



Torsten J. Gerpott/Sebastian May

**Konstruktion eines Verbraucherpreisindex  
für mobile Telekommunikationsleistungen**

**Work in Progress # 159**

Februar 2017



# Zusammenfassung

Work in Progress # 159

www.zftm.de

## Konstruktion eines Verbraucherpreisindexes für mobile Telekommunikationsleistungen

Verbraucherpreisindizes sind ein Instrument, um die durchschnittlichen Ausgaben, welche Verbraucher allgemein für den privaten Konsum oder für eine bestimmte Kategorie von Leistungen tätigen, in einer Kennzahl zusammenzufassen. Die vorliegende Fallstudie konzentriert sich auf die Konstruktion eines Preisindexes für Mobilfunkleistungen.



**Univ.-Prof. Dr.  
Torsten J. Gerpott**

*Leiter des Lehrstuhls Unternehmens- und Technologieplanung, Mercator School of Management, Universität Duisburg-Essen, Lotharstr. 65, 47057 Duisburg*



**Dipl.-Ök. Sebastian May**

*Wissenschaftlicher Mitarbeiter am Lehrstuhl Unternehmens- und Technologieplanung, Mercator School of Management, Universität Duisburg-Essen*

© 2017



# Inhaltsverzeichnis

www.zftm.de

## Inhaltsverzeichnis

<b>Zusammenfassung</b>	<b>3</b>
<b>Teil I:</b>	
<b>1. Bestimmung von Preisindizes</b>	<b>6</b>
<b>2. Preisgestaltung im Mobilfunkmarkt</b>	<b>8</b>
<b>3. Fallbeschreibung</b>	<b>9</b>
<b>4. Aufgaben</b>	<b>12</b>
<b>Literaturverzeichnis</b>	<b>13</b>
<b>Teil II:</b>	
<b>1. Lösung</b>	<b>14</b>
// 1.1 Schritt 1: Ermittlung der von den Kundengruppen jeweils bevorzugten Tarife	14
// 1.2 Schritt 2: Ermittlung der Verteilung der Kunden auf Basis von Nutzungsprofilen und Vertrags- sowie Endgerätypenwahl	16
// 1.3 Schritt 3: Berechnung monatlicher Kosten unter Berücksichtigung der Endgerätepreise	16
// 1.4 Schritt 4: Ermittlung der durchschnittlichen monatlichen Kosten bzw. synthetischen Preise je Kundengruppe	18
// 1.5 Schritt 5: Berücksichtigung von Wechselkursen und Kaufkraftparitäten	19
<b>2. Fazit und Interpretation der Ergebnisse</b>	<b>20</b>