

Karl ZIEGERHOFER:

Erarbeitung eines Kalkulationsverfahrens zur Ermittlung der Herstellkosten

Betreuung: Dipl.-Ing. Roland FALB

Die Maschinenfabrik Andritz AG ist nach Sparten gegliedert. Jede dieser Sparten führt für ihren Bereich die Anlagenkalkulation selbst durch. Daneben befaßt sich die Abteilung Arbeitsorganisation (AO) ebenfalls mit Kalkulationsaufgaben, und zwar mit:

- der Kalkulation von externen Bearbeitungsanfragen
- der Kostenermittlung und Kostengarantie für Anfragen aus den einzelnen Sparten
- Kostenvergleichen im Rahmen von Wertanalyseprojekten

Bedingt durch verstärkte Aktivitäten in diesen Tätigkeitsbereichen nimmt die Anzahl der Kalkulationen in der AO

und somit der dafür notwendige Aufwand ständig zu. Aufgabe der Diplomarbeit war daher die Erarbeitung eines Kalkulationssystems zur Ermittlung der Herstellkosten für alle in der Firma angewandten Fertigungsverfahren in den Bereichen Mechanische-Fertigung und Stahlbau-Fertigung.

In der Situationsanalyse erfolgt eine Beschreibung der derzeitigen Durchführung der Kalkulation in der AO und dem dazugehörigen Umfeld. In weiterer Folge wurde versucht, die Schwachstellen und mögliche Ursachen in ihrem Zusammenhang aufzuzeigen. Auf Grundlage der geforderten Zielsetzungen wurden in Frage kom-

mende Kalkulationssysteme (theoretische Modelle) beschrieben und einer 2-stufigen Bewertung unterzogen. Mit Hilfe dieser Entscheidungsgrundlage wurde sowohl für die Mechanische-Fertigung als auch für die Stahlbau-Fertigung ein Projektvorschlag erarbeitet.

Terminpläne für die Einführung der vorgeschlagenen Kalkulationssysteme, eine Beschreibung der mit der Einführung im Zusammenhang stehenden Aktivitäten sowie eine Zusammenstellung der Projektkosten bilden den Abschluß der Arbeit.

Haldun EKINCIOGLU

Langfristige Entwicklungsmöglichkeiten einer Großspinnerei

Betreuung: UA Dipl.-Ing. Wendelin HUBER

Das Ziel der Diplomarbeit war das Aufzeigen möglicher Entwicklungsrichtungen unter Berücksichtigung der laufenden Erweiterungen (Meliergarn- und Langfasergarnspinnerei) und der geplanten Kapazitätserhöhungen, die bis 1990 realisiert werden sollen.

Auftraggeber war die Fa. BISAS in Bursa, Türkei, die einerseits an einer Beurteilung der Unternehmung und einer Analyse ihrer Umwelt aus der Sicht eines Außenstehenden interessiert war, und andererseits an Anregungen und Ideen für die zukünftige Entwicklung. Die Bearbeitung der gestellten Aufga-

be erfolgte in drei Schritten:

- 1) Sammeln von Informationen über Unternehmung und Umwelt
 - Darstellung des Ist-Zustandes
 - Unternehmerische Zielvorstellungen
 - Erkennbare Entwicklungstendenzen in der Umwelt
- 2) Bewertung der internen und externen Einflußfaktoren
 - Stärken und Schwächen der Unternehmung
 - Chancen und Gefahren aus der Umwelt
- 3) Maßnahmen zur

- Festigung der Stärken und zur Nutzung der Chancen
- Vermeidung der Schwächen und möglicher Gefahren

Das Ergebnis der Arbeit ist eine Darstellung möglicher Entwicklungsrichtungen für alle wichtigen Bereiche der Unternehmung und die Zusammenfassung der dafür notwendigen Maßnahmen in einer Aktivitätenliste, die neben den betroffenen Personen und Bereichen, auch einen Terminplan beinhaltet.

Wilhelm NAKOLNIG:

Die Marktselektions- und Marktsegmentierungsentscheidung für den Export von Planungsleistungen

Betreuung: UA Dipl.-Ing. Dr. Harald T. MAYER-RÖNNE

Die Aufgabe der Diplomarbeit war es, eine Vorgangsweise zu entwerfen, nach der es einem Planungsbüro möglich ist — mit relativ geringen Mitteln —, die für sein Leistungsangebot interessantesten Länder auf dem Weltmarkt für eine aktive Marktbearbeitung auszuwählen.

Um einerseits eine vollständige Untersuchung aller in Frage kommenden Märkte zu gewährleisten, andererseits

aber den Arbeitsaufwand in wirtschaftlichen Grenzen zu halten, war ein stufenweises Vorgehen geboten. Im Rahmen einer Grobanalyse wurden jene Länder ausgeschieden, die aufgrund von verschiedenen Ausschlußkriterien für eine aktive Marktbearbeitung nicht weiter in Frage kommen. Diese Ausschlußkriterien können sowohl allgemeiner als auch firmenspezifischer Natur sein. Die restlichen Länder wurden

einer zweistufigen Nutzwertanalyse unterzogen und entsprechend ihrem Marktwert gereiht.

Der nächste Schritt war es, die übriggebliebenen Länder in nach außen hin möglichst unähnliche, in sich jedoch möglichst geschlossene Segmente zusammenzufassen. Zweck dieser Segmentierung war es, Ländergruppen herauszuarbeiten, für die sich ein gemeinsames Marketingkonzept ent-