Zeitschrift: Mitteilungen über Textilindustrie : schweizerische Fachschrift für die gesamte Textilindustrie

Herausgeber: Verein Ehemaliger Textilfachschüler Zürich und Angehöriger der Textilindustrie

Band: 77 (1970)

Heft: 12

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: 01.07.2025

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

grösseren Städten nicht, gepflegte, elegante und gut angezogene Frauen. Für Besucher aus westlichen Ländern wirken die sowjetischen Frauen ziemlich reizlos.

Vergleich mit dem Westen

Aus Gesprächen mit Russen geht hervor, dass ihnen die politischen Systeme des Westens und die westliche Gesellschaftsordnung völlig fremd sind. Sie können sich die Verhältnisse im Westen gar nicht vorstellen. Für einen Russen ist es unvorstellbar, dass man frei die Arbeitsstelle wechseln kann, ohne weiteres in eine andere Stadt ziehen darf, die Regierung kritisieren kann, irgend etwas in die Zeitung schreibt, einem Polizisten seine Meinung sagt und nicht ohne weiteres verhaftet werden kann. Demokratie ist für sie ein Begriff, den sie gar nicht verstehen; ebenso verhält es sich mit dem Begriff des freiheitlichen Rechtsstaates. Hingegen ist den Russen bekannt und bewusst, dass der Lebensstandard im Westen viel höher ist. Immer wieder wurde uns gesagt: «Euch geht es viel besser als uns.» Um diesen Lebensstandard wird der Westen beneidet, und man hat den Eindruck, dass die russische Bevölkerung heute sehr stark nach einem höheren Lebensstandard strebt. Allerdings stiessen wir immer wieder auf Ungläubigkeit, wenn wir auf drängende Fragen darlegten, wieviel ein Arbeiter, eine Sekretärin, ein Arzt, ein Direktor im Westen verdient. Dass ein «Mustang», ein «Rover», ein «Ford» Privatautos von Leuten des Bürgertums sind und dass man ferienhalber nach Russland reist, wurde auch nicht ganz geglaubt. Obwohl die Kapitalisten systematisch schlecht gemacht werden, werden sie im Geheimen bewundert. Ein offizieller Führer erzählte uns, wie bei ihnen die obersten politischen Funktionäre im Luxus leben können und schloss mit den Worten: «Sie sehen, auch wir haben Kapitalisten, nur nicht so viele wie bei Ihnen, aber das kommt schon noch.» Das höchste Lob, das die Russen für etwas Neues finden, heisst, «das sehe auch ganz amerikanisch aus». Das neueste Hotel in Moskau, das Russia, wird als Hotel mit amerikanischem Komfort angepriesen. Von den neuen Hochhäusern in Moskau sagte man uns, die seien «ganz wie in Amerika».

Im ganzen scheint der Drang der Russen – mit dem Blick auf den Westen – eher nach höherem Lebensstandard als nach grundlegenden politischen Veränderungen zu gehen. Aber nicht in erster Linie der tiefe Lebensstandard, sondern die Lebensumstände des totalitären Systems sind es, die den grossen Unterschied zwischen der Sowjetunion und westlichen Ländern ausmachen. H. R.

Literatur

Nähwirktechnik – Ing. Hermann Kirchenberger, 60 Seiten, 39 Abbildungen, 21 × 14,8 cm, DM 20.–, Verlag: Melliand Textilberichte, D-68 Heidelberg 1, Rohrbacherstrasse 76.

Seit rund 12 Jahren wird von einer neuen Textiltechnik gesprochen, von der Nähwirktechnik. Wie das Wort Nähwirken zweiteilig ist, besteht auch diese neue Technik aus zwei Teilen, aus Nähen und Wirken.

Berichte über diese Technik sind in den letzten Jahren in vielen Fachschriften erschienen. Eine Zusammenfassung über diese Probleme fehlte jedoch. Ing. Hermann Kirchenberger, Fachoberlehrer an der Höheren Bundeslehr- und Versuchsanstalt für Textilindustrie, Wien, der sich seit Jahren speziell mit diesem Themenkreis befasste, hat nun in verdankenswerter Weise eine Schrift verfasst, die knapp, aber übersichtlich und instruktiv den Leser über die Nähwirktechnik orientiert, und zwar aufgrund der Mali- und Arachnefabrikate.

Der Verfasser sagt, dass die Nähwirkmaschinen prinzipiell aus folgenden Einheiten bestehen:

1. Der Einrichtung zum Vorlegen des Nähgutes, z. B. des Faservlieses als Wickel, der Kettfäden auf Kreuzspulen oder Kettbäumen, der Schussfäden auf Kreuzspulen oder der Grundware auf Wickel oder direkt von der Herstellungsmaschine her.
2. Der Einrichtung zur Vorlage der Nähfäden auf Spulen oder Fadenbäumen.
3. Der eigentlichen Nähwirkmaschine mit allen Teilen für den Wirkvorgang.
4. Der Ablage der fertigen Ware mittels Ablageeinrichtung auf Transportwagen oder zum Aufrollen auf Wickel.

In weiteren stellt H. Kirchenberger die Maschinen der Mali-Serie vor (Maliwatt, Malimo, Malipol), die vom VEB-Nähwirkmaschinenbau in Karl-Marx-Stadt gebaut werden. Die Namen der Maschinen setzen sich aus dem Namen des Erfinders Mauersberger (MA) und seinem Wohnort Limbach (LI) sowie der ersten Silbe der herzustellenden Nähwirkware Watte (WATT), Molton (M0) oder Polware (POL) zusammen. Ohne auf konstruktive Einzelheiten einzugehen, hat der Verfasser anhand von Abbildungen die verschiedenen Maschinentypen und ihre Aggregate, inklusive Bindungsbilder, beschrieben.

Im gleichen Sinne ist auch auf die Arachne-Maschinen (Tschechoslowakei) hingewiesen. Wir finden hier die Bezeichnungen «Arachne» für Vliesstoffe mit Nähfäden, «Arabewa» für Vliesstoffe ohne Nähfäden, «Araknit» für Fadenverbundstoffe nur aus Längsfäden und «Araloop» für kombinierte Verbundstoffe = Polfäden mit Grundware.

Ueber die phantastischen Leistungen der Nähwirkmaschinen gibt eine Tabelle Auskunft.

Es stellt sich die Frage, warum überhaupt Nähwirkmaschinen geschaffen wurden. Heinrich Mauersberger, der Erfinder der Mali-Maschinen, sagte:

«Die Notzeit nach dem Zweiten Weltkrieg, die mich als Chemiker-Coloristen aus der Bahn geworfen hat, liess den Gedanken aufkommen: Uebertragung der Produktionsgeschwindigkeit der Nähmaschine auf die Stoffherstellung durch Uebernähen von Fadenlagen und Watteschichten und damit Aufrollen, Ueberprüfen und Koordinieren bekannter Technologien der Stoffherstellung von diesem neuen Prinzip her.» Hg.

Das Marketing neuer Produkte – Eberhard Eugen Scheuing. 236 Seiten, Leinen, DM 34.–. Betriebswirtschaftlicher Verlag Dr. Th. Gabler GmbH, Wiesbaden 1970.

Marketing ist das Analysieren, Organisieren, Planen und Kontrollieren der kundenwirksamen Einrichtungen, Strategien und Aktivitäten eines Unternehmens im Hinblick auf die gewinnbringende Befriedigung der Bedürfnisse und Wünsche der Verbraucher. In den dreissiger Jahren in den USA zum erstenmal konsequent praktiziert, hat das Marketingdenken, das, wie aus der Definition hervorgeht, deutlich verbraucherorientiert ist, heute in alle modern geführten Unternehmen Eingang gefunden und die früher übliche Produktionsorientierung weitgehend verdrängt. Ein Produkt wird nun nicht mehr verkauft, sondern «vermarktet».

Besondere Bedeutung hat das Marketing neuer Produkte; denn in unserer hochentwickelten Wirtschaft ist die Entwicklung und Einführung immer wieder neuer Produkteigenschaften und -formen eine condition sine qua non des wünschenswerten und notwendigen Wachstums. Scheuing, der aus eigener praktischer Erfahrung und seiner Lehrtätigkeit an amerikanischen Universitäten die modernen amerikanischen Marketingmethoden kennt, behandelt alle Fragen und Teilgebiete des Marketings neuer Erzeugnisse, beginnend beim frühesten Stadium, der Suche nach Produktideen, bis zur endgültigen Einführung im Markt. Nach einer Erläuterung des Wesens des neuen Marketingkonzepts und des Produkt-Managements befasst er sich im zweiten Teil mit der Evolution neuer Produkte, d. h. dem Prozess, der von der ersten vagen Vorstellung von einem neuen Produkt bis zur Feststellung des beginnenden Markterfolgs oder zur Aufgabe der Idee führt. Im dritten Teil stellt er die Markteinführung dar. Besonders ausführlich bespricht er hier alle Komponenten des Marketing Mix: Produktpolitik, Werbepolitik, Konditionenpolitik, Servicepolitik, Absatzwegspolitik, Verpackungspolitik und Markenpolitik. Im vierten Teil schliesslich behandelt er den Lebenszyklus eines Produktmarktes. Anhand eines theoretischen Modells, das dann auf Grund empirischer Untersuchungen abgewandelt wird, diskutiert er zusammenfassend nochmals die in den drei vorhergehenden Teilen gewonnenen Erkenntnisse.

Betriebswirtschaftliche Absatz- und Marktforschung – Ernst Gerth. 335 Seiten, Leinen, DM 38.50. Betriebswirtschaftlicher Verlag Dr. Th. Gabler GmbH, Wiesbaden 1970.

Das Buch gibt einen Ueberblick über die Probleme und Lösungsmöglichkeiten, die bei der Absatz- und Absatzmarktforschung bestehen. Dabei steht die Frage im Vordergrund: Wie kann die Unternehmung die für ihre absatzpolitischen Entscheidungen relevanten Informationen erlangen? Die Absatz- und Marktforschungsaufgaben sind dabei unter dem doppelten Aspekt, nämlich der zu beachtenden markteigenen und der absatzpolitisch relevanten Beziehungen, zu formulieren.

Das Buch widmet sich daher zunächst den Fragen, wie die Absatz- und Marktforschung im einzelnen angelegt werden muss, um diesen Anforderungen gerecht zu werden. Dazu werden die beiden Problemkreise des Marktes und der Absatzpolitik in einem systematischen Lernprozess miteinander verknüpft und die sich daraus ergebenden Folgerungen gezogen. Im weiteren werden die Methoden der Absatz- und Marktforschung dargestellt. Dabei wird wiederum auf die Aussagefähigkeit der mit ihnen erzielbaren Kenntnisse für die Absatzpolitik der Unternehmung eingegangen. Zum Schluss werden die Hauptprobleme, die bei der Anlage, Durchführung und Auswertung einer einzelnen Erhebung auftreten, behandelt.

Mit dieser Anlage und Stoffgliederung wird der Gesichtspunkt konsequent verfolgt, dass die moderne betriebswirtschaftliche Absatz- und Marktforschungslehre gleichermassen von den absatzpolitischen Problemen und von den Methoden bestimmt wird.

Optimale Lagerhaltung bei ungenauen Daten – Dr. Josef Brunnberg. Band 8 der Schriften zur theoretischen und angewandten Betriebswirtschaftslehre, herausgegeben von Professor Dr. Ludwig Pack. 342 Seiten, Leinen, DM 37.80. Betriebswirtschaftlicher Verlag Dr. Th. Gabler GmbH, Wiesbaden 1970.

Wie genau müssen die vom Rechnungswesen bereitgestellten Daten für ein Optimierungsmodell sein? Dies ist die grundsätzliche Frage, die der Verfasser der vorliegenden Arbeit für den Bereich der Lagerhaltungsmodelle zu beantworten versucht. Er geht davon aus, dass es nicht auf absolute Genauigkeit an sich ankommt, sondern auf eine hinreichende Uebereinstimmung zwischen Medelloptimum und realem Optimum. Sein Kernanliegen ist deshalb die Untersuchung der Frage, in welchem Masse der auf der Basis unexakter Daten ermittelte optimale Zielwert eines Lagerhaltungsmodells von dem Zielwert abweicht, der sich bei Verwendung der exakten Daten als optimal ergibt.

Der Verfasser untersucht diese Frage zunächst für den Fall, dass nur ein einziger der in ein Lagerhaltungsmodell eingehenden Parameterwerte nicht ganz exakt ist. Anschliessend arbeitet er die Verbundwirkung mehrerer ungenauer Parameterwerte heraus. Auf diese Weise gelingt dem Verfasser der Nachweis, dass Lagerhaltungsmodelle gegenüber Aenderungen der Parameterwerte und infolgedessen auch in bezug auf Abweichungen der in die Optimierungsrechnung eingeführten Parameterwerte von den exakten Werten relativ wenig reagieren. Gleichzeitig kann er dadurch zeigen, mit welcher Genauigkeit das innerbetriebliche Rechnungswesen die in Optimierungsmodelle eingehenden Daten bereitstellen muss, wenn aus diesen Modellen Ergebnisse hervorgehen sollen, die einen vorgegebenen Genauigkeitsgrad nicht unterschreiten. Da dieser Sachverhalt für Lagergüter schlechthin abgeleitet wird, kommt ihm allgemeine Bedeutung zu, unabhängig davon, ob Rohstoffe, Halbprodukte oder Fertigwaren gelagert werden.

Der ökonomische Gewinn — Wolfgang Wegmann. Band 14 der Schriftenreihe «Betriebswirtschaftliche Beiträge», herausgegeben von Dr. Hans Münstermann, ord. Professor der Betriebswirtschaftslehre an der Universität Köln. 146 Seiten, Leinen, DM 19.50. Betriebswirtschaftlicher Verlag Dr. Th. Gabler GmbH, Wiesbaden 1970.

In der recht lebhaften Diskussion über die zweckmässige Ausgestaltung des Jahresabschlusses wurde der Konzeption des ökonomischen Gewinns viel Raum gewidmet. Im Gegensetz zum herkömmlichen Bilanzgewinn handelt es sich hier um einen Erfolgsbegriff, der sich an zukünftigen Zahlengrössen orientiert und insofern einen echten Verbesserungsvorschlag darstellt.

Der Autor stellt zunächst die unterschiedlichen Spielarten ökonomischer Gewinnkonzeptionen in straffer Form dar. Die Untersuchung der Frage, welche Bedeutung dem ökonomischen Gewinn als Informationsinstrument für die unterschiedlichen Bilanzinteressenten zukommt, bildet den eigentlichen Schwerpunkt der Untersuchung. Dabei stehen auf der einen Seite die Unternehmensleitung und auf der anderen Seite ausserhalb der dispositiven Sphäre der Unternehmen die Anteilseigner und die Kreditgeber.

Der Verfasser hat in seine Darstellung beispielshaft zwei der bedeutendsten deutschen Aktiengesellschaften mit einbezogen und seine Ausführungen durch instruktive Zahlenbeispiele und aktuelle Tabellen ergänzt. Wegmann, der selbst seit längerer Zeit an führender Stelle in einem Industrieunternehmen tätig ist, will vor allem auch dem Praktiker, der um einen zweckmässigen und möglichst informativen Ausweis der Rechnungsdaten bemüht ist, konkrete Hinweise geben und Anregungen vermitteln.

Bürotechnik für jedermann — Gottfried Weilenmann / Georges Thiriet. 204 Seiten, kartoniert, Fr. 12.80. Verlag des Schweizerischen Kaufmännischen Vereins, Zürich 1970.

Die methodisch gut gegliederte Neuerscheinung berücksichtigt alle Erkenntnisse der modernen Unterrichtslehre. Auch für eine rationelle betriebsinterne Schulung (Umschulung von Arbeitskräften aus anderen Berufen) wird diese «Bürotechnik für jedermann» eine wertvolle Hilfe sein. Der Leitfaden ist für jede Unterrichtsstufe geeignet (Mittelschule — Berufsschule — betriebsinterne Schulung — Selbstunterricht).

Der Text lässt erkennen, dass es sich bei den Verfassern um erfahrene Praktiker und Organisatoren handelt, die aber auch die Bedürfnisse der Schule sehr gut kennen. Ohne Zweifel verspricht das Buch nicht zuviel, wenn es sich im Vorwort zum Ziele setzt, dem Leser zu zeigen, wie man mehr leisten kann und gleichzeitig leichter arbeitet.

Die Wiederholungs- und Testfragen am Schlusse eines jeden Abschnittes mit den dazugehörenden Lösungen erleichtern die Arbeit im Unterricht. Auch ermöglichen sie die Durcharbeitung des Lehrganges. im Selbstunterricht.

Das in einem lebendigen Stil geschriebene Lehrbuch bietet den Stoff in leicht verständlicher Art dar. Da es für die verschiedensten Bedürfnisse geschaffen ist, müssen Schulen mit geringer Unterrichtszeit natürlich eine Stoffauswahl treffen und dem Schüler den Rest zum häuslichen Studium überlassen. Dieser wird die Arbeit auch willig auf sich nehmen, erkennt er doch sehr bald, dass ihm das Buch ermöglicht, seine Arbeitstechnik zu rationalisieren und bessere Arbeit leichter zu leisten.

Die zweckmässige Kartei — wichtigste Nebensächlichkeit im Betrieb — Gottfried Weilenmann. Band 7 der SKV-Taschenbuchreihe. 128 Seiten, kartoniert, Fr. 5.—. Verlag des Schweizerischen Kaufmännischen Vereins, Zürich 1970.

Seit eh und je sind Karteien ein vielverwendetes Objekt in allen Sparten der Wirtschaft. Karteien sind Speicher konzentrierter Informationen. Sie sind aber auch Ordnungshilfen, ja sogar Planungshilfmittel, denn Karteien lassen sich bereitern. Als weitere Vorteile für die Kartei kann man angeben: Karteien sind billig in der Anschaffung, und sie brauchen wenig Platz. Die Karteiführung ist einfach und kann deshalb auch von Hilfspersonal besorgt werden.

Das Wissen der Menschheit nimmt gewaltig zu. Jeder einzelne braucht für seine tägliche Arbeit je länger, je mehr Informationen. Diese Fülle von Nachrichten muss er auf kleinem Raum speichern und wenn nötig sofort einsehen können. Nur auf diese Weise kann wirklich rationell gearbeitet werden. Die Kartei ist dazu das geeignetste Hilfsmittel.

Dieses Buch vermittelt einen umfassenden Ueberblick über sämtliche verfügbaren Karteimöglichkeiten. Die einzelnen Modelle werden nicht nur besprochen und zum Teil mit Bild vorgestellt; der Autor geht auch auf deren spezifischen Verwendungsmöglichkeiten ein. Der Leser kann sich also genau nach seinen Bedürfnissen orientieren.

Reden ist immerhin Silber — Sprechtechnik und Rhetorik — Karl Wagner. Band 8 der SKV-Taschenbuchreihe. 128 Seiten, kartoniert, Fr. 5.—. Verlag des Schweizerischen Kaufmännischen Vereins, Zürich 1970.

Es gibt leider sehr viele Menschen, die trotz enger Beziehung zur Sprache eine arme und verdorrte Art des mündlichen Ausdrucks haben. Der mitzuteilende Geist aber soll nicht nur vage durchblicken, sondern mit der Suggestivkraft unserer Sprechweise und Stimme auf den Zuhörer einwirken.

Die Begabung zum Sprechen und zum Sprechenlernen ist in jedem gesunden Menschen in normalem Masse vorhanden. Alle scheinbar Unbegabten sind Schwierigkeiten unterworfen, die durch richtige Handhabung und Erkenntnisse weitgehend ausgeschaltet werden können.

Dieses Buch ist ein abgeschlossener Lehrgang für Sprechtechnik und Rhetorik und ist bestimmt für Kaufleute, Politiker und Berufssprecher, also für Menschen, die an den Brennpunkten unseres öffentlichen Lebens stehen. Der Leser kann anhand von Beispielen und Uebungstexten seine Sprech- und Redetechnik verbessern und ausfeilen. Viele Abbildungen tragen zum besseren Verständnis des Sprechvorganges bei.