

## Inhaltsverzeichnis

<b>1.</b>	<b>15 Jahre Forschungsstelle Bahnmarketing – Ein Rückblick</b>	<b>11</b>
<b>2.</b>	<b>Projektübersicht der Forschungsstelle Bahnmarketing</b>	<b>14</b>
2.1	Zielgruppenmarketing und Customer Relationship Management im Verkehrsdienstleistungsbereich	14
2.1.1	Nutzenorientierte Marktsegmentierung im Verkehrsdienstleistungsbereich	15
2.1.2	Kundenbindung im Verkehrsdienstleistungsbereich	18
2.1.3	Identifikation und Ausschöpfung von Up-Selling-Potenzialen	22
2.1.4	Kündigerrückgewinnung bei der Deutschen Bahn AG	25
2.2	Preismanagement im Verkehrsdienstleistungsbereich	27
2.2.1	Preisbeurteilung als Determinante der Verkehrsmittelwahl	28
2.2.2	Erlösmanagement im Personenverkehr – Ansätze zur Preisgestaltung	32
2.2.3	Sonderpreisaktionen bei Verkehrsdienstleistungen	36
2.3	Kommunikation und Vertrieb im Verkehrsdienstleistungsbereich	39
2.3.1	Unternehmenskommunikation bei Privatisierung öffentlicher Unternehmen	40
2.3.2	Vertriebskanalsteuerung im Verkehrsdienstleistungsbereich	42
2.3.3	Marketing und Vertrieb internationaler Reiseangebote der Deutschen Bahn AG	46
2.3.4	Cross-Selling-Potenziale im Verkehrsdienstleistungsbereich	48
2.4	Übergreifende Themen des Verkehrsdienstleistungsmanagement	50
2.4.1	Markenarchitektur der Deutschen Bahn AG	51
2.4.2	Zufriedenheit mit Dienstleistungen	55
2.4.3	Hygiene- und Komfortfaktoren im Personennahverkehr	58
2.4.4	Geschäftsmodell 2020 der Deutschen Bahn AG	61
<b>3.</b>	<b>Publikationen und Diplomhausarbeiten der Forschungsstelle Bahnmarketing</b>	<b>64</b>
3.1	Bücher, Beiträge, Arbeitspapiere	64
3.2	Dissertationen	65
3.3	Projekte	66
3.4	Diplomhausarbeiten	68

<b>4.</b>	<b>Das Team der Forschungsstelle Bahnmarketing</b>	<b>74</b>
4.1	Wissenschaftliche Leitung	74
4.2	Wissenschaftliche Mitarbeiter	76
4.3	Ehemalige wissenschaftliche Mitarbeiter	77
<b>5.</b>	<b>Ausblick: Herausforderungen an das Management von Verkehrsdienstleistungen</b>	<b>79</b>