

Lösungsvorschlag:**100 Punkte**

Die folgende Lösungsskizze soll Ihnen einen Anhaltspunkt geben, wie die Bearbeitung der Aufgabe aussehen könnte. Die Gliederung soll Ihnen verdeutlichen, welche Punkte behandelt werden sollten.

Aufgabe:

Der Markt für Videospielekonsolen wird zur Zeit unter drei Herstellern aufgeteilt. Das am längsten am Markt für Konsolen tätige Unternehmen ist Nintendo, dessen aktuelle Konsole Wii um Kunden wirbt. Der bisherige „Platzhirsch“ Sony ist mit der Playstation 3 im Rennen und schließlich als jüngster Konkurrent auf dem Konsolenmarkt ist Microsoft mit seiner Xbox 360 tätig.

Die Kosten der Spielekonsolen liegen i.d.R. um ca. 50 Prozent höher als der Verkaufspreis (ca. 250 – 400 €). Der Vorstandsvorsitzende eines Spieleherstellers glaubt sogar, dass alle Konsolen irgendwann in den nächsten zwei Jahren auf einen Preis von 199 € fallen müssen (bei etwa gleich bleibenden Kosten).

Die Konsolenhersteller haben in der Vergangenheit ihre Konsolen subventioniert, indem sie eigene Videospiele herstellten und verkauften, aber auch Gebühren von Spielherstellern einnahmen, die kompatible Spiele produzierten. So kosten manche Konsolenspiele bis zu 60 €.

Wie beurteilen Sie diese Preisstrategie der Spielekonsolenhersteller? Diskutieren Sie, welche Gründe die Spielekonsolenhersteller zu solch einer Preisstrategie veranlassen könnten.

Lösungsskizze:

1 Einleitung / Themenabgrenzung

Bei dem hier geschilderten Fall handelt es sich um ein Netzwerkgut. Die Konsolenhersteller bieten ein Produkt an, welches für sich gesehen keinen eigenen Wert für die Kunden besitzen muss. Die zum Betrieb der Konsole benötigten Spiele müssen jedoch speziell für diese Konsole gefertigt werden (indirekter Netzwerkeffekt) auf einer anderen Konsolenarchitektur sind diese nicht lauffähig. ...

2 Die Eigenschaften von Netzwerken

- a. Netzwerkexternalität
- b. Kompatibilität und Komplementarität in Netzwerken
- c. Kosten eines Netzwechsels
- d. Skaleneffekte bei der Produktion von Netzwerkprodukten

3 Preis- und Mengengleichgewichte in Netzwerken

- a. Preise und kritische Masse
- b. Wahl der Kompatibilitätseigenschaft
- c. Wahl des Standards
- d. Koordinierungsprobleme
- e. Kompatibilitätsungleichgewichte in Netzwerkmarkten
- f. Kompatibilität bei indirekten Netzwerkeffekten
 - indirekte Netzwerkeffekte
 - Quer-Subventionierung von Netzwerkprodukten