

Literatur

Objekttyp: **BookReview**

Zeitschrift: **Mittex : die Fachzeitschrift für textile Garn- und Flächenherstellung im deutschsprachigen Europa**

Band (Jahr): **79 (1972)**

Heft 7

PDF erstellt am: **21.05.2024**

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.

Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.

Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Literatur

Produktpolitik in absatzwirtschaftlicher Sicht – Grundlagen und Entscheidungsmodelle – Hermann Sabel – 295 Seiten, Leinen, DM 39,80 – Betriebswirtschaftlicher Verlag Dr. Th. Gabler GmbH, Wiesbaden 1971.

Produktvielfalt und neue Produkte sind markante Merkmale moderner Märkte. Die mit den Produkten verbundenen absatzpolitischen Aktivitäten, die Produktpolitik der Unternehmungen, stellen einen der entscheidenden wachstumsbestimmenden Faktoren moderner Unternehmungen dar. Das Werk von Sabel liefert eine geschlossene Darstellung des Bereichs der Produktpolitik unter entscheidungstheoretischem Aspekt; es handelt von produktpolitischen Entscheidungssituationen und Entscheidungsmodellen.

Ausgehend von Bedarf und technischem Wissen als dem allgemeinen Rahmen, in dem sich Produktpolitik vollzieht, wird von den unterschiedlich möglichen Betrachtungsstandpunkten her die spezifisch absatzwirtschaftliche Sicht der Produktionspolitik charakterisiert. Auf der Basis gewisser Ausgangstatsachen, die die Beziehungen zwischen Produkt und Käufer auf der einen und Produkt und anbietender Unternehmung auf der anderen Seite kennzeichnen, wird der Inhalt der Produktpolitik präzisiert, werden insbesondere produktpolitische Aktivitäten charakterisiert, deren Ziele und Rang in der Unternehmenstätigkeit verdeutlicht und vor dem Hintergrund des Lebenszyklus von Produkten bestimmte Phasen der Produktpolitik unterschieden, mit denen typische Entscheidungssituationen verbunden sind. Für die beschriebenen Entscheidungssituationen werden zunächst unter der Annahme des Einprodukt-Unternehmens und dann der des Mehrprodukt-Unternehmens statische Entscheidungsmodelle und darüber hinaus dynamische Entscheidungsmodelle formuliert. Wegen der Bedeutung, die der Unsicherheit bei produktpolitischen Entscheidungen zukommt, werden auch Fragen der Informationsbeschaffung und Prognosemodelle behandelt.

Controlling – ein Konzept neuzeitlicher Unternehmensführung – H. Schwarze – 191 Seiten, Leinen Fr. 44.30 – Verlag Moderne Industrie, München 1972.

Bei den Bemühungen zur Verringerung oder gar Schließung der Management-Lücke zwischen den Vereinigten Staaten und Europa zeigt sich, dass Verbesserungen durch Teillösungen in vielen Bereichen wünschenswert und möglich sind. Eine besondere Bedeutung kommt dem Thema «Controlling» zu, und zwar sowohl in der Phase der Aufgabendefinition wie in der Phase praktischer Arbeit. In der Praxis wird die Funktion des Controllers meist zu einseitig als Teil des Finanzwesens gesehen. Unternehmenssteuerung setzt jedoch Planungsprozesse voraus, die nicht mit Rechenprozessen gleichzusetzen sind und die aktive phantasievolle Mitarbeit aller Führungskräfte, damit die Planung realisiert werden kann. Um diese notwendige schöpferische Phantasie mobilisieren zu können, ist die Wahl und Festlegung eines entsprechenden Führungsstiles erforderlich. Die «Controller-Funktion» wacht

darüber, dass in einer dynamischen Unternehmung Richtung und Tempo der Entwicklung nicht ausser Kontrolle geraten und die Entwicklung aller Unternehmensteile harmonisch mit den Gesamtzielen verläuft. Bei der Komplexität eines modernen Unternehmens stellt sich der grösstmögliche Nutzen nicht dadurch ein, dass einzelne Massnahmen möglichst perfekt durchgeführt werden, sondern durch eine sinnvolle und gut aufeinander abgestimmte Dimensionierung aller Massnahmen. Dies ist im wesentlichen die Aufgabe des Controlling im Rahmen einer Führungskonzeption.

Das Buch will die Notwendigkeit zeigen, diesen Problembereich zu überdenken und will die Frage nach dem «Wie» beantworten, aber ohne Rechentechniken und -methoden, indem es den entscheidenden und unauflösbaren Zusammenhang zwischen den Begriffen «Controller» und «Unternehmensplanung», «Führungsstil» und «Informationssysteme und Datenverarbeitung» als Grundlage für eine Führungskonzeption herausarbeitet und die Dinge aus der Sicht der Unternehmensführung betrachtet.

Product Management – Ziele, Kompetenzen und Arbeitstechniken des Product Managers – Jürgen Wild – 251 Seiten, Leinen, Fr. 44.80 – Verlag Moderne Industrie, München 1972.

Product Management ist die kombinierte Anwendung verschiedener Mittel und Massnahmen zur Verwirklichung der Idee einer schlagkräftigen marktorientierten Unternehmensführung und damit konkreter Ausdruck des Marketingdenkens in der Gestaltung des Führungssystems einer Unternehmung.

Durch Integration der ergebnisbezogenen Verantwortung für ein Produkt bzw. eine Produktgruppe von seiner Entstehung bis zur Vermarktung soll das einzelne Produkt als Träger des Erfolgs eine optimale Förderung im Sinne des Marketingkonzepts erfahren und eine konzentrierte Schlagkraft auf allen Teilmärkten des Unternehmens erreicht werden. Dieses Konzept hat sich nach beachtlichen Erfolgen in den USA auch in Europa relativ rasch durchgesetzt. Viel ist darüber geredet und auch geschrieben worden, eine zusammenfassende Darstellung fehlte jedoch.

Systematisch behandelt der Autor in einzelnen Kapiteln die Ziele, Aufgaben, Kompetenzen und Verantwortungsbereiche des Product Managers, seine Arbeitstechniken und -instrumente und auch die Organisation und Einführung des Product Managements in einem Unternehmen. Durch seine praxisgerechten Empfehlungen vermittelt das Buch vor allem Hintergrundwissen und Informationen zur Beurteilung alternativer Lösungsmöglichkeiten. Die gegebenen generellen Lösungsempfehlungen laufen dabei auf die Anwendung einer reduzierten Form der Matrix-Organisation in Verbindung mit dem Charting-System und dem Führungskonzept des Managements by objectives hinaus. Das Ende jeden Kapitels bildet eine Zusammenfassung des Grundsätzlichen und eine Aufzählung der wichtigsten Literaturhinweise.