

Hamburgisches Welt-Wirtschafts-Archiv (HWWA) (Ed.)

Article — Digitized Version

Mitteilungen aus Industrie und Wirtschaft: Kapitalerhöhung bei EAG - Neuer Demag-Motor, Type "K" - Büssing im Ausland - Vereinsbank plant Kapitalerhöhung - Kubanischer Auftrag für MaK - Neue Maschinen der IBM Deutschland - Neue Verpackungsfolie

Wirtschaftsdienst

Suggested Citation: Hamburgisches Welt-Wirtschafts-Archiv (HWWA) (Ed.) (1955) : Mitteilungen aus Industrie und Wirtschaft: Kapitalerhöhung bei EAG - Neuer Demag-Motor, Type "K" - Büssing im Ausland - Vereinsbank plant Kapitalerhöhung - Kubanischer Auftrag für MaK - Neue Maschinen der IBM Deutschland - Neue Verpackungsfolie, Wirtschaftsdienst, ISSN 0043-6275, Verlag Weltarchiv, Hamburg, Vol. 35, Iss. 9, pp. 539-540

This Version is available at:

<https://hdl.handle.net/10419/132159>

Standard-Nutzungsbedingungen:

Die Dokumente auf EconStor dürfen zu eigenen wissenschaftlichen Zwecken und zum Privatgebrauch gespeichert und kopiert werden.

Sie dürfen die Dokumente nicht für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, öffentlich zugänglich machen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Sofern die Verfasser die Dokumente unter Open-Content-Lizenzen (insbesondere CC-Lizenzen) zur Verfügung gestellt haben sollten, gelten abweichend von diesen Nutzungsbedingungen die in der dort genannten Lizenz gewährten Nutzungsrechte.

Terms of use:

Documents in EconStor may be saved and copied for your personal and scholarly purposes.

You are not to copy documents for public or commercial purposes, to exhibit the documents publicly, to make them publicly available on the internet, or to distribute or otherwise use the documents in public.

If the documents have been made available under an Open Content Licence (especially Creative Commons Licences), you may exercise further usage rights as specified in the indicated licence.

Mitteilungen aus Industrie und Wirtschaft

Kapitalerhöhung bei AEG

Am 1. September 1955 hat in Frankfurt/M. eine Sitzung des Aufsichtsrates der Allgemeinen Elektrizitäts-Gesellschaft stattgefunden. Nach Mitteilung der Verwaltung war der Geschäftsgang in dem am 30. September ablaufenden Geschäftsjahr befriedigend. Umsatz und Auftragseingang liegen erheblich über den Ziffern des Vorjahres; in der Zeit vom 1. Oktober 1954 bis 31. Juli 1955 wurde bereits der Umsatz des gesamten vorigen Geschäftsjahres von 736 Mill. DM erreicht. Die Zahl der Beschäftigten ist auf rd. 44 900 (40 600 am 30. 9. 54) gestiegen. Auch die Tochtergesellschaften haben ihren Geschäftsumfang erweitern können und sich zufriedenstellend entwickelt.

Einer außerordentlichen Hauptversammlung der AEG, die am 22. 9. 55 in Berlin stattfindet, soll die erwartete Kapitalerhöhung um 55 Mill. DM auf 165 Mill. DM zur Beschlußfassung vorgelegt werden. Der Bezugskurs soll 135 % (zuzüglich Börsenumsatzsteuer) bei Dividendenberechtigung der neuen Aktien ab 1. 10. 55 betragen. Die neuen Aktien lauten auf 100 DM und 1000 DM und werden den Aktionären von den die Emission übernehmenden Banken im Verhältnis 2:1 angeboten werden. Bei einem Börsenkurs von zur Zeit etwas über 300 würde sich hierbei ein günstiges Bezugsrecht ergeben.

Die AEG hat bereits im Jahre 1954 ihr Grundkapital um 22 Mill. DM auf 110 Mill. DM erhöht. Die neue Kapitalerhöhung, auf deren Notwendigkeit die Verwaltung wiederholt hingewiesen hat, ist durch die anhaltend starke Geschäftsausweitung bei der AEG und ihren Tochtergesellschaften erforderlich geworden und wird dazu beitragen, das Verhältnis zwischen Eigen- und Fremdkapital zu verbessern.

Die Dividende für das laufende Geschäftsjahr ist auf das Grundkapital von 110 Mill. DM auszuschütten und wird jedenfalls nicht unter dem im Vorjahr verteilten Satz von 8 % liegen. (AEG, Frankfurt/Main)

Neuer DEMAG-Motor, Type „K“

Auf der diesjährigen Werkzeugmaschinen-Ausstellung Hannover stellt die DEMAG ihren neuen Motor Type „K“ aus. Es handelt sich um einen Drehstrom-Kurzschlußläufermotor mit Verschiebeläuferbremse; er unterscheidet sich gegenüber dem bisherigen Modell „M“ durch wesentliche Verbesserungen. Der DEMAG-Motor vereinigt die Betriebssicherheit des Drehstrom-Kurzschlußläufermotors mit der einfachen und sicheren Bremsung durch das Verschiebeläuferprinzip.

Die Arbeitsweise des DEMAG-Motors ist folgende: Im stromlosen Zustand wird der konisch ausgeführte Läufer durch eine Bremsfeder aus dem ebenfalls konisch ausgeführten Ständer um ca. 1 mm herausgedrückt. Dadurch kommt eine auf der Läuferwelle be-

festigte Bremscheibe an eine Bremsfläche zur Anlage. Der Motor ist somit im Stillstand grundsätzlich abgebremst. Beim Einschalten wird der Läufer durch die magnetische Kraft des Ständerfeldes gegen die Kraft der Bremsfeder bis zu einem dem normalen Luftspalt entsprechenden Anschlag in den konischen Ständer hineingezogen. Dadurch kommt die Bremscheibe von der Bremsfläche frei, und der Motor kann ungehindert — wie jeder normale Motor — hochlaufen.

Die Vorzüge des DEMAG-Motors sind folgende: 1. Großes Bremsmoment. 2. Einfache und feinfühligke Bremsnachstellung von außen her durch Drehen an einer Wringmutter; die Nachstellung ist auch unter Last möglich, was z. B. für Hebezeuge und Aufzüge wichtig ist. 3. Weiche und gedämpfte Bremsung durch Verwendung eines Spezialbremsbelages; die Erneuerung dieses Bremsbelages nach Abnutzung ist in nur wenigen Minuten möglich. 4. Äußerst robuste Bauart durch Verwendung kräftiger Graugußgehäuse und Schildlager, durch Verstärkung von Welle und Lagerung und durch Vergrößerung des Klemmbrettkastens. 5. Moderne äußere Formgebung. 6. Ein neuartiges Bremslüftgerät, das jederzeit angebaut werden kann, gestattet die Lüftung der Bremse im Stillstand.

Der DEMAG-Motor, Type „K“, wird vorteilhaft angewendet: 1. Zum Abbremsen von Lasten und sonstigen negativen Momenten. 2. Zum Abbremsen von größeren Schwungmassen zwecks Vermeidung von Verlustzeiten und unerwünschtem Nachlauf. 3. Zum Abbremsen von Verstellantrieben zur Erhöhung der Einstellgenauigkeit. 4. Zum Abbremsen von Maschinenteilen im Gefahrenfall zur Vermeidung von Unfällen und Ausschuß.

(DEMAG-ZUG GmbH, Wetter-Ruhr)

BUSSING im Ausland

BUSSING wird auf der diesjährigen internationalen Messe in Thessaloniki in der Zeit vom 4.—25. September seine Fahrzeuge dem griechischen Publikum vorführen. Ein Wasserwerfer Typ 4000/100 PS (Aufbau Hermann Fischer Tankanlagen, Berlin-Mariendorf) mit Unterflur-Dieselmotor sowie zwei Schwerlastwagen Typ 6000/120 PS in Pritschenausführung werden auf dem Ausstellungsstand gezeigt. Griechenland gilt beim Braunschweiger Werk als eines der traditionellen Absatzgebiete, und man erhofft sich auch von der Beteiligung an dieser Messe gute Exporterfolge.

In Südamerika konnte BUSSING gegen schwerste internationale Konkurrenz den Großauftrag der kolumbianischen Hauptstadt Bogotá auf Lieferung von 200 kompletten Trambussen mittlerer Bauart mit Unterflur-Dieselmotor erhalten. Der Serienbau ist im Braunschweiger Werk im vollen Gange. Be-

reits im September werden die ersten Fahrzeuge in deutschen Häfen nach Übersee verladen.

(BUSSING Nutzkraftwagen GmbH, Braunschweig)

Vereinsbank plant Kapitalerhöhung

In der Aufsichtsratsitzung der Bank vom 19. August 1955 wurde beschlossen, einer außerordentlichen Hauptversammlung, die auf den 14. Oktober 1955 einberufen wird, die Erhöhung des Aktienkapitals von 12 Mill. auf 16 Mill. DM vorzuschlagen. Die neuen 4 Mill. DM Aktien sollen den alten Aktionären im Verhältnis 3:1 zu 100 % angeboten werden und mit Dividendenberechtigung ab 1. Januar 1955 ausgestattet sein.

Zum Umfang dieser Kapitalerhöhung wird bemerkt, daß sie bei an sich ausreichendem Verhältnis zwischen eigenen Mitteln und Verpflichtungen einer weiteren Entwicklung Rechnung tragen und die Aktionäre in den Genuß eines günstigen Bezugsrechtes bringen soll. Das Geschäftsjahr nimmt einen zufriedenstellenden Verlauf und berechtigt zu der Erwartung auf eine mindestens gleichbleibende Dividende (im Vorjahr 9 %). Mit Rücksicht auf die Dividendenberechtigung der neuen Aktien ab 1. Januar 1955 kommt das Ergebnis des laufenden Geschäftsjahres den Aktionären in erhöhtem Maße zugute.

(Vereinsbank in Hamburg)

Kubanischer Auftrag für MaK

Die Maschinenbau Kiel hat seitens der Ferrocarriles Occidentales in Habana/Kuba bedeutende Aufträge auf dieselhydraulische Lokomotiven für die Republik Kuba erhalten. Obwohl die amerikanische Industrie mit ihren diesel-elektrischen Lokomotiven den amerikanischen Kontinent beherrscht und dieser Einfluß in erheblichem Maße auch nach Mittel- und Südamerika ausstrahlt, konnte die MaK im Wettbewerb gegen 50 bedeutende Unternehmen die kubanischen Aufträge erhalten, da sie hinsichtlich bewährter Konstruktionen, Kürze der Lieferzeit und günstiger Preise Vorteile bot. Die im Jahre 1954 gelieferte Probemaschine setzte sich im Wettbewerb mit ausländischen Maschinen anderer Bauart hervorragend durch und wurde der besonderen Struktur des kubanischen Eisenbahnverkehrs trotz härtester Bedingungen zur vollen Zufriedenheit gerecht, so daß dem Erstauftrag von 24 dieselhydraulischen 800 PS-Lokomotiven ein weiterer Auftrag auf 13 dieselhydraulische Lokomotiven 600 PS folgte.

Die Maschinenbau Kiel verfolgt den Weg, für alle Motorlokomotivtypen möglichst viele Baugruppen zu vereinheitlichen, z. B. die Antriebsmotoren und Getriebe, Kühlergruppen, Führerhaus mit Einrichtung etc. Die von der MaK in eigener Fertigung hergestellten Motoren sind auf derselben Grundtype M 300 aufgebaut, d. h. sämtliche Ver-

schleifteile, wie Kolben, Laufbüchsen usw., sind für alle Größen der MaK-Lokomotivmotoren gleich. Die von der MaK gefertigten Lokomotiven, deren Leistungsabstufungen z. Z. auf 240 PS, 400 PS, 600 PS, 800 PS, 1000 PS, 1300 PS, 1600 PS, 2000 PS und 2400 PS festgelegt sind, zeigen die Merkmale einer nach Kriegsende intensiv durchgeführten technischen Entwicklungsarbeit.

Ein Jahr für Jahr sich erweiternder Kreis von Eisenbahnverwaltungen macht sich diese neuen, in langjähriger Arbeit geschaffenen Vorteile zunutze. Als ständige Auftraggeber sind außer zahlreichen in- und ausländischen Privatbahnen und vielen Industrieunternehmen zu nennen: Deutsche Bundesbahn, Norwegische Staatsbahn, Schwedische Staatsbahn, Great Northern Railway Irland, Nigerische Staatsbahn, Kubanische Staatsbahn, Türkische Staatsbahn. (Maschinenbau Kiel AG)

Neue Maschinen der IBM Deutschland Routinearbeit kann auch im Büro von Maschinen ausgeführt werden. Die klassischen IBM-Lochkartenmaschinen bewältigen bereits die Abrechnung umfangreichsten Zahlenmaterials. Völlig neue Möglichkeiten eröffnen jetzt die EDPM-Anlagen (EDPM = Electronic Data Processing Machine), die nicht nur Rechengänge mit unvorstellbarer Geschwindigkeit ausführen können, sondern darüber hinaus ein umfangreiches „Gedächtnis“ in Form von Speichern besitzen und als wichtigste Eigenschaft die Fähigkeit haben, selbst-

ständig logische Entscheidungen zu treffen, je nach den Gegebenheiten des Einzelfalls. Die Regeln und Arbeitsvorschriften werden diesen EDPM-Anlagen in Form eines „Programms“ eingegeben. Eine unbegrenzte Anzahl von Daten kann dann mit Höchstgeschwindigkeit sinnvoll verarbeitet werden. Nicht nur die Arbeitsgeschwindigkeit der EDPM-Anlagen, sondern vor allem ihre Zuverlässigkeit ist für die praktische Anwendung von entscheidender Bedeutung. Die Maschine hat schließlich keine „Nerven“. Die vielfältigen störenden Einwirkungen des Bürobeetriebs (Lärm, Temperatur, Betriebsklima) existieren nicht für die Maschine. Somit ist die Konzentration auf die Arbeit, die sich der Mensch unter diesen Umständen stets neu erkämpfen muß, ständig gegeben.

Der kaufmännische Angestellte wird durch die Maschine nicht brotlos. Die Maschine befreit ihn von untergeordneten Tätigkeiten, die nichts mit der vornehmsten Fähigkeit des Menschen, nämlich dem schöpferischen Denken zu tun haben. Mit Hilfe von Maschinen kann die Qualität der kaufmännischen Verwaltungsarbeit gesteigert werden. Die Betriebe können die verloren gegangene Übersicht über die betrieblichen Zusammenhänge zurückgewinnen. Die kaufmännische Verwaltungsarbeit gewinnt wieder an Wert, indem die Lenkungsfunction in den Vordergrund tritt.

(Internationale Büromaschinen GmbH, Sindelfingen)

Neue Verpackungsfolie

Die Dow Chemical Company, Midland/Michigan (USA), hat unter dem Namen „SARAN-Film“ in den letzten Jahren eine Verpackungsfolie entwickelt, die sich auf dem amerikanischen Markt immer stärker durchgesetzt hat und seit einigen Monaten auch in der Bundesrepublik steigende Beachtung bei der Lebensmittelindustrie findet.

SARAN-Film ist eine Kunststoff-Folie (Mischpolimerisat aus Vinylidenchlorid-Vinylchlorid) und wird in verschiedenen Stärken zwischen 0,01 und 0,05 mm geliefert. Bereits bei der Herstellung wird dem SARAN-Film der je nach Verwendungszweck gewünschte Oberflächencharakter (haftend, nicht haftend etc.) verliehen. Die hervorstechendsten Eigenschaften des SARAN-Films, der sowohl in farblos glasklar als auch in farbig geliefert werden kann, sind: höchste Transparenz, hohe mechanische Festigkeit, Wasserdampf- und absolute Aromadichte, Beständigkeit gegen Alkohole, Fette und alle Lebensmittel, Heißsiegelfähigkeit. Diese Eigenschaften eröffnen neue Anwendungsmöglichkeiten, die den bislang bekannten Verpackungsfolien aller Art verschlossen waren.

Der Import von DOW-SARAN-Film in die Bundesrepublik wird durch den Vertreter der Dow Chemical Company, Firma Otto Krahn, Hamburg 11, Grimm 14, durchgeführt.

(Otto Krahn, Hamburg)

Buchbesprechungen

Burkhardt Röper: „Die vertikale Preisbindung bei Markenartikeln. Untersuchungen über Preisbildungs- und Preisbindungsvorgänge in der Wirklichkeit.“ J. C. B. Mohr (Paul Siebeck), Tübingen 1955, 194 S.

Dieses Buch will die in der theoretischen Schrift Röpers über „Die Konkurrenz und ihre Fehlentwicklungen“ (Berlin 1952) gewonnenen Erkenntnisse auf die Wirklichkeit anwenden und namentlich die ordnungspolitische Wirkung der vertikalen Preisbindung bei Markenartikeln untersuchen. Es erscheint in einem Zeitpunkt, in dem die nach der Geldreform zunächst rechtspolitische, seit Ende 1952 auch wirtschaftspolitische Diskussion über diese alte Streitfrage weitgehend in These und Antithese erstarrt ist. Von den Grenz- und Zwischenmarktformen ausgehend stellt Röper fest, daß reine Konkurrenzmärkte in der Wirklichkeit selten vorkommen; neben den Preiswettbewerb treten andere Wettbewerbselemente wie Qualität, Kundendienst und Werbung, für die sich u. E. der Sammelbegriff „Zusatzleistungen“ eignet, und dämpfen die Preiskonkurrenz ein (Einzelhandelsmärkte zeichnen sich des-

halb nach Röper gegenüber den „neurotischen“ internationalen Warenmärkten durch ein größeres „Preisphlegma“ aus). Daraus folgert Röper mit E. H. Chamberlin, „daß ein gewisses Maß an monopolistischen Elementen oder Unvollkommenheiten der Märkte notwendig ist, um zu einer bestmöglichen Verbraucherversorgung zu gelangen.“ Man wird dazu fragen dürfen, ob hier nicht bisweilen schon von monopolistischen Elementen die Rede ist, wenn es sich um eine größere Kompliziertheit des Wettbewerbs handelt? Nach einem systematischen Überblick über die Spannenbildung und Kennzeichnung der Marktformen im Einzelhandel kommt auch Röper zu der aus der handelsbetrieblichen Literatur bekannten Ansicht, daß im Einzelhandel die „monopolistische Konkurrenz“ — eine Kombination von monopolistischen Elementen mit Wettbewerbselementen — vorherrschend sei. Die bei der Frage der Preisträgheit des Einzelhandels gezogene Parallele zwischen fixen Kosten des Einzelhandels und der Industrie geht von hohen fixen Kosten im Einzelhandel aus; die Zahl von 70 % bezieht

sich aber nur auf die innerbetrieblichen Kosten des Einzelhandels, weshalb die fixen Kosten im Einzelhandel nicht ohne weiteres als hoch bezeichnet und mit den fixen Kosten in der Industrie verglichen werden können.

Die Begriffsbestimmung für Markenartikel (S. 47) faßt die Markierung, die gleichbleibende Güte, die gleichbleibende Quantität, die gleiche Aufmachung, den größeren (?) Absatzraum, die Anerkennung bei Handel und Verbraucher und die im allgemeinen einheitlichen und relativ festen Verbraucherpreise zusammen. Sie gleicht weitgehend anderen bekannten Definitionen, betont aber mit Recht die Relativität der Gleichheit der verschiedenen Merkmale, von denen jedes einzelne eine separate Diskussion veranlassen könnte. Nicht ganz eindeutig erscheint die Auffassung des Verfassers über die Bindung des Preises des Verbrauchers (oder besser: Letztabnehmers), die in die Definition einbezogen wird; doch wird (S. 66) die Existenzmöglichkeit eines Markenartikels ohne Preisbindung — allerdings nicht ganz überzeugend — zu begründen versucht. So notwendig die iso-