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

Herausgeber: Schweizerische Vereinigung von Textilfachleuten

Band: 79 (1972)

Heft: 7

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: 14.07.2025

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

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 Problemkreis 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 «Unternehmungsplanung», «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 schlagkrätfigen 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.