



Torsten J. Gerpott/Sandra Thomas

**Quantitative Erfassungsansätze für die mobile Internetnutzung:
Ein Überblick**

Work in Progress # 135

Mai 2014

Zusammenfassung

Work in Progress # 135

www.zftm.de

Quantitative Erfassungsansätze für die mobile Internetnutzung: Ein Überblick

Angesichts des raschen Anstiegs der Zahl der Personen, die auf das Internet über Mobilfunknetze zugreifen, werden vermehrt wissenschaftliche empirische Studien publiziert, welche auf der Individualebene die Intensität der mobilen Internetnutzung an sich sowie deren Bestimmungsfaktoren und betriebswirtschaftlich bedeutsamen Konsequenzen analysieren. Hierbei kommen sehr unterschiedliche Methoden zur Messung der Intensität der mobilen Internetnutzung zum Einsatz, die Einfluss auf die Aussagekraft der Studienergebnisse haben. Deshalb gibt dieser Beitrag einen Überblick hinsichtlich einschlägiger empirischer Erfassungsansätze und diskutiert deren Stärken sowie Schwächen.



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

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



Dipl.-Kff. Sandra Thomas

Manager, BearingPoint GmbH, Gladbecker Str. 5, 40472 Düsseldorf.

© 2014

Inhaltsverzeichnis

www.zftm.de

Zusammenfassung	3
1. Einleitung	6
2. Indikatoren der Nutzungsintensität des mobilen Internet	7
3. Methoden der Erhebung von Daten zur Nutzungsintensität des mobilen Internet	8
// 3.1 Subjektiv-reaktive Methoden	8
// 3.2 Objektiv-beobachtungsbasierte Methoden	9
4. Fazit	12
Literaturverzeichnis	13

1. Einleitung

Etwa seit dem Jahr 2008 nimmt in Deutschland und weltweit die Zahl der Personen rasch zu, die mit intelligenten Telefonen mit Browsern (Smartphones), Tablet-, Net- oder Notebook-Computern ausgestattet sind (s. *Statistisches Bundesamt*, 2014; *Thenen/Scheerbaum*, 2014, S. 37-39). Diese tragbaren Endgeräte ermöglichen es ihren Besitzern über digitale Mobilfunknetze, unter Einsatz des „Internet Protocol“ (IP) an nahezu jedem Ort („überall“) bzw. mobil und zu jeder Zeit, auf Unterhaltungs-, Kommunikations-, Informations- und Transaktionsdienste des Internet zuzugreifen. Aus Sicht von Mobilfunknetzbetreibern und Unternehmen, die über das Internet Geschäfte anbahnen oder digitalisierbare Güter (z.B. Musik) absetzen wollen, ist allerdings weniger der erstmalige mobilfunknetz-basierte Anschluss an das Internet, also die **Adoption** eines mobilen Internetzugangs, von Interesse. Primäre betriebswirtschaftliche Relevanz hat für sie die dem Anschlussakt nachgelagerte quantitative Intensität und qualitative Art der **mobilen Internetnutzung (MIN)**.

Für Mobilfunknetzbetreiber ist die Erfassung der aggregierten MIN ihrer Kunden wichtig, um ihre Datennetzkapazität nachfragegerecht zu dimensionieren; sie dient also der informatorischen **Fundierung von Investitions- bzw. Produktionsplänen**. Darüber hinaus ermöglicht eine MIN-Messung auf der Einzelkundenebene Mobilfunknetzbetreibern und Marketingwissenschaftlern Einsichten dahingehend, wie sich unterschiedliche Endgeräte-kategorien (z.B. Smartphone und Tablet-Computer) sowie volumen- oder geschwindigkeitsabhängige Preispläne auf das Verhalten von Kunden beim mobilen Zugriff auf das Internet auswirken. Solche Einsichten sind wiederum instrumental für die praktische **Optimierung der Produkt- und Preispolitik**

von Mobilfunknetzbetreibern sowie für die (Weiter-)Entwicklung theoretischer Modelle zur Beschreibung und Erklärung des Konsumentenverhaltens im Zusammenhang mit der mobilen Nutzung des Internet. Für nicht zur Telekommunikationsbranche gehörende Unternehmen, die unter Rückgriff auf mobile Zugänge zum Internet über ihre Angebote informieren oder digitalisierbare Dienstleistungen (z.B. Preisvergleich) oder Inhalte (z.B. Video-Zusammenfassung eines Bundesligaspiels) vermarkten, ist die Erfassung der MIN ebenfalls hilfreich. Sie können so empirische Anhaltspunkte dafür gewinnen, welches Gewicht dem mobilfunknetz-basierten Zugriff ihrer (potenziellen) Kunden als **Kommunikations- und Distributionskanal** zur Erreichung betriebswirtschaftlicher Ziele zukommt.

Angesichts der hohen ökonomischen Relevanz der Erfassung der MIN gleichermaßen für Unternehmenspraktiker und Wirtschaftswissenschaftler ist in der jüngeren Vergangenheit die Zahl der Forschungspublikationen, welche die **Intensität der MIN** an sich und deren **Bestimmungsfaktoren** (z.B. Endgerätetyp, Lebensalter oder Tariftyp der Anwender) sowie deren **Konsequenzen** für betriebswirtschaftlich bedeutsame Variablen (z.B. Kundenkündigungsverhalten, Netzinvestitionshöhe) empirisch analysieren, rasch stark gestiegen (s. zu einer Literaturbestandsaufnahme *Gerpott/Thomas*, 2013). In diesen Untersuchungen wird die MIN auf der Einzelkundenebene mittels verschiedener Ansätze erfasst, fast durchweg ohne dass in einer Arbeit die Wahl der jeweils eingesetzten Erhebungsmethode anhand ihrer studienzweckabhängigen Vor- und Nachteile (z.B. Zuverlässigkeit, Genauigkeit, Kosten, Privatsphärenschutz, Anwendbarkeit für unternehmensunabhängig-

ge Wissenschaftler) relativ zu anderen Messverfahren begründet wird.

Vor diesem Hintergrund verfolgt unser Beitrag das Ziel, einen **systematischen Überblick hinsichtlich möglicher quantitativer MIN-Indikatoren** (Kap. 2) und **Methoden zu ihrer empirischen Gewinnung** (Kap. 3) zu geben.