

edv aspekte

1|91

5.00 DM

 IDG
COMMUNICATIONS VERLAG AG

Zeitschrift für Informationsverarbeitung



 CA-Anwendungen
für Management
und Produktivität

CA-Technologien – Wunderwaffen der Industrie?

edv
aspekte



Zeitschrift für Informationsverarbeitung

10. Jahrgang 1/1991

Verlag: IDG Communications Verlag AG
Rheinstr. 28, W-8000 München 40, Tel.: 0 89/3 60 86-0
Telex: 5 21 53 50, comw d, Telekopierer: 089360 86-263

Redaktion: rechentech/datenverarbeitung
Am Friedrichshain 22, O-1055 Berlin
Chefredakteur: Franz Loll 4 38 73 41
Redakteurin: Monika Schlatw 4 38 73 53
Fernschreiber: 114 566
Fax: 4 36 12 49
Titelgestaltung: Marlies Hawemann

Anzeigenleitung: Sylvia Stier (-1 61);
(verantwortlich für Anzeigen; Anschrift siehe unter Verlag)
Anzeigenverkauf: Gerhard Layer (-1 88)
Anzeigenverwaltung: Ursel Sauter (Leitung)
Rudolf Schuster (-1 35)

Anzeigenpreise: Für PRODUKTANZEIGEN fordern Sie bitte
unsere Mediaunterlagen an.
Anschrift für Anzeigen: siehe unter Verlag
Erfüllungsort, Gerichtsstand: München

Verlagsrepräsentanten für Anzeigen:

Frankreich: IDG COMMUNICATIONS S. A., Claude Bril,
Immeuble La Fayette, 2, Place des Vosges, Cedex 65, 9205;
PARIS LA DEFENSE, Tel.: 00 33-1-49 04-79 00,
Fax: 00 33-1-49 04-78 00
Großbritannien: Oliver Smith + Partner, 18 Abbeville
Mews, Tel.: 00 44/1/9 78 14 40, Fax: 00 44/1/9 78 15 50, 88
Clapham Park Road, London SW4 7 BX, U. K.
USA: CW International Marketing Services, 375 Cochituate
Road, Box 880, USA-Framingham, Mass. 01701, Tel.:
0 01/6 17/8 79 07 00, Tx.: 00230/851153 computwrl Imh
Taiwan: IDG COMMUNICATIONS TAIWAN, 12F-6, Fu Shin
N., Rd. RC-Taipei, Taiwan R. O. C.,
Tel.: 0 08 86/2/72 11 07 35, Fax: 0 08 86/2/7 21 84 44

Vertriebsleitung Magazine: Stefan Fleischhacker(-2 43)
Leitung Vertrieb-Services: Renate Kretz (-2 20)
Abo-/Leserservice: Laura Kunzmann (-2 21)

edv aspekte erscheint vierteljährlich zum Bezugspreis
5,00 DM je Heft.

Abonnement: Im Inland beträgt der Jahresbezugspreis
27,20 DM für vier Ausgaben. Auslandspreis: auf Anfrage.
Luftpostversand auf Anfrage. Der Abonnent kann seine Be-
stellung innerhalb einer Woche nach Erhalt des ersten
Exemplars mit einer schriftlichen Mitteilung an den Verlag
widerrufen. Das Abonnement verlängert sich automatisch
um ein Jahr, wenn es nicht 2 Monate vor Ablauf der Bezugs-
zeit schriftlich gekündigt wird. Im Falle höherer Gewalt hat
der Abonnent keinen Anspruch auf Lieferung oder auf Rück-
erstattung der Abonnementgebühr.
Satz: Verlag Die Wirtschaft Berlin GmbH
Druck: Nationales Druckhaus Berlin GmbH

Einsendungen: Für unverlangt eingesandte Beiträge wird
keine Haftung übernommen. Das Urheberrecht für ange-
nommene und veröffentlichte Manuskripte liegt ausschließ-
lich bei der IDG Communications Verlag AG.
Nachdruck sowie Vervielfältigungen aller Art oder sonstige
Verwertung von Texten aus Publikationen des Verlags nur
mit schriftlicher Genehmigung des Verlags. Namentlich ge-
kennzeichnete Fremdbeiträge geben nicht unbedingt die
Meinung der Redaktion wieder.

Haftung: Eine Haftung für die Richtigkeit von Veröffentli-
chungen kann die Redaktion trotz sorgfältiger Prüfung nicht
übernehmen. Die Veröffentlichungen in edv aspekte erfol-
gen ohne Berücksichtigung eines eventuellen Patentschut-
zes. Auch werden Warennamen ohne Gewährleistung einer
freien Verwendung benutzt.

© Copyright IDG Communications Verlag AG

Vorstand: Eckhard Utpadel

Kaufm. Leitung: Jürgen T. Reischl

Verlagsbereich Magazine

Verlagsleitung: Burkhard P. Bierschenck

Stv. Verlagsleitung: Sylvia Stier

Veröffentlichung gemäß Paragraph 8, Absatz 3 des Geset-
zes über die Presse vom 8. 10. 1949; Alleiniger Gesellschaf-
ter der Firma IDG Communications Verlag AG ist die IDG
Communications Inc. Framingham, Mass., USA, die eine
100%ige Tochter der INTERNATIONAL DATA GROUP INC.,
Framingham, Mass., USA ist.
ISSN 0232-6833

Nicht nur in der ehemaligen DDR wurden mit sehr viel Aufwand schon seit vielen Jah-
ren CA-Technologien als goldener Schlüssel für wirtschaftliches Wachstum und mas-
sive Rationalisierung in der Industrie angepriesen. Daß ein digitaler Zeichentisch noch
keine CAD/CAM-Station ist und daß von der Entwicklung von CA-Technologien bis zu
ihrer ökonomisch relevanten industriellen Nutzung ein weiter Weg zu bewältigen ist,
blieb lange Zeit hinter euphorischen Erklärungen von Seiten der Entwickler, Anbieter
und Politiker verborgen. Und so muß heute realistisch eingeschätzt werden, daß nur we-
nige Industrieunternehmen in Deutschland aus dem Einsatz dieser Technologien tat-
sächlich meßbare Gewinne erzielen konnten.

Es gibt zwei Ebenen für ihre Betrachtung und Bewertung. Die eine ist die wissenschaft-
lich-technologische, das heißt die fachliche. Von dieser Ebene aus kann eingeschätzt
werden, daß bis heute ein technisch-technologisches Niveau erreicht wurde, das für alle
denkbaren Branchen interessante Lösungen anbietet.

Erwähnt seien hier insbesondere Maschinenbau, Bauwesen und Architektur, der Auto-
mobilbau sowie die rechnergestützte Fertigung. Dort existiert heute bereits eine ganze
Reihe reifer Anwendungslösungen.

Die zweite Ebene ist die ökonomische. Setzen wir voraus, daß der Zweck jedes Unter-
nehmens *High Profit* ist, so kann *High Tech* nur ein Mittel dazu sein. Und gerade hier
scheint der Hase im Pfeffer zu liegen. Investitionen in CA-Technologien, die weder zur
Einsparung von Arbeitskraft und -zeit führen, noch den Betriebsgewinn vergrößern,
sondern allenfalls das Image des Unternehmens und seiner Mitarbeiter aufbessern und
deren tägliche Arbeit interessanter werden lassen, müssen als Fehlinvestitionen be-
zeichnet werden. Und solche Fehlinvestitionen sind heute noch immer die Regel. Ein
Generalfehler vieler Unternehmen bei der Entscheidung für die Investition in moderne
Technologien ist die von der gesamtunternehmerischen Strategie losgelöste Einführung
von CA-Technik. Das Verständnis für moderne Technik als integrierter Bestandteil des
gesamtbetrieblichen Ablaufs ist noch unzureichend ausgebildet. Häufig werden Wun-
der der Technik erwartet, ihre tatsächlichen Möglichkeiten weit überschätzt.

Über den Erfolg eines Unternehmens entscheidet aber allein der erwirtschaftete Ge-
winn, nicht seine Modernität.

Diese Lageeinschätzung ist das Ergebnis zahlreicher Gespräche mit Ausstellern auf der
CAMP'91, der ersten gesamtdeutschen Fachveranstaltung vom 22. bis 25. Januar 1991
rund um den Berliner Alexanderplatz, durchgeführt von der direct communications
gmbh und ideell getragen von der World Computer Graphics Foundation, der Techni-
schen Universität Dresden und der World Computer Graphics Association. CAMP steht
hier für Computer Aided Management and Productivity. Dem Anspruch dieses klang-
vollen Namens wurde der Veranstalter mit der Präsenz aller führenden Vertreter dieser
Branche auf der Fachmesse gerecht.

Stellvertretend für insgesamt 84 beteiligte Firmen seien hier einige genannt: Autodesk
AG, Bull AG, Controll Data GmbH, debis Systemhaus GmbH, Digital Equipment
GmbH, Hewlett-Packard GmbH, IBM Deutschland GmbH, Schlumberger Technolo-
gies GmbH, McDonnell Douglas Information Systems GmbH, SDRG, Siemens-Nix-
dorf, Informationssysteme AG.

Begleitet wurde die Fachmesse von einer umfangreichen Konferenz. Gegliedert in ver-
schiedene Bereiche

- Unternehmensorientierung,
 - übergreifende Themen der CA-Technologien (ökonomische und fachliche Vorausset-
zungen für die Einführung von CA-Systemen. CAD-Normteilkonzept des DIN, Tech-
nische Dokumentationssysteme u. a.),
 - CAE im Maschinenbau,
 - Rechnerunterstützte Fertigung CAM/PPS und
 - Bauwesen, Modernisierung und Betriebsstättenplanung
- bot sie nicht nur eine Gelegenheit zur Weiterbildung, sondern stellte die gegenwärtigen
Möglichkeiten und Probleme von CA-Technologien sowohl unter praktischen wie auch
unter wirtschaftlichen und wissenschaftlichen Aspekten heraus.

Aus der Vielzahl der Referate trafen wir eine repräsentative Auswahl für vorliegende
aspekte-Ausgabe und bemühten uns dabei auch um ein ausgewogenes Verhältnis zwi-
schen Beiträgen aus Ost- und Westdeutschland.

Claudia Schulz