

Mahmood, Talat

**Book Review — Digitized Version**

[Rezension] Fred von Gunten: Competition in the Swiss plastics manufacturing industry : a group analysis based on micro-micro considerations. Heidelberg: Physica-Verlag, 1991

Zeitschrift für Betriebswirtschaft

**Provided in Cooperation with:**

WZB Berlin Social Science Center

*Suggested Citation:* Mahmood, Talat (1993) : [Rezension] Fred von Gunten: Competition in the Swiss plastics manufacturing industry : a group analysis based on micro-micro considerations. Heidelberg: Physica-Verlag, 1991, Zeitschrift für Betriebswirtschaft, ISSN 0044-2372, Gabler, Wiesbaden, Vol. 63, Iss. 5, pp. 523-526

This Version is available at:

<https://hdl.handle.net/10419/112100>

**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.*



## WZB-Open Access Digitalisate

## WZB-Open Access digital copies

---

Das nachfolgende Dokument wurde zum Zweck der kostenfreien Onlinebereitstellung digitalisiert am Wissenschaftszentrum Berlin für Sozialforschung gGmbH (WZB). Das WZB verfügt über die entsprechenden Nutzungsrechte. Sollten Sie sich durch die Onlineveröffentlichung des Dokuments wider Erwarten dennoch in Ihren Rechten verletzt sehen, kontaktieren Sie bitte das WZB postalisch oder per E-Mail:

Wissenschaftszentrum Berlin für Sozialforschung gGmbH  
Bibliothek und wissenschaftliche Information  
Reichpietschufer 50  
D-10785 Berlin  
E-Mail: [bibliothek@wzb.eu](mailto:bibliothek@wzb.eu)

The following document was digitized at the Berlin Social Science Center (WZB) in order to make it publicly available online.

The WZB has the corresponding rights of use. If, against all possibility, you consider your rights to be violated by the online publication of this document, please contact the WZB by sending a letter or an e-mail to:

Berlin Social Science Center (WZB)  
Library and Scientific Information  
Reichpietschufer 50  
D-10785 Berlin  
e-mail: [bibliothek@wzb.eu](mailto:bibliothek@wzb.eu)

---

Digitalisierung und Bereitstellung dieser Publikation erfolgten im Rahmen des Retrodigitalisierungsprojektes **OA 1000+**. Weitere Informationen zum Projekt und eine Liste der ca. 1 500 digitalisierten Texte sind unter <http://www.wzb.eu/de/bibliothek/serviceangebote/open-access/oa-1000> verfügbar.

This text was digitizing and published online as part of the digitizing-project **OA 1000+**. More about the project as well as a list of all the digitized documents (ca. 1 500) can be found at <http://www.wzb.eu/en/library/services/open-access/oa-1000>.

00: *Industrie und Handwerk*  
(JEL M13)

013: *Industrieökonomik (JEL22)*

**Fred von Gunten:  
Competition in the Swiss Plastics  
Manufacturing Industry: A Group  
Analysis Based on Micro-Micro  
Considerations**

Physica-Verlag, Heidelberg 1991, 408 S.,  
120,- DM

Der Autor untersucht eine Wettbewerbergruppe, bestehend aus schweizerischen Firmen der verarbeitenden Plastikindustrie, um die Interdependenzen zwischen Marktwettbewerb und den politischen Wettbewerbsmaßnahmen darzustellen. Er argumentiert, daß es keine konsistente Theorie von Marktmacht und Wettbewerb gibt. Es existiert eine große Kluft zwischen den vorhandenen Untersuchungen von Märkten und denen des Wettbewerbs. Das Ziel des Buches ist, die Kluft zwischen der Branche und der individuellen Firma (Mikro-Mikro-Wirtschaft) zu schließen. Um

diese Untersuchung durchzuführen, wird ein modifiziertes Marktstruktur-Marktverhalten-Marktergebnis-Paradigma konstruiert. Die dabei angewendete Technik sind Interviews und zahlreiche Fragebögen, die sich auf die verschiedenen Aspekte beziehen.

Kapitel 1 des Abschnittes I beschreibt, wie die Paradigmen der Industrial Organization Theorie sich primär auf strukturelle Merkmale von Branchen konzentrieren, während sich die Management-Wissenschaften eher mit Integrationsproblemen der einzelnen Unternehmung beschäftigen. Die Untersuchung der strategischen Gruppen hat den zwischen beiden Polen liegenden Rahmen ausgeweitet. Der Autor stellt sowohl kurz die Determinanten und die Dimensionen der Marktstruktur als auch die Literatur der internen Organisation und der Management-Wissenschaft dar.

Er verweist auf die folgenden drei Einschränkungen:

- Wettbewerbspolitische Behörden und Wissenschaftler der Management-Wissenschaften haben keinen Zweifel, daß eine vierstellige Industrieklassifizierung viel zu breit ist, um den Prozeß, wie Firmen auf dem Markt miteinander konkurrieren, zufriedenstellend zu beschreiben.
- Zweifel an dem Konzept und an der Existenz von strategischen Gruppen werden angemeldet, sowohl seitens der Politik-Administration als auch von Seiten der Unternehmenspraktiker.
- Eine Untersuchungseinheit, die kleiner als eine vierstellige Industrieklassifizierung und/oder eine strategische Gruppe ist, wäre die geeignete Einheit für eine Gruppe von gegenseitig konkurrierenden Firmen.

Aus den oben dargestellten Paradigmen werden solche Elemente herausgegriffen, die sich als wichtig erweisen, um einen Un-

tersuchungsrahmen abzugeben, in dem der Wettbewerbsprozeß im Zusammenhang mit der Gruppenstudie erklärt werden kann.

Kapitel 2 des Abschnittes II beschreibt die externen und internen Strukturen, die sich auf Grund der Technologie in der verarbeitenden Plastikindustrie der Schweiz ergeben. Außerdem wird die zu untersuchende Wettbewerbsgruppe definiert. Ein alternatives Herangehen wird anhand der Produktionstechnologie, die die Firmen für ihre Produktionsprozesse benutzen oder anwenden, vorgestellt. Anhand der technologischen Dimension werden die Firmen innerhalb der Branche gruppiert. Der größte Verfahrenssektor wird in kleine Subgruppen disaggregiert. Nur die Gruppe von Firmen, die die Extrusionstechnologie benutzt, wird weiter strukturiert. Diese Gruppe von Filmfirmen wird letztlich als Untersuchungseinheit identifiziert.

Abschnitt III enthält die eigentliche Gruppenuntersuchung. Ein modifizierter Marktstruktur-Marktverhalten-Marktergebnis-Paradigmen-Rahmen wird auf die Gruppe der Filmfirmen angewendet. Der Rahmen wird anhand der drei Dimensionen des Marktstruktur-Marktverhalten-Marktergebnisses der Untersuchungseinheit fortentwickelt.

Kapitel 3 beschreibt die Struktur der Untersuchungseinheit der Filmfirmen-Umwelt. Bei der Untersuchung dieser Gruppe und ihrer Konkurrenten wird Porters Verfahren angewendet. Die Manager der Unternehmen, die zur Untersuchungseinheit gehören, werden mit Hilfe von Fragebogen interviewt. In bezug auf konkurrierende Kräfte werden die strukturellen Elemente wie z. B. Technologie, Diversifikation, und andere horizontale Elemente diskutiert. Schließlich werden notwendige Elemente des Handlungsprozesses ange-

sprochen, da der Handelsmechanismus die Verbindung der unterschiedlichen Gruppen von Herstellern und Nachfragern darstellt.

Kapitel 4 versucht ein strukturiertes Produktionsprogramm für die Gruppe zu gewinnen. Informationen werden aus verschiedenen Quellen beschafft, wie z. B. von Lieferanten der Maschinen, von Ausstellungen und von den Herstellern, die einen übersichtlichen Bericht über ihre bisherigen Produktionsprogramme gaben. Interviews zusammen mit einigen Firmenbesuchen ermöglichen es, die Organisation des Produktionsprozesses innerhalb der vertikalen Integration der Firmen zu beschreiben.

In Kapitel 5–8 wird die Aufmerksamkeit auf verschiedene Aspekte des Verkaufs der Produkte auf dem Markt gelenkt.

Im Kapitel 5 wird für den Zweck der Kostenanalyse, Literatur der Management-Wissenschaften anstelle der gewöhnlichen Literatur der Mikroökonomie und der Industrieökonomik herangezogen. Diese beschreiben existierende Arten der Organisation von Buchhaltungssystemen, die in den Gruppen bei der Analyse angewendet werden. Dann wird die Kostenbetrachtung über alle Aktivitätsebenen hinweg einheitlich in die Analyse eingeführt. Die gesamten Positionen werden darüber hinaus mit Hilfe eines heuristischen Ansatzes in Beziehung zu den verschiedenen Firmengruppen bewertet.

Kapitel 6 prüft die Elemente des Marketing und der Distribution, um die Lücke zwischen den Dimensionen der Hauptproduktgruppen und den vielfältigen Nachfragegruppen zu schließen. Diese Instrumente bilden die Absatzpolitik, die sich in zwei weitere Untergruppen aufteilen läßt. Erstens, wirtschaftliche Politikinstrumente, die auf die äußere Seite der Firmengruppen ausgerichtet sind. Diese In-

strumente haben eine direkte Wirkung auf das Marktverhalten. Sie gehören zu den Untergruppen des Marketing-Mixes. Die zweite Untergruppe betrifft die Marktinfrastruktur. Solche Instrumente schließen die volle Breite der Marktinstrumente und die potentiellen Faktoren ein, die innerhalb der Firma zur Sicherung und Unterstützung des Entwurfs sowie der Ausführung des Marketing-Mixes in Übereinstimmung mit den aufgestellten Zielen benutzt werden.

Kapitel 7 beschreibt die Strategieformulierung und die Ausführung des Strategie-modells. Seine externen Elemente sind die existierende Marktumgebung und die Wettbewerbskräfte, die schließlich die Strategie gestalten. Seine inneren Elemente beziehen sich auf das Firmenpotential, seine Kräfte und Schwächen. Die Strategieorientierung wird weiter in niedrige Kosten, Spezialisierungen und Schwerpunkte klassifiziert. Darüber hinaus wird die Strategieformulierung umgeformt in das taktische und operative Niveau. Schließlich wird die Frage, wie Firmen gegenwärtig tatsächlich auf dem Markt miteinander konkurrieren, nochmals überprüft.

Kapitel 8 behandelt die unterschiedlichen Aspekte der Investitionsprozesse in der untersuchten Einheit. Die erste Teil konzentriert sich darauf, wie die Kapazität innerhalb der Aktivitätsgebiete und der existierenden Untergruppen ausgeweitet wird. Im zweiten Teil werden Entwicklungsaktivitäten angesprochen. Die Restriktionen, unter denen diese Aktivitäten stattfinden, werden unter dem Hinweis auf die Waren, Spezialitäten und die Untergruppen der größeren und kleineren Firmen aufgezeigt.

Das letzte Kapitel des Abschnittes III betrachtet die Umgestaltungsaspekte, wie etwa das Ergebnis der strukturellen als auch der Verhaltensfaktoren. Diese sind

die Ergebnisse der modifizierten Version des Marktstruktur-Marktverhalten-Marktergebnis-Rahmenwerks, das in dieser Gruppenanalyse benutzt wurde. Es beschreibt weiter, daß nicht genügend Informationen für die Evaluationsdurchführung verfügbar sind. Gewisse Aspekte müssen deshalb qualitativ ausgeführt werden. Weiterhin kann eine Anzahl von Einflußmöglichkeiten von Marktstrukturen und Marktverhalten auf das Leistungsvermögen unterschieden werden.

Der letzte Abschnitt IV benutzt die Instrumente, die die Schweizer Kartellgesetzgebung zur Verfügung stellt, um die untersuchte Einheit in Hinblick auf die wirtschaftspolitischen Auswirkungen zu evaluieren. Die Teile des 1985er Schweizer Kartellgesetzes können gemäß der positiven und der negativen Wirkung der Wettbewerbspolitik klassifiziert werden. Die positive Seite sucht den Wettbewerbsprozeß durch Abwehr von Antiwettbewerbsverhalten und unfairen Praktiken zu fördern. Die negative Seite der Wettbewerbspolitik behandelt u.a. das Problem der Marktmacht.

Das gesamte Buch, das mit beträchtlicher Detailbetonung geschrieben ist, liefert den Leser/-innen einen soliden Hintergrund, warum das traditionelle Marktstruktur-Marktverhalten-Marktergebnis-Paradigma für die Erklärung der Fragen des Wettbewerbsprozesses Grenzen hat und warum es in dieser Weise modifiziert werden muß. Der Autor hat mit dieser Art von Untersuchung einen wesentlichen Beitrag für die weitere Entwicklung des Forschungsgebietes der Industrieökonomik geleistet. Deshalb empfehle ich das Buch, weil während des Lesens das eigene Denken stimuliert wird.

Dr. Talat Mahmood, Berlin