

**Matthias Bruns**

# **Wirkungszusammenhänge von Erfolgsfaktoren im mobilen Internet**

**Bachelorarbeit**

 **BACHELOR  
MASTER**  
Publishing

**Bruns, Matthias: Wirkungszusammenhänge von Erfolgsfaktoren im mobilen Internet. Hamburg, Bachelor + Master Publishing 2015**

Originaltitel der Abschlussarbeit: Wirkungszusammenhänge von Erfolgsfaktoren im mobilen Internet

Buch-ISBN: 978-3-95820-275-7

PDF-eBook-ISBN: 978-3-95820-775-2

Druck/Herstellung: Bachelor + Master Publishing, Hamburg, 2015

Covermotiv: © Kobes - Fotolia.com

Zugl. Georg-August-Universität Göttingen, Göttingen, Deutschland, Bachelorarbeit, Mai 2009

**Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek:**

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

---

Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der Grenzen des Urheberrechtsgesetzes ist ohne Zustimmung des Verlages unzulässig und strafbar. Dies gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Bearbeitung in elektronischen Systemen.

Die Wiedergabe von Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenbezeichnungen usw. in diesem Werk berechtigt auch ohne besondere Kennzeichnung nicht zu der Annahme, dass solche Namen im Sinne der Warenzeichen- und Markenschutz-Gesetzgebung als frei zu betrachten wären und daher von jedermann benutzt werden dürften.

Die Informationen in diesem Werk wurden mit Sorgfalt erarbeitet. Dennoch können Fehler nicht vollständig ausgeschlossen werden und die Diplomica Verlag GmbH, die Autoren oder Übersetzer übernehmen keine juristische Verantwortung oder irgendeine Haftung für evtl. verbliebene fehlerhafte Angaben und deren Folgen.

Alle Rechte vorbehalten

© Bachelor + Master Publishing, Imprint der Diplomica Verlag GmbH

Hermannstal 119k, 22119 Hamburg

<http://www.diplomica-verlag.de>, Hamburg 2015

Printed in Germany

# Inhaltsverzeichnis

<b>1 EINLEITUNG</b> .....	<b>1</b>
<b>2 GRUNDLAGEN</b> .....	<b>3</b>
2.1 MOBILES INTERNET .....	3
2.2 MOBILE ENDGERÄTE .....	4
2.3 MOBILE ZUGANGSTECHNOLOGIEN .....	10
2.4 MOBILE DATENDIENSTE UND ANWENDUNGEN .....	13
<b>3 BEDEUTUNG DES MOBILEN INTERNETS</b> .....	<b>15</b>
3.1 BISHERIGE ENTWICKLUNG.....	15
3.2 AKTUELLE MARKTSITUATION .....	16
3.3 ANWENDUNGSFELDER UND ZIELGRUPPEN .....	20
<b>4 ERFOLGSFAKTOREN IM MOBILEN INTERNET</b> .....	<b>22</b>
4.1 DEFINITION VON ERFOLGSFAKTOREN .....	22
4.2 IDENTIFIZIERUNG UND BESCHREIBUNG VON ERFOLGSFAKTOREN IM MOBILEN INTERNET .....	22
4.2.1 Wirtschaftliche Aspekte.....	23
4.2.2 Soziale Aspekte.....	25
4.2.3 Technische Aspekte .....	27
4.3 ERFOLGSFAKTOREN IM MARKETING.....	28
4.3.1 Der Marketing-Mix.....	28
4.3.2 Eingliederung ins Marketing .....	28
4.3.2.1 Produktpolitik .....	28
4.3.2.2 Preispolitik .....	29
4.3.2.3 Distributionspolitik .....	29
4.3.2.4 Kommunikationspolitik .....	29
4.4 TABELLARISCHE GESAMTÜBERSICHT .....	29
4.5 BEWERTUNG DER ERFOLGSFAKTOREN.....	30
4.5.1 Wirkungsintensitäten der Erfolgsfaktoren.....	30
4.5.2 Erfolgsfaktoren-Portfolio.....	32
<b>5 WIRKUNGSZUSAMMENHÄNGE DER ERFOLGSFAKTOREN</b> .....	<b>33</b>
5.1 METHODEN ZUR BESCHREIBUNG VON ÖKONOMISCHEN WIRKUNGSZUSAMMENHÄNGEN .....	33
5.2 BALANCED SCORECARD .....	34
5.2.1 Erklärung der Balanced Scorecard .....	34
5.2.2 Bewertung der Methode.....	36
5.3 ERSTELLUNG EINER BALANCED SCORECARD FÜR DAS MOBILE INTERNET .....	37
5.3.1 Die Perspektiven der Balanced Scorecard .....	37
5.3.1.1 Die Finanzperspektive .....	38
5.3.1.2 Die Kundenperspektive.....	38

5.3.1.3 Die Mitarbeiterperspektive .....	39
5.3.1.4 Die Produktperspektive.....	39
5.3.1.5 Die Marktperspektive .....	40
5.3.2 Wirkungszusammenhänge .....	40
5.3.2.1 Ursache-Wirkungs-Ketten .....	41
5.3.2.2 Ursache-Wirkungs-Diagramm.....	42
5.4    ERLÄUTERUNG DER ERGEBNISSE ANHAND EINES MODELL- UNTERNEHMENS .....	43
5.4.1 Einführung der Balanced Scorecard .....	43
5.4.2 Wirkung .....	47
 <b>6 ZUSAMMENFASSUNG UND FAZIT .....</b>	<b>48</b>
 <b>LITERATURVERZEICHNIS.....</b>	<b>50</b>
 <b>ANHANG.....</b>	<b>52</b>

# Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Mobilfunkanschlüsse in Deutschland.....	3
Abbildung 2: Mobiltelefon .....	6
Abbildung 3: Personal Digital Assistant (PDA).....	7
Abbildung 4: Smartphone.....	9
Abbildung 5: Geschwindigkeiten der Übertragungstechnologien.....	12
Abbildung 6: Umfrage der BVDW über mobile Internetnutzung .....	17
Abbildung 7: Umsätze durch mobile Datendienste .....	18
Abbildung 8: Mobilfunkumsätze 2009 .....	19
Abbildung 9: Erfolgsfaktoren-Portfolio.....	32
Abbildung 10: Die Balanced Scorecard in ihrer ursprünglichen Form .....	35
Abbildung 11: Balanced Scorecard für das mobile Internet.....	37
Abbildung 12: Kausalitätsbeziehungen der Erfolgsfaktoren .....	43
Abbildung 13: Soll-Ist-Zustand der Kenngrößen .....	46

## Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Tabellarische Gesamtübersicht der Erfolgsfaktoren.....	30
Tabelle 2: Wirkungsintensitäten der Erfolgsfaktoren.....	31

## Abkürzungsverzeichnis

BITKOM	= Bundesverband für Informationswirtschaft, Telekommunikation und neue Medien
BVDW	= Bundesverband für Digitale Wirtschaft
Cebit	= Centrum für Büroautomation, Informationstechnologie und Telekommunikation
EDGE	= Enhanced Data Rates for GSM Evolution
GPRS	= General Packet Radio Service
GPS	= Global Positioning System
GSM	= Global System for Mobile Communications
HSDPA	= High Speed Downlink Packet Access
J2ME	= Java 2 Micro Edition
LBS	= Location Based Services
MMS	= Multimedia Messaging Service
PDA	= Personal Digital Assistant
SMS	= Short Message Service
UMTS	= Universal Mobile Telecommunications System
USB	= Universal Serial Bus
W-Lan	= Wireless Local Area Network
WIMAX	= Worldwide Interoperability for Microwave Access
WWW	= World Wide Web