Qualität und Unternehmen
Institut für Beschaffung	Institut für Finanzen und Controlling	Institut für Marketing und Vertrieb	
Themenfeld Produkt	Themenfeld Produktion, Komponente und Logistik	Themenfeld Informatik	Themenfeld Personal, Führung und Organisation
Institut für Technik und Innovation		Institut für Informatik	Institut für Arbeit und Personalmanagement



Institute

Zielsetzung der Institute ist es, den Austausch von Wissen zwischen Wissenschaft und Industrie zu fördern. Dabei soll insbesondere ein verstärkter Transfer von akademischem Wissen in den Volkswagen Konzern erfolgen. Damit leisten die Institute einen Beitrag zur Stärkung der strategischen Innovationskraft des Volkswagen Konzerns.

Ein Beirat aus Vertretern der Fachbereiche, der kooperierenden Hochschulen und der AutoUni steuert die Forschungsaktivitäten und Lehre der Institute. Damit wird sichergestellt, dass die Belange des Unternehmens, d.h. die fachlichen Anforderungen der Berufsfamilien, und der wissenschaftliche Anspruch in Einklang gebracht werden und somit neues Wissen auf höchstem Niveau entwickelt und verbreitet wird.

Die Institute verstehen sich als konzernweite und international ausgerichtete wissenschaftliche Dienstleister für die jeweiligen Themengebiete. Sie richten ihre Aktivitäten an den Erfordernissen der Praxis aus. Sie sind Schnittstellen zwischen Industrie und Wissenschaft und leisten einen Beitrag zur Vernetzung der Mitarbeiter untereinander.

Als Teil der AutoUni sind die Institute auf Konzernebene tätig, gehören unmittelbar zum Volkswagen Konzern und sind damit weder rechtlich noch wirtschaftlich selbstständig.

Momentan gibt es an der AutoUni die folgenden Institute:

- Institut für Marketing und Vertrieb (IFMV) des Volkswagen Konzerns
- Institut für Beschaffung (IFB) des Volkswagen Konzerns
- Institut für Arbeit und Personalmanagement (IFAP) des Volkswagen Konzerns
- Institut für Finanzen und Controlling (IFFC) des Volkswagen Konzerns



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 Programmthemen. In der Präsenzphase steht die Interaktion in der Gruppe im Vordergrund.

Kooperative Studienmodule

Die AutoUni bereitet in Abstimmung mit den entsprechenden Unternehmensbereichen einzelne Studienmodule in Kooperation mit ausgewählten Hochschulen vor. Die Anmeldung wird 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 5361-896-2112.

Hinweis

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

Institut für Marketing und Vertrieb (IFMV) des Volkswagen Konzerns

Das IFMV stimmt in enger Zusammenarbeit mit dem Beirat des Instituts die Lehr- und Forschungsthemen im Themenfeld Marketing und Vertrieb ab.

Sowohl in der Lehre als auch in der Forschung steht dabei der Kunde im Mittelpunkt des Interesses.

Schwerpunkte der Lehre

Die Angebote der AutoUni in diesem Themenfeld konzentrieren sich erstens auf die Themen Customer Relationship Management und Marketing und Vertrieb von Finanzdienstleistungen, die aus der Strategie 2018 des Konzerns abgeleitet sind.

Ein zweiter Schwerpunkt behandelt die zunehmend differenziertere Kundensegmentierung, die thematisch mit neuen Marketingansätzen und speziellem Zielgruppenmarketing aufgegriffen wird.

Schwerpunkte der Forschung

Aktuelle Forschungsprojekte des Instituts sind zurzeit:

Werkstatt der Zukunft: In diesem Forschungsprojekt werden gemeinsam mit dem Volkswagen After Sales die technologischen, organisatorischen und sozialen Herausforderungen für den Kundenservice identifiziert. Aktuell befasst sich das Projekt mit den "Auswirkungen technologischer Trends im Automobilbau auf Kfz-Werkstätten" und mit "Personalentwicklungskonzepten zur Motivation älterer Mitarbeiter".

Markenkultur und Unternehmenskultur: Dieses Projekt befasst sich in Kooperation mit der Volkswagen-Markenstrategie mit dem Einfluss gesellschaftlicher und konsumentenbezogener Faktoren auf die Bedeutung der Marke Volkswagen.

Markenführung und Markenpositionierung: Das Forschungsprojekt "Internationale Markenführung" untersucht strategische Routen zwischen den Polen Zentralität und Dezentralität für die Marke Volkswagen. Im Vordergrund stehen Aspekte wie die Rolle der Marke Volkswagen im Markenportfolio oder in Markteintrittsstrategien.

Internes Marketing: Strategic Alignment, die strategische Ausrichtung der Mitarbeiter, gilt als entscheidender Indikator für Unternehmenserfolg. In Zusammenarbeit mit der Leibniz Universität Hannover wird der Zusammenhang von Strategic Alignment und interner Weiterbildung untersucht und im Rahmen dieser Veranstaltung diskutiert.

Marketing und Vertrieb aktuell

Neue Kundenanforderungen und verschärfte strategische Marketingfragen werden zu immer wichtigeren Schlüsselfaktoren des Unternehmenserfolgs.

In der Vortragsreihe "Marketing und Vertrieb aktuell" sollen diese Schlüsselfaktoren wissenschaftlich analysiert und betrachtet werden. 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.

Generationenmarketing

Im Rahmen des Generationenmarketings wird untersucht, wie Produkte und Dienstleistungen so an den Markt gebracht werden können, dass sie möglichst viele Zielgruppen ansprechen.

Innovationsmarketing

Innovationsmarketing bedeutet konsequent Kunden- und Wettbewerbsorientierte Entwicklung neuer Produkte. Neben technischen Innovationen sind Marktinnovationen in Form neuer Positionierungen erfolgsträchtig. Referent: Prof. Dr. Volker Trommsdorff

Neuordnung der GVO

Am 31. Mai 2010 läuft die aktuelle GVO aus, die Regeln zwischen Hersteller, Vertragshändlern, freien Werkstätten und Teileherstellern regelt. Für Ende 2009 hat die EU deren Neuregelung angekündigt.

Ansprechpartner für inhaltliche Fragen

Markus Krause

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

Zielgruppe

Konzernangehörige

Dauer

1,5 Stunden

Termin

ab September 2009
jeweils 18 Uhr

Veranstaltungsort

MobileLifeCampus,
Wolfsburg

Anmeldung

www.autouni.de
anmeldung@autouni.de

Retro und Design

Zielgruppe

Konzernangehörige

Dauer

1,5 Stunden

Termin

Oktober 2009

18 Uhr

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

Der Begriff Retro unterliegt einem inflationären Gebrauch: In Medien und Marken wird der Verweis auf historische Produkte zunehmend genutzt. In Literatur und Internet ist eine Definition des Begriffs Retro schwer zu fassen bzw. kaum auffindbar. Dennoch ist Retro heute fester Bestandteil in Wirtschaft, Gesellschaft und Popkultur. Der Markt bietet in den letzten Jahren verstärkt Retro-Produkte wie Afri Cola und Sinalco oder historische Küchengeräte wie Kitchen Aid an.

Eine besonders enge Verknüpfung ergibt sich zwischen den Begriffen Retro und Design. Retro-Design ist vor allem in der Automobilindustrie beliebt. Man denke nur an den New Beetle von Volkswagen oder auch den Mini von BMW. Charakteristisch für diese Stilrichtung ist, dass der Designer besonders auffällige Merkmale des alten Modells modern interpretiert und mit neuen Elementen zu einer klassischen Optik vereint. Häufig wird das Retro-Design daher im Zusammenhang mit der Revitalisierung von Produkten und Marken aus der Vergangenheit genutzt.

Vor diesem Hintergrund diskutieren Experten aus Wissenschaft und Praxis die Chancen und Grenzen von Retro-Design. Was ist Retro-Design? Zu welchem Zweck betreibt man Retro-Design? Und wie viel Retro-Design kann ein Unternehmen betreiben?

Ansprechpartner für inhaltliche Fragen

Markus Krause

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

Terminologiemanagement

Eine festgelegte und einheitliche Terminologie ermöglicht einem Unternehmen, Kommunikationsprobleme jeglicher Art präventiv zu umgehen und damit möglichen Zeitaufwand und Kosten zu reduzieren. Neue Technologien und neue Bauteile sollen sowohl innerhalb des Konzerns als auch extern, d. h. dem Kunden gegenüber, mit einer adäquaten Terminologie sprachlich präsentiert werden.

Durch eine konsequente Terminologie werden die Qualität der technischen Dokumentation eines Unternehmens in der Ausgangs- und Zielsprache optimiert sowie eine erhöhte Rechtssicherheit und eine gezielte Kundenansprache in allen Konzernbereichen gefördert.

Seit 2002 ist das Terminologiemanagement ein fester Bestandteil des Volkswagen Konzerns. Eines der Hauptziele ist die Schaffung einer einheitlichen Unternehmenssprache, einer so genannten Corporate Language. Diese Vereinheitlichung stellt nicht nur eine problemlose firmeninterne, sondern auch externe Verständigung sicher und gewährleistet zudem ein einheitliches Auftreten nach außen. Denn Corporate Language führt auch zu Corporate Identity.

In diesem Vortrag sollen aktuelle Prozesse, Trends und Ansätze vorgestellt sowie Möglichkeiten und Hindernisse bei der praktischen Umsetzung diskutiert werden.

Referenten

- Prof. Dr. phil. Klaus-Dirk Schmitz, FH Köln
- Jörn Schnigenberg, Leiter After Sales Technische Werkstatt-Information und Dokumentenmanagement, Volkswagen AG

Ansprechpartner für inhaltliche Fragen

Markus Krause

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

Zielgruppe

Konzernangehörige

Dauer

1,5 Stunden

Termin

09. November 2009

18 Uhr

Veranstaltungsort

MobileLifeCampus,
Wolfsburg

Anmeldung

www.autouni.de

anmeldung@autouni.de

Der Kunde als Mitgestalter von Produkten

Zielgruppe

Konzernangehörige

Dauer

1,5 Stunden

Termin

November 2009

18 Uhr

Veranstaltungsort

MobileLifeCampus,
Wolfsburg

Anmeldung

www.autouni.de

anmeldung@autouni.de

Die Bedürfnisse des Kunden stehen im Mittelpunkt der Produktentwicklung in Unternehmen. Mit den Möglichkeiten der direkten Beteiligung von Verbrauchern an der Produktentwicklung rückt eine aktuelle, aber auch kontrovers diskutierte Frage in den Mittelpunkt der Diskussion: Für das Unternehmen ist zwischen frühzeitiger Integration von Kundenbedürfnissen und der Abgabe von eigenen Gestaltungsmöglichkeiten abzuwägen.

Aktuell wird der Begriff des so genannten "Prosumers" diskutiert. Gemeint sind damit Personen, die gleichzeitig Konsumenten als auch Produzenten des von ihnen verwendeten Produkts sind. Aber inwieweit ist eine entsprechende Konsumentenbeteiligung in der Automobilindustrie überhaupt möglich? Wo wird sie bereits in welchem Ausmaß praktiziert? Wie verhält es sich bei stark individualisierten Produkten im Gegensatz zu Massenprodukten?

Experten aus Wissenschaft und Praxis diskutieren die Reichweite sowie die Chancen und Risiken von Konsumentenbeteiligungen in der Automobilindustrie.

Ansprechpartner für inhaltliche Fragen

Markus Krause

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

Neue Wege in der Versicherungswirtschaft

In dieser Vortragsreihe wird zu aktuellen Themen der Versicherungswirtschaft berichtet. Der Fokus ist meist auf übergreifende Zusammenhänge in der automobilen Finanzdienstleistung gerichtet.

Frühlingserwachen der Assekuranz?

Im Spannungsfeld von Wettbewerb, Aufsichtsrecht und technischem Fortschritt entwickeln Versicherer innovative Ansätze bei der Prozess- und Produktgestaltung.

Referentin: Dr. Ute Lohse, Institut für Versicherungsbetriebslehre der Leibniz Universität Hannover

Vom Kunden her denken

Wie können die Bedürfnisse von Versicherungskunden ermittelt werden? Im Vortrag werden die Methoden vorgestellt und ihre Relevanz für Vertrieb und Marketing diskutiert.

Rückrufaktionen aus Versicherungssicht

Ein Rückruf von Fahrzeugen stellt die Industrieversicherung vor besondere Herausforderungen. Die Verantwortung eines global tätigen Herstellers ist Schwerpunkt des Vortrags.

Ansprechpartner für inhaltliche Fragen

Markus Krause

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

Zielgruppe

Konzernangehörige, insbesondere aus den Bereichen Financial Services/ Versicherungen

Dauer

1,5 Stunden

Termin

ab September 2009
jeweils ab 16:30 Uhr

Veranstaltungsort

VW FS AG, Konferenz- und Finanz-Center, Braunschweig

Anmeldung

www.autouni.de
anmeldung@autouni.de

Mobilitätsdienstleistungen

Zielgruppe

Fach- und Führungseliten
des Volkswagen Konzerns

Dauer

4 Stunden

Termin

August 2009

Veranstaltungsort

MobileLifeCampus,
Wolfsburg

Anmeldung

www.autouni.de
anmeldung@autouni.de

Teilnahmegebühr

kostenfrei
nur Reise- und Über-
nachtungskosten

Automobilhersteller wandeln sich aufgrund einer geänderten Nachfrage und einer 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

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

Customer Relationship Management

Customer Relationship Management (CRM) bezeichnet die systematische Gestaltung der Kundenbeziehungsprozesse durch Dokumentation, Verwaltung und differenzierte Ansprache von Kundenbedürfnissen. Dies soll durch optimale Pflege der Kundenbeziehungen helfen, das Kundenpotenzial auszuschöpfen und damit zur Steigerung des Unternehmenserfolges beitragen. Sowohl interne Bedingungen als auch externe Herausforderungen des Marktes beeinflussen die Automobilindustrie und damit auch die CRM-Aktivitäten. Bei alldem gilt es jedoch, die Merkmale eines guten Customer-Relationship-Management zu erfüllen:

Der Kunde steht im Mittelpunkt aller CRM-Aktivitäten. Alle an ihn gerichteten Maßnahmen aus den verschiedenen Unternehmensbereichen müssen dabei einer konsistenten, kundenorientierten Ausrichtung folgen. Um eine ganzheitliche Betreuung zu gewährleisten, koordiniert CRM alle Maßnahmen entlang des Kundenlebenszyklus. Dies beinhaltet Maßnahmen zur Interessengewinnung (Akquisition), beim Kauf, zur Kundenbindung und in der Wiederkaufbetreuung.

Während des Fahrzeugkaufs kommt dem Handel eine tragende Rolle zu. Durch Loyalitätsprogramme wiederum kann eine langfristige Bindung des Kunden an den Hersteller/die Marke erreicht werden. In dieser Konferenz sollen die verschiedenen Aktivitäten von CRM des Konzerns und von ausgewählten Handelspartnern vorgestellt und diskutiert werden. Wissenschaftlich begleitet wird die Konferenz durch Prof. Willi Diez, Institut für Automobilwirtschaft der Hochschule für Wirtschaft und Umwelt Nürtingen Geislingen.

Zielgruppe

Fach- und Führungseliten des Volkswagen Konzerns

Dauer

1 Tag

Termin

November 2009

Veranstaltungsort

MobileLifeCampus,
Wolfsburg

Anmeldung

www.autouni.de
anmeldung@autouni.de

Teilnahmegebühr

€ 500,-
zzgl. Reise- und Übernachtungskosten

Ansprechpartner für inhaltliche Fragen

Markus Krause

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

Assekuranz und Fahrassistenzsysteme (FAS)

Zielgruppe

Fach- und Führungskräfte des Volkswagen Konzerns, insbesondere aus den Bereichen Financial Services/ Versicherungen

Dauer

1 Tag

Termin

Oktober 2009

Veranstaltungsort

Konferenz- und Finanz-Center, Braunschweig

Anmeldung

www.autouni.de
anmeldung@autouni.de

Teilnahmegebühr

€ 500,-

zzgl. Reise- und Übernachtungskosten

Die Verknüpfung von Sicherheitstechnik im Kfz mit den entsprechenden Tarifmerkmalen ist ein wegweisendes Konzept in der Assekuranz.

In der Konferenz werden die Möglichkeiten von Fahrassistenz und ihre Bedeutung für die Versicherungen im Straßenverkehr der Zukunft dargestellt.

Ziel der Veranstaltung ist es, den Teilnehmern einen aktuellen Überblick über Fahrassistenzsysteme im Zusammenhang von Technik, Recht, Marketing und Versicherungstechnik zu verschaffen.

Neben Fragen zu technischen Möglichkeiten wird die Bedeutung von FAS in der Produktstrategie und Marktpositionierung der Hersteller behandelt.

Ein besonderer Fokus liegt auf der Frage, welche Auswirkungen die Fahrassistenzsysteme auf die zukünftige Mobilität und automobilen Finanzdienstleistungen haben.

Gemeinsam mit Experten der Versicherungswelt und dem Volkswagen Konzern werden relevante Themen zu FAS und deren Bedeutung für die Versicherungswirtschaft erörtert und vertieft.

Ansprechpartner für inhaltliche Fragen

Markus Krause

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

Marketing, Vertrieb und Financial Services

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

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

Virtueller Kick off

17. September 2009

Präsenzveranstaltung

21.–22. Oktober 2009, Berlin

12.–13. November 2009, Wolfsburg

09.–10. Dezember 2009, NN

20.–21. Januar 2010, Braunschweig

Abschlusspräsentationen

29. Januar 2010

Ansprechpartner für inhaltliche Fragen

Markus Krause

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

Zielgruppe

Fach- und Führungseliten
des Volkswagen Konzerns

Dauer

3 Monate

Termin

September 2009 –
Januar 2010

Veranstaltungsort

verschiedene Konzern-
standorte

Anmeldung

www.autouni.de
anmeldung@autouni.de

Teilnahmegebühr

€ 4.800,-
zzgl. Reise- und Über-
nachtungskosten

Themenfeld Produkt

Im Themenfeld Produkt werden alle fahrzeugrelevanten Aspekte, die die technischen Rahmenbedingungen für die Produktentstehung und den Produktlebenszyklus beeinflussen mit folgenden Schwerpunkten behandelt:

- Elektronik
- Fahrwerk
- Gesamtfahrzeug
- Hybrid und Elektrotraktion
- Powertrain
- produktrelevante Umweltthemen

Derzeitige Forschungsaktivitäten konzentrieren sich auf angewandte Methoden der Strömungssimulation in Kooperation mit der Forschung und Entwicklung der Aggregate.

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

Gemeinsam mit acatech, der Deutschen Akademie der Technikwissenschaften, wurde zum Thema "Intelligente Objekte im wirtschaftlichen und privaten Alltag" der Stand der Forschung zu intelligenten Produkten analysiert und bewertet.

Ein Institut für Technik und Innovation befindet sich im Aufbau.

Werkstoffinnovationen im Powertrain

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

Einen Königsweg gibt es nicht.

Erst im Zusammenspiel von Optimierung und technischen Innovationen können die Ziele erreicht werden.

Gemeinsam mit der Aggregateentwicklung und Konzernforschung werden die wissenschaftlichen und technischen Möglichkeiten neuer Werkstoffe und deren Einsatzmöglichkeiten im Motor und Getriebe vorgestellt.

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

Vorträge

- Nichteisenwerkstoffe, Prof. Dr. Horst Biermann, September 2009, TU Dortmund
- Oberflächentechnik, Fraunhofer-Institut, Oktober 2009, Braunschweig
- Verbundwerkstoffe, Prof. Dr. Werner Hufenbach, November 2009, TU Dresden

Ansprechpartner für inhaltliche Fragen

Lars Köppel

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

Zielgruppe

Konzernangehörige

Dauer

1,5 Stunden

Termin

ab September 2009

jeweils 18 Uhr

Veranstaltungsort

MobileLifeCampus,
Wolfsburg

Anmeldung

www.autouni.de

anmeldung@autouni.de

Hybrid- und Elektrofahrzeug – kompakt

Zielgruppe

Konzernangehörige

Dauer

1,5 Stunden

Termin

ab 18. August 2009

jeweils 18 Uhr

Veranstaltungsort

MobileLifeCampus,
Wolfsburg, Ingolstadt

Anmeldung

www.autouni.de

anmeldung@autouni.de

Alternative 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 darüber abzugeben, 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, bei dem diese bezüglich ihrer Relevanz bewertet werden.

Interne und externe Experten vermitteln aktuelles Fachwissen aus diesen Themenfeldern.

Vorträge

- Elektrifizierter Antriebsstrang, Prof. Dr. Schäfer, TU Berlin, 18. August 2009, Wolfsburg
- Elektrische Energiespeicher, Dr. Tübke, Fraunhofer Gesellschaft, 21. September 2009, Wolfsburg
- Markt und Kundenerwartungen, 14. Oktober 2009, Ingolstadt

Ansprechpartner für inhaltliche Fragen

Dr. Bernd Petzold

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

Aktuelle Themen aus der Entwicklung

Im Rahmen der Entwicklung von Fahrzeug, Komponenten und Einzelteilen werden die Grundlagen für die Begeisterung des Kunden, die Kosten der Herstellung, die Qualität und viele andere Aspekte, die unsere Produkte ausmachen gelegt. Um diese komplexe Aufgabe erfüllen zu können, sind neben der fachlichen Expertise der Ingenieure und deren Erfahrung auch die Offenheit für aktuelle Entwicklungen und die Möglichkeiten der Technik eine entscheidende Basis. Die AutoUni trägt diese Impulse aus den aktuellen Erkenntnissen und Fortschritten in den Konzern, um die Wettbewerbsfähigkeit von Volkswagen sicherzustellen. Hierzu stellen Experten aus Forschung und Praxis aktuelle Themen im Rahmen dieser Vortragsreihe dar.

Im zweiten Halbjahr 2009 starten wir diese Vortragsreihe mit Beiträgen aus den Arbeitsgebieten Licht & Sicht, Leichtbau und digitales Fahrzeug. Freuen Sie sich auf einen breiten Überblick aktueller Themen unserer Entwicklung.

Die weiteren Vorträge und die genauen Termine werden auf der Homepage der AutoUni www.autouni.de separat angekündigt und Sie werden wie üblich eingeladen.

Ansprechpartner für inhaltliche Fragen

Dr. Carsten Adomeit

carsten.adomeit@volkswagen.de, Telefon +49 5361-896-2115

Zielgruppe
Konzernangehörige

Dauer
1,5 Stunden

Termin
ab September 2009
jeweils 18 Uhr

Veranstaltungsort
MobileLifeCampus,
Wolfsburg, Ingolstadt

Anmeldung
www.autouni.de
anmeldung@autouni.de

Autonomes Fahren

Zielgruppe

Fach- und Führungseliten
des Volkswagen Konzerns

Dauer

4 Stunden

Termin

03. September 2009
12–16 Uhr

Veranstaltungsort

MobileLifeCampus,
Wolfsburg

Anmeldung

www.autouni.de
anmeldung@autouni.de

Teilnahmegebühr

kostenfrei
nur Reise- und Über-
nachtungskosten

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

Bernd Mentzel
bernd.mentzel@volkswagen.de, Telefon +49 5361-896-2100

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.

Referenten

- Prof. Dr. Bernhard Rumpe, TWTH Aachen
- Prof. Dr. Andy Schürr, TU Darmstadt
- Dr. Bernhard Schätz, TU München
- Prof. Dr.-Ing. Jana Dittmann, Otto-von-Guericke-Universität Magdeburg

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

24. September 2009

Veranstaltungsort

MobileLifeCampus,
Wolfsburg

Anmeldung

www.autouni.de
anmeldung@autouni.de

Teilnahmegebühr

kostenfrei
nur Reise- und Übernachtungskosten

Thermomanagement

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

21. Oktober 2009

Gleichzeitig erfordern neue Fahrzeugkonzepte bei sich verschärfenden Baurestriktionen 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

Teilnahmegebühr

€ 500,-
zzgl. Reise- und Übernachtungskosten

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. 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

Abgasgesetzgebung und Abgastechnik

Weltweit ist bei der Emissionsminderung der in Deutschland geltende hohe Stand der Technik anerkannt. Die erzielte Emissionsminderung ist einerseits maßgebend für den Umweltschutz und für die Akzeptanz von Produkten im Markt – der dafür betriebene Aufwand ist andererseits gerade in ökonomischer Hinsicht für die Hersteller von sehr großer Bedeutung.

Da auf absehbare Zeit der Verbrennungsmotor als Hauptenergie-lieferant im Fahrzeug nicht ersetzt werden kann, ist eine intensive Beschäftigung mit dem Thema Abgas erforderlich.

Die Konferenz gibt eine Übersicht über die verschiedenen Abgas-gesetzgebungen und Grenzwerte in Europa, Nordamerika und Asien sowie über die erforderliche Technik.

Referent

Die Veranstaltung wird in Kooperation mit der Aggregateent-wicklung und der Konzernforschung durchgeführt.

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

14. September 2009

Veranstaltungsort

MobileLifeCampus,
Wolfsburg

Anmeldung

www.autouni.de
anmeldung@autouni.de

Teilnahmegebühr

kostenfrei
nur Reise- und Über-
nachtungskosten

CO₂-Gesetzgebung

Zielgruppe

Fach- und Führungseliten
des Volkswagen Konzerns

Die Straße ist der dominierende Verkehrsträger in Deutschland. Rund drei Viertel des gesamten Transports werden auf der Straße zurückgelegt – und die Tendenz ist steigend.

Dauer

3 Stunden

Die Umweltfolgen dieses Wachstums sind sehr unterschiedlich. Während die Schadstoffemissionen von Schwefeldioxid (SO₂), Kohlenmonoxid (CO) und Kohlenwasserstoffen (HC) in den letzten Jahrzehnten durch strenge Grenzwerte und neue Fahrzeugtechnologien bereits effektiv reduziert wurden, stellen Stickoxide (NO_x) und Klimagase (CO₂) weiterhin eine Herausforderung für die Automobilhersteller dar.

Termin

19. Oktober 2009

Veranstaltungsort

MobileLifeCampus,
Wolfsburg

Der Gesetzgeber in Deutschland hat darauf reagiert – seit dem 01. Juli 2009 gilt in Deutschland ein neues Kfz-Steuergesetz, bei dem erstmalig auch die CO₂-Emission berücksichtigt wird. Aber auch in anderen Ländern werden Gesetze und Richtlinien diesbezüglich angepasst.

Anmeldung

www.autouni.de
anmeldung@autouni.de

Teilnahmegebühr

kostenfrei
nur Reise- und Übernachtungskosten

Die Konferenz gibt einen Überblick über die verschiedenen CO₂-Steuer Gesetze und Grenzwerte in der EU und weiteren wichtigen Automobilmärkten.

Die Veranstaltung wird in Kooperation mit der Aggregateentwicklung und Mitgliedern des EU-Parlaments durchgeführt.

Ansprechpartner für inhaltliche Fragen

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

Umweltkonferenz Ressourcen

Nach Einschätzung von Experten hat der weltweite Hunger nach Rohstoffen aktuell nur eine Pause eingelegt. Neben der historischen Verteuerung der Energierohstoffe hat insbesondere die enorme Nachfrage aus China auch zu drastischen Preissteigerungen bei den Metallen geführt.

Nicht nur die gestiegene Nachfrage, sondern auch die Konzentration einzelner Rohstoffe auf wenige Länder, die oft unter politischer und wirtschaftlicher Instabilität leiden, und Handelsbeschränkungen einiger Staaten steigern die Befürchtung vor Lieferengpässen von Rohstoffen für die Europäische Industrie.

Die Konferenz stellt die aktuelle Situation dar und diskutiert die politischen, wirtschaftlichen und technischen Handlungsfelder und Herausforderungen für die Wirtschaft unter besonderem Fokus der Mobilität.

Die Veranstaltung wird in Kooperation mit dem Institut für Weltwirtschaft (ifw), der Konzernforschung und der Bundesanstalt für Geowissenschaften und Rohstoffe durchgeführt.

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

September 2009

Veranstaltungsort

MobileLifeCampus,
Wolfsburg

Anmeldung

www.autouni.de
anmeldung@autouni.de

Teilnahmegebühr

kostenfrei
nur Reise- und Übernachtungskosten

Umweltkonferenz Klima und CO₂

Zielgruppe

Fach- und Führungseliten
des Volkswagen Konzerns

Dauer

3 Monate

Termin

Oktober 2009

Veranstaltungsort

Wolfsburg,
Braunschweig,
Ingolstadt

Anmeldung

www.autouni.de
anmeldung@autouni.de

Teilnahmegebühr

kostenfrei
nur Reise- und Über-
nachtungskosten

Die Konferenz gibt einen Situationsbericht über die Wahrnehmung der Umweltsituation in Europa sowie in den "Global Markets" anhand der Kundenwahrnehmung und von Kundenwünschen am Beispiel eines ausgewählten Großkunden.

Es folgt eine Einschätzung der Effizienz der bereits eingeleiteten Maßnahmen im Bereich Energieversorgung und Mobilität sowie ein Ausblick auf den Klimagipfel in Kopenhagen.

Die Veranstaltung wird in Kooperation mit Green Motion Rent a Car, Potsdam-Institut für Klimafolgenforschung, BMU und der Konzernforschung durchgeführt.

Referenten

Green Motion Rent a Car,
Potsdam-Institut für Klimafolgenforschung, BMU,
Konzernforschung

Ansprechpartner für inhaltliche Fragen

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

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 zu den Marktforderungen her. Die Referenten sind Experten des Volkswagen Konzerns, von Partnerfirmen des Volkswagen Konzerns und Professoren deutscher Hochschulen.

Virtueller Kick off

16. Juni 2009

Präsenzveranstaltungen

23.–24. Juni 2009, Győr

02.–03. September 2009, Berlin

30. September–01. Oktober 2009, Wolfsburg/Ehra

04.–05. November 2009, Ingolstadt

02.–03. Dezember 2009, Wolfsburg

Ansprechpartner für inhaltliche Fragen

Lars Köppel

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

Zielgruppe

Fach- und Führungseliten
des Volkswagen Konzerns

Dauer

6 Monate

Termin

Juni–Dezember 2009

Veranstaltungsort

Győr,
Berlin,
Ingolstadt,
Wolfsburg

Anmeldung

www.autouni.de

anmeldung@autouni.de

Teilnahmegebühr

€ 4.800,-

zzgl. Reise- und Übernachtungskosten

Gesamtfahrzeug

Zielgruppe

Fach- und Führungseliten
des Volkswagen Konzerns

Dauer

3 Monate

Termin

Oktober 2009 –
Januar 2010

Veranstaltungsort

Wolfsburg,
Ingolstadt

Anmeldung

www.autouni.de
anmeldung@autouni.de

Teilnahmegebühr

€ 4.800,-
zzgl. Reise- und Über-
nachtungskosten

Der zunehmende globale Wettbewerbsdruck erfordert ein permanentes Engagement des Volkswagen Konzerns 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

KW 42 2009
KW 50 2009
KW 02 2010

Ansprechpartner für inhaltliche Fragen

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

Elektronik – Systemtechnologien

Wettbewerbsdruck und Gesetzgebung treiben die Neu- und Weiterentwicklung von elektronikbasierten Fahrzeugsystemen voran. Neue Technologien und Werkstoffe unterstützen diesen Prozess und erfordern die Beherrschung neuer Kernkompetenzen. Ziel dieses neuen Programms ist die Vermittlung von detailliertem Fachwissen, das für den Auf- und Ausbau neuer Kompetenzfelder und die Entwicklung komplexer Elektroniksysteme erforderlich ist. In diesem Programm werden die Themenschwerpunkte Fahrassistenzsysteme, Informations- und Komfortsysteme, Systemtechnologien, Entwicklungskompetenzen und Praxisbeispiele vertieft behandelt. Interne und externe Fachexperten aus dem Volkswagen Konzern, der Industrie und der Wissenschaft vermitteln aktuelles Fachwissen hierzu.

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

Voraussetzung sind die erfolgreiche Teilnahme am Programm "Elektronik im Fahrzeug" oder gleichwertige Vorkenntnisse.

Virtueller Kick off

12. November 2009

Präsenzveranstaltung

08.– 10. Dezember 2009, Wolfsburg

10.– 11. Februar 2010, Berlin

16.– 17. März 2010, Braunschweig

21.– 22. April 2010, Ingolstadt

Ansprechpartner für inhaltliche Fragen

Dr. Bernd Petzold

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

Zielgruppe

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

Dauer

3 Monate

Termin

Dezember 2009 –
April 2010

Veranstaltungsort

Wolfsburg,
Braunschweig,
Ingolstadt

Anmeldung

www.autouni.de
anmeldung@autouni.de

Teilnahmegebühr

€ 4.800,-
zzgl. Reise- und Übernachtungskosten

Hybridfahrzeugtechnologien

Zielgruppe

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

Dauer

4 Monate

Termin

September 2009 –
Januar 2010

Veranstaltungsort

Hildesheim
Wolfsburg
Ingolstadt

Anmeldung

www.autouni.de
anmeldung@autouni.de

Teilnahmegebühr

€ 4.800,-
zzgl. Reise- und Über-
nachtungskosten

Die gesellschaftlich weltweit zunehmende Bedeutung des Klimawandels, die hieraus resultierende CO₂-Gesetzgebung und die steigenden Energiekosten verändern die Rahmenbedingungen der Märkte. Das führt zu einem steigenden Bedarf an alternativen Antriebstechnologien.

Der Elektrifizierung des Antriebsstrangs in Form von Hybrid- und Elektrofahrzeugen wird eine besondere Rolle beigemessen.

Ziel dieses Programms ist die Vermittlung von detailliertem Fachwissen, das für den Aufbau neuer Kompetenzfelder und für die Entwicklung von Hybrid- und Elektrofahrzeugen erforderlich ist. In diesem Programm werden die folgenden Themenschwerpunkte vertieft:

- Elektrifizierter Antriebsstrang,
- Elektrische Energiespeicher,
- Fahrzeugintegration und Praxisbeispiele.

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

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

Präsenzveranstaltungen

Kick off: 23. September 2009
27.–29. Oktober 2009
24.–26. November 2009
26.–28. Januar 2010

Ansprechpartner für inhaltliche Fragen

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

Themenfeld Produktion

Im Themenfeld Produktion bietet die AutoUni Vorträge, Konferenzen und Programme zu produktionstechnischen und wirtschaftlichen Themen an.

Hierzu gibt es folgende Schwerpunkte:

- Fertigungsverfahren/-technik (z.B. Gießereitechnik, Formhärten)
- Komponente
- Fabriksteuerung
- aktuelle Themen aus der Fertigung

Die Angebote zu den aktuellen Themen der Fertigung und angrenzenden Bereichen wie z.B. Megatrends in der Automobilindustrie 2020 bzw. das Thema Anlaufmanagement werden von Wissenschaftlern und Praktikern aus der Industrie vorgestellt.

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

Ziel der Veranstaltungen ist die Vermittlung von grundlegenden Kenntnissen und gleichzeitig ein einheitliches Wissensniveau im Volkswagen Konzern zu erzeugen. Dies dient der Vereinfachung der Kommunikation und reduziert Fehler.

Die Gründung des Institutes für Technik und Innovation des Volkswagen Konzerns wird derzeit vorbereitet.

Aktuelle Themen aus der Fertigung

Zielgruppe

Konzernangehörige

Dauer

1,5 Stunden

Termin

25. August 2009

28. September 2009

jeweils 18 Uhr

Veranstaltungsort

MobileLifeCampus,
Wolfsburg

Anmeldung

www.autouni.de

anmeldung@autouni.de

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 aus angrenzenden Bereichen von Wissenschaftlern und Praktikern aus Unternehmen vorstellen.

Im zweiten Halbjahr 2009 starten wir die Vortragsreihe am 25. August mit einem Vortragsabend zum Thema Anlaufmanagement. Zu diesem Thema werden Herr Prof. E. Müller, TU Chemnitz, und Herr S. Fiebig, Werkleiter Wolfsburg, referieren.

Am 28. September wird Herr Dr. Eßer, INPRO, die Vortragsreihe mit dem Thema "Megatrends in der Automobilproduktion 2020" fortsetzen.

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

Ansprechpartner für inhaltliche Fragen

Thorsten Becker

thorsten.becker3@volkswagen.de, Telefon +49 5361-896-2018

Gießereitechnik

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

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

Die Fachkonferenz vermittelt hierfür die aktuellen technischen und wissenschaftlichen Grundlagen.

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

Referent

Prof. Dr. Lothar H. Kallien, Hochschule Aalen

Ansprechpartner für inhaltliche Fragen

Lars Köppel

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

Zielgruppe

Fach- und Führungseliten des Volkswagen Konzerns mit Bezug zur Gießereitechnik

Dauer

2 Tage

Termin

November 2009

Veranstaltungsort

Fachhochschule Aalen

Anmeldung

www.autouni.de

anmeldung@autouni.de

Teilnahmegebühr

€ 1.000,-

zzgl. Reise- und Übernachtungskosten

Formhärten im Praxiseinsatz

Zielgruppe

Fach- und Führungseliten
des Volkswagen Konzerns

Dauer

1 Tag

Termin

09. September 2009

Veranstaltungsort

Kassel

Anmeldung

www.autouni.de
anmeldung@autouni.de

Teilnahmegebühr

€ 300,-

zzgl. Reise- und Über-
nachtungskosten

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.

Referenten

Prof. Dr. Kurt Steinhoff, Universität Kassel
interne Referenten

Ansprechpartner für inhaltliche Fragen

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

Komponente

Das Programm Komponente wurde 2008 entwickelt und startet im September zum vierten 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 (jeweils zwei Tage) an verschiedenen Standorten der Komponente.

Ansprechpartner für inhaltliche Fragen

Dr. Carsten Adomeit

carsten.adomeit@volkswagen.de, Telefon +49 5361-896-2115

Zielgruppe

Fach- und Führungseliten
des Volkswagen Konzerns

Dauer

4 Monate

Termin

November 2009 –
Februar 2010

Veranstaltungsort

verschiedene Standorte
der Komponente

Anmeldung

www.autouni.de
anmeldung@autouni.de

Teilnahmegebühr

€ 4.800,-
zzgl. Reise- und Über-
nachtungskosten

Fabriksteuerung

Zielgruppe

Fach- und Führungseliten
des Volkswagen Konzerns

Dauer

3 Monate

Termin

September–
November 2009

Veranstaltungsort

Wolfsburg,
Neckarsulm

Anmeldung

www.autouni.de
anmeldung@autouni.de

Teilnahmegebühr

€ 3.500,-
zzgl. Reise- und Über-
nachtungskosten

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.

Virtueller Kick off

15. September 2009

Präsenzveranstaltungen

30. September–01. Oktober 2009

28.–29. Oktober 2009

24.–25. November 2009

Ansprechpartner für inhaltliche Fragen

Martina Herlyn

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

Institut für Beschaffung (IFB) des Volkswagen Konzerns

Die Beschaffung umfasst alle unternehmens- und marktbezogenen Tätigkeiten, die darauf gerichtet sind, die benötigten, aber vom eigenen Unternehmen selbst nicht hergestellten Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe, Halb- und Fertigfabrikate sowie Dienstleistungen dem Betrieb verfügbar zu machen. Ziel ist dabei die kostenminimale Bereitstellung dieser Vorleistungen in der erforderlichen Art, Menge, Reihenfolge und Qualität zur rechten Zeit am richtigen Ort.

Dem oben formulierten Verständnis folgend, stehen unter dem Einfluss der die Automobilindustrie derzeit beherrschenden Trends vor allem folgende thematische Schwerpunkte im Fokus:

- Globalisierung und neue Märkte
- Kosten- und Versorgungsrisiken
- Nachhaltigkeit und Verantwortung
- Lieferantenbeziehungen und Lieferantenmanagement
- Fertigungstiefe und Kompetenzerhalt
- robuste und kostenoptimale Wertschöpfungsketten

Im Rahmen der über das Institut laufenden Forschungsarbeiten werden Lösungen für aktuelle Problemstellungen erarbeitet und somit Beiträge zur Fortentwicklung von Zielen, Strategien oder Instrumenten der Beschaffung erbracht. Vorrangiger wissenschaftlicher Kompetenzpartner ist hierbei das Betriebswirtschaftliche Institut (BWI) der Universität Stuttgart.

Exemplarisch seien hier Themen wie "Früherkennung von Risiken bei Lieferanten", "Nachhaltigkeit in der allgemeinen Beschaffung", oder "Management der Dynamik in Supply Chains" genannt.

Über das Feld der Forschung hinaus, werden durch das Institut für Beschaffung im Bereich der Lehre Konferenzen, Vorträge oder andere Qualifizierungsmaßnahmen angeboten. In diesem Rahmen werden anknüpfend an die thematischen Schwerpunkte aktuelle Fragestellungen aus der "Beschaffungslandschaft" und dem gesamtwirtschaftlichen Umfeld aufgegriffen und in Form von Veranstaltungen thematisiert.

Im Rahmen eines integrativen Ansatzes ist es ein Ziel der Aktivitäten des Instituts, eine möglichst intensive Rückkopplung zwischen Forschung und Lehre zu erreichen. Daher besteht einerseits das Bestreben, die Forschungsaktivitäten durch geeignete Fachbeiträge in der Lehre zu unterstützen, andererseits auch stets das Bemühen, Ergebnisse der Doktoranden des Themenfeldes in Veranstaltungen einzubinden.

Finanzinvestoren in der Automobilzulieferindustrie

Spätestens seit 2005 sind in Deutschland Finanzinvestoren und ihr Vorgehen in der öffentlichen Diskussion. Manche von ihnen verglich der SPD-Politiker Franz Müntefering in einem viel zitierten Ausspruch mit Heuschreckenschwärmen, die über Unternehmen herfallen, sie abgrasen und dann weiterziehen.

Was aber verbirgt sich hinter dem Ganzen? Eines ist klar: Die Bedeutung von Finanzinvestoren steigt. So hat sich in der Branche die Zahl von Übernahmen und Zusammenschlüssen unter ihrer Beteiligung zwischen 2000 und 2005 verfünffacht. Und 2007 befanden sich nach Schätzungen des VDA allein rund 100 deutsche Zulieferer unter der Kontrolle von Finanzinvestoren.

Also: Was machen solche Gesellschaften, welche Geschäftsmodelle haben sie? Geht es – salopp gesprochen – stets um Kaufen, Auspressen und Wegwerfen? Oder sind solche Kapitalgeber gar teils dann die Retter in größter Not, wenn Hausbanken in Sachen Kredit schon von Weitem abwinken?

Finanzinvestor ist sicherlich nicht gleich Finanzinvestor, Hedge-Fonds sind sauber von Private Equity-Gesellschaften zu trennen. Sind doch das Vorgehen dieser Kapitalgeber, ihre Ziele und deren Fristen zu verschieden. Und welchen Einfluss nehmen solche Investoren dann auf die Geschäftspolitik und was bedeutet dies für ihre Kunden, die Automobilhersteller? Segen oder Fluch – das ist hier die Frage.

Zielgruppe
Konzernangehörige

Dauer
1,5 Stunden

Termin
08. Oktober 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

Risiko Lieferant

Zielgruppe

Fach- und Führungseliten
des Volkswagen Konzerns

Dauer

1 Tag

Termin

Oktober 2009

Veranstaltungsort

MobileLifeCampus,
Wolfsburg

Anmeldung

www.autouni.de
anmeldung@autouni.de

Teilnahmegebühr

€ 500,-
zzgl. Reise- und Über-
nachtungskosten

Die Modellvielfalt im Automobilbau steigt und steigt – und dies bei laufend zunehmender Komplexität der Produkte. Gleichzeitig verkürzen sich Produkt- und Innovationszyklen immer mehr. Um Schritt zu halten, haben sich die Unternehmen immer stärker auf ihr Kerngeschäft konzentriert und mehr und mehr Wertschöpfung an Lieferanten und Partner ausgelagert. 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 –, umso 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 sich der Abnehmer ausgesetzt sieht. 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 beim Kunden das Band. Besonders brenzlich 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 zu diskutieren sein.

Ansprechpartner für inhaltliche Fragen

Rainer Labenski

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

Themenfeld Qualität

Der rote Faden im Themenfeld Qualität sind die Prozesse des Unternehmens. Bei den Vorträgen und Konferenzen gibt es eine Bandbreite von aktuellen Forschungsthemen und -fragestellungen bis hin zu anwenderbezogenen Praxisbeispielen sowohl aus dem Konzern als auch aus anderen Branchen und Unternehmen.

Die systematische Anwendung von Qualitätsmethoden – insbesondere in der Produktentwicklung – hilft dem Unternehmen, Fehler zu vermeiden und damit die Kosten zu senken. Deshalb gehören Qualitätsmethoden, Qualität und Produkt sowie Prozesse zu den Hauptschwerpunkten des Themenfeldes.

Hinzu kommt das Thema Qualität in der Dienstleistung, das bei der Kundenzufriedenheit eine enorme Bedeutung spielt. Immer mehr Kunden wandern ab, wenn sie mit dem Service nicht zufrieden sind.

Abgerundet werden die Inhalte durch die Themen Qualitätsmanagement und Benchmarking, d.h. eine exemplarische Vorstellung aus anderen Branchen, um zu sehen, wie dort das Thema Qualität gemanagt wird.

Im Themenfeld Qualität gibt es Kooperationen mit der Konzern-Qualitätssicherung, dem Verein Deutscher Ingenieure (VDI), Braunschweiger Bezirksverein, dem QFD-Institut Deutschland, der Katholischen Universität Eichstätt-Ingolstadt mit dem Lehrstuhl für Dienstleistungsmanagement sowie der European Business School, International University Schloss Reichartshausen in Oestrich-Winkel.

Qualität, Prozesse, Technik

Zielgruppe

Konzernangehörige und
die Öffentlichkeit

Dauer

1,5 Stunden

Termin

ab Oktober 2009
18 Uhr

Veranstaltungsort

MobileLifeCampus,
Wolfsburg

Anmeldung

www.autouni.de
anmeldung@autouni.de

"Qualität ist, wenn der Kunde zurückkommt und nicht das Produkt" – diese umgangssprachliche Definition von Qualität ist sehr einprägsam. Der Begriff Qualität hat sich im wirtschaftlichen Alltag zu einem allgemeinen Wertmaßstab etabliert, der ein Urteil zu einem Produkt, einer Dienstleistung oder zu einem Prozess zum Ausdruck bringt.

In der Vortragsreihe Qualität, Prozesse, Technik referieren Experten aus Wissenschaft und Praxis über aktuelle Forschungsergebnisse und Anwendungsbeispiele. Dabei werden die Themen aus unterschiedlichen Blickwinkeln betrachtet, scheinbare Widersprüche aufgelöst und praktische Beispiele aufgezeigt, "damit der Kunde zurückkommt".

Die Vorträge werden separat angekündigt.
Angefragter Referent: Prof. Dr.-Ing. Horst Zuse.

Die Vortragsreihe findet in Kooperation mit dem VDI, Verein Deutscher Ingenieure, Braunschweiger Bezirksverein, statt.

Ansprechpartner für inhaltliche Fragen

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

Qualitätsmethode DFSS

Die Qualitätsmethode Design for Six Sigma (DFSS) kann als ein erfolgreiches Konzept zur Entwicklung kundenorientierter und prozesssicher hergestellter Produkte eingesetzt werden.

DFSS ist darauf ausgerichtet, den Kunden durch die Erfüllung seiner Anforderungen und Erwartungen zufrieden zu stellen. So werden fehlerhafte Produkte präventiv vermieden, statt sie nach Serienstart zu verbessern. Die Produkte sind robust zu gestalten, so dass sie gegen die unvermeidliche Streuung von Fertigungs- und Nutzungsbedingungen unempfindlich sind. Dafür sind die erforderlichen fähigen Fertigungsprozesse zu entwickeln.

Qualitätsmethoden wie Quality Function Deployment, Statistische Versuchsplanung, FMEA und weitere Methoden stehen bei DFSS nicht isoliert im Projektplan, sondern werden präzise an den Kundenbedürfnissen ausgerichtet.

Da DFSS bekannte präventive Methoden gezielt und projektorientiert vernetzt, kann das Konzept in modernen Entwicklungsbereichen verschiedener Industrien zügig umgesetzt werden.

Bei diesem Vortrag wird ein praktisches DFSS-Beispiel aus dem Automotivbereich vorgestellt.

Ansprechpartner für inhaltliche Fragen

Liane Röhrdanz

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

Zielgruppe

Konzernangehörige und die Öffentlichkeit

Dauer

1,5 Stunden

Termin

November 2009

18 Uhr

Veranstaltungsort

MobileLifeCampus,
Wolfsburg

Anmeldung

www.autouni.de

anmeldung@autouni.de

Qualität im Serviceprozess

Zielgruppe

Fach- und Führungseliten
des Volkswagen Konzerns

Dauer

4 Stunden

Termin

28. Oktober 2009

Veranstaltungsort

MobileLifeCampus,
Wolfsburg

Anmeldung

www.autouni.de
anmeldung@autouni.de

Teilnahmegebühr

kostenfrei
nur Reise- und Über-
nachtungskosten

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

QFD-Konferenz

Quality Function Deployment (QFD) ist die Methode zur Umsetzung von Kundenforderungen in Produkte und Dienstleistungen. In der Automobilindustrie gehört sie zu den Standards. Gleichzeitig ist die Methode flexibel und kann auf den Anwendungsfall zugeschnitten werden.

Die Deutsche QFD-Konferenz 2009, die die AutoUni in Kooperation mit dem Fachverband QFD Institut Deutschland e. V. ausrichtet, wird die Vielfalt der Methodenanwendung zeigen.

Mit einer Auswahl an Tutorials, die auf unterschiedliche Vorkenntnisse vom Anfänger bis zum Spezialisten zugeschnitten sind, können die Teilnehmer am 01. Oktober 2009 vormittags intensiv in kleinen Gruppen ausgewählte Themen unter der Leitung von Prof. Dr. Herzwurm und Prof. Dr. Pietsch sowie Dr. Machan und Herrn Tobiska von Skoda Auto bearbeiten. Am 01. Oktober 2009 nachmittags beginnt der Vortragsteil. Referenten aus dem Volkswagen Konzern und der Automobilindustrie werden ebenso vertreten sein wie Vortragende aus anderen Branchen, von Universitäten und aus dem Ausland. Es wird u. a. vorgestellt, wie Toyota mit der Methode arbeitet und wie sie im Design for Six Sigma funktioniert.

Keynote Speaker des zweiten Tages wird Glenn Mazur, QFD Red Belt vom QFD Institute in den USA, sein. Im Anschluss an einen Vortrag zum Thema "Die Autostadt – ein Instrument der Kundenbindung" wird eine Führung in der Autostadt mit anschließender freier Besichtigung die Konferenz am Nachmittag des 02. Oktober 2009 abschließen.

Ansprechpartner für inhaltliche Fragen

Liane Röhrdanz

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

Zielgruppe

Fach- und Führungseliten des Volkswagen Konzerns und Öffentlichkeit

Dauer

2 Tage

Termin

01.–02. Oktober 2009

Veranstaltungsort

MobileLifeCampus,
Wolfsburg

Anmeldung

www.autouni.de
anmeldung@autouni.de

Teilnahmegebühr

€ 250,- (für Konzernangehörige, da in Kooperation mit dem QFD-Institut) zzgl. Reise- und Übernachtungskosten

Institut für Arbeit und Personalmanagement (IFAP) des Volkswagen Konzerns

Das Institut für Arbeit und Personalmanagement (IFAP) 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.

Schwerpunkte der Forschung und Lehre

Die Schwerpunkte der personalwirtschaftlichen Forschung im IFAP sollen die Umsetzung der Strategie 2018 unterstützen. So wird der Zusammenhang zwischen Arbeitgeberattraktivität und Unternehmenserfolg ebenso untersucht wie die wesentlichen Einflussfaktoren des Mitarbeiterengagements.

Das Institut möchte damit neueste wissenschaftliche Erkenntnisse für die Spitzenpersonalarbeit im Konzern nutzbar machen. Es orientiert sich dabei an den acht Harvard-Modulen der Personalarbeit.

1. Personal- einsatz, Teambildung, Personalent- wicklung	2. Arbeits- organisation	3. Vergütungs- systeme	4. Information und Kommuni- kation
5. Aus- und Weiterbildung	6. Gesundheit und Sicherheit	7. Personal Controlling	8. Labor Relations

Ergebnisse der Grundlagenforschung und aktuellen Forschung auf den Wissenschaftsfeldern Psychologie, Betriebswirtschaft, Organisation, Recht und Industrial Relations werden bereitgestellt, um die fachliche Entwicklung der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zu fördern und gleichzeitig konkrete Implikationen für das Unternehmen abzuleiten.

Das IFAP bindet hierfür die Experten der jeweiligen Berufsfamilien aktiv in die Definition der Lehrinhalte und in die Qualifizierung ein und versteht sich so als ein wichtiger Teil einer lernenden und lehrenden Organisation.

Kooperationen

Derzeit bestehen Kooperationen mit renommierten Forschungsinstituten und -netzwerken wie dem Wissenschaftszentrum Berlin und dem International Motor Vehicle Program (IMVP). Des Weiteren werden bestehende Kontakte zu innovativen Lehrstühlen und Forschern (u. a. Prof. Bruch, Prof. Staudinger, Prof. von Cube) ausgebaut.

Ausgewählte Forschungsprojekte

Forschung findet sowohl in Form von nationalen und internationalen wissenschaftlichen Projekten als auch im Rahmen von Dissertationen sowie Diplom-, Master- und Bachelorarbeiten statt. Laufende Themen sind u. a.:

- Humanressourcenbedingungen in den BRIC-Ländern,
- Personalsysteme japanischer und deutscher Automobilhersteller im Vergleich,
- Hochleistungsteams,
- Herausforderungen des demografischen Wandels und
- Wissensmanagement.

Der neue Leistungsanspruch bei Volkswagen

Zielgruppe

Konzernangehörige,
Teilnehmer des
HR-Curriculums

Dauer

1,5 Stunden

Termin

Herbst 2009
18 Uhr

Veranstaltungsort

MobileLifeCampus,
Wolfsburg,
Videokonferenzräume,
Konzernstandorte

Anmeldung

www.autouni.de
anmeldung@autouni.de

Wenn wir weiterhin zu den weltweit erfolgreichsten und attraktivsten Automobilherstellern gehören wollen, muss ein Ziel für alle Mitarbeiter verbindlich sein: "Ich bringe an meinem Arbeitsplatz jeden Tag meine persönliche Höchstleistung." Was aber verstehen wir unter Höchstleistung?

Wenn wir mit Höchstleistung im weitesten Sinne Engagement, Leidenschaft, Präzision und Exzellenz verbinden, fallen uns sofort unsere Fahrzeuge wie der Golf ein – der Garant für deutsche Ingenieurskunst, für Wertigkeit und Präzision. Und genau diese Attribute brauchen wir in allen unseren Produkten, Prozessen und bei unseren Menschen. Dann laufen wir zur Höchstleistung auf. Höchstleistung braucht Rahmenbedingungen, in denen sich Spitzenkräfte und Spitzenteams entfalten können: u. a. lern- und gesundheitsfördernde Arbeitsbedingungen sowie Anreizsysteme, die Engagement und Leistung differenziert anerkennen. Das wiederum sind Kriterien eines attraktiven Arbeitgebers. Und somit schließt sich der sogenannte Erfolgskreislauf:



Dr. Neumann wird diesen Erfolgskreis vor dem Hintergrund wissenschaftlicher Erkenntnisse darstellen und aufzeigen, wie wir bei Volkswagen aufgestellt sind.

Ansprechpartner für inhaltliche Fragen

Dr. Katrin Trauernicht

katrin.trauernicht@volkswagen.de, Telefon +49 5361-896-2231

Impulse zum Volkswagen-Weg

Um sich in einem immer härter werdenden Wettbewerb zu behaupten, haben wir uns auf den Volkswagen-Weg gemacht. Dabei sollen die Prozesse und Abläufe so gestaltet werden, dass jeder seine Arbeitszeit effektiv nutzen kann, um die Wünsche der Kunden zu erfüllen. Der Volkswagen-Weg bedeutet aber nicht nur Effizienzsteigerung, sondern auch Stärkung der Innovationsfähigkeit und intensive Einbindung der Mitarbeiter.

Ziel dieser Vortragsreihe ist es, über die Prinzipien des Volkswagen-Wegs zu informieren und Impulse für die eigene tägliche Arbeit – im direkten wie auch indirekten Bereich – zu geben. Dies erfolgt schwerpunktmäßig zu den folgenden Themenblöcken:

- Initial-Impuls: Veränderungen wagen
- Lean Management im direkten Bereich
- Lean Management im indirekten Bereich
- Ausblick: Was kommt nach Lean?

Die Reihe wird im September 2009 gestartet und im Jahr 2010 fortgesetzt.

Ansprechpartner für inhaltliche Fragen

Dr. Miriam Wilhelm
miriam.michiko.wilhelm@volkswagen.de,
Telefon +49 5361-896-2106

Zielgruppe
Konzernangehörige

Dauer
1,5 Stunden

Termin
ab September 2009
jeweils 18 Uhr

Veranstaltungsort
MobileLifeCampus,
Wolfsburg

Anmeldung
www.autouni.de
anmeldung@autouni.de

Entwicklungsdynamiken und Zukunftsperspektiven der globalen Automobilindustrie

Zielgruppe

Fach- und Führungseliten des Volkswagen Konzerns und die Öffentlichkeit

Dauer

1,5 Tage

Termin

05.–06. November 2009

Veranstaltungsort

MobileLifeCampus, Wolfsburg

Anmeldung

www.autouni.de

anmeldung@autouni.de

Teilnahmegebühr

kostenfrei

nur Reise- und Übernachtungskosten

Die europäische und nordamerikanische Automobilindustrie stecken tief in der Krise. Zusammen mit Experten aus Forschung und Praxis wird auf dieser Konferenz ein Blick auf den möglichen weiteren Weg des Automobilsektors geworfen und es werden Szenarien über die nahe Zukunft entwickelt.

Experten aus Europa, Asien und Nordamerika werden sich mit den Entwicklungen in den einzelnen Weltregionen und den Auswirkungen der Krise befassen. Darüber hinaus werden die aktuellsten Studien des International Motor Vehicle Program (IMVP) präsentiert:

- Produktivität: Erkenntnisse aus dem IMVP-Montagewerksvergleich,
- Automobilentwicklungsprozesse: Erkenntnisse aus dem IMVP/ Harvard Vehicle Engineering Survey und
- Trends und Zukunftstechnologien: Erkenntnisse aus dem IMVP Advanced Technology Survey.

Das International Motor Vehicle Program ist ein weltweit aktives Forschernetzwerk zur Automobilindustrie. Es wurde 1979 am Massachusetts Institute of Technology (MIT) gegründet und hat sich durch seine Benchmarkstudien (u. a. "The Machine that Changed the World") einen Namen gemacht.

Ansprechpartner für inhaltliche Fragen

Dr. Miriam Wilhelm

miriam.michiko.wilhelm@volkswagen.de,

Telefon +49 5361-896-2106

Lessons Learned Auto5000

Die Auto5000 GmbH trat 2001 den Beweis an, mitten im Herzen von Europa, in Deutschland, ein neues Fahrzeug in wettbewerbsfähigen Strukturen und Prozessen abzubilden, zu produzieren und zu vermarkten. Für viele Beobachter war Auto5000 die Antwort auf den Toyota-Weg.

Mit Beginn 2009 schreitet der Integrationsprozess der Auto5000 in den Volkswagen Konzern und in die Prozesse des Standortes Wolfsburg voran. Ziel ist es, Synergien zu bilden, die Flexibilität des Standortes Wolfsburg weiter zu erhöhen und durch die Erfahrungen mit der Auto5000 zu lernen.

Die Auto5000 war eine Fabrik in der Fabrik, in der bewusst neue Wege in der Aufbau- und Ablauforganisation, in der Teamarbeit, im Produktionssystem, im Beschaffungs- und Vertriebsprozess und in der Personalentwicklung beschrritten und neue Konzepte erprobt wurden. Auf dieser Konferenz sollen diese Konzepte dargestellt und Implikationen für Volkswagen diskutiert werden. Hierbei geht es nicht nur um die im Tarifvertrag verankerten Inhalte, sondern auch um konkrete Prozesse und Instrumente, die sich im täglichen Arbeiten entwickelt und als erfolgreich erwiesen haben.

Referenten bzw. Diskussionspartner (angefragt)

Dr. H. Neumann, Dr. W. Widuckel, T. Ulbrich, Dr. K. Trauernicht, Dr. J. Unser, S. Fiebig, B. Osterloh, A. Heim, G. Mehlhop, H. Schwitzer, Prof. M. Schumann, Prof. U. Jürgens

Ansprechpartner für inhaltliche Fragen

Dr. Katrin Trauernicht
katrin.trauernicht@volkswagen.de, Telefon +49 5361-896-2231

Zielgruppe

Fach- und Führungseliten
des Volkswagen Konzerns

Dauer

1 Tag

Termin

Dezember 2009

Veranstaltungsort

MobileLifeCampus,
Wolfsburg

Anmeldung

www.autouni.de
anmeldung@autouni.de

Teilnahmegebühr

kostenfrei
nur Reise- und Übernachtungskosten

Persönlichkeit und Management – BioLogik der Führung

Zielgruppe

Fach- und Führungseliten
des Volkswagen Konzerns

Dauer

1 Tag

Termin

September 2009

Veranstaltungsort

MobileLifeCampus,
Wolfsburg

Anmeldung

www.autouni.de
anmeldung@autouni.de

Teilnahmegebühr

€ 500,-
zzgl. Reise- und Über-
nachtungskosten

Der Volkswagen Konzern hat sich mit Mach18plus anspruchsvolle Ziele gesetzt, die wir gerade in schwierigen Zeiten mit Engagement und Nachdruck verfolgen. Um unser Unternehmen auf Erfolgskurs zu halten, müssen alle Beschäftigten des Volkswagen Konzerns zuverlässig und dauerhaft gute Leistung bringen. Wer jeden Tag sein Bestes geben soll und möchte, der muss aus Überzeugung und mit Begeisterung mitarbeiten. Hört man in die Fabrik und in die Büros hinein, wird Arbeit jedoch häufig als Last empfunden.

Gibt es Auswege? Die Verhaltensbiologie zeigt uns auf, dass Arbeit sehr wohl Freude machen kann. Prof. Felix von Cube – Begründer der BioLogik der Führung – hat sich diesen Fragen wissenschaftlich und in zahlreichen praktischen Untersuchungen genähert. Er sagt: Menschen wollen Leistung erbringen und durch gute Arbeit Lust empfinden. Einer der größten Stellhebel, den wir hierzu haben, ist Führung.

Wie es gelingt, Rahmenbedingungen zu schaffen, um Freude an der Arbeit zu erzielen und Leistung zu fördern – egal ob an der Montagelinie oder im Management –, wird inhaltlicher Schwerpunkt der Konferenz sein. Dabei werden die wissenschaftlichen Ansätze mit erfolgreichen Umsetzungsbeispielen anderer Unternehmen zusammengeführt.

Ansprechpartner für inhaltliche Fragen

Dr. Katrin Trauernicht

katrin.trauernicht@volkswagen.de, Telefon +49 5361-896-2231

Personalmanagement im Dienstleistungsbereich (Handel und Vertrieb)

Der Wandel von der Industrie- zur Wissens- und Dienstleistungsgesellschaft hat auch tief greifende 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?

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 gestaltet sein muss, um die Kompetenzen der Mitarbeiter gezielt als Wettbewerbsvorteil nutzen zu können.

Referenten

Prof. Dr. Sabine Haller, Hochschule für Wirtschaft und Recht Berlin
Prof. Dr. Ralf Mertens, Fachhochschule Stralsund
Herr Heiko Gryglewski, Financial Services AG

Ansprechpartner für inhaltliche Fragen

Anika Weichler
anika.weichler@volkswagen.de, Telefon +49 5361-9-121268

Zielgruppe

Fach- und Führungseliten
des Volkswagen Konzerns

Dauer

4 Stunden

Termin

23. September 2009
13 Uhr

Veranstaltungsort

MobileLifeCampus,
Wolfsburg

Anmeldung

www.autouni.de
anmeldung@autouni.de

Teilnahmegebühr

kostenfrei
nur Reise- und Übernachtungskosten

Produktivität und Arbeitszufriedenheit in altersgemischten Teams

Zielgruppe

Fach- und Führungseliten
des Volkswagen Konzerns

Dauer

4 Stunden

Termin

18. November 2009

Veranstaltungsort

MobileLifeCampus,
Wolfsburg

Anmeldung

www.autouni.de
anmeldung@autouni.de

Teilnahmegebühr

kostenfrei
nur Reise- und Über-
nachtungskosten

Der demografische Wandel ist nicht ausschließlich ein gesellschaftliches Phänomen. Auch Unternehmen wie der Volkswagen Konzern verzeichnen einen Zuwachs älterer Arbeitnehmer bei gleichzeitigem Nachwuchsmangel mit der Folge, dass immer mehr Fachkräfte fehlen und die Belegschaft "altert".

Im Rahmen der Einführung von Teamarbeit kommt dieser Thematik besondere Bedeutung zu, zum Beispiel bei der Überlegung, wie Teams hinsichtlich der Altersverteilung optimal zusammengesetzt werden können.

Fragen, die bei der Bildung altersgemischter Teams aufkommen, sind u. a.:

- Sind altersgemischte Teams in der Fertigung genauso erfolgreich und zufrieden wie altershomogene Teams?
- Gelingt es den Führungskräften, Mitarbeiter unterschiedlichen Alters zu integrieren, oder herrschen Konflikte zwischen Alt und Jung?
- Welche Bedingungen müssen erfüllt sein, damit Teams effizient arbeiten und die Teammitglieder zufrieden sind?

Auf diese Fragen soll im Rahmen der Konferenz näher eingegangen werden. Dabei werden interne Referenten aus der Praxis berichten und externe Referenten einen Überblick über den aktuellen Stand der Forschung zu altersgemischten Teams geben.

Ansprechpartner für inhaltliche Fragen

Stephanie Reiher
stephanie.reiher@volkswagen.de, Telefon +49 5361-9-120901

HR-Curriculum

Ziel des Programms ist die systematische und grundlegende Qualifizierung der Mitglieder der Berufsfamilie Personal. Sie bildet eine wesentliche Basis auf unserem Weg zu einer Spitzenpersonalarbeit.

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

Das HR-Curriculum besteht derzeit aus vier Präsenzmodulen, Selbstlernunterlagen und Lerngruppen.

Die Experten der Berufsfamilie Personal definieren die Lehrinhalte und sind selbst aktiv als Referenten und Dozenten in die Vermittlung des Wissens und in den Erfahrungsaustausch eingebunden. Sie werden unterstützt durch erfahrene Trainer der Volkswagen Coaching und der Audi Akademie.

Präsenzveranstaltungen

Start der Durchläufe: September 2009

Modul Psychologie

Modul Betriebswirtschaft

Modul Organisation

Modul Recht und Industrial Relations

Das HR-Curriculum lebt von Ihren Anregungen. Bitte bringen Sie sich selbst ein. Gern stehen wir Ihnen für einen Austausch zur Verfügung.

Ansprechpartner für inhaltliche Fragen

Dr. Katrin Trauernicht

katrin.trauernicht@volkswagen.de, Telefon +49 5361-896-2231

Zielgruppe

Mitarbeiter des Personalwesens Volkswagen und der Tochtergesellschaften

Dauer

10 Tage Präsenz

Termin

ab September 2009

Veranstaltungsort

verschiedene Konzernstandorte

Anmeldung

über Personalleiter

Teilnahmegebühr

€ 3.500,-

zzgl. Reise- und Übernachtungskosten

Institut für Finanzen und Controlling (IFFC) des Volkswagen Konzerns

Das im April dieses Jahres gegründete Institut für Finanzen und Controlling des Volkswagen Konzerns 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 finden die Vermittlung von Entwicklungen der internationalen Rechnungslegung und der Steuergesetzgebung/des Zollrechts 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.

Der Bereich Finanzen und Controlling bietet ausgewogene und anspruchsvolle Weiterbildungsveranstaltungen in Form von Vorträgen und Konferenzen für den Konzern an. Diese basieren auf den Säulen Rechnungswesen, Controlling, Treasury sowie Steuer- und Zollwesen.

Zum einen werden in Kompaktveranstaltungen z. B. grundlegende Kenntnisse der International Financial Reporting Standards (IFRS) vermittelt. Ziel ist es hier, ein einheitliches Wissensniveau im

Volkswagen Konzern zu erzeugen. Dies dient der Vereinfachung der Kommunikation, reduziert Fehler und fördert einen einheitlichen Finanzsprachgebrauch konzernweit.

Zum anderen vermitteln vertiefende Veranstaltungen wie z. B. "Human Capital Reporting" oder "Finanzinstrumente – Ansatz, Bewertung und Ausweis nach IAS 39/IFRS 7" umfassendes Expertenwissen. Hier wird gezielt auf Teilbereiche des Rechnungswesens, Controllings, des Treasury oder Steuer- und Zollwesens eingegangen und es werden aktuelle Themen herausgestellt.

Abendvorträge runden das Angebotsspektrum ab.

Ein umfassendes Programm befindet sich in Planung. Ziel ist es, anhand ausgewählter Problemstellungen die Vernetzung der Teilnehmer und damit der Fachbereiche zu fördern, sowohl fachbereichs- als auch gesellschaftsübergreifend.

Prognostizierbarkeit von Finanzmarktentwicklungen

Zielgruppe

Konzernangehörige,
Öffentlichkeit

Dauer

1,5 Stunden

Termin

10. September 2009
18 Uhr

Veranstaltungsort

MobileLifeCampus,
Wolfsburg

Anmeldung

www.autouni.de
anmeldung@autouni.de

Wie verhalten sich die Zinsen, wo steht der DAX in zwölf Monaten und welche Entwicklung werden die Währungskurse nehmen? Die Analysten der Banken sind sich uneins wie selten. Die Prognosen reichen vom kellertiefen Absturz bis zum himmelhohen Aufstieg. Und jede von ihnen ist wohl begründet.

Otto von Bismarck merkte einst düster an: "Wer weiß, wie Leberwurst und Politik gemacht werden, der kann nachts nicht ruhig schlafen." Dasselbe ließe sich mit Fug und Recht auch von Finanzmarktprognosen behaupten.

Bei der Erstellung von Finanzmarktprognosen kommen erstaunliche Verhaltensmuster zum Tragen, die die Vertrauenswürdigkeit dieser Prognosen recht zweifelhaft erscheinen lassen.

In diesem Vortrag werden aktuelle empirische Ergebnisse zum Verhalten von Finanzmarktanalysten präsentiert und diskutiert.

Referent

Dr. Markus Spiwoks, Professor für Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, insbesondere Finanzwirtschaft, an der Fachhochschule Wolfsburg sowie Privatdozent für Volkswirtschaftslehre und Finanzwirtschaft an der Georg-August-Universität Göttingen

Ansprechpartner für inhaltliche Fragen

Dr. Dorothea Gerloff

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

Wertorientierte Messung und Steuerung von Performance als Herausforderung für das Controlling

Unter dem Einfluss des Gedankenguts von Performance Measurement und Management setzt sich die Erkenntnis durch, dass modernes Controlling nicht nur an Symptomen ansetzen darf, sondern sich der Lösung ursachewirkungsbezogener Mess- und Steuerungsprobleme zuwenden muss.

Dabei hat es Hypothesen über Ursache-Wirkung-Beziehungen zu identifizieren und diese zu Ketten von Zweck-Mittel-Beziehungen zu verbinden. Dadurch können finanzielle Spitzenkennzahlen – wie der EVA – besser erklärt und (gegenüber herkömmlichen Konzepten) mit besserem Wirkungsgrad gesteuert werden. Unternehmen der Automobilindustrie, die (wie der Volkswagen Konzern) diesen Entwicklungstrend erkannt haben, sollten diesen aktiv unterstützen und begleiten.

Der Vortrag informiert über neuere Ansätze des Controllings, um Werttreiber mittels ursachewirkungsbezogener Analysen zu identifizieren. Dadurch kann eine wertorientierte Steuerung von Unternehmen der Automobilwirtschaft "an der Wurzel" ansetzen. Eine solche ganzheitliche Ausformung hat auch bei der strategischen Kontrolle stattzufinden. Durch deren Neugestaltung können "offene Flanken" der strategischen Steuerung vermieden werden.

Referent

Prof. Dr. Wolfgang Ossadnik, Lehrstuhl für Rechnungswesen und Controlling (Managerial Accounting), Universität Osnabrück

Ansprechpartner für inhaltliche Fragen

Dr. Dorothea Gerloff

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

Zielgruppe

Konzernangehörige

Dauer

1,5 Stunden

Termin

16. September 2009

18 Uhr

Veranstaltungsort

MobileLifeCampus,
Wolfsburg

Anmeldung

www.autouni.de

anmeldung@autouni.de

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

Zielgruppe

Fach- und Führungseliten
des Volkswagen Konzerns

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 aufgrund dieses Standards immer wieder ein großer Diskussionsbedarf.

Dauer

4 Stunden

Die 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 Anhangsangaben richten sich nach IFRS 7 und werden ebenfalls Bestandteil der Konferenz sein.

Termin

Oktober 2009

Veranstaltungsort

MobileLifeCampus,
Wolfsburg

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.

Anmeldung

www.autouni.de
anmeldung@autouni.de

Teilnahmegebühr

kostenfrei
nur Reise- und Übernachtungskosten

Ansprechpartner für inhaltliche Fragen

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

Konzernrechnungslegung nach IFRS

Die internationale Rechnungslegung unterliegt einem steten Wandel. Aktuell im Hinblick auf das Business Combinations II-Projekt des International Accounting Standards Board (IASB) und Financial Accounting Standards Board (FASB) werden die International Financial Reporting Standards (IFRS) angepasst. Ebenso verlangen die geplanten Änderungen zur Financial Statement Presentation oder zu den latenten Steuern hohe Flexibilität bei den Anwendern.

Die Konferenz vermittelt Kenntnisse über den Prozess der Konzernabschlusserstellung und bindet die Softwarelösung SAP® SEM-BCS-Umgebung beispielhaft ein. Gegenstand sind sowohl die Vorbereitungsmaßnahmen, wie z. B. die Abgrenzung des Konsolidierungskreises und die Währungsumrechnung, als auch die einzelnen Konsolidierungsmaßnahmen, wie Schuldenkonsolidierung, Aufwands- und Ertragseliminierung, Zwischenergebniseliminierung und Kapitalkonsolidierung.

Die Konferenz richtet sich an Teilnehmer mit Vorkenntnissen in der internationalen Bilanzierung, um die neuesten Erkenntnisse wissenschaftlich betreut für den Volkswagen Konzern zu vermitteln.

Referent

Dr. Johannes Wirth, Institut für Wirtschaftsprüfung, Universität des Saarlandes, Saarbrücken

Ansprechpartner für inhaltliche Fragen

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

Zielgruppe

Fach- und Führungseliten
des Volkswagen Konzerns

Dauer

1 Tag

Termin

28. September 2009

Veranstaltungsort

MobileLifeCampus,
Wolfsburg

Anmeldung

www.autouni.de
anmeldung@autouni.de

Teilnahmegebühr

€ 500,-
zzgl. Reise- und Übernachtungskosten

Human Capital Controlling

Zielgruppe

Fach- und Führungseliten
des Volkswagen Konzerns

Dauer

1 Tag

Termin

20. Oktober 2009

Veranstaltungsort

MobileLifeCampus,
Wolfsburg

Anmeldung

www.autouni.de
anmeldung@autouni.de

Teilnahmegebühr

€ 500,-
zzgl. Reise- und Über-
nachtungskosten

Die Einführung eines Human Capital Controllings birgt große Potenziale für den Volkswagen Konzern, um nachhaltig seine Innovations- und Wettbewerbsfähigkeit zu sichern. Die Kenntnis darüber, welcher Nutzen für Mitarbeiter, Management und Aktionäre mit welchen Maßnahmen im Personalumfeld verknüpft sind, ermöglicht eine gezielte Steuerung und Verbesserung der dem Volkswagen Konzern zur Verfügung stehenden Ressourcen und Kompetenzen.

Ziel dieser Konferenz ist es, das Konzept des Human Capital Management und insbesondere das entsprechende Controlling darzustellen. Im Mittelpunkt stehen moderne Bewertungs-, Steuerungs- und Reportingansätze für die Ressource Personal. Insbesondere innovative Bewertungsinstrumente eröffnen die Möglichkeit zur angemessenen sowie gezielten Kommunikation und Steuerung.

Aus der aktiven Steuerung des Human Capital ergeben sich für den Volkswagen Konzern Vorteile wie die Steigerung der Leistungs- und Innovationsfähigkeit des Unternehmens, die Erhöhung der Mitarbeitermotivation, Möglichkeiten zur gezielten Förderung etc. Ein innovatives Personalmanagement fördert darüber hinaus die Gewinnung neuer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter und dient zugleich der Steigerung der Reputation.

Referent

Prof. Dr. Klaus Möller, Professor für Unternehmensrechnung und Controlling, Georg-August-Universität Göttingen

Ansprechpartner für inhaltliche Fragen

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

Strategic Challenges for Volkswagen in Argentina

Crises are different with regard to their cause and the strategies to combat them. Mostly national activities are used to help tackling the actual crisis up to now. From a global point of view Argentina pushes against protectionism which helps the G8 countries exclusively. An international problem solving is a long time coming. Solving the crisis involves approaching problems from an international point of view. What are the consequences for Volkswagen Argentina as part of the worldwide operating Volkswagen Group? What can be done on a microeconomic basis?

The subject of the conference is to focus on the strategic orientation of Volkswagen Argentina. It should be defined which are the chances and risks for Volkswagen Argentina in future times. How can strategic alliances and networks be used? The problem solving will be enhanced by cooperation between practice and science.

Speakers

Managers from Volkswagen Argentina in cooperation with IAE Business School, Buenos Aires, and University of St. Gallen, Switzerland

Contacts for content-related queries

Dr. Dorothea Gerloff

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

Target group

Senior specialist staff and managers from the Volkswagen Group

Duration

1 day

Date

November 2009

Venue

Volkswagen Argentina, Buenos Aires

Registration

www.autouni.de

anmeldung@autouni.de

Themenfeld Unternehmen

Über die einzelnen Berufsfamilien und Themenfelder hinaus bietet die AutoUni Vorträge und Konferenzen zu übergreifenden unternehmerischen Themen an. Das Angebot umfasst Veranstaltungen zur Unternehmensstrategie und Unternehmenskultur sowie zur Unternehmenshistorie. Informationen zu aktuellen Themen, volkswirtschaftlichen Rahmenbedingungen bis zur Unterstützung regionaler Anliegen und Verbände ergänzen das Angebot.

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

Markus Krause

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

Zielgruppe

Konzernangehörige

Dauer

1,5 Stunden

Termin

November 2009

Veranstaltungsort

MobileLifeCampus,
Wolfsburg

Anmeldung

www.autouni.de

anmeldung@autouni.de

Issue Monitoring im Internet

Zielgruppe

Konzernangehörige

Dauer

1,5 Stunden

Termin

24. September 2009

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, und 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 sie 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.

Referent

Prof. Dr. Franz Liebl, Universität der Künste, Berlin

Ansprechpartner für inhaltliche Fragen

Dr. Michael Mesterharm

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

Aus der Geschichte lernen

Volkswagen verfügt in seinem Konzern über neun Marken und damit über eine Unternehmenshistorie von über 700 Jahren paralleler Automobilbauerfahrung, aufgefächert auf die unterschiedlichsten Produkte, Kulturen und Mythen.

Ausgehend von den runden Jubiläen veranstaltet die AutoUni in diesem und im nächsten Jahr eine Vortragsreihe mit "Markengeschichten". Die drei Vorträge über die bundesrepublikanische Geschichte der Marke Volkswagen bilden den Kern. Darum gruppieren sich drei Vorträge zu den Jubiläen von Audi, Bugatti und Bentley.

Vorträge

- 60 Jahre automobile Bundesrepublik, Prof. Dr. H. Welzer, 20. August 2009
- 100 Jahre Automobilbaugeschichte von Audi, Prof. Dr. Peter Kirchberg, 14. September 2009
- Das "Käfer-Unternehmen" und die frühe Bundesrepublik, Prof. Dr. Werner Abelshäuser, 16. September 2009
- 100 Jahre Bugatti, Julius Kruta, 21. September 2009
- Das "Golf-Unternehmen" und die Modernisierung, Prof. Dr. Kleinschmidt, 14. Oktober 2009
- Volkswagen und die Grenzöffnung, Dr. Manfred Grieger, 10. November 2009
- 90 Jahre Bentley, November 2009

Ansprechpartner für inhaltliche Fragen

Dr. Dirko Thomsen

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

Zielgruppe

Konzernangehörige und die Öffentlichkeit

Dauer

1,5 Stunden

Termin

ab 20. August 2009
jeweils 18 Uhr

Veranstaltungsort

MobileLifeCampus,
Wolfsburg

Anmeldung

www.autouni.de
anmeldung@autouni.de

Südafrika und Volkswagen

Zielgruppe

Konzernangehörige und die Öffentlichkeit

Dauer

1,5 Stunden

Termin

ab 17. September 2009
18 Uhr

Veranstaltungsort

MobileLifeCampus,
Wolfsburg

Anmeldung

www.autouni.de
anmeldung@autouni.de

Südafrika und den Volkswagen Konzern verbindet eine lange Geschichte. Die Wurzeln reichen bis Ende der 1940er Jahre zurück, 1951 wurde der erste Käfer am Standort Uitenhage produziert. Seit dieser Zeit entwickelte sich eine intensive Beziehung des Konzerns zum Land am Kap. Diese bezieht sich als größtes deutsches Investment vor Ort nicht nur auf wirtschaftliche Interessen, sondern integriert auch vermehrt soziale Aspekte. Die AutoUni nimmt diese traditionsreiche und vielfältige Geschichte zum Anlass, Südafrika aus Sicht des Volkswagen Konzerns genauer zu betrachten.

Vorträge

- 17. September 2009
Am ersten Abend sollen Land und Leute vorgestellt werden. Im Fokus steht hier, inwiefern sich das lange Jahre durch die Apartheid geprägte Land gesellschaftlich entwickelt hat und wie die Folgewirkungen in politischer und wirtschaftlicher Hinsicht, auch im Hinblick auf die Fußball-WM 2010, aussehen.
- 07. Oktober 2009
Der nächste Termin steht ganz im Zeichen von Markt und Kunde. Wie gestaltet sich der südafrikanische Automobilmarkt hinsichtlich Volumen und Wettbewerbsstruktur und welche unterschiedlichen Kundenanforderungen gibt es?
- 16. November 2009
Zum Abschluss der Vortragsreihe werden dann, wie gewohnt, die Aktivitäten des Volkswagen Konzerns vor Ort in den Mittelpunkt gerückt.

Ansprechpartner für inhaltliche Fragen

Dr. Frank Czymmek
extern.frank.czymmek@volkswagen.de, Telefon +49 5361-896-2214

Neue Schule Wolfsburg – Schule neu denken

Zum 70-jährigen Gründungstag erhielt die Stadt Wolfsburg ein besonderes Geschenk vom Volkswagen Konzern: die Neue Schule Wolfsburg, entwickelt nach den neuesten Erkenntnissen der Pädagogik und Schulentwicklungsforschung.

Die Vortragsreihe lädt dazu ein, das Wachsen der Neuen Schule in Wolfsburg mitzuerleben und mitzudiskutieren.

Die Mitglieder der Errichtungskommission berichten von ihrer Arbeit für die Neue Schule Wolfsburg und diskutieren ihre Vorbilder und Empfehlungen.

Vorträge

- Schulentwicklung – die gute Schule,
Dr. Erika Risse, Oberhausen, 26. August 2009
- Wie Schulen lernen?,
Prof. Dr. Uwe Hameyer, Kiel, 23. September 2009

Ansprechpartner für inhaltliche Fragen

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

Zielgruppe

Konzernangehörige und
die Öffentlichkeit

Dauer

1,5 Stunden

Termin

ab 26. August 2009
18 Uhr

Veranstaltungsort

MobileLifeCampus,
Wolfsburg

Anmeldung

www.autouni.de
anmeldung@autouni.de

Krise und (k)ein Ende?

Zielgruppe

Konzernangehörige

Dauer

1,5 Stunden

Termin

27. August 2009

18 Uhr

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

Eines ist nun klar: Die Weltwirtschaft wird derzeit vom stärksten Einbruch der Produktion und Handelsströme seit der großen Depression der 1930er-Jahre erschüttert. Inzwischen haben die meisten Länder rund um den Globus reagiert: Konjunkturprogramme wurden aufgelegt, Leitzinsen massiv gesenkt. Und der Preiseinbruch bei Öl und anderen Rohstoffen bringt ebenfalls dringend nötige Entlastung. Und mittendrin eine der weltweiten Schlüsselindustrien – die Automobilindustrie.

Doch wie geht es denn nun weiter? Erste positive Zeichen gibt es hier und da, doch die konjunkturellen Unwägbarkeiten bleiben immens. Unentdeckter finanzieller Giftmüll oder eine Blase im Kreditkartengeschäft könnten für weitere Nachbeben im Finanzsektor sorgen. Und wird die Abwendung einer Deflation gelingen oder wartet eine Abwärtsspirale von Konsumnachfrage, Beschäftigung und Einkommen? Und was wird morgen? Auch sorgen die Konjunkturprogramme für Rekordverschuldungen. Manchen Ländern droht schon die öffentliche Zahlungsunfähigkeit. Wird vielleicht hier und da sogar Protektionismus wieder eine Option? Und auch die Geldmengenausweitung hat ihren Preis. Werden womöglich die eilig gerufenen Inflationsgeister einen neuen Spuk entfachen? Oder wird man notgedrungen einer aufkeimenden Konjunktur durch frühe Drehungen an der Zinsschraube einen Teil des Schwungs nehmen müssen?

Ansprechpartner für inhaltliche Fragen

Rainer Labenski

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

Wettbewerb oder Kooperation

Die Weltwirtschaft befindet sich im ordnungspolitischen Umbruch. Nicht erst seit der aktuellen Finanzkrise suchen besonders die europäischen Volkswirtschaften nach Formen effektiver Kooperation und innovativem Wettbewerb.

Die Reihe von drei halbtägigen Konferenzen thematisiert Bruchkanten wirtschaftlicher Veränderungen mit besonderer Bedeutung für die Automobilwirtschaft.

Bei allen drei Themenbereichen – Ordnungspolitik, Innovationsstrategie und Mobilitätsnetze – wirken europäische Regelungen und unternehmerische Entscheidungen aufs Engste zusammen.

Konferenzen

- Das Ende des Rheinischen Kapitalismus?, 22. Oktober 2009
- Innovationsvorsprung durch vernetztes Wissen, 19. November 2009
- Vernetzung von Straße und Schiene, 03. Dezember 2009

Ansprechpartner für inhaltliche Fragen

Dr. Dirko Thomsen

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

Zielgruppe

Fach- und Führungseliten
des Volkswagen Konzerns

Dauer

4 Stunden

Termin

ab 22. Oktober 2009

Veranstaltungsort

MobileLifeCampus,
Wolfsburg

Anmeldung

www.autouni.de
anmeldung@autouni.de

Teilnahmegebühr

kostenfrei
nur Reise- und Übernachtungskosten

Wirtschaftsethik

Zielgruppe

Fach- und Führungseliten
des Volkswagen Konzerns

Dauer

4 Stunden

Termin

ab Oktober 2009

Veranstaltungsort

MobileLifeCampus,
Wolfsburg

Anmeldung

www.autouni.de
anmeldung@autouni.de

Teilnahmegebühr

kostenfrei
nur Reise- und Über-
nachtungskosten

In jeder Krise stellt sich die Frage, wo die Verantwortung des Unternehmens und des einzelnen Managers beginnt und wo sie endet. Trotz eines starken gesellschaftlichen Konsenses zeigt sich in jeder Krise, wie unterschiedlich das Verständnis von Verantwortung in den einzelnen Unternehmen und den gesellschaftlichen Gruppen ist.

In der Veranstaltungsreihe "Wirtschaftsethik" diskutieren Repräsentanten aus Wirtschaft, Politik und Kirchen ihr Verständnis von Werten und Normen wirtschaftlichen Handelns.

Ansprechpartner für inhaltliche Fragen

Dr. Dirko Thomsen

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

Compliance bei Volkswagen

Eine Kette von Skandalen hat in letzter Zeit das Bild der deutschen Wirtschaft nachhaltig verändert. Es werden Mitarbeiter ausgespät, Kundendaten gestohlen oder Schmiergelder fließen in großem Umfang. Und stets stellen sich unmittelbar Fragen nach den Gründen und Motiven des Managements. Was veranlasst einen Manager, sich angesichts möglicher Imageverluste für das Unternehmen horrenden Schadenersatzforderungen und sogar persönlichen Gefängnisstrafen auszusetzen?

Um solchen Dingen entgegenzuwirken, hat der Staat nun den Ball an die Unternehmen zurückgespielt. So hat er ihnen gesetzlich auferlegt, sich unternehmensintern so zu organisieren, dass die Einhaltung gesetzlicher Bestimmungen, branchenspezifischer Standards und betriebsinternen Regelungen sichergestellt wird. Was aber bedeutet das für die Unternehmen? Wie müssen sie sich aufstellen, um organisatorisch, aber auch personenbezogen effizient die sogenannte "Compliance" durchzusetzen?

Im Rahmen der Veranstaltung soll ausgehend von einer Einführung in diese Thematik das Compliance System in der Volkswagen AG mit seinem Selbstverständnis, seinen Zielen und Strukturen vorgestellt und diskutiert werden.

Ansprechpartner für inhaltliche Fragen

Rainer Labenski

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

Zielgruppe

Fach- und Führungseliten
des Volkswagen Konzerns

Dauer

1 Tag

Termin

September 2009

Veranstaltungsort

MobileLifeCampus,
Wolfsburg

Anmeldung

www.autouni.de
anmeldung@autouni.de

Teilnahmegebühr

€ 500,-
zzgl. Reise- und Über-
nachtungskosten

Integration der Studienmodule in die Weiterbildung

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

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

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

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

Doktorandenprogramm der AutoUni

Die AutoUni ist Partner der Doktoranden im Volkswagen Konzern und arbeitet eng mit dem Doktorandenkolleg und der Konzernforschung zusammen. In dieser Partnerschaft werden der jährliche Doktorandentag "Pro.Motion" und der Volkswagen Doktorandenworkshop unterstützt.

Überfachliche Qualifizierung

Speziell für diese Zielgruppe bietet die AutoUni folgende Weiterbildungsangebote in Wolfsburg an:

13.–14. August 2009	Moderation und Führung
15.–16. Oktober 2009	Rhetorik und Verhandlungsführung
29.–30. Oktober 2009	Präsentation und Selbstmarketing
05.–06. November 2009	Personality
26.–27. November 2009	Konfliktmanagement
10.–11. Dezember 2009	Selbst- und Zeitmanagement

Die Doktoranden können in jedem Vertragsjahr zwei Veranstaltungen besuchen.

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

Doktorandenkolloquium

In sechs Kolloquien pro Jahr stellen jeweils zwei bis drei Doktoranden den aktuellen Stand ihrer Dissertation vor. Die betreuenden Hochschulprofessoren und die Fachbereichsbetreuer werden hierzu eingeladen, ebenso alle Volkswagen-Doktoranden sowie Mitarbeiter aus den entsprechenden Fachbereichen, Projektpartner und weitere Interessenten.

Ziel der Kolloquien ist sowohl der Austausch und die Vernetzung aller Beteiligten als auch ein Feedback für die Referenten zum Stand ihrer Arbeit.

Zusätzlich finden regelmäßig innerhalb der Institute der AutoUni fachbereichsbezogene Workshops für Doktoranden zur Vertiefung der Dissertationsthemen statt.

Wissenschaftliches Arbeiten

Ein neues Angebot der AutoUni sind Seminare zum wissenschaftlichen Arbeiten für Doktoranden:

- | | |
|--------------------|---|
| 24. August 2009 | Dissertation erfolgreich verfassen |
| 11. September 2009 | Qualitative und quantitative Forschungsmethoden |
| 23. November 2009 | Dissertation erfolgreich verfassen |

Schriftenreihe der AutoUni

Allen Doktoranden bietet die AutoUni die Möglichkeit an, kostenlos ihre Doktorarbeit in der AutoUni-Schriftenreihe zu veröffentlichen. Die Schriftenreihe wird in einem renommierten Wissenschaftsverlag herausgegeben.

Ansprechpartner für inhaltliche Fragen

Amélie Sophie Salau
amelie.sophie.salau@volkswagen.de, Telefon +49 5361-896-2010

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

Hochschulkooperationen (Koordination)

Audi		Skoda	Volkswagen		VWN	Autoeuropa	Seat
AIFA	INI.TUM	Skoda Hochschule	IFAP	IFTI	LU H	IST	ESADE
ALL	IAF	IPFM	IFB	EZAP		UM	ESADE/ ArtCenter
INI.FAU	HIN		IFFC	NFF		FEUP	IQS
INI.KU	AHI B		IFMV	UTH			IESE
INI.LMU	AHI G		IFI				UPC

AIFA	Audi Institut für Arbeit	IFMV	Institut für Marketing und Vertrieb des Volkswagen Konzerns
ALL	Audi Lab for Logistics, Uni Dortmund	IFTI	Institut für Technik und Innovationen des Volkswagen Konzerns
INI.FAU	Ingolstadt Institute der Friedrich-Alexander Universität Erlangen-Nürnberg	NFF	Niedersächsisches Forschungszentrum Fahrzeugtechnik
INI.KU	Ingolstadt Institute der Kath. Universität Eichstätt/Ingolstadt	EZAP	Exzellenzzentrum Automobile Produktion
INI.LMU	Ingolstadt Institute der Ludwig-Maximilians-Universität München	UTH	Universidad Tecnológica Nacional, Buenos Aires
INI.TUM	Ingolstadt Institute der TU München	LU H	Leibniz-Universität Hannover
IAF	Institut für Angewandte Forschung	UM	Universidade do Minho
HIN	Hochschul Institute Neckarsulm	IST	Instituto Superior Técnico Universidade do Lisboa
AHI B	Audi Hungaria Institut Budapest	FEUP	Universidade do Porto Faculdade de Engenharia
AHI G	Audi Hungaria Institut Győr Skoda Hochschule	ESADE	ESADE Business School
IPFM	Institute for Industrial and Financial Management	Art Center	Art Center College of Design, Barcelona
IFAP	Institut für Arbeit und Personalmanagement des Volkswagen Konzerns	IQS	Laboratorio SEAT del Automóvil del IQS
IFB	Institut für Beschaffung des Volkswagen Konzerns	IESE	Cátedra SEAT de Relaciones Laborales
IFFC	Institut für Finanzen und Controlling des Volkswagen Konzerns	UPC	Cátedra SEAT de Gestión de la Innovación y Diseño Sostenible en Automoción
IFI	Institut für Informatik des Volkswagen Konzerns		
			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

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

Mit der Gründung des "Niedersächsischen Forschungszentrums Fahrzeugtechnik (NFF)" als interdisziplinäres Zentrum soll die Region Braunschweig als Spitzenstandort in der fahrzeugtechnischen Forschung mit internationaler Sichtbarkeit etabliert werden. Damit wird ein Beitrag zur Sicherung der Innovations- und Zukunftsfähigkeit des Automobilstandortes Niedersachsen geleistet. Der Standort Wolfsburg im MobileLifeCampus wurde am 13. Februar 2009 eröffnet.

Das NFF konzentriert sich auf zukunftssträchtige Themen der fahrzeugtechnischen Forschung. Forschungsfelder, die in interdisziplinären Forscherteams bearbeitet werden, sind "Das intelligente Fahrzeug", "Das emissionsarme Fahrzeug", "Flexible Fahrzeugkonzepte" sowie "Rahmenbedingungen und Mobilitätskonzepte". Die Forschungsprogrammatik des NFF basiert auf der Vision des Metropolitan Car. Es fokussiert die Entwicklung zukünftiger fahrzeugbezogener Technologien und Nutzungsmodelle für die nachhaltige Sicherstellung der individuellen Mobilitätsbedürfnisse in Ballungsräumen.

Im Rahmen der Niedersächsischen Technischen Hochschule (NTH) sind die Forschungsschwerpunkte der drei beteiligten Universitäten TU Braunschweig, TU Clausthal und LU Hannover klar definiert und aufeinander abgestimmt. Die TU Braunschweig bearbeitet das strategische Forschungsfeld "Mobilität und Verkehr".

Bedeutend hierfür sind die zahlreichen fahrzeug- und verkehrstechnischen Forschungseinrichtungen in der Region Braunschweig-Wolfsburg mit der TU Braunschweig, dem DLR, FH Braunschweig-Wolfenbüttel und der HBK Braunschweig

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

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
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	Ulrike Pollmann-Langenberg
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	Frank Poerschke
Volkswagen Sachsen GmbH	Ullrich Obst
Volkswagen Slovakia, a.s.	Monika Pavlakova
Wolfsburg AG	Bernd Manthey
Automobili Lamborghini Holding S.p.A	Chiara Sonaglioni

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