



Exposé zur Diplomarbeit

Analyse des Marktpotenzials von Mobile TV in der Russischen Föderation

von Andi Schimmelpfennig
04.09.2008

Fachbereich 4
Weiterbildendes Fernstudium
Wirtschaftsingenieurwesen / SP Marketing

Erstgutachter/in Prof. Bernd Sonntag
Zweitgutachter/in Prof. Günther Heger

fhtw

Fachhochschule für Technik
und Wirtschaft Berlin

University of Applied Sciences

Exposé zur Diplomarbeit

1. Fragestellung und Arbeitstitel.....	2
2. Kurzbeschreibung des Themas	2
3. Motive, dieses Thema zu bearbeiten	3
4. Mit welchen theoretischen Ansätzen arbeite ich?	3
5. Welche wissenschaftliche Literatur ziehe ich heran?.....	3
6. Welche empirischen Methoden sollen benutzt werden?.....	4
7. Welche Arbeitsschritte wurden durchgeführt/stehen bevor?	4
8. Welche praktische, theoretische, politische Relevanz?.....	4
9. Wie soll das Thema gegliedert werden?	5
10. Zeit- und Arbeitsplan	6

1. Fragestellung und Arbeitstitel

Der Arbeitstitel meiner Diplomarbeit soll lauten:

Analyse des Marktpotenzials von Mobile TV in der Russischen Föderation.

Dabei soll herausgefunden werden, wie die aktuelle Marktlage aussieht, welche technische und wirtschaftlichen Voraussetzungen bestehen, und welche Entwicklung bezüglich der Nachfrage und somit des Absatzes auf dem russischen Markt zu erwarten ist. Dabei sollen vor allem potentielle Nachfrager berücksichtigt werden, die über technische Grundvoraussetzungen (Internet) verfügen.

2. Kurzbeschreibung des Themas

Das Thema bringt drei große Themenkomplexe zusammen, das Marktpotenzial als wirtschaftswissenschaftlicher Aspekt, das Mobile TV als zu untersuchende Produktgruppe und Russland als regionaler Fokus.

Ein Marktpotenzial entspricht in etwa der Marktkapazität, also der gesamten Aufnahmefähigkeit eines Marktes. Gemeint ist die zu erwartende höchstmögliche Marktnachfrage, wobei alle potentiellen Nachfrager berücksichtigt werden, welche theoretisch für die Produktübernahme in Betracht kommen und dafür mit genügend Kaufkraft ausgestattet sind.

Unter Mobile TV soll das so genannte „Handy-TV“ verstanden werden. Damit ist die Übertragung und der Empfang audiovisueller Inhalte mit Hilfe mobiler Endgeräte ("Handhelds") gemeint. Der Schwerpunkt liegt auf solchen Geräten, die primär zum Telefonieren konzipiert wurden. Die Mobilität definiert sich dabei nicht nur durch die Drahtlosigkeit des Übertragungsweges, sondern auch durch die Größe des Gerätes bzw. die daraus resultierende Handlichkeit. So werden Handys, Smartphones und PDAs von diesem Raster umfasst, nicht jedoch

Notebooks, die aufgrund ihrer Größe nicht mit der Zweckmäßigkeit der zuvor genannten Geräte konkurrieren können. Portable Geräte, die ausschließlich zum Fernsehempfang konzipiert wurden, wie z.B. mobile DVB-T-Empfänger, finden im Sinne von Handy-TV ebenfalls keine Berücksichtigung.

Die Russische Föderation (Russland) ist Rechtsnachfolger der Sowjetunion. Das Land gilt nach der partiellen Erholung von den verschiedenen Transformationskrisen insbesondere wegen des Reichtums an natürlichen Ressourcen als wichtige Industrienation. Das enorme Wirtschaftswachstum des letzten Jahrzehnts von ca. 6% jährlich macht Land zu einem interessanten Absatzmarkt.

Zusammengefasst, für die beschriebene Produktgruppe aus Mobile TV auf dem russischen Markt soll das theoretische und verfügbare Marktpotenzial ermittelt werden.

3. Motive, dieses Thema zu bearbeiten

Ich beschäftige mich seit mehreren Jahren beruflich mit dem Thema Mobile TV und den damit verbundenen Diensten. Nachdem dieser Markt in Deutschland bereits beginnt Fuß zu fassen, steht die größere Verbreitung von Fernsehen auf Mobiltelefonen, egal ob über das Rundfunk- (z.B. DVB-T/H, T-DMB, etc.) oder über das Mobilfunknetz (z.B. UMTS, MBMS, etc.), in vielen anderen Ländern noch aus.

Besonders interessant finde ich in diesem Zusammenhang den Markt von Russland, zum einen wegen den riesigen, flächenmäßigen Ausmaßen und dem enormen Wirtschaftswachstum, zum anderen aber auch aufgrund persönlicher Verbindungen zu diesem Land. So schrieb ich meine erste Diplomarbeit im an einer Technischen Universität in St.Petersburg, wo ich zuvor auch mein Praxissemester absolvierte. Seitdem bereise ich immer wieder dieses für mich faszinierende Land, wobei ich bereits bis in fernste Regionen – wie beispielsweise Wladiwostok – vorgedrungen bin.

Mit dem gewählten Thema möchte ich Aspekte aus Studium, Beruf und persönlichen Interessen zusammenbringen.

4. Mit welchen theoretischen Ansätzen arbeite ich?

Ich werde möglicherweise mit folgenden theoretischen Ansätzen arbeiten:

- Verschiedene Theorien des Kaufverhaltens, z.B. „kognitiven Dissonanz“
- Klassische ökonomische Theorie (Konzept des „homo economicus“)
- Produktlebenszyklus-Theorie
- Globalisierungskonzept von Porter, M.E.

5. Welche wissenschaftliche Literatur ziehe ich heran?

Für Begriffsklärungen verwende ich folgende Online-Enzyklopädien:

- <http://de.wikipedia.org>
- <http://www.wirtschaftslexikon24.net>

Für wirtschaftstheoretische Inhalte verwende ich u.a. folgende Literatur:

- Ludwig Berekoven / Werner Eckert / Peter Ellenrieder: Marktforschung, Betriebswirtschaftlicher Verlag Dr. Th. Gabler / GWV Fachverlage GmbH, Wiesbaden 2006

- Klaus Backhaus / Markus Voeth: Industriegütermarketing, Verlag Franz Vahlen GmbH, München 2007
- Meffert / Burmann / Kirchgeorg: Marketing, Betriebswirtschaftlicher Verlag Dr. Th. Gabler / GWV Fachverlage GmbH, Wiesbaden 2008

Für Recherchen zu Mobile TV innerhalb der Russischen Föderation wird genutzt:

- folgende Internetseiten werde ich gegebenenfalls nutzen (die Seiten sind nicht unbedingt als wissenschaftliche Literatur anzusehen, sondern scheinen – nach ersten Recherchen – wertvolle Informationen zum Thema zu liefern):
 - o [Pay-TV in Eastern Europe](#), Goldmedia GmbH, 19.05.08
 - o [DVB in the Russian Federation](#), DVB Project, 2008
 - o ...

6. Welche empirischen Methoden sollen benutzt werden?

Primärerhebungen:

- Internetbefragung zu Verfügbarkeit, Nutzung & Akzeptanz von Mobile TV
- Sammlung von Informationen durch Fragebogen (hauptsächlich Ja/Nein, quantitative & Auswahl-Fragen, geringer Anteil von offenen Textfragen)

Sekundärerhebungen:

- Internet
- Firmenspezifische Publikationen
- Fachliteratur und Tagespresse

Außerdem werden evtl. folgende Methoden/Analysen herangezogen:

- Nutzwertanalysen
- Symptome-Ursachen-Matrix
- Situationsanalyse

7. Welche Arbeitsschritte wurden durchgeführt/stehen bevor?

- Recherche zu aktuellen Situation des zu untersuchenden Marktes in Russland
 - o Aktive Firmen
 - o Netzausbau
- Ausarbeitung eines Fragebogens an potentielle Nutzer von Mobile TV, anschließende Durchführung und Auswertung

8. Welche praktische, theoretische, politische Relevanz?

- Hohe praktische Relevanz! Das Thema hat hohe Bedeutung für die Telekommunikationsbranche in Hinsicht auf Informations- und TV-Dienste
- Geringe theoretische Relevanz! Theoretische Relevanz liegt vor, wenn der Wissenschaft in einem bestimmten Bereich neues Wissen präsentiert wird. Dies ist hier kaum der Fall.
- Geringe politische Relevanz! Der Einfluss auf die Politik ist gering! Lediglich bei Fragen der Medienfreiheit könnte es in Russland zu Reibungspunkten und somit zu Berührungspunkten mit dem Thema Mobile TV kommen.

9. Wie soll das Thema gegliedert werden?

- Titelblatt
- Eidesstattliche Erklärung
- Inhaltsverzeichnis

- Vorwort
 - o Danksagung
 - o Evtl. Widmung

- 1. Einleitung
 - o Hinführung zum Thema
 - o Intention/ Motivation
 - o Ausgangsfragestellung und Untersuchungsrahmen
 - o Zielsetzung und Aufbau der Diplomarbeit
 - o Formulierung der Ziele der Arbeit
 - o Rahmenbedingungen
 - o Struktur der Arbeit

- 2. Grundlagen und Stand der Technik
 - o Theoretische Grundlagen
 - § Begrifflichkeit Marktpotential (Nennung und Beschreibung der möglichen Punkte einer Marktpotentialanalyse)
 - § Begrifflichkeit Mobile TV
 - o Technischer Stand von Mobile TV in Russland (Situationsanalyse)
 - § Neutrale Darstellung des IST-Zustandes
 - Verfügbare mobile Empfänger
 - Anbieter (aktive Unternehmen auf diesem Markt, z.B. Mobilfunkanbieter)
 - Verfügbares Sendernetz in den einzelnen Regionen
 - § Bewertung des IST-Zustandes (qual. & quant.)

- 3. Beschreibung des Lösungskonzepts zur Problemstellung
 - o Anforderungen an die Lösung
 - § Maß an Repräsentativität
 - o Darstellung meiner Vorgehensweise
 - § Internetbefragung (Aufbau des Fragebogens, Durchführung der Befragung, Auswertung)

- 4. Darlegung der Ergebnisse
 - o Auswertung mit betriebswirtschaftlicher Bewertung
 - § Schriftliche & grafische Darstellung der Ergebnisse aus der Datenerhebung
 - o Darstellungen zum Marktpotenzial (z.B. grafisch zu den einzelnen Regionen Russlands), eingehen u.a. auf ...
 - § Marktsegmentierung und Bewertung der Segmente
 - § Markteintrittsbarrieren
 - § Wettbewerber/Konkurrentenanalyse
 - § Analyse strategischer Gruppen
 - o Evtl. mit Vorschlag einer Marktbearbeitungsstrategie
 - o Resultierende Aussage zum Marktpotenzial von Mobile TV

- 5. Abschluss
 - o Zusammenfassung
 - o Resümee
 - o Ausblick

- Abkürzungsverzeichnis
- Abbildungsverzeichnis
- Tabellenverzeichnis
- Literaturverzeichnis
- Evtl. Anhang

10. Zeit- und Arbeitsplan

Zeitraum:

- 3 Monate ab dem Zeitpunkt der Genehmigung
- voraussichtlich von November 2008 bis Januar 2009

Zeitplan:

- 1.Monat: (Gliederungspunkte 1-3)
 - o Theoretische Ausarbeitungen, Recherchen
 - o Erstellung des Fragebogens (evtl. mehrsprachig)
 - o Beginn der Datenerhebung
- 2.Monat:
 - o Datenerhebung weiterführen und abschließen
 - o Erste Aufbereitung der erfassten Daten
- 3.Monat: (Gliederungspunkte 4-5)
 - o Auswertung & Schlussfolgerung
 - o evtl. Erarbeitung einer Marktbearbeitungsstrategie
 - o Abrundung & Abgabe der Diplomarbeit