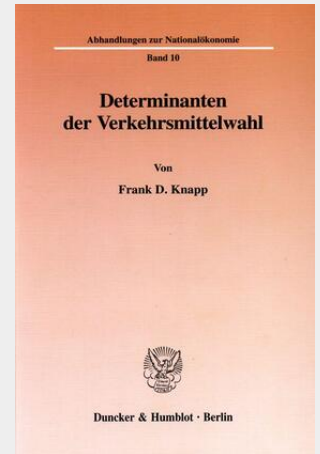


## Determinanten der Verkehrsmittelwahl.

---

Verkehr, Verkehrspolitik, Straßenbau, ÖPNV, Deutsche Bundesbahn sind Schlagworte, die ständig in unseren Medien präsent sind und auf eine große Aufmerksamkeit der Öffentlichkeit stoßen. Wegen der "Jedermann"-Qualität des Verkehrs ist dies auch nicht weiter verwunderlich. Fast jeder nimmt am Verkehrsgeschehen teil und verspürt die positiven Mobilitätseffekte, aber auch die negativen in Form von Stau oder Umweltbelastung. Zudem ist der Verkehr Inputleistung für die meisten Produktionsprozesse. Diese gesellschaftlich zentrale Stellung des Verkehrs erzwingt eine ökonomische Betrachtung. In Teil A widmet sich der Autor den zugehörigen Fragestellungen. Im Zentrum der Arbeit steht der Personenverkehr, speziell der Personennahverkehr. Zur Sicherung einer ausreichenden Mobilität als Voraussetzung für wirtschaftliche und soziale Austauschbeziehungen ist der ÖPNV bzw. seine Förderung ein wichtiger Baustein in einem idealerweise umfangreicheren Maßnahmenbündel. Will der ÖPNV in zunehmendem Maße die Mobilitätsbedürfnisse der Verkehrsteilnehmer erfüllen, so muß er verstärkt in den Wettbewerb mit dem Pkw treten. Nur dann besteht der Zwang zur Kostenminimierung einerseits und zur Schaffung eines attraktiven Angebots andererseits. Eine Ausweitung des Marktanteils durch eine geeignete Produktpolitik ist aber nur bei Beachtung entsprechender Nachfragerpräferenzen möglich. Die zentrale Aufgabe für die Verkehrsbetriebe ist es also, die Verkehrsteilnehmer als Kunden zu begreifen und ihre Strategie und ihre Organisation darauf auszurichten. Dazu müssen entsprechende Informationen gewonnen werden. Mit Hilfe statistischer Verfahren ist es möglich, die Nutzenstiftung spezifischer Verkehrsmittelcharakteristika zu messen und so Handlungsanweisungen für das Agieren im Markt zu geben. In Teil B der Arbeit werden einschlägige Methoden der angewandten Nachfrageforschung vorgestellt und ihre spezielle Problemlösungskapazität diskutiert. Mit dem ausgewählten speziellen Verfahren der Conjoint-Analyse können neue, innovative ÖPNV-Konzepte hinsichtlich ihrer Marktchancen bewertet werden. Dazu gehört auch das Auffinden spezieller Nutzungsvorteile aus Kundensicht, die lediglich der ÖPNV aufweist bzw. aufweisen kann und die so gegen den Pkw "ausgespielt" werden können. Der empirische Teil C enthält eine Akzeptanzstudie für ein neuartiges Konzept zwischen ÖPNV und motorisiertem Individualverkehr (MIV). Es kann gezeigt werden, daß bei entsprechender, umfassender Marketing-Mix-Unterstützung innovative Produktideen mit einem signifikanten Marktanteil rechnen dürfen.



**119,90 €**

112,06 € (zzgl. MwSt.)

Lieferfrist: bis zu 10 Tage

---

**Artikelnummer:** 9783428093045

**Medium:** Buch

**ISBN:** 978-3-428-09304-5

**Verlag:** Duncker & Humblot GmbH

**Erscheinungstermin:** 14.05.1998

**Sprache(n):** Deutsch

**Auflage:** 1. Auflage 1998

**Serie:** Abhandlungen zur Nationalökonomie

**Produktform:** Kartoniert

**Gewicht:** 727 g

**Seiten:** 538

**Format (B x H):** 159 x 233 mm

