

Inhaltsverzeichnis

Geleitwort von Prof. Dr. Bernd Skiera	V
Geleitwort von Dr. Olaf Jäger-Roschko u. Jan Enno Einfeld (comdirect) VII	VII
Vorwort	IX
I. Synopsis	1
I.1 Einleitung.....	1
I.2 Ziel und Vorgehensweise	3
I.3 Zusammenfassung der Studien.....	7
I.3.1 Beitrag 1: Schlereth, Christian / Skiera, Bernd (2009): „Schätzung von Zahlungsbereitschaftsintervallen mit der Choice-Based Conjoint-Analyse“	7
I.3.2 Beitrag 2: Schlereth, Christian / Skiera, Bernd / Wolk, Agnieszka (2009): “Comparison of Discrete Choice Models for Pricing under Two-Part Tariffs”	8
I.3.3 Beitrag 3: Schlereth, Christian / Skiera, Bernd (2010): “Consideration of Service Attributes in Discrete Choice Models for Usage-Based Pricing: An Application for Bucket Pricing Plans of Digital Music”.....	10
I.3.4 Beitrag 4: Schlereth, Christian / Skiera, Bernd (2010): “Reduced Dual Response“.....	12
I.3.5 Beitrag 5: Schlereth, Christian / Stepanchuk, Tanja / Skiera Bernd (2010): “Optimization and Analysis of the Profitability of Tariff Structures with Two-Part Tariffs”	14
I.3.6 Beitrag 6: Schlereth, Christian (2010): „Flexible Umfrageplattform zur Integration innovativer Befragungsartefakte“	16
I.4 Zusammenfassung	18
I.5 Literaturverzeichnis	19
II. Schätzung von Zahlungsbereitschaftsintervallen mit der Choice-Based Conjoint-Analyse	23
II.1 Einleitung.....	24
II.2 Motivation der Betrachtung von Zahlungsbereitschaftsintervallen	25
II.3 Ermittlung von Zahlungsbereitschaften	27

II.4	Ermittlung von Zahlungsbereitschaftsintervallen	30
II.5	Empirische Studie.....	33
II.5.1	Aufbau der Studie.....	33
II.5.2	Ergebnisse.....	35
II.5.3	Vergleich von Zahlungsbereitschaften mit Zahlungsbereitschaftsintervallen.....	37
II.5.4	Validierung der Ergebnisse.....	39
II.6	Zusammenfassung und Diskussion	40
II.7	Literaturverzeichnis.....	42
III.	Comparison of Discrete Choice Models for Pricing under Two-Part Tariffs.....	45
III.1	Introduction.....	46
III.2	Theoretical Background	48
III.2.1	Utility Function.....	48
III.2.2	Consideration of “Unobserved Behavior” in Tariff Choice Decisions.....	49
III.2.3	Estimation Space.....	50
III.3	Modelling Willingness-to-Pay Functions and Demand Functions	51
III.3.1	Direct Utility Functions	51
III.3.2	Indirect Utility Functions.....	53
III.4	Treatment of Usage Uncertainty.....	55
III.5	Estimation Procedure.....	58
III.6	Two-Step Estimation Procedure.....	60
III.7	Empirical Study	63
III.7.1	Study Design.....	63
III.7.2	Overview of Employed Models.....	64
III.8	Results of Empirical Study	65
III.8.1	Internal and Predictive Validity.....	65
III.8.2	Face Validity.....	68
III.9	Optimal Pricing.....	69
III.10	Conclusions.....	70

III.11	References.....	71
IV.	Consideration of Service Attributes in Discrete Choice Models for Usage-Based Pricing: An Application of Bucket Pricing Plans for Digital Music.....	75
IV.1	Introduction.....	76
IV.2	Model Development.....	78
IV.2.1	Modeling Choice of Price Bucket.....	78
IV.2.2	Estimation Space Transformation.....	81
IV.2.3	Considerations of Service Attributes.....	83
IV.2.4	Model Estimation.....	86
IV.3	Empirical Study.....	87
IV.3.1	Study Design.....	87
IV.3.2	Results.....	89
IV.3.3	Comparison of Pricing Recommendations.....	91
IV.4	Conclusions.....	95
IV.5	References.....	96
V.	Reduced Dual Response.....	99
V.1	Introduction.....	100
V.2	Literature Review.....	102
V.3	Reduced Dual Response.....	104
V.3.1	Selection decision block.....	105
V.3.2	Purchase decision block.....	106
V.3.3	Technical implementation details.....	107
V.4	Conceptual Comparison.....	111
V.5	Simulation Study.....	113
V.6	Empirical Study.....	115
V.6.1	Study design.....	116
V.6.2	Model.....	117
V.6.3	Results.....	118
V.7	Conclusions and Discussion.....	126
V.8	References.....	127

VI. Optimization and Analysis of the Profitability of Tariff Structures with Two-Part Tariffs	131
VI.1 Introduction.....	132
VI.2 Optimal Prices in Tariff Structures.....	134
VI.2.1 Modelling Consumers' Choice and Usage Behaviour and the Service Provider's Profit.....	135
VI.2.2 Tariff Optimization Problem	138
VI.3 Heuristic Search Methods	140
VI.3.1 Gradient Method	141
VI.3.2 Stochastic Search	142
VI.3.3 Simulated Annealing	143
VI.4 Comparison of Heuristic Search Methods' Performance.....	144
VI.4.1 Comparison Structure	144
VI.4.2 Results of the Comparison.....	145
VI.5 Comparison of the Profitability of Different Tariff Structures	148
VI.5.1 Comparison Structure	148
VI.5.2 Results of the Comparison.....	151
VI.6 Conclusion	154
VI.7 Appendix: Parameter Fine Tuning	155
VI.8 References.....	158
VII. Flexible Umfrageplattformen zur Integration innovativer Befragungsartefakte	163
VII.1 Einleitung.....	164
VII.2 Prozessverständnis der Umfragendurchführung	166
VII.3 Anforderungen an offene Umfrageplattformen.....	167
VII.4 Realisierung der Umfrageplattform DISE.....	168
VII.4.1 Architektur.....	169
VII.4.2 Implementierung.....	170
VII.4.3 Integration neuer Befragungsartefakte	172
VII.4.4 Beispiel: Einsatz der Adaptive Self Explicated Method	173
VII.4.5 Evaluierung.....	174

XVII

VII.5 Fazit	176
VII.6 Literatur	176