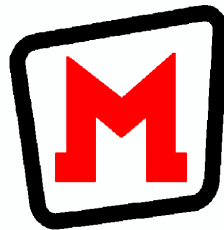
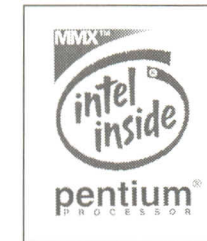


Preisgestaltung am PC-Markt

Stefan Platter*, Heribert Reisinger**



LEHRSTUHL FÜR MARKETING
UNIVERSITÄT WIEN



Inhaltsverzeichnis

1	Einleitung	244
2	Der PC-Markt in Österreich	244
2.1	Allgemeines	244
2.2	Positionierung der PC-Anbieter	245
3	Die Kaufentscheidung	245
3.1	Kriterien beim Kauf eines PCs	245
3.2	Wesentliche Produkteigenschaften	246
3.3	Peripherie- und Zusatzgeräte	247
3.4	Preisbezogene Besonderheiten am PC-Markt	248
4	Prozessoren	248
5	Arbeitsspeicher	251
6	Schlußbemerkung	252
	Problemstellungen	252
	Verwendete Literatur	253

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1:	Positionierung der PC-Anbieter	245
Tabelle 2:	Wesentliche Produkteigenschaften beim Kauf eines PCs ..	246
Tabelle 3:	Vergleich zweier Standard-PC-Angebote	249
Tabelle 4:	Preisentwicklung bei Pentium-Prozessoren	250

* Studienassistent am Lehrstuhl für Marketing an der Universität Wien

** Universitätsassistent am Lehrstuhl für Marketing an der Universität Wien

1 Einleitung

Der PC-Markt ist ein besonders unübersichtlicher Markt. Einerseits besitzen die Produkte einen extrem kurzen Lebenszyklus, was es sehr schwer macht, ständig über alle neuen Produktentwicklungen informiert zu sein. Andererseits werden die Konsumenten mit einer großen Vielfalt an technischen Daten, stark unterschiedlichen Preisen und einer Fülle von Anbietern konfrontiert. Auf der Nachfrageseite ist vom absoluten Laien bis zum Computerfreak ebenfalls ein breites Spektrum vorhanden. Die vorliegende Fallstudie macht es sich zur Aufgabe, eine Bestandsaufnahme der momentanen Situation am PC-Markt zu geben und die preisbezogenen Besonderheiten dieses Marktes zu beschreiben. Weiters wird dargestellt, welche technischen Komponenten eines PCs in der Regel den größten Einfluß auf die Kaufentscheidung des Konsumenten haben. Anschließend werden zwei dieser Komponenten (Prozessoren und Arbeitsspeicher) herausgegriffen und deren Preisgestaltung im speziellen erläutert.

2 Der PC-Markt in Österreich

2.1 Allgemeines

Ungefähr ein Drittel aller PCs werden in Österreich an private Haushalte verkauft, während die anderen zwei Drittel im kommerziellen Bereich verwendet werden. Insgesamt wurden in Österreich 1995 über 360 000 PCs abgesetzt. Marktführer sind die Hersteller COMPAQ und IBM mit je ca. 47 000 verkauften Stück, das entspricht einem mengenmäßigen Marktanteil von etwa 13% (dies spiegelt im wesentlichen auch die Weltmarktsituation wider, wo COMPAQ mit einer geschätzten Anzahl von 7,1 Millionen abgesetzten PCs und einem mengenmäßigen Marktanteil von 10,1% an erster Stelle und IBM mit ca. 6 Millionen verkauften Stück an zweiter Stelle zu finden ist; diese Werte beziehen sich auf das Jahr 1996). Mit einem Marktanteil von ca. 8% steht an dritter Stelle in Österreich der Anbieter VOBIS, der primär an Privatanwender vertreibt und in diesem Bereich Marktführer ist. Etwa 20% aller abgesetzten PCs werden von sogenannten No-Name-Anbietern vertrieben, das sind Firmen, die Komponenten verschiedenster Hersteller ankaufen und zu Komplettsystemen zusammensetzen. Diese Anbieter sind aufgrund ihrer Strategie viel flexibler als Markenhersteller und können daher besser auf die individuellen Wünsche ihrer Kunden eingehen. Außerdem sind sie in der Lage, sehr kurzfristig auf Preissenkungen von Komponenten zu reagieren, und geben diese sehr oft sofort an ihre Kunden weiter. Aus diesem Grund sind No-Name-Anbieter vor allem bei erfahrenen Computeranwendern sehr beliebt.

2.2 Positionierung der PC-Anbieter

Die im vorangegangenen Abschnitt erwähnten Anbieter auf dem PC-Markt sprechen sehr unterschiedliche Zielgruppen an. Tabelle 1 gibt einen Überblick über die Positionierung dieser Anbieter, wobei vor allem die preisbezogenen Besonderheiten hervorgehoben werden.

Tabelle 1: Positionierung der PC-Anbieter

COMPAQ	COMPAQ stellt PCs her, die sich an die gesamte Familie richten. Die Geräte können selbst vom Nichtfachmann mit wenigen Handgriffen in Betrieb genommen werden. COMPAQ bietet hohe Qualität zu einem moderaten Preis an.
IBM	Laut ihrer zentralen Werbebotschaft ordnet IBM der Qualität alles andere unter. IBM bietet Spitzentechnologie zu hohen Preisen an.
VOBIS	VOBIS ist ein Computerdiscounter und versucht sich vor allem durch seine aggressive Preispolitik von der Konkurrenz abzusetzen. VOBIS bietet gute Qualität zu geringen Preisen an.
No-Name-Anbieter	No-Name-Anbieter können aufgrund ihrer Kostenstruktur billiger anbieten als die Konkurrenz. Die Qualität ist aber deshalb nicht notwendigerweise geringer als bei vergleichbaren Markenprodukten.

3 Die Kaufentscheidung

3.1 Kriterien beim Kauf eines PCs

Der durchschnittliche Anwender sieht sich beim Kauf eines PCs mit einer Unmenge von technischen Daten konfrontiert, die er nur teilweise zu interpretieren vermag. Für ihn ist ein direkter Preisvergleich zwischen verschiedenen Geräten daher oft nicht möglich. Eine weitere Schwierigkeit liegt darin, daß das Äußere eines PCs keinerlei Anhaltspunkte für dessen Leistungsfähigkeit gibt. Nur durch Inbetriebnahme des Geräts oder durch Öffnen des Gehäuses kann die technische Ausstattung überprüft werden. Bei Home-PCs werden neben den reinen Produktspezifika noch eine Reihe weiterer Kriterien herangezogen, um eine geeignete Wahl zu treffen. Dabei hängt die Wichtigkeit, die den einzelnen Kriterien beigemessen wird, vor allem vom Fachwissen des Käufers und vom geplanten Einsatz des Com-

puters ab. Ein wesentliches Kriterium ist das Preis-/Leistungsverhältnis. Während ein Nichtfachmann in erster Linie den Preis eines Computers als Indikator für dessen Leistungsfähigkeit und Qualität ansieht, kann ein Computerkenner das tatsächliche Preis-/Leistungsverhältnis viel besser einschätzen und als Entscheidungsgrundlage für seinen Kauf heranziehen. Er wird auch der Aus- und Aufbaufähigkeit eines Systems größeren Wert beimessen. So sind gerade die in letzter Zeit in Mode gekommenen Multimediagehäuse wohl für einen Einsteiger sehr praktisch, weil die entsprechenden Geräte viel kompakter sind und bereits Lautsprecher und sonstiges Zubehör integrieren. Für den erfahrenen Anwender wird aber die Überlegung im Vordergrund stehen, daß aufgrund ihres eng bemessenen Gehäuses wenig Platz für zusätzliche Erweiterungen (wie z. B. eine zweite Festplatte oder eine Fax-Modem-Karte) vorhanden ist. Will man also nach einer gewissen Zeit sein System auf einen neueren Stand bringen, so kann man unter Umständen aufgrund des vorhandenen Gehäuses sein Vorhaben nicht verwirklichen.

Ein weiteres Kriterium läßt sich unter dem Stichwort „Dienstleistungen“ zusammenfassen. Durch die Komplexität von PCs lassen sich Fehlfunktionen nie ganz ausschließen. Gerade bei privaten Anwendern entsteht aber ein großer Teil dieser Störungen aufgrund von Bedienungsfehlern, die oft innerhalb kurzer Zeit beseitigt werden können. Bei der Behebung solcher Mißstände bestehen große Unterschiede zwischen den einzelnen Anbietern. Manche Firmen bieten kostenlose Hotlines an, wo man sich telefonisch Rat holen kann. Bei anderen Vertreibern ist die Inanspruchnahme der Hotline oft sehr teuer oder sie ist nicht immer besetzt. Auch die Garantiefristen sind von Hersteller zu Hersteller verschieden.

3.2 Wesentliche Produkteigenschaften

Die wesentlichen Produkteigenschaften, die ein Kunde beim Kauf eines PCs berücksichtigt, sind in Tabelle 2 zusammengefaßt. An dieser Stelle verstehen wir unter einem PC im engeren Sinne nur das Grundgerät, abgesehen von erforderlichen Peripheriegeräten wie z. B. dem Bildschirm.

Tabelle 2: Wesentliche Produkteigenschaften beim Kauf eines PCs

Grundkomponenten	Zusatzkomponenten
Prozessor Arbeitsspeicher Festplatte Grafikkarte	CD-ROM-Laufwerk Soundkarte Fax-Modem-Karte

Der Prozessor, Zentraleinheit oder CPU (*Central Processing Unit*) ist das „Gehirn“ des Computers und zugleich eine der teuersten Komponenten überhaupt. Er führt alle Rechenschritte aus. Der Arbeitsspeicher eines PCs dient zur kurzfristigen Speicherung von Daten und Zwischenergebnissen, die im Prozessor verarbeitet werden sollen. Genauere Informationen zu diesen beiden Komponenten werden in den Kapiteln 4 bzw. 5 gegeben. Auf der Festplatte können Daten permanent gespeichert werden. Sie ist ein Medium, das beliebig oft beschrieben werden kann. Die Kapazität der Festplatte wird in Megabyte (MB) bzw. Gigabyte (ein Gigabyte entspricht tausend Megabyte) angegeben. Die Grafikkarte ist schließlich für die Ansteuerung des Bildschirms zuständig. Sie sorgt dafür, daß die vom Prozessor erstellten Outputdaten am Bildschirm ausgegeben werden.

Neben den oben genannten Grundkomponenten werden PCs vom Konsumenten auch hinsichtlich ihrer multimedialen Fähigkeiten bewertet. Diese hängen vor allem mit der Verfügbarkeit eines CD-ROM-Laufwerks und einer Soundkarte zusammen. Bei CD-ROM-Laufwerken ist vor allem die maximale mögliche Umdrehungsgeschwindigkeit der CD von Bedeutung, da von dieser die Übertragungsgeschwindigkeit des Datenmaterials abhängt. Sie wird in vielfachen der Umdrehungsgeschwindigkeit herkömmlicher Audio-CD-Player gemessen. Ein 12fach CD-ROM-Laufwerk bietet also eine bis zu 12 mal schnellere Umdrehungsgeschwindigkeit als ein Audio-Player. Bei Soundkarten ist vor allem darauf zu achten, mit wie vielen Bits (16 oder 32) sie arbeitet, da dies einen großen Einfluß auf die Tonqualität hat. Schließlich ist inzwischen bei vielen PCs eine Fax-Modem-Karte Standard, welche die Möglichkeit bietet, den PC als Faxgerät oder Anrufbeantworter zu nutzen, und den Einstieg ins Internet ermöglicht.

3.3 Peripherie- und Zusatzgeräte

Beim Preisvergleich zwischen verschiedenen Computerangeboten ist weiters darauf zu achten, welche Peripherie- bzw. Zusatzgeräte im Angebot enthalten sind. Unter einem Peripheriegerät wird hier ein Gerät verstanden, ohne das eine sinnvolle Verwendung des Computers nicht möglich ist, wie z. B. der Bildschirm, die Tastatur und die Maus (bei Markenanbietern sind diese Geräte meist im Angebot inkludiert). Insbesondere der Bildschirm hat einen großen Einfluß auf den Preis des Gesamtpakets. Aufgrund der unterschiedlichen Bildschirmgrößen und Bildqualität (Kontrast, Farbschärfe, Flimmerfreiheit etc.) ergeben sich erhebliche Preisunterschiede zwischen verschiedenen Modellen. Im Unterschied zu Peripheriegeräten sind Zusatzgeräte für den Betrieb des PCs nicht unmittelbar erforderlich. Beispiele dafür sind Drucker, Scanner oder Joystick.

Offt werden verschiedenste Softwarepakete im Bündel mit dem PC angeboten oder sind gegen einen verhältnismäßig geringen Aufpreis erhältlich.

In vielen Fällen ist bereits Software vorinstalliert, die die wichtigsten Verwendungsbereiche des Computers abdeckt und daher für den Nutzer den Einstieg erleichtert.

3.4 Preisbezogene Besonderheiten am PC-Markt

Während auf vielen Märkten beobachtet werden kann, daß die Preise für ein- und dasselbe Produkt im Laufe der Zeit immer teurer werden, so ist das auf dem PC-Markt nicht üblich. Im Gegenteil, grundsätzlich ist festzuhalten, daß die Preise aller Produkte im PC-Bereich einem Abwärtstrend folgen. Dieses Phänomen ist eine Folge der extrem kurzen Lebenszyklen von PCs, die ihrerseits wiederum durch den rasanten technischen Fortschritt hervorgerufen werden.

Vergleicht man Preislisten oder Prospekte der Hersteller, so stechen häufig bestimmte „Standardpreise“ ins Auge, die sich im Laufe der Zeit für gewisse Komplettlösungen halten. So bietet VOBIS beispielsweise immer wieder PCs für öS 9 990 in seinen Prospekten an (offensichtlich unter Ausnützung einer Preisschwelle), wobei es sich um immer bessere Geräte handelt. Entgegen der üblichen Situation bei Konsumgütern wird dem Konsumenten also nicht ein bestimmtes Produkt zu unterschiedlichen Preisen angeboten, sondern das Produkt PC ändert sich, während der Preis immer derselbe bleibt. Beispielhaft wird diese Besonderheit des PC-Marktes in Tabelle 3 anhand zweier Angebote von VOBIS aufgezeigt.

In weiterer Folge soll auf zwei der wichtigsten Komponenten eines PCs näher eingegangen werden, nämlich auf Prozessoren und Arbeitsspeicher.

4 Prozessoren

Neben der Typenbezeichnung bzw. dem Markennamen (z. B. 80486, Pentium oder 6x86) gibt vor allem die Taktfrequenz (gemessen in Megahertz – MHz) Aufschluß darüber, wie schnell ein Prozessor arbeitet. Je größer die Taktfrequenz, desto schneller und teurer ist der Prozessor. Der Prozessormarkt bei PCs zeichnet sich durch eine verhältnismäßig kleine und daher leicht überschaubare Anzahl von Produzenten aus. Die bekanntesten davon sind heute INTEL, AMD, CYRIX und IBM. NEXGEN fusionierte mit AMD im Jänner 1996.

Bis vor ein paar Jahren gab es immer nur eine Prozessorklasse (zunächst 8088, dann 8086, schließlich 80286). Alle diese Prozessoren waren Entwicklungen von INTEL, dem größten und wohl bekanntesten Hersteller von Prozessoren für PCs. Um die Verfügbarkeit für die Industrie zu gewährleisten, wurden diese Prozessoren auch von anderen Anbietern wie AMD pro-

Tabelle 3: Vergleich zweier Standard-PC-Angebote

Datum des Prospekts	Mai/Juni '96	Dezember '96/Jänner '97
Typenbezeichnung	Highscreen MiniTower P100	Highscreen Mini 6x86
Prozessor	INTEL Pentium 100 MHz	IBM 6x86 150+
Arbeitsspeicher	8 MB	8 MB EDO
Festplatte	850 MB	2500 MB
Grafikkarte	1 MB VGA	2 MB VGA mit Video-Player
Preis	öS 9 990	öS 9 990

Hinweis: Die Fachbegriffe im Zusammenhang mit Prozessoren und Arbeitsspeicher werden in den nächsten beiden Kapiteln erläutert. VGA steht für „Video Graphics Array“.

Quelle: VOBIS-Prospekte

duziert, denen INTEL das technische Know-How gegen Lizenzgebühren zur Verfügung stellte. Ab der Prozessorklasse 80386 ging INTEL eigene Wege und begann, die Konkurrenz von den technischen Weiterentwicklungen auszuschließen. Hersteller wie AMD oder CYRIX begannen nun ihrerseits, die INTEL-Prozessoren nachzubauen (zu „clonen“) und drängten mit ihren eigenen Prozessoren auf den Markt. Diese konnten aufgrund der eingesparten Forschungs- und Entwicklungskosten vergleichsweise billig angeboten werden. Andererseits konnte INTEL seinen Technologievorsprung aufrechterhalten und sich immer wieder mit neuen Entwicklungen am Markt etablieren, während die Konkurrenten monate- und teilweise sogar jahrelang hinterherhinkten. Für die Cloner ist es zunächst einmal von größter Wichtigkeit, daß ihre Prozessoren 100% kompatibel mit den Prozessoren von INTEL sind, um die reibungslose Zusammenarbeit zwischen den einzelnen Hardwarekomponenten sowie mit der Software zu garantieren. Weiters müssen ihre Geräte im Verhältnis zu den Originalprozessoren schneller und billiger sein, um sich überhaupt Chancen auf dem Markt zu erhoffen. Im Sommer des Jahres 1993 stellte INTEL eine neue Generation von Prozessoren vor, die erstmals einen Markennamen erhielten. Anstatt den neuen Prozessor in Anlehnung an seine früheren Prozessorklassen 80586 zu nennen, entschloß man sich für den Namen Pentium. Damit erreichte INTEL nicht nur einen höheren Wiedererkennungsgrad bei den Abnehmern, sondern konnte erstmals den Namen seines Prozessors schützen lassen, was bei einer Typenbezeichnung als Nummer rechtlich nicht möglich ist. Deshalb können Pentium-Clones nicht mehr unter dem Namen Pentium verkauft werden, was zusätzlich die Nachfrage nach den „echten“ Pentium-Prozessoren erhöht hat. Der erste dieser Pentium-Clones wurde im

September 1994 von NEXGEN unter der Bezeichnung 80586 auf den Markt gebracht; Anfang 1995 zogen CYRIX und AMD nach. CYRIX und NEXGEN verbündeten sich zusätzlich mit IBM, um schnell ausreichende Stückzahlen bereitstellen zu können.

INTEL reagierte prompt. Das Unternehmen senkte seine Preise, zu denen es Pentiums an PC-Hersteller abgibt (die sogenannten OEM-Preise), innerhalb der ersten Monate des Jahres 1995 um jeweils ca. 30%. Die untenstehende Tabelle gibt die OEM(*original equipment manufacturing*)-Preisentwicklung von drei Pentium-Prozessoren vom letzten Quartal 1994 bis zum 2. Quartal 1995 an.

Tabelle 4: Preisentwicklung bei Pentium-Prozessoren

	4. Quartal 1994	1. Quartal 1995	2. Quartal 1995
Pentium 100 MHz	935 \$	888 \$	620 \$
Pentium 90 MHz	587 \$	570 \$	510 \$
Pentium 60 MHz	383 \$	370 \$	250 \$

Quelle: Grieser (1995), S. 52

Die obengenannten Preise (in Dollar) sind jene, die Computerhersteller pro Stück bei einer Abnahme von 1 000 Stück bezahlen mußten. Heute (Februar 1997) kann man selbst als Kunde im Detailverkauf einen Pentium 100 MHz unter öS 1 400 (also um etwa 120 Dollar) erwerben.

Momentan haben Pentiums die 200 MHz-Grenze erreicht. Neben dem normalen Pentium 200 gibt es auch einen Pentium PRO, der noch leistungsfähiger ist und sich vor allem an professionelle Anwender richtet. Er wird nur in geringen Stückzahlen produziert. Die neueste Entwicklung INTELS nennt sich MMX. Dabei standen diese Zeichen ursprünglich für *Multiple Matrix Extension*, doch schließlich beschloß INTEL, den momentanen Multimedia-boom zu nutzen, und änderte den Namen seiner Technologie kurzerhand auf *Multimedia Extension*. Dieser Name ist aber auch passend, weil sich die technische Erweiterung vor allem bei Grafikanwendungen bemerkbar macht. MMX wird nach Aussagen von Experten die Prozessorentwicklung der nächsten Jahre bestimmen. Deshalb versuchen auch die Konkurrenten von INTEL, den Pentium MMX zu kopieren. AMD wird seine Version des MMX-Prozessors wahrscheinlich schon bei der CeBIT (Computermesse im März) 1997 präsentieren, während mit dem neuen MMX-Prozessor von CYRIX Mitte 1997 zu rechnen ist. Bereits im Februar/März 1997 will INTEL einen neuen Prozessor mit dem Codenamen Klamath vorstellen, der die Vorteile von Pentium PRO und MMX vereinen soll.

5 Arbeitsspeicher

Der Arbeitsspeicher, auch RAM (*Random Access Memory*) genannt, dient, wie bereits erwähnt wurde, dem Zwischenspeichern von Daten und Zwischenergebnissen, die für die Weiterverarbeitung im Prozessor bestimmt sind. Seine Kapazität wird in Megabyte gemessen. Besonders Anwendungen im Grafik- und multimedialen Bereich sowie Computerspiele benötigen große Mengen an Arbeitsspeicher, denn Grafik- und Musikdaten stellen, wenn sie realistisch wiedergegeben werden sollen, eine Unmenge von Informationen dar, die für den Computer kodiert werden müssen. Ist aber die Kapazität des Arbeitsspeichers voll ausgelastet, so muß ein Teil der Daten, die im Prozessor verarbeitet werden sollen, auf die (viel langsamere) Festplatte ausgelagert werden, was vergleichsweise viel Zeit kostet. Deshalb sind heute selbst PCs für Computeranfänger schon mit mindestens 8 MB Arbeitsspeicher ausgestattet, wobei viele Anbieter sogar in ihrer Einstiegs-Version auf 16 MB setzen. Ein weiterer Grund dafür, warum Hersteller immer größere Mengen an Arbeitsspeicher in ihre PCs einsetzen, ist der kontinuierliche Preisverfall bei RAM.

RAM wird in Modulen angeboten, den sogenannten SIMMs (*Single Inline Memory Module*). Moderne SIMMs bestehen aus einer kleinen Platine mit ein paar Chips, die über eine 72-polige Steckleiste auf die Hauptplatine des Computers gesteckt werden können. Neben diesen modernen SIMMs gibt es noch 30-polige Speichermodule, die aber schon veraltet sind und kaum mehr Verwendung finden. Außer dem „normalen“ RAM (eigentlich DRAM, wobei das D für *Dynamic* steht) gibt es auch das sogenannte EDO-RAM (*Extended Data Out*), das auf einer verbesserten Technologie basiert und schneller arbeitet. Während EDO-RAM bei seiner Einführung deutlich teurer war als DRAM, wurde EDO-RAM immer billiger und kostet jetzt schon weniger als das herkömmliche. Deshalb wird in neuen Computersystemen nur mehr EDO-RAM eingesetzt. Da sich aber viele ältere Computer nicht zur Bestückung mit EDO-RAM eignen, werden sich wohl auch DRAM-Module noch eine Zeit lang auf dem Markt halten können.

SIMMs tragen grundsätzlich keinen Herstellernamen. Aus diesem Grund kann sich der Konsument beim Kauf von SIMMs nur am Preis orientieren, den der jeweilige Händler verlangt. Anhand der Preise für RAM-Bausteine kann der Preisverfall in der Computerbranche anschaulich dargestellt werden. Während beispielsweise im Oktober 1994 ein 4 MB RAM-Modul öS 1 990 kostete, war derselbe Baustein beim gleichen Anbieter rund zweieinhalb Jahre später (Februar 1997) um nur öS 199 erhältlich. RAM-Preise werden von vielen No-Name-Herstellern als Tagespreise ausgewiesen, also Preise, die jeden Tag aufgrund der Weltmarktsituation und des Dollarkurses neu berechnet werden.

Manchen Experten zufolge werden DRAM-Module in näherer Zukunft wieder teurer werden. Sie werden von den Herstellern nämlich bereits unter ihren momentanen Produktionskosten verkauft. Deshalb sollen Preisabsprachen die Produktion drosseln und eine Verknappung bewirken, was in weiterer Folge die Preise wieder nach oben treiben sollte. Außerdem wird EDO-RAM wahrscheinlich über kurz oder lang die DRAM-Module verdrängen. Dadurch würden diese in verhältnismäßig kleinen Stückzahlen produziert, und ihr Preis ginge nach oben, ähnlich wie es in den letzten Jahren mit 30-poligen SIMMs geschah.

6 Schlußbemerkung

Zusammenfassend kann gesagt werden, daß ein privater Anwender beim Kauf eines PCs vor zwei großen Problemen steht. Einerseits muß er versuchen, aus der Fülle der ihm zur Verfügung stehenden technischen Daten die für ihn relevanten Informationen herauszufiltern. Andererseits steht er vor dem Dilemma, daß es im Computerbereich kaum einen „günstigsten“ Zeitpunkt für den Kauf eines PCs gibt. Dadurch, daß Computerkomponenten immer billiger und zudem technisch weiter ausgereift werden, muß man damit rechnen, daß man wenige Wochen nach dem Kauf ein- und dasselbe Produkt zu einem wesentlich niedrigeren Preis erhält. Nach wenigen Monaten hat man schließlich ein überteuertes, veraltetes Gerät.

Problemstellungen

1. Was versteht man unter dem Begriff „Preis“? Erklären sie die subjektive und zeitliche Bedeutung des Preises anhand der in der Fallstudie beschriebenen Situation am PC-Markt. (K&B&K, S. 589–590; K&A&S&W, S. 631; B&B&R, S. 102)
2. Welche unterschiedliche Bedeutung hat der Preis bei der Positionierung der vier in der Fallstudie angesprochenen Computerhersteller? Zeichnen Sie die vier Hersteller in eine *perceptual map* mit den Dimensionen Preis und Qualität ein. Überprüfen Sie, welche Hersteller ähnliche Segmente bearbeiten und welche Segmente nicht bearbeitet werden. (K&B&K, S. 168–170; K&A&S&W, S. 411–414; B&B&R, S. 60)
3. Wie würden Sie die Preisfestlegung der in der Fallstudie angesprochenen Computerhersteller charakterisieren? Woran orientiert sich die Preisbestimmung in erster Linie? Nennen Sie andere praxisorientierte Preisfestlegungsmethoden. (K&B&K, S. 635–659; K&A&S&W, S. 635–645; B&B&R, S. 111–116)

4. Nennen und erläutern Sie die beiden Preisstrategien bei Produktneueinführungen. Welche dieser Strategien wird am PC-Markt verfolgt? Begründen Sie Ihre Antwort. (K&B&K, S. 641 und 645–647; K&A&S&W, S. 657–658; B&B&R, S. 115)
5. Überlegen Sie sich, welche anderen Einflußfaktoren beim Kauf eines PCs von Bedeutung sein können, die unabhängig vom Preis auftreten und nicht in der Fallstudie angesprochen wurden.
6. Zeichnen Sie für INTEL die Nachfragefunktion nach Prozessoren in ein Diagramm ein. Zeichnen Sie zusätzlich eine Nachfragefunktion in dasselbe Diagramm ein, die stellvertretend für die „Cloner“ von INTEL-Prozessoren steht. Nehmen Sie dabei an, daß die beiden Funktionen einen linearen Verlauf aufweisen und denselben Anstieg haben. In welchem räumlichen Verhältnis stehen die beiden Funktionen zueinander? (K&B&K, S. 617–618; K&A&S&W, S. 631–634; B&B&R, S. 105)
7. Wie kann, abgesehen von Preisänderungen, die Nachfrage nach INTEL-Prozessoren vergrößert werden? Welche Auswirkungen haben diese Maßnahmen auf die Nachfragekurve? (K&B&K, S. 622–623; K&A&S&W, S. 632; B&B&R, S. 109)
8. Berechnen Sie die Preiselastizität der Nachfrage für den INTEL Pentium 90 MHz, wenn in Österreich im 1. Quartal 1995 27 000 Stück und im 2. Quartal 1995 38 000 Stück verkauft wurden. Ist die Nachfrage elastisch oder unelastisch? Was bedeutet das für den Umsatz? (K&B&K, S. 617–619; K&A&S&W, S. 633–634; B&B&R, S. 105–108)
9. Sind Peripheriegeräte und Zusatzgeräte komplementäre oder substitutive Güter zu PCs? Bei welcher dieser beiden Arten von Geräten wird der Absolutbetrag der zugehörigen Kreuzpreiselastizität größer sein? Begründen Sie Ihre Antworten. (B&B&R, S. 108)
10. Glauben Sie, daß für den Preisverfall bei Prozessoren und Arbeitsspeicher verschiedene Gründe verantwortlich sind? Arbeiten Sie diese(n) heraus. Erörtern Sie in diesem Zusammenhang das Konzept der Erfahrungskurve. (K&B&K, S. 647; K&A&S&W, S. 626–628; B&B&R, S. 113)

Verwendete Literatur

- BALDAUF, A.; BOYER, C.; REISINGER, H. (B&B&R): Grundzüge der BWL III – Marketing, Skriptum, Wien 1997
- GRIESER, F.: Der Pentium-Poker, win – Alles über Windows, Heft 3, 1995, S. 50–53
- KINNEAR, T. C.; BERNHARDT, K. L.; KRENTLER, K. A. (K&B&K): Principles of Marketing, 4th ed., Harper Collins, New York 1995
- KOTLER, P.; ARMSTRONG, G.; SAUNDERS, J.; WONG, V. (K&A&S&W): Principles of Marketing – The European Edition, Prentice Hall, London et al. 1996