

FAZ

## Flaute auf dem Markt für Personalcomputer

Bedienung oft zu schwierig / Rasche Neuentwicklungen / Japaner drängen vor / Von Georg Küffner

PALO ALTO, im Juni. Schon auf der Fahrt von San Franzisko nach Palo Alto, der Geburtsstätte der Computerei im kalifornischen Silicon Valley, kommt man nicht an der Mikroelektronik vorbei. „Seit einem halben Jahr besitze ich einen Personalcomputer, der zu Hause steht, aber nicht funktioniert“, berichtet der Taxifahrer auf dem Weg in das mit 2700 Unternehmen der Halbleiter-, Computer- und Software-Industrie vollgestopfte Technologie-Tal. Später stellt sich heraus, daß der Satz nicht präzise formuliert war. Denn der Personalcomputer funktioniert, seinem Besitzer ist es allerdings zu unbequem und zu kompliziert, das Gerät zu bedienen, mit dem er — wie es ihm die Werbung vorgemacht hatte — doch „freundlich kommunizieren“ wollte.

Der Mangel an Bedienungs- und Benutzerfreundlichkeit ist eine der Ursachen für die Schwierigkeiten, mit denen die Computerindustrie in den Vereinigten Staaten gegenwärtig zu kämpfen hat. Käufer von Personalcomputern wünschen eine leichte Eingabe, eine leichte Bearbeitung und eine leichte Ausgabe ihrer Informationen. Der Wunsch nach Benutzerfreundlichkeit gilt auch für den Einsatz von Personalcomputern im Büro; gerade hier ist es nicht zu vertreten, daß Mitarbeiter, die mit Personalcomputern arbeiten, ihre eigentliche Aufgabe vernachlässigen, um sich — zumindest vorübergehend — mit Programmieren zu beschäftigen. Denn Computer in der Büro- und Informationstechnik sollen den Arbeitsfluß schneller, flexibler und transparenter machen und nicht erst den Arbeitsablauf verändern, bevor dieser dem Computer angepaßt wird.

Verglichen mit den Herstellern der Geräte und Mikroprozessoren geht es den Anbietern von Software — die die Programme entwickeln, die den Maschinen dann sagen, was sie zu tun haben — noch relativ gut. Können sie doch

ihr Produkt nicht nur den Herstellern und Benutzern neuer Geräte verkaufen, sondern auch für die 18 Millionen Personalcomputer, die schon verkauft sind, neue Software anbieten. So konnten die Software-Häuser im vergangenen Jahr etwa 36 Prozent mehr verkaufen als im Vorjahr. Ein scharfer Wettbewerb führte allerdings dazu, daß die Zahl der Anbieter, die in den letzten beiden Jahren bei etwa 200 lag, auf ein Viertel zurückging.

In Schwierigkeiten sind auch fast alle Hersteller von Personalcomputern; einige wurden schon vom Markt verdrängt. Heute bieten etwa 150 Hersteller Geräte dieser Leistungsstärke an; 50 haben in den letzten beiden Jahren das Geschäft aufgegeben. Konnten 1984 noch 11 Prozent mehr Personalcomputer als 1983 verkauft werden — 1983 lag die Steigerungsrate bei 107 Prozent — so verläuft das Geschäft seit Jahresbeginn äußerst schleppend. Im April wurden 28 Prozent weniger Geräte verkauft als im April des vergangenen Jahres, berichtet das Marketingunternehmen Infocorp in Cupertino, Kalifornien, das auf den Personalcomputermarkt spezialisiert ist.

Da viele der Computerläden, die den Vertrieb und auch die Beratung für dieses erklärungsbedürftige Produkt übernommen haben, ein besseres Geschäft erwarteten, haben sie hohe Lagerbestände aufgebaut, die sie nur mit erheblichen Preisnachlässen abbauen können. So ist es durchaus nicht ungewöhnlich, wenn ein Computerladen in San Franzisko zum Kauf eines Apple-Computers anregt, indem er dem Kunden ein teures italienisches Rennrad dazugibt. Im Jahr 1984 mußten knapp 600 der etwa 3 500 Vertriebsläden in den Vereinigten Staaten schließen.

Eine Ursache für die Marktschwäche liegt auch in der hohen Geschwindigkeit, mit der neue Produkte auf den Markt gebracht werden. Nicht nur die

Wettbewerber kommen mit immer schnelleren und leistungsfähigeren Geräten, auch die Unternehmen selbst machen ihren gerade eingeführten Produkten durch Neuentwicklungen Konkurrenz. Und wer will schon bis zu 3 000 Dollar ausgeben, wenn er nach einem viertel oder halben Jahr feststellen muß, daß das von ihm gekaufte Gerät durch eine Weiterentwicklung — vielleicht noch zu einem niedrigeren Preis — abgelöst wird. Nötig sei jetzt eine Beruhigung des Marktes, resümiert Vice President Albert A. Eisenstat von Apple Computer. Ob der Wettbewerb das zuläßt, ist eine andere Frage.

Wie schlecht es um einige Hersteller steht, zeigen die Verluste von Commodore, die in den ersten drei Monaten dieses Jahres 20,8 Millionen Dollar erreichten. Im gleichen Zeitraum gingen die Gewinne von Apple auf 10 Millionen Dollar zurück, nachdem im vorausgegangenen Quartal 30 Millionen Dollar verdient wurden. Mattel und Timex haben das Geschäft ganz aufgegeben. IBM mußte im April die Produktion ihres Personalcomputers „Junior“ stoppen. Möglich erscheint, daß auch die Herstellung des transportablen IBM-Personalcomputers ausgesetzt wird.

Dennoch bestreitet kein Kenner der Branche, daß die gegenwärtigen Schwierigkeiten auf dem Markt für Personalcomputer nur vorübergehend sind und das Geschäft langfristig prosperieren wird. Zu welchen Marktverschiebungen es dabei kommen wird, darüber wird viel spekuliert. Daß jedoch japanische Hersteller von Personalcomputern in etwa ein oder zwei Jahren, wenn das Geschäft voraussichtlich wieder florieren wird, mit preisgünstigen Geräten präsent sein werden, daran zweifelt kaum jemand. Parallelen zum Markt für Videogeräte, auf dem amerikanische Hersteller heute keinerlei Rolle mehr spielen, liegen nahe.