

2793-4120

**Ralf Schellhase**

# **Der Transrapid im Verkehrsmarkt**

**Eine Szenario-Analyse**

**Mit einem Geleitwort von Prof. Dr. Hans Raffée**

**DUV**

**DeutscherUniversitätsVerlag**

GABLER · VIEWEG · WESTDEUTSCHER VERLAG

# Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis .....	XI
Tabellenverzeichnis .....	XII

<b>1. Die Positionierung des Transrapid als verkehrspolitische Herausforderung .....</b>	<b>1</b>
<b>2. Szenario-Technik und Magnetschwebbahn Transrapid .....</b>	<b>5</b>
2.1. Strategische Unternehmensplanung und Szenario-Technik .....	5
2.1.1. Strategische Unternehmensplanung .....	5
2.1.2. Szenario-Technik .....	8
2.1.2.1. Begriff und Grundzüge .....	8
2.1.2.2. Stellung und Funktion der Szenario-Technik in der strategischen Unternehmensplanung .....	10
2.1.2.3. Das Battelle-Verfahren zur Erstellung von Szenarien .....	13
2.2. Technologie des Magnetbahnsystems Transrapid .....	18
<b>3. Eine Szenarioanalyse für den Verkehrsmarkt im Jahr 2010 .....</b>	<b>20</b>
3.1. Untersuchungsfeldanalyse .....	20
3.2. Einfluß- und Interdependenzanalyse .....	22
3.3. Ist-Zustand und Prognose der Entwicklung ausgewählter Deskriptoren .....	26
3.3.1. Gesamtverkehrsaufkommen .....	26
3.3.2. Verkehrspolitische Maßnahmen des Staates .....	33
3.3.3. Städte Berlin und Hamburg .....	37
3.3.4. Technologie und Strategien konkurrierender Verkehrssysteme .....	40
3.3.4.1. Individualverkehr .....	40
3.3.4.2. Flugverkehr .....	44
3.3.4.3. Bahnverkehr .....	47

3.3.4.4. Öffentlicher-Personennahverkehr .....	52
3.3.4.5. Telekommunikation .....	55
3.3.5. Ökologische Umwelt .....	56
3.3.6. Werte und Einstellungen der Bevölkerung .....	59
3.3.6.1. Untersuchungsspezifische Bedeutung von Werten, Wertewandel und Einstellungen .....	59
3.3.6.2. Basiswerte, untersuchungsrelevante Bereichswerte und Einstellungen .....	61
3.4. Ermittlung konsistenter Annahmebündel und Formulierung alternativer Szenarien .....	71
3.4.1. Szenario A: "Eisenbahn statt Autowahn" .....	71
3.4.2. Szenario B: "Nach uns die Sintflut" .....	78
<b>4. Szenarien als Grundlage für die Positionierung des Transrapid .....</b>	<b>83</b>
4.1. Szenariospezifische Ausgangssituation und mögliche strategische Stoßrichtungen .....	83
4.1.1. Szenario A: "Eisenbahn statt Autowahn" .....	83
4.1.2. Szenario B: "Nach uns die Sintflut" .....	86
4.2. Potentielle Zielgruppen des Transrapid .....	89
4.3. Zielgruppenspezifische Stärken/Schwächen-Analyse .....	91
4.4. Ansatzpunkte zur Gestaltung der Transportkette des Transrapid .....	99
4.4.1. Transportkette für Szenario A .....	99
4.4.2. Transportkette für Szenario B .....	104
<b>5. Eignung der Szenario-Technik zur Positionierung   technologischer Innovationen .....</b>	<b>108</b>
 Literaturverzeichnis .....	 110
Anhang .....	145