



03.11.2008 Seite: 42

Lehrplan der Auto-Uni zielt auf VW-Belange

Wolfsburg. VW will die konzern-eigene Auto-Uni künftig stärker als bisher für die Vermittlung von Lehrstoffen nutzen, die aktuelle Herausforderungen für Europas größten Autohersteller behandeln. Bereits das jüngst vorgestellte Herbst- und Winterprogramm berücksichtigt vermehrt den Bedarf ausgesuchter Volkswagen-Fachbereiche und wurde um 23 Kurse auf nunmehr 67 ausgebaut.

„Als Top-Arbeitgeber sorgen wir für eine Top-Qualifizierung“, erläutert VW-Personalvorstand Horst Neumann den neuen Ansatz. „Deshalb gehören Antriebskonzepte der Zukunft, innovative und

kostengünstige Fertigungsverfahren, Marketing und Vertrieb oder Personalführung verstärkt zu den Themen der Auto-Uni.“

Dabei wollen die Wolfsburger „acht Themenfelder entlang der automobilen Wertschöpfungskette“ besonders intensiv bearbeiten. Angesichts der Krise an den internationalen Finanzmärkten dürften etwa die Veranstaltungen zum „Risikomanagement von Unternehmen“ im Vortragsbereich Finanzen und Controlling auf gesteigertes Interesse stoßen. Im Themenfeld Produkt stehen unter anderem „Werkstoffinnovationen“ für Leichtbau im Pkw und

„Elektrotraktion“ als alternative Antriebsart auf dem Lehrplan. Und die Fachkonferenz „Zukunft braucht Herkunft“ beschäftigt sich mit der intensiveren Nutzung gut eingeführter Marken für eine noch engere Kundenbindung.

Aufbruch aus Wolfsburg

Mit Blick auf das von der spanischen Tochter Seat bis zum High-End-Label Bugatti reichende Markenbündel sieht Peter Tropschuh, Leiter der Auto-Uni, auch Chancen in der räumlichen Expansion: „Wir binden mit unseren Veranstaltungen immer mehr Standorte des VW-Konzerns ein.“ Derzeit sei die Auto-Uni „in mehr als zehn Städten im Einsatz“, so in Ingolstadt und Dresden. *Henning Krogh*