

## 4. Internationales Heinz-Nixdorf Symposium

### Auf dem Weg zu den Produkten für die Märkte von morgen

- Erfolgspotentiale des integrativen Maschinen- und Fahrzeugbaus
- Perspektiven und Lösungen für die Bahntechnik von morgen
- Electronic Business für die Produktentwicklung

| <b>Inhaltsverzeichnis</b>   | <b>Seite</b> |
|---|--------------|
| <b><i>Plenum</i></b>  |              |
| J. Gausemeier<br><b>Begrüßung</b> .....   | <b>3</b>     |
| W. Weber<br><b>Wissenschaft, neue Technologien und wirtschaftliche<br/>Entwicklung: Deutschland und Japan</b> .....       | <b>9</b>     |
| D. Steffens<br><b>Cargolifter – Ein Beispiel für kooperative<br/>Dienstleistungsentwicklung</b> .....                     | <b>17</b>    |
| <b><i>Kooperatives Produktengineering</i></b>   |              |
| H.-P. Wiendahl<br><b>Kooperatives Produktengineering –<br/>Ein neues Selbstverständnis ingenieurmäßigen Wirkens</b> ..... | <b>49</b>    |
| U. Lindemann<br><b>Die Vordringliche Aktion Kooperatives Produktengineering</b> .....                                     | <b>61</b>    |
| J. Gausemeier<br><b>Strategische Programme für Verbundforschung<br/>und Interaktion</b> .....                             | <b>75</b>    |
| K. Kille<br><b>Ingenieurdienstleistungen in der Kooperativen<br/>Produkt- und Prozeßentwicklung</b> .....                 | <b>93</b>    |
| H.-D. Kespohl<br><b>Plattform Kooperatives Produktengineering –<br/>Ein innovatives Transferinstrument</b> .....          | <b>107</b>   |

## ***Mechatronik – Erfolgspotentiale des integrativen Maschinen- und Fahrzeugbaus***

|   |            |
|---|------------|
| B. Thomson<br><b>Übersichtsvortrag Produktentwicklung Mechatronik.....</b>  | <b>131</b> |
| M. Flath<br><b>Entwicklungsumgebung Mechatronik (EUMECH) –<br/>Methoden und Werkzeuge zur Entwicklung<br/>mechatronischer Systeme .....</b> | <b>133</b> |
| M.Hahn, J.Seuss<br><b>CAMeL-View im Einsatz – Modellierung eines PKWs mit ESP .....</b>   | <b>157</b> |
| F. Frühauf, D. Ammon<br><b>Aktive Fahrwerke – Status und Potentiale .....</b>   | <b>177</b> |
| E. Frankenberger<br><b>Mechatronik im Maschinenbau .....</b>  | <b>193</b> |

## ***Perspektiven und Lösungen für die Bahntechnik von morgen***

|  |            |
|--|------------|
| P. Mnich<br><b>Antriebstechnologien/-konzepte im Bahnverkehr .....</b>                                       | <b>209</b> |
| J. Lückel<br><b>Systemkonzeption „Neue Bahntechnik Paderborn“ .....</b>                                      | <b>219</b> |
| J. Körber<br><b>Die Eisenbahn im europäischen Verkehrsverbund von morgen....</b>                             | <b>237</b> |
| H. Grotstollen, H.-A. Richard<br><b>Erprobung des Verkehrssystems<br/>„Neue Bahntechnik Paderborn“ .....</b> | <b>247</b> |
| H.-P. Lang<br><b>Neue Fahrwerksentwicklungen .....</b>   | <b>265</b> |
| W. Dangelmeier<br><b>Logistikkonzeptionen für einen höheren Kundennutzen .....</b>                           | <b>269</b> |
| J. Gausemeier<br><b>Zukunftsszenarien schienengebundener Verkehrssysteme .....</b>                           | <b>285</b> |

**Global Engineering Networking**

|  |            |
|--|------------|
| M. Heinrich  |            |
| <b>E-Business in der Produktentwicklung .....</b>  | <b>305</b> |
| P. Howgate   |            |
| <b>PROCAT-GEN – An Approach for Framework and Standards<br/>for Online Product Catalogues .....</b>                  | <b>313</b> |
| P. Kesteloot   |            |
| <b>B2BeCOM – Intelligent Personalized Catalogues to Innovate<br/>and Boost Business-to-Business E-Commerce .....</b> | <b>331</b> |
| J. Lehmann   |            |
| <b>Internetplattform für den Maschinen- und Anlagenbau .....</b>   | <b>343</b> |
| M. Paula   |            |
| <b>Web-basierter Produktkonfigurator für<br/>modulare Metrofahrzeuge .....</b>                                       | <b>355</b> |
| T. Frank   |            |
| <b>Online Customer Information &amp; Service Center<br/>für die Produktentwicklung .....</b>                         | <b>381</b> |
| <br><b>Plenum</b>  |            |
| A. Thallemer   |            |
| <b>Erfolgsfaktor Corporate Design: Designallegorie<br/>als Ersatz für Produktausdruck .....</b>                      | <b>387</b> |
| P. Merat   |            |
| <b>Erfolgsfaktor CAx-Strategien .....</b>  | <b>403</b> |