

Inhaltsverzeichnis

Inhaltsverzeichnis	XIII
Abbildungsverzeichnis	XVII
Tabellenverzeichnis	XIX
Abkürzungsverzeichnis	XXI
A. Management der Preisbeurteilung als Herausforderung an das Marketing von Verkehrsdienstleistungsunternehmen.....	1
1. Bedeutung der Preisbeurteilung für das Marketing im Verkehrsdienstleistungsbereich.....	1
2. Preisbeurteilungsrelevante Charakteristika von Verkehrsdienstleistungen	11
3. Zielsetzung und Gang der Untersuchung.....	20
B. Bestimmungsfaktoren der Preisbeurteilung im Verkehrsdienstleistungsbereich	25
1. Konzeptionelle Grundlagen eines Modells der Preisbeurteilung im Verkehrsdienstleistungsbereich	25
1.1 Wissenschaftstheoretische Basis eines Erklärungsansatzes der Preisbeurteilung im Verkehrsdienstleistungsbereich.....	25
1.2 Anforderungen an einen verhaltenstheoretischen Erklärungsansatz der Preisbeurteilung im Verkehrsdienstleistungsbereich	29
1.3 Entwicklungsstand verhaltenstheoretischer Preisforschung.....	34
1.31 Preisbeurteilung als Informationsverarbeitungsprozeß ...	35
1.32 Zentrale Aspekte verhaltenstheoretischer Preisforschung.....	40
1.321 Preisinformationen	40
1.322 Preiswissen	45
1.323 Typen von Preisurteilen	54

1.4	Entwicklung eines Modells der Preisbeurteilung im Verkehrsdienstleistungsbereich	63
1.41	Dimensionen der Preisbeurteilung im Verkehrsdienstleistungsbereich	63
1.42	Alternative Preisbeurteilungsprozesse im Verkehrsdienstleistungsbereich	73
2.	Empirische Analyse der Preisbeurteilung im Verkehrsdienstleistungsbereich bei extensiven Preisbeurteilungsprozessen	76
2.1	Design der empirischen Untersuchung.....	76
2.2	Prozeßorientierte vs. einstellungsorientierte Preisbeurteilung.....	78
2.3	Preisinformationsverhalten im Verkehrsdienstleistungsbereich...	84
2.4	Preiswissen über alternative Verkehrsmittel	88
2.5	Preisurteil als Komponente der Verkehrsmittelwahl	99
2.6	Preiseinstellung gegenüber der Deutschen Bahn AG	106
2.7	Zusammenfassende Würdigung der empirischen Ergebnisse ..	112
C.	Analyse der Preiseinstellung als Einflußgröße habitualisierter Preisbeurteilungsprozesse im Verkehrsdienstleistungsbereich	115
1.	Theoretische Konzeption der Preiseinstellung im Verkehrsdienstleistungsbereich.....	115
1.1	Preiseinstellung als generalisiertes Preisurteil	115
1.2	Modell der Preiseinstellung im Verkehrsdienstleistungsbereich.....	127
1.21	Das Strukturmodell der Preiseinstellung im Verkehrsdienstleistungsbereich	127
1.22	Meßmodell der latent exogenen Variablen	131
1.23	Meßmodell der latent endogenen Variablen	135
1.24	Integration zum vollständigen Ansatz	137

2.	Empirische Analyse der Preiseinstellung im Verkehrsdienstleistungsbereich.....	139
2.1	Methodik der empirischen Analyse.....	139
2.2	Kausalanalytische Untersuchung der Preiseinstellung im Verkehrsdienstleistungsbereich.....	145
2.21	Ergebnis des Modells für alle Befragten	146
2.211	Inhaltliche Interpretation der Ergebnisse.....	146
2.212	Bewertung des Modells anhand von Gütemaßen	151
2.22	Analyse der Preiseinstellung in Abhängigkeit des Preisbeurteilungstyps	154
2.221	Ergebnisse der Analyse des einstellungsorientierten Preisbeurteilungstyps	154
2.222	Ergebnisse der Analyse des prozeßorientierten Preisbeurteilungstyps	159
3.	Die Bedeutung der Preiseinstellung für Preisbeurteilungsprozesse im Verkehrsdienstleistungsbereich.....	161
D.	Implikationen für das Marketing von Verkehrsdienstleistungsunternehmen	165
1.	Extensivierung von Verkehrsmittelwahlprozessen	166
2.	Maßnahmen zur Verbesserung der Preisbeurteilung von Verkehrsdienstleistungsunternehmen	172
2.1	Verbesserung der Preisbeurteilung bei einstellungsorientierter Preisbeurteilung	172
2.2	Verbesserung der Preisbeurteilung bei prozeßorientierter Preisbeurteilung	179

E.	Zusammenfassung und Ausblick.....	189
1.	Zusammenfassende Würdigung der Forschungsergebnisse	189
2.	Ansatzpunkte für weiterführende Forschungsarbeiten	196
	Anhang: Fragebogen der empirischen Untersuchung.....	199
	Literaturverzeichnis.....	211

Abbildungsverzeichnis

Abb. 1:	Objektiver Preis und subjektives Preisurteil als Bestandteile der Preiswirkung auf den Deckungsbeitrag.....	6
Abb. 2:	Preisbeurteilung als Schlüsselgröße des Preismanagement der Deutschen Bahn AG	10
Abb. 3:	Preisbeurteilungsrelevante Charakteristika von Verkehrsdienstleistungen	20
Abb. 4:	Gang der Untersuchung.....	23
Abb. 5:	Modell zur Verarbeitung von Preisinformationen	37
Abb. 6:	Einordnung verhaltenstheoretischer Untersuchungen zur Preispolitik in das Informationsverarbeitungsschema von JACOBY/OLSON.....	38
Abb. 7:	Systematisierung der Suche und Aufnahme von Preisinformationen ..	42
Abb. 8:	Relative und absolute Preisschwellen.....	52
Abb. 9:	Grundstruktur von Preisgünstigkeitsurteilen	56
Abb. 10:	Grundstruktur von Preiswürdigkeitsurteilen	58
Abb. 11:	Kaufentscheidung bei preisabhängiger Qualitätsbeurteilung	60
Abb. 12:	Informationsaufnahme im Verkehrsdienstleistungsbereich.....	65
Abb. 13:	Systematisierung zentraler Informationsquellen über Bahnpreise	67
Abb. 14:	Operationalisierung des intramodalen Referenzpreises der Bahn.....	70
Abb. 15:	Alternative Preisbeurteilungsprozesse im Verkehrsdienstleistungsbereich	75
Abb. 16:	Operationalisierung unterschiedlicher Preisbeurteilungstypen	81
Abb. 17:	Attraktivität und Nutzung von Bahnpreisinformationsquellen	88
Abb. 18:	Preisfehler in Abhängigkeit der Bahnnutzungsintensität	95
Abb. 19:	Pkw-Preiswissen bei unterschiedlichen Bezugsobjekten.....	97
Abb. 20:	Preisgünstigkeitsschwelle und Bahn-km-Preise.....	98
Abb. 21:	Preisgünstigkeit ausgewählter Bahnangebote	99
Abb. 22:	Alternative Referenzpreise im Vergleich mit Preiswissen über die Bahn	101

Abb. 23: Überblick über simulierte Preisurteile gegenüber Regelpreisen der Deutschen Bahn AG	102
Abb. 24: Preiseinstellung gegenüber der Deutschen Bahn AG im Überblick ...	107
Abb. 25: Definition negativer und positiver Preiseinstellung.....	108
Abb. 26: Zusammenfassende Darstellung wesentlicher Ergebnisse der empirischen Analyse.....	112
Abb. 27: Bahnnutzung in Abhängigkeit des Preisbeurteilungstyps und der Preiseinstellung	114
Abb. 28: Preisimage-Modell nach SCHINDLER.....	119
Abb. 29: Wechselnde Konzeptualisierungen der Preiseinstellung bei DILLER ..	123
Abb. 30: Strukturmodell der Preiseinstellung im Verkehrsdienstleistungsbereich	130
Abb. 31: Meßmodell der latent exogenen Variablen	134
Abb. 32: Meßmodell der latent endogenen Variablen	136
Abb. 33: Vollständiges Modell der Preiseinstellung.....	138
Abb. 34: Gesamtmodell der Preiseinstellung bei allen Befragten.....	148
Abb. 35: Gesamtmodell bei einstellungsorientierter Preisbeurteilung	155
Abb. 36: Gesamtmodell bei prozeßorientierter Preisbeurteilung	160
Abb. 37: Ansatzpunkte für eine Verbesserung der Preisbeurteilung gegenüber der Deutschen Bahn AG	165
Abb. 38: Verteilung des Absatzvolumens der Deutschen Bahn AG auf Reisende.....	168
Abb. 39: Individuelles Mobilitätswolumen und Bahnpotential.....	169
Abb. 40: Einflußfaktoren habitualisierter Verkehrsmittelwahl	171
Abb. 41: Beispielhafte Parameter der Angebotskomplexität bei der Deutschen Bahn AG	173
Abb. 42: Angebotskomplexität in Abhängigkeit der Zahl von Bahnangeboten	176
Abb. 43: Ansatzpunkte zur Verbesserung der Preisbeurteilung bei prozeßorientierter Preisbeurteilung	180
Abb. 44: Alternative Prozesse der Beschaffung von Preisinformationen	187

Tabellenverzeichnis

Tab. 1:	Aufbau der Stichprobe	77
Tab. 2:	Überprüfung der Klassifizierung in prozeß- und einstellungs-orientierte Preisbeurteilungstypen.....	82
Tab. 3:	Bekanntheitsgrad von Bahnpreisinformationsquellen	84
Tab. 4:	Nutzungsintensität von Bahnpreisinformationsquellen.....	85
Tab. 5:	Attraktivität von Bahnpreisinformationsquellen	86
Tab. 6:	Subjektive Vertrautheit mit Angeboten der Deutschen Bahn AG	89
Tab. 7:	Preiswissen über ausgewählte Angebote der Deutschen Bahn AG	91
Tab. 8:	Subjektive Preissicherheit und objektive Preiskenntnis bei ausgewählten Angeboten der Deutschen Bahn AG.....	93
Tab. 9:	Preiswissen über Regelpreise der Deutschen Bahn AG.....	96
Tab. 10:	Simulierte Preisurteile gegenüber Regelpreisen bei vermuteten Bahnpreisen als Preisstimuli.....	103
Tab. 11:	Simulierte Preisurteile gegenüber Regelpreisen bei tatsächlichen Bahnpreisen ohne BahnCard als Preisstimuli.....	104
Tab. 12:	Simulierte Preisurteile gegenüber Regelpreisen bei tatsächlichen Bahnpreisen mit BahnCard als Preisstimuli	105
Tab. 13:	Bedeutung der Preiseinstellung für die Preisbeurteilung	110
Tab. 14:	Individueller Bahnanteil an der Gesamtmobilität in Abhängigkeit vom Preisbeurteilungstyp und der Preiseinstellung	111
Tab. 15:	Anpassungsgüte des Meßmodells für alle Befragten.....	152
Tab. 16:	Anpassungsgüte des Meßmodells für Befragte des einstellungsorientierten Preisbeurteilungstyps.....	158
Tab. 17:	Zusammenfassende Übersicht zur Prüfung der Untersuchungshypothesen	163