University of Zurich[UZH]

Kinderuniversität Zürich
http://www.kinderuniversitaet.uzh.ch/

Institut für Betriebswirtschaftslehre

Lehrstuhl für Entrepreneurship
Plattenstrasse 14
CH-8032 Zürich
Tel. +41 44 634 21 10
Fax +41 44 634 29 96
www.business.uzh.ch

Prof. Dr. Ulrich Kaiser
Lehrstuhlinhaber
Phone +41 44 634 29 16
Fax +41 44 634 29 96
ulrich.kaiser@business.uzh.ch

Zürich 28 März 2011

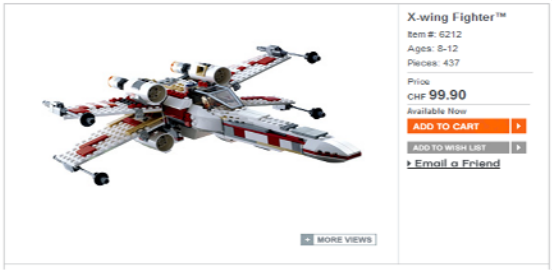
Material zur Vorlesung „Warum kostet ein Gegenstand so viel wie er kostet?“

Habt Ihr Euch manchmal gefragt, warum ein Gegenstand, den Ihr kaufen möchtet, so viel kostet wie er eben kostet? Als ich noch ein Kind war, habe ich mich das – ehrlich gesagt – niemals gefragt. Es kostete eben, sagen wir, 5 D-Mark (so hiess das Geld früher in dem Land, in dem ich gross geworden bin). Und entweder hatte ich so viel Geld oder nicht. Dann musste ich meine Grossmutter um einen Beitrag bitten.

Später habe ich dann gelernt, warum ein Gegenstand so viel kostet wie er kostet, und ich finde die Antwort darauf ziemlich spannend. Leider ist es aber so, dass es keine einfache Antwort gibt. Das ist ganz häufig so in den Wirtschaftswissenschaften (das ist die Lehre von der Erforschung der Gesetzmässigkeiten in der Wirtschaft, also von Unternehmen und Kunden und deren Zusammenspiel).

Und weil die Antwort auf meine Frage nicht einfach ist, nehmen wir erst einmal ein Beispiel. Mein Beispiel ist der Lego Star Wars X-Wing Fighter. Der kostet beim Lego Online-Shop 99 Franken und im Spielzeugladen an der Ecke meistens etwas mehr. Ich kenne ihn gut, denn er fliegt in den Kinderzimmern herum die zu meinem Haus gehören.

Der Lego Star Wars X-Wing Fighter wird auf einem „Markt“ angeboten, also einem Ort, an dem „Anbieter“ (also die Firma Lego) und „Nachfrager“ (also Menschen wie wir) zusammenkommen. Im Lego Star Wars X-Wing Fighter Fall wäre dies also der Spielzeugladen um die Ecke oder der Online-Shop.



http://shop.lego.com/Product/?p=6212

Die Preisvorstellungen von Anbietern und Nachfragern unterscheiden sich. Die Anbieter möchten zu einem möglichst hohen Preis möglichst viel verkaufen während die Nachfrager einen möglichst geringen Preis berappen möchten. Für Anbieter und Nachfrager spielen dabei ganz unterschiedliche Punkte (oder „Faktoren“) eine Rolle, die den Preis, zu dem der Gegenstand angeboten wird, bestimmen.

Fangen wir mit den Anbietern an. Wichtige Preisfaktoren für die Anbieter sind:

1. Produktionskosten.
2. Absatz- und Vertriebskosten.
3. Steuern.
4. Konkurrenz.

Produktionskosten sind alle Kosten (oder „Ausgaben“) für die reine Produktion eines Gegenstandes. Für den Lego Star Wars X-Wing Fighter braucht man zum Beispiel Material, also Plastik, Farbe, Pappe für den Karton und so weiter. Man braucht auch Arbeiter und „Kapital“, also zum Beispiel die Maschinen, welche die Einzelteile des Lego Star Wars X-Wing Fighter herstellen. Im Bild links seht Ihr so eine Maschine. Und die Arbeiter braucht man dazu, um diese Maschinen zu bedienen. Gerade beim Lego Star Wars X-Wing Fighter gibt es noch einen wichtigen Produktionskostenfaktor, nämlich die „geistigen Eigentumsrechte“. Euch sind vielleicht schon einmal so merkwürdige Zeichen wie „©“, „®“ oder „TM“ aufgefallen. Ihr könnt sie zum Beispiel auf der Verpackung des Lego Star Wars X-Wing Fighters finden. Die Sache ist nämlich die, dass die Figuren von Lego Star Wars und die ganze

Geschichte einer Firma gehört, nämlich der Lucasfilm Ltd. Diese Firma gehört George Lucas, das ist der Mann, der bei den Star Wars Filmen das Drehbuch geschrieben hat, die Filme produziert hat und auch noch Regie geführt hat. Weil Lucasfilm Ltd. die Nutzungsrechte an den Figuren und der Geschichte besitzt, darf niemand, ohne die Erlaubnis von Lucasfilm Ltd. zum Beispiel Obi-Wan Kanobi Figuren verkaufen. Lego darf das schon, aber nur deshalb, weil sie einen „Lizenzvertrag“ mit Lucasfilm Ltd. eingegangen ist. Dort steht drin, dass Lego die Star Wars Figuren produzieren und verkaufen darf. Allerdings muss Lego Lucasfilm Ltd. Geld geben im Austausch für die Nutzung von Lucasfilms‘ geistigen Eigentumsrechten. Das sind wiederum Kosten für die Herstellung die am Ende – Ihr ahnt es schon – die Nachfrager bezahlen müssen.

Absatz- und Vertriebskosten sind vor allem die Kosten für den Transport der Produkte und für die Werbung. Der Lego Star Wars X-Wing Fighter wird in der Lego-Fabrik in Billund in Dänemark hergestellt (ich weiss es nicht genau, vielleicht wird er auch anderswo produziert). Ist er erst einmal produziert und verpackt, kommt er in ein Lager. Von dort wird er dann, meist mit dem Lastwagen, weiter transportiert, bis er schliesslich im Spielzeugladen um die Ecke oder in einer grossen Spielzeugwaren-Kette landet. Dort könnt ihr ihn dann kaufen. Der Transport und die Lagerung müssen natürlich auch bezahlt werden. Und alle Händler nehmen eine „Marge“, das ist die Differenz zwischen dem Preis, zu dem sie einen Gegenstand einkaufen und zu dem sie ihn wieder verkaufen. Denn die Händler müssen ja auch die Ladenmiete bezahlen und ihre Mitarbeiter entlöhnen.

Zu den Vertriebskosten zählt auch die Werbung. Werbung hat zwei Aufgaben: sie soll informieren, also zum Beispiel uns mitteilen, dass es diesen lässigen Lego Star Wars X-Wing Fighter nun zu kaufen gibt, und sie soll uns überreden, ihn zu kaufen. Ihr habt vielleicht schon einmal die Lego Star Wars Website besucht oder Lego Star Wars Videos auf YouTube angeschaut. Oder Anzeigen in den „Lustigen Taschenbüchern" gesehen. Letztlich ist dies alles Werbung. Auch die Werbung stellt einen Kostenfaktor dar und am Ende bezahlen dafür… na klar, die Nachfrager.

Steuern werden fällig, wenn ein Gegenstand verkauft wird. Das ist die sogenannte „Umsatzsteuer". In der Schweiz bezahlt man meist acht Prozent Mehrwertsteuer. Für einen Gegenstand, der zehn Franken kostet, muss man acht Prozent Umsatzsteuer zahlen und muss also 10.8 Franken bezahlen. Der Staat kassiert diese Steuereinnahme und baut dafür Strassen, bezahlt Eure Lehrer und auch zu einem gewissen Teil die Kinderuniversität.

Dass „**Konkurrenz** das Geschäft belebt", habt Ihr vielleicht schon gehört. Gemeint ist damit, dass Konkurrenz gut ist für die Nachfrager. Wenn es viele Produzenten von X-Wing Fightern gibt, dann sinkt der Preis, den wir dafür bezahlen müssen, jedenfalls dann, wenn sie in ihrer Qualität ähnlich sind. Stellt Euch vor, es gäbe einen zweiten Hersteller des Star Wars X-Wing Fighters neben Lego und dass diese Star Wars X-Wing Fighter ganz genau gleich wäre wie der von Lego (ausser, dass er nicht von Lego ist). Und stellt Euch weiter vor, dieser andere Star Wars X-Wing Fighter sei viel billiger als der Lego Lego Star Wars X-Wing Fighter. Welchen Star Wars X-Wing Fighter würdet Ihr kaufen? Na klar, den billigeren. Weil Lego das auch wüsste, würde Lego seinen Preis ebenfalls senken. Und das wäre ja eine lässige Sache. Rechts auf der Seite habe ich Euch ein Produkt der Firma „Mega-Bloks" hinkopiert (genau anschauen könnt Ihr es Euch auf http://www.spielgeschenke.de/piraten-karibik-battle-pack-figurensortiment-p-52060.html).

Nun haben wir die „Anbieterseite" besprochen. Aber Anbieter allein machen ja noch keinen Markt (und kein Geschäft). Jetzt brauchen wir noch die „Nachfrager". Die allerwichtigste Sache für die Preise ist die „**Zahlungsbereitschaft**" für einen Gegenstand. Das ist ein ziemlich komischer Begriff, beschreibt aber ziemlich genau, was gemeint ist, nämlich die Bereitschaft eines jeden Nachfragers, für einen Gegenstand einen bestimmten Preis zu bezahlen. Die meisten von Euch würden vermutlich mehr für eine Lego Obi-Wan Kanobi Figur bezahlen als für einen Lego-Piraten. Diejenigen haben dann eine höhere Zahlungsbereitschaft für Obi-Wan Kanobi als für den Piraten.

Aber wovon hängt denn die Zahlungsbereitschaft ab? Die Antwort ist, dass hier ganz viele Dinge eine Rolle spielen. Zum einen wäre hier wieder die Konkurrenz. Meine Zahlungsbereitschaft ist geringer, je mehr Anbieter es für diesen Gegenstand gibt. Konkurrenz betrifft als also sowohl Anbieter

und Nachfrager (und macht die Preise kleiner). Zum anderen spielt die Qualität eine Rolle. Die Konkurrenten von Lego zum Beispiel haben, so wird jedenfalls berichtet, Probleme mit der Qualität. Die einzelnen Bausteine passen oft nicht zusammen.

Eine weitere Rolle spielen Einkommen und Vermögen. Jemand, der sehr reich ist, kümmert sich vielleicht nicht darum, ob der Star Wars X-Wing Fighter 99 Franken oder 300 Franken kostet.

Und zuletzt ist auch bei den Nachfragern wieder die Werbung wichtig. Für einen Gegenstand, der viel beworben wird und der sehr bekannt ist, geben wir in der Regel mehr Geld aus als für etwas, das ganz unbekannt ist. Bei manchen Produkten macht tatsächlich allein die Werbung den Unterschied. Eine gutes Beispiel dafür sind Coca Cola und Pepsi. Beide schmecken fast gleich, trotzdem gibt es Menschen, die viel lieber Coca Cola als Pepsi kaufen und umgekehrt. Das liegt vielleicht vor allem an der unterschiedlichen Werbung die bei Coca Cola etwas „lässiger“ ist und bei Pepsi etwas „seriöser“.

Jetzt habe ich sehr viel über Legosteine geschrieben und vor allem über Gegenstände oder „Waren“. Als Beispiel hätte ich genauso gut „Hello Kitty“-Produkte nehmen können oder Harry Potter T-Shirts. Oder irgendetwas anderes.

Und: das, was ich geschrieben habe, gilt natürlich genauso für Dienstleistungen wie zum Beispiel das Haareschneiden.

Zu Guter Letzt hoffe ich, dass Ihr beim nächsten Einkauf etwas besser wisst, warum der Gegenstand, den Ihr oder Eure Eltern kaufen, so viel kostet wie er kostet.

Obi-Wan Kanobi würde Euch zum Abschluss vermutlich wünschen: Möge die Macht mit Euch sein!