

Zeitschrift: Mittex : die Fachzeitschrift für textile Garn- und Flächenherstellung im deutschsprachigen Europa
Herausgeber: Schweizerische Vereinigung von Textilfachleuten
Band: 84 (1977)
Heft: [2]

Buchbesprechung: Literatur

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

Download PDF: 16.01.2026

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

Literatur

Zur Standortwahl der Unternehmungen — Herbert Jacob — 3., durchgesehene Auflage — 66 Seiten, Leinen, DM 12,50 — Betriebswirtschaftlicher Verlag Dr. Th. Gabler, Wiesbaden, 1976.

Das Marktgeschehen vollzieht sich nicht in einem bestimmten geographischen Punkt, sondern erstreckt sich in der Regel auf ein mehr oder weniger weites Gebiet. Es entsteht mithin die Frage, von welchem Standort aus ein solches Gebiet bedient werden soll. Ferner ist zu entscheiden, ob es günstig ist, die gesamte Produktion an einer Stelle zu konzentrieren oder auf mehrere Produktionsstätten zu verteilen. Bisher hat sich die betriebswirtschaftliche Forschung nur am Rande mit dieser Problematik der Standortwahl beschäftigt, die Gegenstand der vorliegenden Schrift ist.

Der Leser wird schrittweise mit dem Problem des Gebietsmarktes vertraut gemacht. Zunächst wird eine Einproduktunternehmung betrachtet, die nur an einem Standort produziert. Diese Problemstellung wird erweitert auf eine Mehrproduktunternehmung mit Betrieben, die wahlweise an verschiedenen Orten errichtet werden können; für die Situation wird ein allgemeiner Planungsansatz angegeben. Dabei ist zu erkennen, dass es sich hier um ein Problem der Investitionsplanung im umfassenden Sinne handelt. Das Planungsmodell beantwortet die Frage, wie das verfügbare Kapital sachlich und räumlich aufzuteilen ist, wenn der Unternehmer eine Vielzahl von Regionalmärkten versorgen will, die sich durch die jeweiligen Preis- und Absatzverhältnisse voneinander unterscheiden.

Die am Modell durchgeführten Untersuchungen dienen nicht nur der Erklärung und Demonstration der Planungszusammenhänge. An den im Text dargestellten Zahlenbeispielen wird deutlich, dass die beschriebenen Planungsansätze auch als Entscheidungshilfen dienen können. Der Unternehmer und Praktiker kann sich hier über ein Planungsinstrument informieren, dass ihm die praktisch so bedeutsame Frage nach dem optimalen Standort seines Betriebes beantworten hilft.

Betriebswirtschaftliche Statistik — Lehrbuch mit praktischen Beispielen, Band II — Kurt Scharnbacher — 252 Seiten, DM 17,60 — Betriebswirtschaftlicher Verlag Dr. Th. Gabler, Wiesbaden, 1976.

Fragen der Disposition, der Planung und der Kontrolle treten täglich in jedem Unternehmen auf, gleichgültig, welcher Größenklasse und welchem Wirtschaftszweig es angehört. Sie zu lösen wird immer schwieriger. Genügte früher in vielen Fällen das berühmte «Fingerspitzengefühl», so kann heute nur die exakte Kenntnis zuverlässiger Zahlen vor Fehlentscheidungen bewahren. Diese Zahlen liefert die betriebswirtschaftliche Statistik. Wer jedoch mit ihr arbeiten will, muss zweierlei beherrschen: zum einen die Theorie, d. h. die statistische

Methodenlehre, und zum anderen die Praxis, d. h. die Anwendung der Methoden. Und hier liegen die Dinge noch sehr im argen: viele sind brillante Theoretiker, aber sie können mit ihrem Wissen nichts anfangen.

Diesem Dilemma will Scharnbacher abhelfen. In der statistischen Methodenlehre bleibt er nicht bei der einfachen, allbekannten Methoden stehen, sondern bezieht auch kompliziertere Verfahren in die Betrachtung ein, soweit sie für die betriebliche Praxis wichtig sind. Er begnügt sich jedoch nicht mit der abstrakten Theorie, sondern überträgt sie auf die Praxis, indem er an knappen, aber instruktiven Beispielen zeigt, wann und wie man die einzelnen Methoden anwendet. Damit erreicht er gleichzeitig, dass der Lernende und der Praktiker die Abneigung gegen die Statistik verlieren (denn diese resultiert in den meisten Fällen aus dem Nicht-Wissen!). Zahlreiche Übungsaufgaben mit ausführlichen Lösungen dienen ebenfalls dem Bezug zur Praxis.

Aus dem Inhalt: Zeitreihenanalyse in der Betriebsstatistik — Begriff Zeitreihe — Einflussfaktoren — Die Berechnung des Trends und seine Anwendungen auf betriebliche Daten — Ermittlung und Ausschaltung saisonaler Schwankungen — Regressions- und Korrelationsanalyse — Wahrscheinlichkeitsrechnung — Stichproben im Betrieb — Ausgewählte Gebiete betrieblicher Statistik — Grundlegende Daten in der amtlichen Statistik.

Absatzpolitik mit Hilfe der Nachfrageverwandtschaft — Helmut Brede — 210 Seiten, broschiert, DM 29,90 — Betriebswirtschaftlicher Verlag Dr. Th. Gabler, Wiesbaden, 1976.

Dieses Buch liefert in gleicher Weise einen wichtigen Beitrag zur betriebswirtschaftlichen Absatzpolitik der Unternehmen als auch zur volkswirtschaftlich orientierten Nachfragepolitik der Haushalte. Der Autor erläutert zunächst grundlegende Begriffe und Zusammenhänge zwischen Nachfrageverwandtschaften im Haushalt und in den Unternehmungen, um dann Einflüsse, Entfaltung und Stärke der Nachfrageverwandtschaft zu analysieren.

Hierbei diskutiert er alle bisher im Schrifttum bekannt gewordenen Ansätze, insbesondere von Pareto und Edgeworth, Schultz, Slutsky, Hicks-Allen, Marshalls, Cassels und Pigou. Ziel ist die quantitative Erfassung nachfrageverwandtschaftlicher Beziehungen, insbesondere von welchen Einflüssen die Entfaltung und Stärke der Nachfrageverwandtschaft abhängt. Der Autor bedient sich hierbei der Indikatoren-Methode, als indirekter Hilfsmassstäbe, wie sie in der medizinischen und technischen Wissenschaft geläufig sind. Er untersucht besonders die Aussagefähigkeit des Triffin-Indikators, Krelle-Indikators sowie des Lancaster-Indikators.

Brede geht von der Notwendigkeit aus, bei der Abteilungs- und Verwendung von Aussagen über Nachfrageverwandtschaft weitere Momente zu berücksichtigen. Hierbei ist die Ungewissheit, das Zeitmoment und die Wirtschaftlichkeit von Bedeutung. Er beweist, dass die bislang in der Theorie entwickelten Ansätze zur Bestimmung der Nachfrageverwandtschaften auf praktisch nicht haltbaren Voraussetzungen beruhen. Er empfiehlt, insbesondere mit Blick auf das Informationsbedürfnis der betrieblichen Praxis, die Kreuzelastizität als Indikator der Nachfrageverwandtschaft zu verwenden. Das Buch spricht daher nicht nur Interessenten der Mikro-

ökonomie und des Wettbewerbsrechts, sondern auch absatzorientierte Leser, insbesondere des Marketings an Hochschulen und in der Wirtschaftspraxis, an.

Absatzwerbung — 2. überarbeitete Auflage — Behrens — 239 Seiten, DM 28,60 — Betriebswirtschaftlicher Verlag Dr. Th. Gabler, Wiesbaden, 1976.

In diesem Buch stehen die grundlegenden betriebswirtschaftlichen Probleme der Absatzwerbung im Mittelpunkt. Die Werbung wird im Rahmen der betriebswirtschaftlichen Absatztheorie gesehen. Werbetechnische Spezialfragen, Psychologie und Demoskopie wurden nur insoweit einbezogen, als sie zur Lösung betriebswirtschaftlicher Probleme notwendig sind.

An die Darstellung der Daten der Werbeplanung schliesst sich die Erörterung der Werbeziele und des Werbevollzugs an: Werbeobjekte und -subjekte, Werbemittel und Werbeträger. Den Werbeerfolg gliedert der Autor in den ausserwirtschaftlichen und den ökonomischen Erfolg auf und gewinnt darüber hinaus interessante Aspekte, die bei der Behandlung der Erfolgskontrolle wiederkehren. Um die in der Werbeforschung anzu-treffende terminologische Vielfalt auch für den nicht-fachmännischen Leser überschaubar zu machen, werden alle Begriffe ausführlich erläutert und klassifiziert.

In der Neuauflage wurde insbesondere das letzte Kapitel über die Organisation der Werbung: ihre Durchführung im Betriebsbereich oder die Uebertragung der Werbefunktion auf selbständige Werbesituationen gründlich überarbeitet und neu gefasst. Auch der Anhang, der jetzt die «Internationalen Verhaltensregeln für die Werbepraxis» sowie die Bestimmungen über die «Internationale Schiedsstelle der ICC für die Werbepraxis» enthält, beinhaltet völlig neue Texte.

Bilanzanalysen — branchenbezogen — Der Vergleich mit der Konkurrenz — Gerhard Odenwald — 224 Seiten, broschiert, DM 28,80 — Betriebswirtschaftlicher Verlag Dr. Th. Gabler, Wiesbaden, 1976.

Wo stehe ich ergebnismässig innerhalb der Branche? Wie fällt ein Umsatzvergleich mit den Konkurrenten aus? Welches sind die Ursachen für eklatante Abweichungen? Solche und ähnliche Fragen gehören zwangsläufig zu den Ueberlegungen eines Unternehmers, der seine Dispositionen durchdenkt. Er will seine Aktionen und Erfolge an denen seiner Wettbewerber messen. Dafür benötigt er Informationen, zu deren Erlangung unter anderem auch veröffentlichte Jahresabschlusszahlen und -angaben zur Verfügung stehen.

Diesem Problemkreis widmet sich das vorliegende Buch: Es stützt sich auf eine umfangreiche Enquete über die Praktiken der Bilanzanalyse bei Unternehmen und Verbänden und untersucht im einzelnen, welche Möglichkeiten der Informationsbeschaffung Bilanzen, Geschäftsberichte und andere Publikationen der Konkurrenten bieten und welche Bedeutung die Resultate solcher Analysen bei der unternehmerischen Entscheidungsfindung haben. Die Besonderheit des branchenorientierten Aspekts wird noch dadurch unterstrichen, dass der Autor eine Fülle von Details zu den bilanzanalytischen und ähnlichen Aktivitäten der Verbände zusammengetragen hat, wie man sie sonst selten erfährt. Die

Untersuchung differenziert sorgfältig zwischen den derzeitigen aktien- bzw. publizitätsrechtlichen Gegebenheiten und denkbaren Aenderungen, Erweiterungen und Verbesserungen. Dabei werden sowohl von der Praxis erhobene Forderungen als auch Gedanken der neueren bilanztheoretischen Literatur berücksichtigt. Hervorzuheben ist, dass sich der Autor keineswegs nur auf finanz- und erfolgsbezogene Daten und Erörterungen beschränkt, sondern — entsprechend den spezifischen Interessen der Wettbewerber — in relativ starkem Masse auch die Informationen aus mehr «technischen» Unternehmensbereichen (wie z. B. Produktion, Vorratswirtschaft, Personal- und Sozialwesen u. ä.) als bedeutsam herausstellt.

Taschenbuch für die Textilindustrie 1977 — Herausgeber: Dr. Ing. Max Matthes, Bad Berneck, Dr. Walter Loy, München — 420 Seiten mit zahlreichen Abbildungen, Tabellen und Tafeln, Format 10,5×15,5 cm, dauerhafter, abwaschbarer Plastikeinband, DM 26.50 — Vorbestellpreis bis 15.4.1977 DM 23.80 — Fachverlag Schiele & Schön GmbH, Berlin, 1977.

In 25 Jahrgängen hat sich das «Taschenbuch für die Textilindustrie» bewährt. Jetzt liegt der 26. Jahrgang vor, der sich wieder durch vielfältigen, aktuellen und auf den neuesten Stand der Technik gebrachten Inhalt auszeichnet.

Die bewährte Gliederung in Tabellenteil, Aufsatzteil, Fach- und Wirtschaftsorganisation und den Bezugsquellennachweis Textilindustrie wurde beibehalten.

Im Tabellenteil werden auf rund 60 Seiten Tabellen, Zahlentafeln und Aufstellungen, die der Praktiker immer wieder benötigt, dargeboten. An den Tabellenteil schliessen sich die Fachaufsätze an, mit den Themen: Die Textilindustrie im Jahre 1976 — Texturierte Polyester-Filamentgarne in der modernen Weberei — Dreidimensionale synthetische Wattevliese — Flockenbeschickungsanlagen für Karden und Krempeln — Automation beim Rotorspinnen — Magnetspindeln, Friktionsspindeln und Texturiermaschinen — Neuer Hochleistungsschlichtekoher — Eine neue Generation Schützenwebmaschinen — Rüti-Spezialwebmaschinen — Die Projektilwebmaschine, ihre Entwicklung und ihre Bedeutung für die Textilindustrie — Verarbeitung von Chenillegarnen — Ein Flachstrickmaschinenprogramm mit System — RG 1, die schnellste Doppelzylindermaschine — Hochleistungsrundstrickmaschine zur Herstellung von Maschenstoffen für Oberbekleidung — Kontinuierliche Breitvorbehandlungsanlagen für Baumwolle und deren Mischungen — Praktische Erfahrungen bei der kontinuierlichen Vorbehandlung von Baumwolle und Baumwollmischgeweben — Die aktuellen Verfahren zum Bleichen von Wolle und wollhaltigen Fasermischungen — Neue Tragband-Spannrahmen für die Strickwarenindustrie — Quetsch-/Saug-(QS-)Technik, ein kostensparendes Applikationsverfahren zur Optimierung der Ausrüstungseffekte — Zusammenhänge zwischen Farbstoffen und Ausrüstung in Bezug auf die Farbechtheiten und Trageigenschaften — Verfahren zur Rationalisierung der permanent antistatischen Ausrüstung — Die Textilveredlung im Lichte des Umweltschutzes — Die Bedeutung des Abwasserabgabengesetzes für die Textilveredlungsindustrie — Elektronik für den Textildruck, für die Warenschau und die Patronenverarbeitung — Neue Systembahn für mittlere und kleine Betriebe — Gesetzliche Auflagen, Verordnungen und Richtlinien zur Luftreinhaltung.