

## Absatzwirtschaft/Marketing

1. Welche Arten von Zielen werden im Marketing unterschieden? Nennen Sie die Zielarten, geben Sie jeweils 4 Beispiele und erläutern Sie diese in kurzer Form?

Zu1. Es gibt zwei Hauptziele

Quantitative und Qualitative Ziele werden beim Marketing unterschieden.

Zu den Quantitativen gehören:

- Absatzsteigerung: Auslastung der Kapazitäten mit kostengünstigen Einheiten
- Marktanteil: Position soll mindestens gehalten werden Ziel Steigerung
- Gewinn: Steigerung
- Existenserhaltung: Soll durch Absatz und Gewinn erwirtschaftet werden

Qualitative Ziele sind:

- Kundenzufriedenheit: Produkte müssen zugesagte Eigenschaften erfüllen
- Kundenbindung: Gutes Perodukt wird wieder gekauft und Weiterempfohlen
- Bekanntheitsgrad
- Image

2. Welche Arten von Forschung werden in der Marktforschung unterschieden?

- a) Nennen Sie die beiden Arten der Marktforschung
- b) Nennen Sie jeweils mögliche Informationsquellen
- c) Erläutern Sie kurz vor und Nachteile der beiden Arten von Marktforschung

zu 2. a) Es gibt die Primärforschung ( field research ) und die Sekundärforschung ( desk research ).

- b) Bei der Primärforschung gibt es folgende Informationsquellen wenn keine aus der Sekundärforschung verfügbar sind:  
Aussagen und Verhaltensweisen von Personen, Experimente und Panels werden ausgewertet.

Bei der Sekundärforschung wird auf vorhandene Dateien zurückgegriffen

Interne Quellen: Umsatz; Absatz Verkaufsstatistiken

Externe Quellen: Veröffentlichungen von Organisationen, Behörden, Instituten, Verbänden, ...

	Vorteil	Nachteil
field Research	Aktuelle Daten	Hohe Kosten
desk research	Daten sind vorhanden	(keine) Aktualität ?

3. Marktforschung: Nennen Sie die möglichen Arten der Befragung und erläutern Sie Vor- und Nachteile

	Persönlich Interviewer hat Kontakt zur Auskunftsperson	Schriftlich Befragung mittels Fragebogen	Telefon Per Telefon
Vorteile	Große Flexibilität Erfassung komplexer Zusammenhänge	geringe Kosten kein Einfluss des Fragers	geringe Kosten schnelle Durchführung
Nachteile	Hohe Kosten Beeinflussbarkeit durch Den Interviewer	Geringer Rücklauf Fehlende Spontaneität	eingeschränkte Themen Repräsentativität gefährdet

4. Marketingziele:

In welcher Form können Marketingziele operationalisiert werden? Nennen Sie jeweils ein Beispiel!

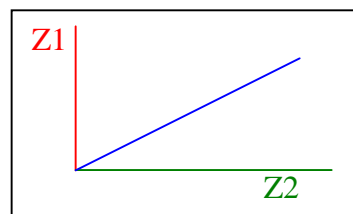
Welche Arten von Zielbeziehungen werden unterschieden? Erläutern Sie die Bedeutung der unterschiedlichen Zielbeziehungen anhand eines selbst gewählten Beispiels.

Zu 4. Marketingziele werden in 3 Dimensionen operationalisiert

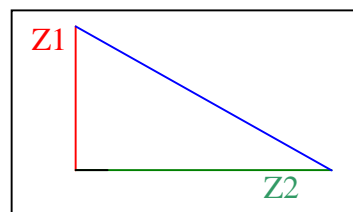
1. Zielinhalt (erhöhung des Gewinnes)
2. Zielausmaß ( um 5 %)
3. Zeitlicher Bezug des Ziels (im nächsten Geschäftsjahr)

Arten der Zielbeziehungen

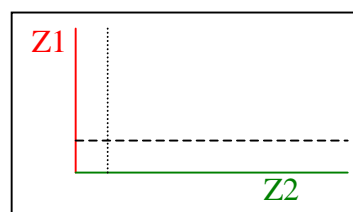
Komplementäre Zielbeziehungen:  
Absatz/ Auslastung der Produktion



Konkurrierende Zielbeziehungen:  
Absatz/ Stückkosten



Indifferente Zielbeziehungen:  
Fertigungstiefe / Mitarbeiterzufriedenheit



5. Nennen Sie die typischen Phasen des Produktlebenszyklus. Beschreiben Sie die einzelnen Phasen. Gehen Sie dabei insbesondere auf Kosten, Finanzbedarf sowie Umsatzentwicklung ein.

	Kosten	Umsatz	Finanzbedarf/Gewinne
Einführungsphase	Sehr Hoch (F&E)	niedrig	Hoch / 0
Wachstumsphase	Hoch (Marketing)	steigend	Mittel / sehr hoch
Reifephase	Abnehmend	Steigend	Gering / abnehmend
Sättigungsphase	weniger	Stagnierend	Leicht steigend / gering
Degenerationsphase	weniger	Stark rückläufig	Niedrig / Verlust

6. Erklären Sie die ABC-Analyse anhand eines selbst gewählten Beispiels und erläutern Sie, warum die ABC-Analyse nicht alleiniges Entscheidungskriterium bei der Beurteilung des Produktprogramms sein darf.

Zu 6. In der ABC-Analyse ermittelt man die Produkte des Unternehmens die kumuliert den größten Deckungsbeitrag für das Unternehmen erwirtschaften. Trennt man sich dann von den „unattraktiven“ Produkten kann dies zum Nachteil für das gesamte Unternehmen sein.

Z.B. wenn ein Handyhersteller nur noch seine Handys produziert die das Gross seines Unternehmensumsatzes bedeuten und kein Zubehör mehr entwickelt/ anbietet kauft keiner mehr die Handys, da ohne Zubehör sind sie nutzlos. Dazu kommt noch, das auch C-Produkt unter Umständen große Teile der Fix-Kosten decken. Diese Kosten müssten bei einer Eliminierung der C-Produkte von den anderen mitgetragen werden, was nicht immer am Markt durchzusetzen ist, da der Preis steigen müsste.

Man darf also nicht nur die „A“ -Produkte (bringer Produkte) behalten und die „C“-Produkte ( Gering oder Nehmerprodukte) eliminieren, wenn die „A“ ohne die „C“ nicht absetzbar sind.

7. Beschreiben Sie die 9-Felder Matrix von McKinsey. Nennen Sie die beiden Hauptkriterien zur Positionierung von Geschäftsfeldern. Nennen Sie jeweils 5 Unterkriterien, die zur Bewertung der Hauptkriterien herangezogen werden können.

Zu 7. Die Hauptkriterien nach denen man die Sachen einsortiert bezeichnet auch der Name Marktattraktivitäts-Wettbewerbsvorteil-Matrix nach McKinsey  
In ihr werden z.B. nach niedrig-mittel-hoch die beiden Achsen des Koordinatensystems in drei Abschnitte eingeteilt und die Produkte eines Unternehmens einsortiert.  
Eine Vielzahl quantitativer und qualitativer Faktoren bestimmen die zukünftige Marketingstrategie die man anhand der Platzierung ableiten kann.

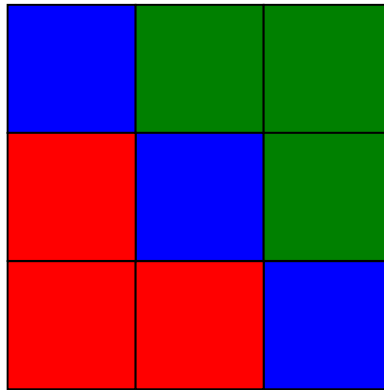
Man kann die Matrix auch in drei Kategorien einteilen:

- Investitions und Wachstumsstrategie
- Selektive Strategie der Konsolidierungsphase
- Abschöpfungsphase

Marktattraktivität:

Y-Achse (nicht beeinflussbar):

Marktgröße, Marktwachstum,  
Innovationspotentia der  
Branche, Kundentreue,  
Konjunkturanfälligkeit



X-Achse(beeinflussbar):Wettbewerbsvorteile

Relativer Marktanteil

Relative Qualität

HoheWertschöpfung

Distributions- und Standortvorteile

Bedeutung des Unternehmens (Marktführer?)

8. Beschreiben Sie die Elemente des Marketing-Mix und erläutern Sie die Problemfelder beim Einsatz in der Praxis.

Zu 8. Zum Marketing mix gehören folgende 4 Elemente:

- Produktmix (Product)
- Kommunikationsmix (Promotion)
- Distributionsmix (Place)
- Kontrahierungsmix (Price)
- 

Zum Produktmix gehören die Produktqualität die Größe des Sortiments sowie die Marke und der Kundendienst.

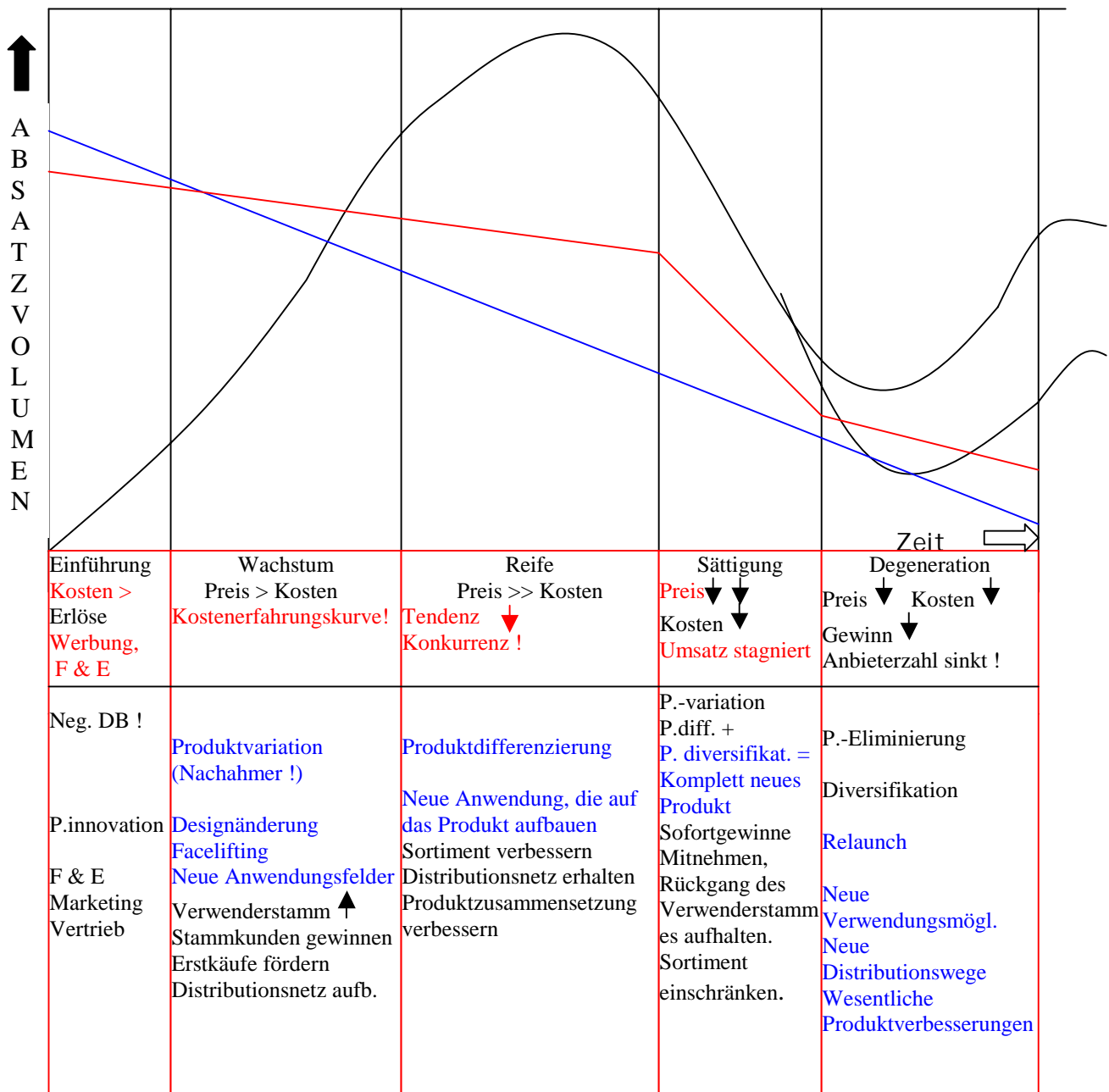
Zum Kommunikationssmix gehören Publik Relation; persönlicher Verkauf; Verkaufsförderung und Werbung.

Zum Distributionsmix gehören die Absatzkanäle sowie die Logistik  
(Lagerung, Transport & Lieferzeit)

Kontrahierungsmix kennzeichnet sich durch den Preis, die Kredite, die Rabatte und das Skonto.

Durch die teils konträren Ziele der Marketing-Mix-Elemente kann es zu Zielkonflikten kommen.

9. Nennen Sie die Phasen des Produktlebenszyklus und geben Sie für jede Phase die produktpolitische Aufgabe an. Erläutern Sie die Phasen des PLZ und die entsprechenden produktpolitischen Aufgaben.



■ = Marktpreis

■ = Kosten

Zu 9. Die Phasen des Produktlebenszyklus lauten:

- Einführungsphase (Produktinnovation) – F & E, Vertriebsnetz, Produktbekanntheit steigern, Erstkäufe fördern
- Wachstumsphase (Produktvariation, Funktion + Design) Neue Verwenderschicht gewinnen, Produktlinie strecken, Kaufhäufigkeit steigern, Facelifting
- Reifephase (Produktdifferenzierung) Sortiment und Verpackung verbessern Produktzusammensetzung verbessern Markenwechsler gewinnen
- Sättigungsphase (Produktvariation, Produktdifferenz., Produktdiversifikation) Möglichst große Sofortgewinne mitnehmen, Produkt Wiederbeleben, Schrumpfung des Distributionsnetzes verzögern
- Degenerationsphase (Produkteliminierung, Produktdiversifikation) Elimination nach Milking policy Oder Produkt wesentlich verbessern, Neue Distributionswege, neue Verwendungsmöglichkeiten

10. Nennen Sie die Phasen beim Prozess der Produktinnovation und erläutern Sie, warum keine der Phasen ausgelassen werden sollte.

Zu10. Die Phasen der Produktinnovation sollten nacheinander durchschritten werden und auch sollten alle 6 Punkte kontrolliert werden, da damit ein späteres evtl. Scheitern schon im Vorfeld verhindert werden kann.

- Am Anfang steht die Suche nach einer **Produktidee**. Hierbei sollen **systematisch Infos** gesammelt werden z.B. Betriebsintern oder Extern.
- Danach erfolgt die **Bewertung der Produktidee**.
- Danach führt man eine **Wirtschaftlichkeitsanalyse** durch. Sind diese erfolgreich passiert startet die Produktentwicklung.
- Bei der **Produktentwicklung** in den Bereichen **Technik + Marketing !**
- Während der anschließenden **Produktprüfung** wird das **Kaufverhalten** der **Testkäufer** ermittelt und evtl. das Produkt modifiziert.
- **Produkteinführung** heist der letzte Punkt welcher entscheidend ist für den Erfolg des Produktes-z.B. ein neuer Winterreifen ist im Mai nicht Interessant und verkaufbar.

11. Nennen Sie die marktgerichteten Ziele der Preispolitik

- Marktgerichtete Ziele
- Maximierung Absatz
- Kundengewinnung und -erhaltung
- Steigerung des Marktanteils
- Ausschalten der Konkurrenz

12. Nennen Sie die Phasen des Produktlebenszyklus und beschreiben Sie, wie sich in jeder Phase der Marktpreis sowie die Stückkosten entwickeln.

Zu12.

	Marktpreis	Stückkosten
Einführungsphase:	extrem hoch	extrem hoch
Wachstumsphase:	hohes Niveau	fallend
Reifephase:	normal	kontinuierlich fallend
Sättigungsphase:	normal (Abschöpfung)	weiter fallend
Degenerationsphase:	fallend	fallend bis stagnierend

## Die ABC-Analyse

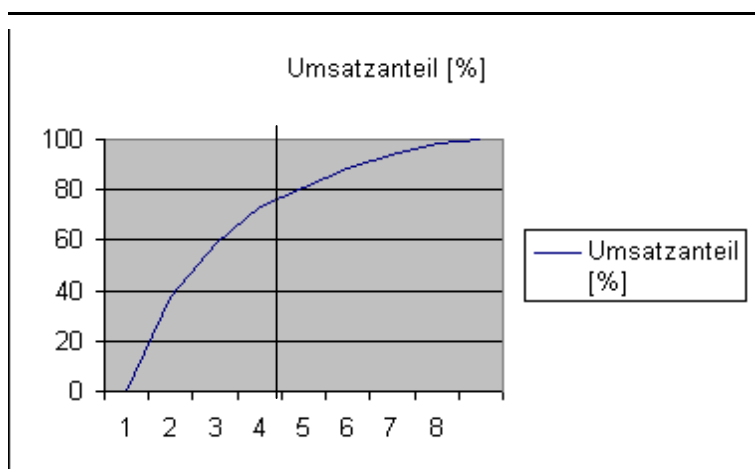
Die ABC-Analyse ist ein Analyseinstrument, welches die Produkte in den Unternehmungen hinsichtlich ihrer Bedeutung in eine Reihenfolge bringt. Es werden die Produkte (Produktgruppen) hinsichtlich ihres Umsatzes oder Deckungsbeitrages in 3 Gruppen (A-B-C) klassifiziert.

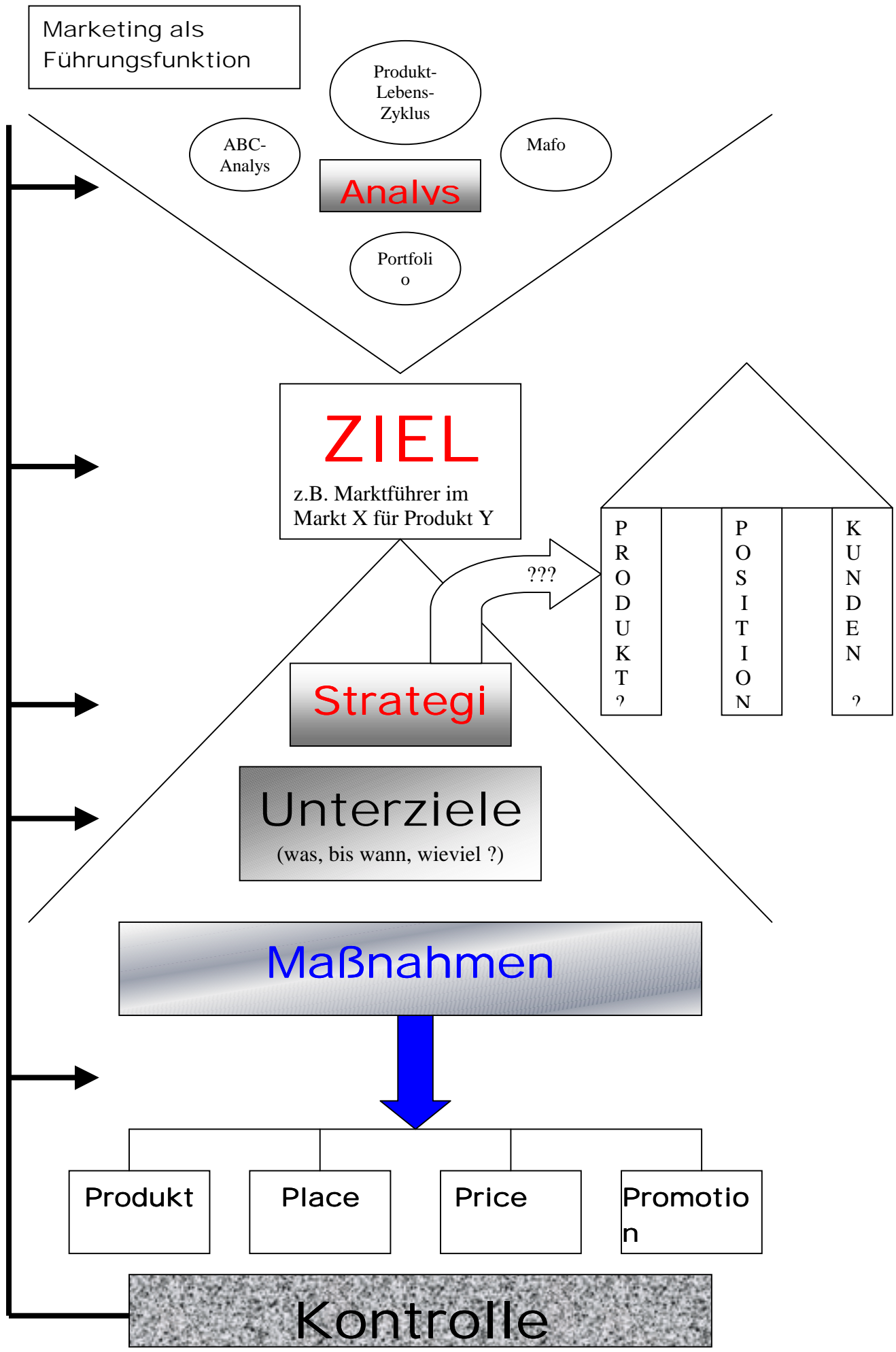
Auf die A-Artikel sollten ~80 % Umsatz (DB) entfallen, die restlichen 20 % Teilen sich die B & C-Gruppen.

Vorgehensweise:

1. Multiplikation Umsatz / Produkt (Absatz x Preis )
2. Bildung der %-Anteile am Gesamtumsatz / Produkt
3. Ranking in steigender Reihenfolge
4. Kumulierung der %-Anteile.
5. übertrag in ein Diagramm, beginnend mit # 1

Produkt	Absatz	Preis [DM/St]	Umsatz / % vom		Ranking	Kumulierter		
			Produkt	Umsatz		Umsatz	Ranking	
A	14000	5,5	77000	8,05	4	81,28	1	37,66
B	10000	14	140000	14,64	3	73,22	2	58,58
C	5000	14,5	72500	7,58	5	88,86	3	73,22
D	2000	9	18000	1,88	8	100,00	4	81,28
E	20000	10	200000	20,92	2	58,58	5	88,86
F	3000	14,5	43500	4,55	7	98,12	6	93,57
G	18000	20	360000	37,66	1	37,66	7	98,12
H	10000	4,5	45000	4,71	6	93,57	8	100,00
			956000	100				





**1. Nennen Sie mindestens 5 gesetzliche Regelungen, die sich mit dem Umweltschutz befassen.**

**BimSchG,(Bundes-Immissionsschutzgesetz)**

Schutz vor schädlichen Umwelteinwirkungen durch Luftverunreinigungen, Geräusche, Erschütterungen usw.

**WHG,(Wasserhaushaltsgesetz)**

Gesetz zur Regelung des Wasserhaushaltes. Es ist ein Rahmengesetz, welches von den Landesgesetzen weiter konkretisiert wird, aber bereits geregelte Vorgänge nichtweiter regeln darf. Themen: oberirdische Gewässer, Küstengewässer, Grundwasser, wasserwirtschaftliche Planung & Bußgeldbestimmungen

**KrW- / AbfG (Kreislaufwirtschafts- und Abfallgesetz)**

Gesetz zur Förderung der Kreislaufwirtschaft und SICHERUNG der umweltverträglichen Beseitigung von Abfällen.

( Vermeidung hat vor Verwertung Vorrang, Verwertung vor der Beseitigung)

**UHG(Umwelthaftungsgesetz )**

Regelung von Ansprüchen (Schadensersatz, Unterlassung) welche durch Betriebsstörungen genehmigungsbedürftiger Anlagen resultieren. Problem: Beweislast liegt beim Kläger.

**StGB Umweltstrafgesetz**

Für Umweltdelikte gilt der 28. Teil des Strafgesetzbuches (§§324-330)

Entscheidend ist, dass allein schon der Versuch einer Umweltstraftat rechtswidrig ist (Unwissenheit schützt vor Strafe nicht) und Geldbußen bzw. Freiheitsentzug drohen.

**2. Was versteht man bei den „Prinzipien des Umweltrechts“ unter dem Verursacherprinzip ?**

Subsidiaritätsprinzip Gemeinschaftliche Umweltpolitik nur dort, wo Sie gemeinschaftlich besser erreicht wird.

Vorsorgeprinzip Ziele dieses Prinzips sind es, schädliche Einwirkungen auf die Umwelt und Gefährdungen der Allgemeinheit durch Vorbeugende Maßnahmen zu verhindern sowie die natürlichen Lebensgrundlagen für die nächsten Generationen zu erhalten. (Zentral: BimSchG; Immissions- & Emissionsprinzip)

Verursacherprinzip Wer die natürlichen Ressourcen verbraucht und die Umwelt legal belastet, soll dafür einen Ausgleich schaffen. Das bedeutet, dass Kosten zur Vermeidung, Beseitigung oder zum Ausgleich von Umweltbelastungen derjenige tragen soll, der sie verursacht hat. (Rücknahmepflicht bei KFZ)

### 3. An wen richtet sich das 5. Aktionsprogramm der EU und was besagt es ?

Das von 5. Aktionsprogramm der EU, richtet sich in erster Linie an die Öffentlichkeit. Es soll diese Mobilisieren sich umweltgerecht zu verhalten, mit dem Konsum bewusster umzugehen und ein Interesse an einer sauberen Industrieproduktion wecken.

Damit sind folgende Umweltziele verbunden:

- Erhaltung und Schutz der Umwelt,
- Verbesserung der Umweltqualität
- Gesundheitsschutz
- Schonender Umgang mit natürlichen Ressourcen
- Verbesserung der umweltbezogenen Ausbildung und des allgem. Umweltbewusstseins
- Entwicklung neuer umweltfreundlicher Produkte

### 4. Wie ist der Umweltschutz in die betriebliche Organisation eingebunden und welche Aufgaben hat der Betriebsbeauftragte ?

Durch die Tätigkeiten eines Betriebsbeauftragter im Betrieb wird der Umweltschutz in die Betriebsorganisation eingebunden.

Es gibt verschiedene Tätigkeitsfelder für Betriebsbeauftragte, wie z.B.:

Betriebsbeauftragter Abfall; Betriebsbeauftragter für Gewässerschutz; Sonderabfallbeauftragter;..

Die Rechte und Pflichten der gesetzlichen Betriebsbeauftragten sowie die erforderliche persönliche Eignung und Fachkunde sind jeweils in den Umweltgesetzen geregelt und näher in entsprechenden Beauftragten-Verordnungen und Richtlinien beschrieben.

Aufgaben des Betriebsbeauftragten für Umweltschutz:

Der Umweltbeauftragte kontrolliert die Anlagen auf Ihren ordnungsgemäßen Betrieb / Funktionsfähigkeit. Er führt Messungen durch, meldet Mängel und macht Vorschläge zur Mängelbeseitigung.

Er arbeitet darauf hin, dass immer geeignete Anlagen zum Einsatz kommen, Abfälle vermeidet bzw. vermindert werden, und sich die Produktion Umweltfreundlich gestaltet.

Bei Investitionen nimmt er hinsichtlich der Umwelrelevanz Stellung.

Er berichtet der Geschäftsführung und den entsprechenden Betriebsangehörigen.

## 1. Welche Ziele hat die Fertigungswirtschaft ?

Ziel der Fertigungswirtschaft ist es, die **qualitativ** richtigen Erzeugnisse bei möglichst **geringen Kosten** und unter Berücksichtigung **sozialer Aspekte** der Arbeitnehmer **Termingerecht** herzustellen.

## 2. Was versteht man unter Fertigungsverfahren ?

Unter Fertigungsverfahren versteht man die verschiedenen Möglichkeiten die Organisation des Fertigungsablaufes durch **die räumlichen Zusammenfassung** und **Verteilung der Betriebsmitteln und Arbeitsplätze** zu **fertigungstechnische Einheiten** verstanden.

## 3. Nennen Sie mind. 3 Produktionstypen und erläutern Sie diese an Beispielen:

### Einzelfertigung (Unikat)

Jedes Erzeugnis wird nur einmal hergestellt, z.B. ein Kunstwerk (Kunst am Bau,...)

### Serienfertigung (Groß / Kleinserien)

Eine Begrenzte Anzahl von einheitlichen Erzeugnissen wird hergestellt.

### Sortenfertigung (Schrauben)

Es werden nacheinander verschiedene Varianten gleichartiger Erzeugnisse produziert.

Unterschiede zwischen den Sorten sind meist Qualität und Abmessungen, die Fertigungsabläufe und die verwendeten Betriebsmittel sind gleich.

### Partie- und Chargenfertigung (Prozessbedingte Fertigung)

-Sonderform der Sortenfertigung, wenn ein Produktionsprozess hinsichtlich der Qualität und Ausführung nicht gesteuert werden kann.

### Kuppelproduktion (verbundene Produktion, Raffinerie)

Von einer Kuppelproduktion spricht man, wenn aus einem Einsatzstoff zwangsläufig unterschiedliche Endprodukte (Hauptprodukt & Nebenprodukt) hergestellt werden.

## 4. Die Fertigungserfahren werden u.a. nach Organisationstypen unterteilt. Nennen Sie mind. 4 Organisationstypen und beschreiben Sie diese an einem Beispiel.

### Werkstattfertigung (Fräserei, Gießerei)

Betriebsmittel und Arbeitsplätze **gleicher Verrichtung** sind räumlich zu **fertigungstechnischen Einheiten zusammengefasst**.

Die Werkstücke werden im Fertigungsprozess zu den **einzelnen Werkstätten transportiert**, der Materialfluss erfolgt nach dem **Verrichtungsprinzip**.

### Gruppenfertigung (Einzel- & Serienfertigung)

Die Gruppenfertigung kann auch in einer Werkstatt erfolgen, es werden jedoch **verschiedene Verrichtungen am selben Objekt in einer Arbeitsgruppe** zusammengefasst. Die notwendigen **Arbeitsmittel** sind nach dem **Fliesprinzip** zusammen gestellt. **Kürzere Transportzeiten durch kleiner Transportwege**.

### Straßenfertigung

(Straßenbau, Mensch und Maschine bewegen sich entlang des Arbeitsgegenstandes)

Die Straßen- & Linienfertigung ist eine Sonderform der Reihenfertigung.

Hier sind die notwendigen **BM und Arbeitsplätze in der Reihenfolge der geplanten Arbeitsgänge angeordnet**. Im Gegensatz zur Fließfertigung sind die **Arbeitsgänge nicht getaktet**, zw. den einzelnen Arbeitsplätzen sind unregelmäßig große **Vorratspuffer** eingerichtet.

### Fließfertigung (KFZ)

Bei der Fließfertigung ist der **Fertigungsprozess zeitlich gebunden** (Taktzeit).

Der **Durchlauf** der einzelnen **Arbeitsgegenstände** durch die einzelnen **Arbeitsplätze** ist so aufeinander abgestimmt, dass zwischen den Arbeitsplätzen **kein Ablaufbedingtes Liegen** der Arbeitsgegenstände entsteht. Dadurch werden die **Durchlaufzeiten erheblich verkürzt**. Die Zeitliche Bindung der Arbeitsplätze kann in begrenzten Umfang durch **Puffer** (Durchlaufpuffer, Stapelpuffer) gemildert werden.

## 5. Nennen Sie die Prinzipien, Aufgaben und Ziele der Produktgestaltung (Konstruktion)

### Ziele der Produktgestaltung:

Nach der Produktentwicklung beginnt die Produktgestaltung **Funktions- und Verkaufsfähige Produkte** zu gestalten.

### Prinzipien der Produktgestaltung

Diese Erzeugnisgestaltung erfolgt unter folgenden Gesichtspunkten:

- Wertanalytisch unter Beachtung Haupt-/Neben/- Unnötige Funktionen
- optimale Wertstoffbestimmung
- optimale Wertstoffdimensionierung
- zweckmäßige Formgebung im Hinblick auf die Möglichkeiten
- weitgehende Verwendung von Normteile

### Aufgaben der Produktgestaltung

- Vorhandene Produkte in ihren Charakteristischen Eigenschaften zu verändern
- Vorhandene Produkte variieren, z.B. durch Verwendung von Baukastensystemen aufgrund von Kundenwünschen z.B. über das Design oder die Qualität.
- Gestaltung völlig neuer Produkte, Entwicklung neuer Technologien, Erschließung neuer Märkte

## 6. Welche Aufgaben hat die Fertigungsplanung

Die Hauptaufgabe der Fertigungsplanung ist es, die Fertigung so zu Planen, dass diese möglichst wirtschaftlich arbeitet. Dies wird erreicht, indem durch Auswahl günstiger Materialien und geeigneter Arbeitsverfahren und -Bedingungen die Herstellkosten so niedrig wie möglich gehalten werden.

Außerdem erstellt die Fertigungsplanung vollständige und verständliche Arbeitsunterlagen und legt fest, welche Arbeitsvorgänge in welcher Reihenfolge wann auf welcher Maschine von wem durchgeführt wird.

Sie plant also **Auftragsunabhängig** :

Die Arbeitsabläufe mit den entsprechenden Arbeitsvorgängen, die Arbeitsmittel mit den entsprechenden Personalbedarfe /Personalkapazitäten und die Betriebsmittelbedarfe/-Kapazitäten und dokumentiert die Planungsergebnisse in Form von Arbeitsplänen, Stücklisten, Zeichnungen und ergänzende Arbeitsunterlagen

## 7. Welche Aufgaben hat die Fertigungssteuerung

Die Fertigungssteuerung agiert auftragsabhängig also termin- und mengenorientiert.

Die Basis der Fertigungssteuerung ist die Fertigungsplanung.

Sobald ein Auftrag vorliegt, sorgt die Fertigungssteuerung dafür, dass die Kapazitäten (Mensch & Betriebsmittel), das Material und die nötigen Informationen (Arbeitsunterlagen) rechtzeitig bereitstehen

Sie **veranlasst die Fertigung** durch folgende Tätigkeiten:

- Fertigungsprogramm bilden
- Material- und Kapazitätsbestand ermitteln
- Material- und Kapazitätsbedarf ermitteln
- Termine ermitteln und Kapazitäten belegt

Sie **überwacht die Fertigung** durch folgende Tätigkeiten:

- Istdatenerfassung
- Soll / Ist Vergleich der Daten
- Beurteilung der Abweichungsdaten des Datenvergleiches

Sie **sichert die Fertigung** durch folgende Maßnahmen:

- Störungsursachen ermitteln
- gegebenenfalls in den Fertigungsablauf eingreifen
- Planänderung veranlassen

## 8. Welche Aufgaben hat die Werkstattsteuerung

Die Werkstattsteuerung hat die Aufgabe, die festgelegte Produktionsreihenfolge und die entsprechenden Produktionstermine zu gewährleisten und zu überwachen.

Die entsprechenden Ist-Werte aus der Fertigung werden durch die Werkstattsteuerung zurückgemeldet.

Je nach der Abweichung zu der Vorgabe werden entweder neue Aufträge in das Produktionsprogramm (die eingeplanten Aufträge sind schneller bearbeitet als geplant) eingelastet oder Maßnahmen zur Termin-/Mengensicherung (die Fertigung ist hinter Plan) getroffen.

## **9. Welche Ziele hat ein Produktionsplanungs- und Steuerungssystem**

Ein rechnergestütztes Produktionsplanungs- und Steuerungssystem (PPS) dient der Organisatorischen Planung, Steuerung und Überwachung der Produktionsabläufe von der Angebotsbearbeitung bis zum Versand unter Mengen, Termin- und Kapazitätsaspekten, und hat folgende Ziele:

- Realisierung kurzer Durchlaufzeiten
- Einhaltung von Terminen
- Optimale Bestandshöhen
- Wirtschaftliche Nutzung der Betriebsmittel
- Transparenz im Unternehmen

### 1. Was bedeutet für Sie der Begriff Qualität ?

Qualität ist die **Gesamtheit** von **Eigenschaften** und **Merkmale** eines **Produktes** oder einer **Dienstleistung**, die sich auf deren **Eignung zur Erfüllung festgelegter** oder vorausgesetzter **Erfordernissen bezieht**.

### 2. Woran orientiert sich ein modernes Qualitätsmanagementsystem ?

Qualitätsmanagementsysteme zielen auf **Verbesserungen** durch **Berücksichtigung** des gesamten **Produktlebenszyklus**, aller **Geschäftsprozesse** und auf eine strikte **Kundenorientierung** ab. Die Kundenorientierung orientiert sich hier auf das Erreichen von **Kundenzufriedenheit** und die Erfüllung von **Kundenerwartungen** .

In einem erfolgreiches Qualitätsmanagementsystem müssen die **Mitarbeiter** und das **Management** in diesen **Prozess eingebunden** sein.

### 3. Was ist ein Audit ?

Audits sind **systematische** und **unabhängige Untersuchungen**, um festzustellen, ob die **qualitätsbezogenen Tätigkeiten** und deren **Ergebnisse den geplanten Anforderungen entsprechen**. Dazu wird untersucht, ob die **Anforderungen wirkungsvoll** und **geeignet** sind, um **Gemeinsame Ziele zu erreichen**.

Arten von Audits:

Systemaudit. Nachweis der Wirksamkeit und Funktionsfähigkeit des QS-Systems.

Produktaudit: Bewertung von Produkten auf die Erfüllung von Kundenanforderungen

Geschäftsprozessaudit: Untersuchung von Geschäftsprozessen auf Kunden- und Unternehmensnutzen

Prozessaudit; Verfahrensaudit: Bewertung von technischen Prozessen/Verfahren auf ihre Fähigkeit, Anforderungen zu erfüllen.

Lieferantenaudit: Untersuchung und Bewertung der Lieferanten bezüglich der Qualität und Organisation der Lieferanten.

### 4. Nennen Sie mindestens 3 Qualitätswerkzeuge.

- FMEA (**F**ehler **M**öglichkeit und **E**influss **A**nalyse; Fehlerverhütungsverfahren)
- 
- QFD (**Q**uality **F**unction **D**evelopment; Planungs- und Kommunikationsmethode bei Neuentwicklungen)
- MFU/PFU (**M**aschinen und **P**rozess**f**ähigkeits**u**ntersuchung ; Untersuchung der Herstellbarkeit von Produkten mit bestimmter Qualität auf bestimmten Anlagen/Prozessen)
- Benchmarking (Vergleich des eigenen Bereiches mit den Besten Ergebnissen der Konkurrenz)

**5. Was ist eine statistische Prozessregelung ?**

Bei der statistischen Prozessregelung (SPC – Statistical Process Control) wird mit Hilfe von Regelkarten ermittelt, ob die erhaltenen aktuellen Messwerte einer natürlichen Schwankung zuzuordnen sind, oder ob eine systematische Störung vorliegt.

In einer Regelkarte sind um einen Mittelwert so genannte Obere und Untere Warn- und Eingriffsgrenzen eingezeichnet, welche statistisch ermittelt wurden, und dem Prozessverantwortlichen eine Hilfestellung bei seiner Entscheidung bieten, in den Prozess einzugreifen.

**6. Wer ist nach TQM für die Qualität verantwortlich ?**

Philosophie von TQM besagt, dass alle Mitarbeiter, quer durch alle Hierarchieebenen vom Management bis zum Produktionsmitarbeiter, für die Qualität der Produkte / Dienstleistung zuständig sind.

**7. Was ist KAIZEN ?**

Kaizen ist ein unternehmensphilosophischer Rahmen im Bereich Material- und Fertigungswirtschaft, welcher die Qualität der

- Produkte (Dienstleistungen),
  - Arbeitsprozesse
  - Produktivität
  - Flexibilität
  - Wettbewerbsfähigkeit
- eines Unternehmens einschließt.

**8. Wie ist ein zeitgemäßes Führungsverhalten ? (IHK 23)**

Der Begriff Zeitgemäßes Führungsverhalten bedeutet **zielorientierte Verhaltensbeeinflussung**. Das Prinzip Anordnen und Ausführen ist nicht mehr Zeitgemäß, da es die Mitarbeiter demotiviert und innovative Prozesse behindert und somit negativ auf den angestrebten Unternehmenserfolg wirkt.

Heute sind u.a. Motivieren und Begeistern wichtige Eigenschaften im Anforderungsprofil eines Vorgesetzten. Es müssen die Mitarbeiter in den Entscheidungsprozess mit eingebunden werden, damit die Mitarbeiter u.a. ihre Arbeitsplatzbedingungen aktiv mitgestalten können, was sich positiv auf die Motivation auswirkt.

**9. Welche Methoden gibt es, zur Messung der Kundenzufriedenheit ? (IHK 25)**

**Einsatz von Fragebögen**

Konzeptionelle Methode zur Erfassung relevanter Daten .  
Zielgruppe ?; Fragetyp, Persönlich ?; Schriftlich ?; Telefonisch ?

**Auswertung von Besuchsberichten**

Verfassung nach auswertbaren Kriterien, Einsatz als wertschöpfendes Instrument beim Kunden.

Als Unterpunkte in Besuchsberichten sollen auch die Beanstandungen mit aufgenommen werden.