



Michael Schleusener

Wettbewerbsorientierte Nutzenpreise

Preisbestimmung bei substituierbaren Verkehrsdienstleistungen



Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis	XVII
------------------------------------	-------------

Tabellenverzeichnis	XXI
----------------------------------	------------

Abkürzungsverzeichnis	XXIII
------------------------------------	--------------

A. Nutzenorientierte Preisbestimmung als Herausforderung an das Management von Verkehrsdienstleistungsunternehmen	1
--	----------

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. Ableitung eines wettbewerbsorientierten Nutzenpreises bei Substitutionsmöglichkeit der Leistung durch Selbsterstellung	33
--	-----------

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 Auswahl-schätzungen 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
C.	Empirische Preisbestimmung im Verkehrsdienstleistungsbereich unter Berücksichtigung von Prosuming	141
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
D.	Zusammenfassung und Ausblick	211
1.	Würdigung der zentralen Untersuchungsergebnisse	211
2.	Implikationen für das Management von Verkehrsdienstleistungsunternehmen	215
3.	Implikationen für weiterführende Forschung	228
	Anhang I: Ergänzende Abbildungen	233
	Anhang II: Fragebögen der empirischen Untersuchung	237
	Literaturverzeichnis	261