

## Inhaltsverzeichnis

**Abbildungsverzeichnis .....XVII**

**Tabellenverzeichnis .....XXI**

**Abkürzungsverzeichnis .....XXIII**

<b>A.</b>	<b>Nutzenorientierte Preisbestimmung als Herausforderung an das Management von Verkehrsdienstleistungsunternehmen .....1</b>
1.	Möglichkeit der Leistungssubstitution durch die Nachfrager als Einflußfaktor auf die Preisbildung im Dienstleistungsmarketing ..... 1
2.	Verkehrsdienstleistungen im Erkenntniszusammenhang der nutzenorientierten Preisbildung .....11
2.1	Stellenwert des Prosuming für die Preispolitik im Verkehrsdienstleistungsmarketing .....11
2.2	Derivativer Charakter der Verkehrsdienstleistungsnachfrage .....19
2.3	Geographisch differenzierte Wettbewerbsverhältnisse .....24
3.	Ziel und Gang der Untersuchung.....28
<b>B.</b>	<b>Ableitung eines wettbewerbsorientierten Nutzenpreises bei Substitutionsmöglichkeit der Leistung durch Selbsterstellung.....33</b>
1.	Nutzenbasierte Verkehrsmittelwahlentscheidung bei Prosuming .....33
1.1	Ansätze zur Modellierung der Verkehrsmittelwahl .....33
1.11	Entwicklung traditioneller Modelle der Verkehrsmittelwahl.....33
1.12	Ableitung eines geeigneten Verkehrsmittelwahlmodells zur Bestimmung von Preisbereitschaften.....36
1.2	Nutzendimensionen der Verkehrsmittel unter Berücksichtigung von Prosuming .....48
1.21	Ableitung und Systematisierung der Nutzendimensionen .....48

1.22	Verkehrsmittelübergreifender Vergleich des positiven Leistungsnutzens .....	53
1.221	Nutzendimensionen der Potentialfaktoren .....	54
1.222	Nutzendimensionen im Leistungserstellungsprozeß .....	59
1.223	Nutzendimensionen der Leistungsergebnisse.....	65
1.23	Dimensionen des negativen Preisnutzens unterschiedlicher Verkehrsmittel .....	69
1.3	Anforderungen an eine Nutzen- und Entscheidungsmessung im Verkehrsdienstleistungsbereich .....	73
2.	Ansätze zur Messung des Nutzens im Verkehrsdienstleistungsbereich .....	78
2.1	Traditionelle Conjoint-Analyse als Ausgangspunkt dekompositioneller Verfahren zur Nutzenmessung im Verkehrsdienstleistungsbereich .....	81
2.11	Verfahrensschritte der traditionellen Conjoint-Analyse .....	81
2.12	Einbezug des Verkehrsmittels als Merkmal in der Conjoint-Analyse .....	89
2.2	Verfahrenserweiterungen zur Berücksichtigung einer größeren Merkmalsanzahl im Verkehrsdienstleistungsbereich .....	91
2.21	Hierarchische Conjoint-Analyse und Bridging-Conjoint-Analyse .....	93
2.22	Abstrakte Leistungsdimensionen als Grundlage der Nutzenanalyse bei Fernverkehrsreisen.....	97
2.23	Ermittelte Bedeutung von Nutzendimensionen als Basis für die Bewertung von Verkehrsmitteln.....	100
2.24	Einbezug kompositioneller Elemente in die Conjoint-Analyse: hybride und adaptive Conjoint-Analyse .....	102
2.3	Eignung der Ansätze zur Nutzenmessung unter Berücksichtigung deterministischer und stochastischer Auswahlschätzungen im Rahmen des Verkehrsmittelwahlprozesses .....	106

3.	Integration der Auswahlentscheidung in die Nutzenmessung im Verkehrsdienstleistungsbereich .....	111
3.1	Berücksichtigung von Auswahlentscheidungen bei Verfahren der Nutzenmessung.....	111
3.2	Nutzenermittlung von und Auswahlentscheidung zwischen Verkehrsdienstleistung und Prosuming .....	118
3.21	Abbildung der selbsterstellten Pkw-Fahrt als Auswahlalternative zur institutionell erstellten Verkehrsdienstleistung.....	118
3.22	Gestaltungsorientierte Aufnahme relevanter Leistungsparameter des Verkehrsdienstleistungsunternehmens .....	128
3.23	Berücksichtigung möglicherweise nicht kompensatorischer Merkmalsausprägungen .....	130
4.	Untersuchungsablauf der Nutzen- und Auswahlermittlung im Verkehrsdienstleistungsbereich.....	133
<b>C.</b>	<b>Empirische Preisbestimmung im Verkehrsdienstleistungsbereich unter Berücksichtigung von Prosuming.....</b>	<b>141</b>
1.	Anlage der empirischen Untersuchung.....	141
1.1	Ausgestaltung der Conjoint-Experimente zur Ermittlung von Nutzenstrukturen und Auswahlentscheidungen.....	141
1.2	Ableitung der spezifischen Befragungssituation vor dem Hintergrund der Charakteristika von Verkehrsmittelwahlprozessen .....	150
1.3	Methoden und Programme der statistischen Auswertung.....	156
2.	Erfassung von Nutzenstrukturen und Auswahlentscheidungen.....	158
2.1	Conjointanalytische Schätzung der Nutzenwerte.....	158
2.2	Einbezug von Prosuming als selbsterstellter Verkehrsleistung....	160
2.3	Berücksichtigung des nicht-kompensatorischen Flexibilitätsmerkmals .....	166
3.	Entwicklung eines Preissimulationsmodells zur Überprüfung der ermittelten Zusammenhänge .....	167

3.1	Aufbau der Simulation auf Grundlage des gewählten methodischen Ansatzes.....	167
3.2	Überprüfung der Validität des Simulationsmodells .....	172
3.21	Validität des Grundmodells bei vollkommen rationalem Verhalten .....	172
3.22	Validität des Modells bei Integration zusätzlicher Informationen über die Art der Verkehrsmittelwahlentscheidung.....	178
3.3	Exemplarische Darstellung ausgewählter preispolitischer Problemstellungen im Verkehrsdienstleistungsbereich.....	183
3.31	Zielgrößen der Analysen und Untersuchungsgegenstand .....	184
3.32	Analyse einer Veränderung von Wettbewerbsparametern.....	187
3.33	Analyse ausgewählter Handlungsoptionen im Marketing-Mix .....	191
3.331	Isolierte Betrachtung einzelner Handlungsparameter.....	191
3.332	Kombination der Parameter in simulierten Konstellationen.....	202
3.4	Kritische Würdigung des Simulationsmodells .....	207
<b>D.</b>	<b>Zusammenfassung und Ausblick .....</b>	<b>211</b>
1.	Würdigung der zentralen Untersuchungsergebnisse.....	211
2.	Implikationen für das Management von Verkehrsdienstleistungsunternehmen .....	215
3.	Implikationen für weiterführende Forschung.....	228
	<b>Anhang I: Ergänzende Abbildungen.....</b>	<b>233</b>
	<b>Anhang II: Fragebögen der empirischen Untersuchung.....</b>	<b>237</b>
	<b>Literaturverzeichnis .....</b>	<b>261</b>

**Abbildungsverzeichnis**

Abb. 1:	Ersetzung einer Marktleistung durch Prosuming .....	8
Abb. 2:	Leistungsbezogene Determinanten für die Bedeutung des Prosuming .....	9
Abb. 3:	Prosuming im Verkehrsdienstleistungsbereich .....	14
Abb. 4:	Herausforderung an die nutzenorientierte Preisbildung im Verkehrsdienstleistungsbereich.....	19
Abb. 5:	Ableitung der Verkehrsnachfrage .....	21
Abb. 6:	Räumliche Verfügbarkeit und Art des Angebots von Verkehrsträgern.....	24
Abb. 7:	Darstellung einer Erweiterung der Reiseanlaß-Nutzen-Segmentierung um den Aspekt der Relation anhand eines fiktiven Beispiels .....	28
Abb. 8:	Nettonutzenvergleich als Kern des Verkehrsmittelwahlprozesses.....	39
Abb. 9:	Einordnung der Nettonutzenbestimmung in den Verkehrsmittelwahlprozeß.....	47
Abb. 10:	Vergleichbarkeit der Nutzendimensionen bei Substitutionsmöglichkeit durch die selbsterstellte Leistung im Verkehrsdienstleistungsbereich.....	50
Abb. 11:	Vergleich der Nutzenkomponenten der Potentialdimension .....	59
Abb. 12:	Vergleich der Nutzenkomponenten der Prozeßphase .....	64
Abb. 13:	Vergleich der Nutzenkomponenten der Ergebnisdimension .....	68
Abb. 14:	Vergleich der Komponenten des negativen Preisnutzens .....	71
Abb. 15:	Vergleich institutionell erstellter Bahnfahrt mit der selbsterstellten Pkw-Fahrt .....	72
Abb. 16:	Anforderungen an die Nutzenmessung .....	75
Abb. 17:	Verfahrensschritte der traditionellen Conjoint-Analyse .....	82
Abb. 18:	Integration des Verkehrsmittels als Merkmalsausprägung .....	90
Abb. 19:	Verdichtung der Nutzendimensionen auf höherem Abstraktionsgrad.....	94
Abb. 20:	Beispiel für einen Verkehrsdienstleistungsstimulus im Metadesign.....	95

Abb. 21:	Beispielhafte Ausgestaltung eines verkehrsmittelübergreifenden hierarchischen Conjoint-Designs .....	98
Abb. 22:	Beispielhafte Bewertung der Verkehrsmittel und davon abgeleitete Preissetzung.....	102
Abb. 23:	Beurteilung der diskutierten Verfahrenserweiterungen.....	107
Abb. 24:	Nutzenschätzung und Auswahlentscheidung .....	108
Abb. 25:	Einordnung der Pkw-Karte nach Rangreihung der Bahnangebote .....	119
Abb. 26:	Bestimmung des Pkw-Nutzens .....	125
Abb. 27:	Beispielhafte Integration einer Vielzahl von Merkmalsausprägungen im Subdesign für das Merkmal Komfort.....	129
Abb. 28:	Mögliche Abfrage unterschiedlicher Flexibilitätseinschränkungen als Konstant-Summen-Skala .....	132
Abb. 29:	Reduktion der zu untersuchenden Bepreisungsobjekte im Verkehrsdienstleistungsbereich.....	134
Abb. 30:	Voraussetzungen und Entscheidungstatbestände zur Ausgestaltung der Untersuchung .....	135
Abb. 31:	Diskussion von Befragungsort und Befragungsgegenstand .....	138
Abb. 32:	Ablaufschritte zur Nutzenbestimmung und Auswahlentscheidung im Verkehrsdienstleistungsbereich .....	140
Abb. 33:	Ausgestaltung der Metadesigns .....	143
Abb. 34:	Arbeitsbogen Flexibilität.....	144
Abb. 35:	Beispielkarten der Metadesigns.....	147
Abb. 36:	Die Pkw-Karte und beispielhaft die Karte für den Flug auf einer Relation .....	147
Abb. 37:	Ausgestaltung des Komfortdesigns .....	149
Abb. 38:	Beispielkarte aus dem Komfortdesign .....	149
Abb. 39:	Sequentielles Vorgehen in der Untersuchung .....	150
Abb. 40:	Vorgehensweise der Befragung .....	153
Abb. 41:	Aufbau der Befragung .....	155
Abb. 42:	Übersicht über die Wichtigkeiten im Subdesign Komfort .....	160

Abb. 43:	Wahrnehmung der unterschiedlichen Verkehrsmittel .....	161
Abb. 44:	Positionen der Limit-Cards – (nur Relationen mit Flugangebot) .....	163
Abb. 45:	Beispielhafte Veränderungen der Positionen von Pkw- und Flug-Karten unter dem Einfluß von Szenarien .....	165
Abb. 46:	Bekundete Bereitschaft zu Flexibilitätseinschränkungen bei deutlichem Preisnachlaß .....	167
Abb. 47:	Vorgehensweise im Simulationsmodell .....	169
Abb. 48:	Verkehrsmittelwahlprozeß und Nutzung der Bahn .....	179
Abb. 49:	Verringerung der Abweichungen des geschätzten vom tatsächlichen Bahnmarktanteil durch Berücksichtigung der Art des Entscheidungsprozesses .....	181
Abb. 50:	Marktanteile (Modalsplit) von Pkw und Bahn auf einer ausgewählten Relation im Vergleich von vollständig rationalem Verhalten sowie unter Einbezug von ex ante feststehenden Verkehrsmitteln (Relation 15) .....	182
Abb. 51:	Exemplarisch untersuchte preispolitische Handlungsoptionen .....	184
Abb. 52:	Vergleich der Marktanteilsentwicklungen auf unterschiedlichen Relationen .....	186
Abb. 53:	Preis-Absatz-Funktionen der Bahn bei unterschiedlichen Wettbewerbsszenarien .....	188
Abb. 54:	Marktanteilsveränderungen bei Preisveränderungen Gesamtnetz .....	192
Abb. 55:	Kombination von Preisniveau und BahnCard-Ermäßigung .....	193
Abb. 56:	Veränderungen der Marktanteile bei Veränderung der Fahrdauer Bahn .....	195
Abb. 57:	Ansatzpunkte zur Preisdifferenzierung bei Verkehrsdienstleistungen .....	196
Abb. 58:	1.-Klasse-Anteil nach Aufschlagsatz auf heutige 2.-Klasse-Preise .....	198
Abb. 59:	Angebotsanteile und Gesamtmarktanteil Bahn 2. Klasse mit und ohne Sitzplatzgarantie .....	199
Abb. 60:	Anteile am Modalsplit von Angeboten mit unterschiedlichen Flexibilitätseinschränkungen in Abhängigkeit vom relativen Preisabstand .....	201
Abb. 61:	Darstellung der in der Arbeit erfolgten Weiterentwicklungen .....	214

Abb. 62: Problembereiche der Arbeit und weiterführende praktische Implikationen .....	215
Abb. 63: Grundsätzliche Ausrichtung eines Preissystems .....	220



**Tabellenverzeichnis**

Tab. 1:	Ausprägungen des Metadesigns gemäß den durch den Probanden realisierbaren Flexibilitätseinschränkungen .....	146
Tab. 2:	Zusammensetzung der Stichprobe .....	154
Tab. 3:	Voraussetzungen für die Selbsterstellung der Verkehrsleistung.....	161
Tab. 4:	Vergleich simulierter und tatsächlicher Marktanteile bei Unterstellung vollkommen rationalen Verhaltens.....	176
Tab. 5:	Vergleich simulierter und tatsächlicher Marktanteile bei Berücksichtigung der ohne Wahlprozeß getroffenen Verkehrsmittelnutzungsentscheidungen .....	180
Tab. 6:	Ausgestaltung und Ergebnisse Simulation 1 .....	204
Tab. 7:	Ausgestaltung und Ergebnisse Simulation 2 .....	205
Tab. 8:	Ausgestaltung und Ergebnisse Simulation 3 .....	206