



---

## Kurzfassung

Prof. Dr. G. Schmitz, Prof. Dr.-Ing. G. Witt, Prof. Dr. W. Pascha,  
Prof. Dr. M. Taube (Universität Duisburg-Essen)

Gegenstand des ersten Themenfelds in Track 4 sind mobilitätsbezogene Kundenlösungen und ihre Gestaltung.

G. Kasperk und S. Fluchs widmen sich der kundenorientierten Gestaltung des Kaufentscheidungsprozesses von Elektrofahrzeugen ausgehend von einer differenzierten Analyse der Customer Journey und der zielgruppenspezifischen Identifikation von Kundenkontakt- und Kommunikationspunkten.

A.G. Latendorf und P. Found beschäftigen sich mit der Vertriebsorganisation von Automobilhändlern im Rahmen der Elektromobilität und stellen ein Modell (bzw. eine Methode) vor, das praxiserprobte digitale Reifegradmodelle sowie Automobilvertriebsstrategien und theoretische Organisationsmodelle miteinander verknüpft.

Das zweite Themenfeld liefert uns einen genaueren Einblick in die aktuellen Problemstellungen der Fertigungstechnologien im Spannungsfeld der neuen Herausforderungen innerhalb des Automobilbaus:

Prof. Dr. T. Hanke und T. Gruchmann zeigen in diesem Zusammenhang unterschiedliche Erhebungs- und Analyseverfahren im Rahmen der Automatisierungstechnik sowie der Ergonomieunterstützung auf. Insbesondere gehen sie dabei auf innovative Kommissionier- und Umschlagkonzepte der Logistik ein.

Dr. K. Hoelck, S. Höflich und Dr. J. Wehinger zeigen als einen möglichen Ansatz zur Bewältigung dieser neuen Herausforderungen, wie Toyota mit ihrem Produkt „e-Palette“ einen Schritt weg vom reinen OEM und hin zum Serviceanbieter geht.

Abschließend untersuchen S. Staiger, L. Fu, J. Schurik verschiedenartige wertgestaltende Methoden und Produktkostenoptimierungen. Dabei erörtern sie wie hierdurch ein Beitrag zur Steigerung der Produktwirtschaftlichkeit des Mobilitätswandels erzielt werden kann.

Im dritten Themenfeld wird die Transformation von Mobilität aus internationaler Perspektive betrachtet. Im Zentrum des Interesses stehen aktuelle Entwicklungen in China und Japan.

T. Fausten analysiert die aktuelle japanische Industriepolitik und deren Implikationen für die internationale Automobilbranche. Der Fokus liegt hierbei auf einer Charakterisierung des japanischen Ansatzes zur Förderung von Smart Manufacturing.