



“Absolventen gestalten die Mobilitätskonzepte von morgen mit”

Die Automobilindustrie ist für Deutschland noch immer Konjunkturindikator und beliebter Arbeitsmarkt zugleich. Nun gibt es zum Sommersemester 2011 an der Universität Duisburg-Essen unter dem Namen “Automotive Engineering & Management” einen ganzen Masterstudiengang zum Thema. HI:TECH CAMPUS sprach mit der zuständigen Professorin Heike Proff über die Anforderungen und den Wandel der Branche.

Die Automobilindustrie ist, allein was die Zahl der Beschäftigten angeht, die bedeutendste Branche in Deutschland. Aber sie ist auch sehr zyklisch, wie gerade die letzte Wirtschaftskrise gezeigt hat. Warum ist sie für Hochschulabsolventen trotzdem so interessant?

Das Automobil wird nach wie vor als emotionales Produkt gefeiert, das Millionen Menschen weltweit begeistert, weil es Ausdruck der individuellen Persönlichkeit ist, die individuelle Mobilität sichert und damit ein Stück Freiheit verkörpert. Das gilt auch weiterhin und interessiert die Studierenden, auch wenn

hohe volkswirtschaftliche Bedeutung, sondern prägt schon seit langer Zeit das strategische Management sehr stark. Konzepte wie zum Beispiel die Fließfertigung oder das Lean Management haben sich inzwischen in allen Branchen durchgesetzt. Somit beeinflusst die Automobilindustrie viele Bereiche der industriellen Produktion und treibt neue Technologien. Im Übergang zu neuen Antriebskonzepten ergeben sich spannende technologische Veränderungen, etwa neue Fahrzeug- und Mobilitätskonzepte, die viele Hochschulabsolventen aktiv mitgestalten möchten. Aus Sicht des Managements ist es besonders in-

teressant, dass Automobilunternehmen, die selbst in der Phase der New Economy an altbewährten Prinzipien aus der „Eisenzeit“ festhielten und unbeirrt Kapazitäten aufgebaut und die Produktion optimiert haben, nun damit begonnen haben, das strategische Management grundlegend zu ändern.

Müssen Absolventen eigentlich die Beispiele älterer Ingenieure abschrecken, deren Wissensstand nicht mehr ganz up to date ist und die häufig nicht mehr gebraucht werden?

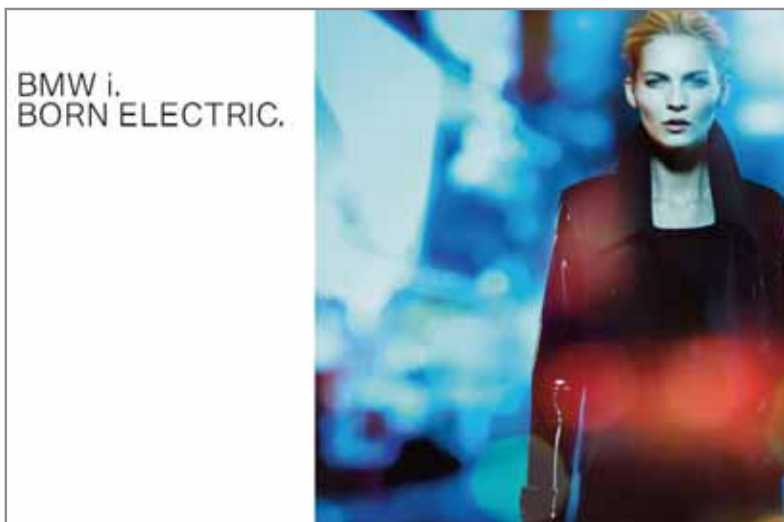
Deshalb ist eine breite interdisziplinäre Ausbildung wichtig, wie sie der Master Automotive Engineering & Management der Universität Duisburg-Essen an der Schnittstelle zwischen Ingenieurwissenschaften und Betriebswirtschaftslehre anbietet. Sie verhindert, dass ein Ingenieur als ein Spezialist, etwa für Heckleuchten, unter sehr vielen anderen spezialisierten Ingenieuren endet.

Die Automobilindustrie beeinflusst viele Bereiche der industriellen Produktion und treibt neue Technologien.

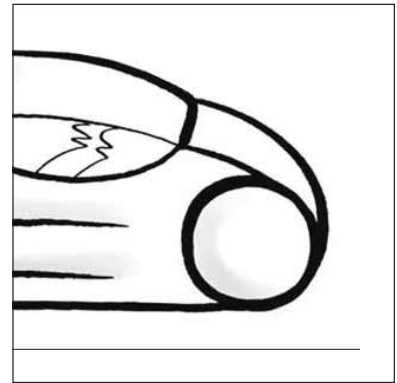
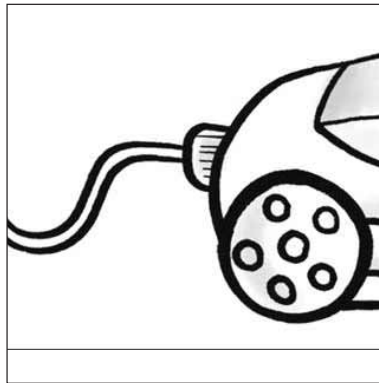
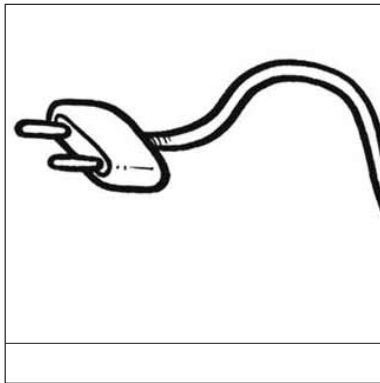
selbst in Deutschland die Bedeutung des Autos als Statusprojekt, Imageträger und Lifestyleobjekt sinkt. Die Automobilindustrie hat zudem nicht nur eine

interessant, dass Automobilunternehmen, die selbst in der Phase der New Economy an altbewährten Prinzipien aus der „Eisenzeit“ festhielten und unbeirrt Ka-

In der Automobilbranche werden sehr viele Mitarbeiter von Ingenieurdienstleistern befristet beschäftigt. Ist dies für Sie ein guter Weg um in der Branche Fuß zu fassen?



.....
BMW hat mit BMW i gerade die neue Submarke für nachhaltige Mobilitätslösungen eingeführt. „BMW i steht für visionäre Automobile und Dienstleistungen, für inspirierendes Design und ein neues Verständnis von Premiummobilität – mit einer konsequenten Ausrichtung auf Nachhaltigkeit“, erklärte Vertriebsvorstand Robertson. BMW reagiert damit auf neue Kundenbedürfnisse: Die Nachfrage nach alternativen Antriebsformen, wie Elektroantrieb oder Hybriden, nimmt zu. (Photo: Lifestylemotiv zum Kampagnenstart von BMW i)



Nein, Hochschulabsolventen sollten direkt bei Automobilherstellern oder Zulieferern einsteigen, um dort ein Netzwerk aufzubauen.

Wie beurteilen Sie die Branchenperspektiven in den kommenden Jahren und von welchen Märkten werden sie wesentlich bestimmt?

Die Branche steht vor zwei großen Veränderungen: Erstens die zunehmende Bedeutung der neuen Wachstumsmärkte in den BRIC-Ländern Brasilien, Russland, Indien und China und in weiteren Emerging Markets, während die Märkte der hochentwickelten Länder nur wenige Wachstumspotenziale bieten. Der deutsche Automobilmarkt etwa wird das Niveau vor der Krise aufgrund der schrumpfenden Bevölkerung nach einer Prognose unseres Centers für Automobil-Management (CAMA) nicht mehr erreichen und selbst der US-Automobilmarkt wächst zwar seit Überwindung der Krise stark, wird das Vorkrisenniveau aber nicht übertreffen. Zweitens der Übergang zu neuen Antriebstechnologien, wie vor allem die Elektromobilität, getrieben von den hochentwickelten Ländern und einigen Emerging Markets wie zum Beispiel China.

Was sind die großen technischen Herausforderungen und wie sehen Sie deutsche Unternehmen derzeit dabei aufgestellt?

Im Übergang zur Elektromobilität fehlen den deutschen Automobilunternehmen noch grundlegend neue Fahrzeugkonzepte, die der Zahlungsbereitschaft der

Kunden entsprechen. Die deutsche Automobilindustrie hat allerdings tolle Marken, die es in die Elektromobilität hinüber zu retten gilt.

Wie unterscheidet sich die Arbeit bei einem Automobilhersteller von einem Automobilzulieferer?

Zulieferer müssen agiler, innovativer und flexibler sein. Sie müssen über sehr spezifische Kompetenzen verfügen, die den Herstellern fehlen.

Mit Ihrem neuen Masterstudiengang Automotive Engineering & Management wollen Sie kreative Generalisten ausbilden. Was meinen Sie damit?

Im Übergang zur Elektromobilität sind neue Geschäftsmodelle für die neuen Technologien notwendig. Kenntnisse in der Verbrennungstechnologie helfen alleine nicht mehr, sondern es müssen neue Qualifikationen aufgebaut werden.

Was sind die für Sie persönlich interessantesten Fragestellungen in Ihrem Studiengang?

Die zunehmende Internationalisierung der Automobilindustrie, das heißt die internationale Verteilung der Wertaktivitäten und der Umgang mit neuen Wettbewerbern ist sehr spannend. Dann natürlich auch neue duale Geschäftsmodelle im Übergang zur Elektromobilität und dynamische Strategien zum Umgang mit Umfeldveränderungen wie Risiken und Krisen, in der Interaktion mit Wettbewerbern wie die Sicherung des Preispremiums, die Vermeidung von

Überkapazitäten und die Sicherung von Mehrwert schaffenden Kooperationen.

Welche Qualitäten sollte man mitbringen, um für Unternehmen aus der Automotive-Branche interessant zu sein?

Interdisziplinäre Managementfähigkeiten, Biss, Durchsetzungsfähigkeit und Internationalität.

Eine Frage zum Schluß: Welches Auto gefällt Ihnen gerade besonders gut?

Mir gefallen viele Autos. Obwohl ich bis vor eineinhalb Jahren einen Lehrstuhl für internationales Management hatte, sollten diese aber in Deutschland hergestellt sein.



Prof. Dr. Heike Proff hat an den Universitäten Frankfurt und Mannheim Betriebswirtschaftslehre studiert. Schon in Ihrer Diplomarbeit zur japanischen Autoindustrie zeigt sich Ihr Interesse an der Branche. Seit 2009 hat sie den Lehrstuhl für Allgemeine Betriebswirtschaftslehre & Internationales Automobilmanagement an der Universität Duisburg-Essen inne.