

Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis.....	XIII
Tabellenverzeichnis.....	XV
Abkürzungsverzeichnis.....	XIX
1 Mobilfunktarife als Analyseumfeld des Tarifwahlverhaltens im Business-to-Business-Bereich	1
1.1 Tarifwahlverhalten von Unternehmen: Ein vernachlässigter Forschungsbereich	1
1.2 Der Mobilfunkmarkt für Geschäftskunden in Deutschland	3
1.3 Zielsetzung und Gang der Arbeit	10
2 Die Ausgangssituation: Tarifangebot, Tarifwahl und Tarifwahl-Biases bei Mobilfunktarifen.....	14
2.1 Ausgestaltung des Mobilfunktarifangebots eines Anbieters.....	14
2.1.1 Eigenschaften von Mobilfunktarifen	14
2.1.2 Zusammensetzung von Mobilfunktarifsystemen	18
2.2 Tarifwahl und Tarifwahl-Biases eines Nachfragers.....	20
3 Theoretisch-konzeptionelle Analyse des Tarifwahlverhaltens bei Mobilfunktarifen im B-to-B-Bereich.....	27
3.1 Tarifwahl als Unternehmensentscheidung	27
3.1.1 Verstärkte Unsicherheit bei Tarifwahlentscheidungen von Unternehmen	27
3.1.2 Bestimmung der Analyseeinheit für Tarifwahlentscheidungen von Unternehmen.....	28
3.2 Tarifwahl und Tarifwahl-Biases eines Entscheiders.....	31
3.2.1 Theoretisch-konzeptionelles Modell der Mobilfunktarifwahl im B-to-B-Bereich.....	31
3.2.1.1 Identifikation eines nutzentheoretischen Konzepts als Beurteilungsdimension der Tarife.....	31
3.2.1.2 Nutzenbewertung als Grundlage der Entscheidung für einen Tarif	34
3.2.2 Ursachen von Tarifwahlentscheidungen: Eine Literaturanalyse.....	41
3.2.2.1 Zusatznutzenelemente von Volumentarifen	41
3.2.2.1.1 Zusatznutzenelemente der Tarifform Flatrate....	41
3.2.2.1.1.1 Versicherungseffekt.....	41

	3.2.2.1.1.2	Bequemlichkeitseffekt	43
	3.2.2.1.1.3	Taxametereffekt	44
	3.2.2.1.2	Zusatznutzenelemente der Tarifforn Pay- per-Use.....	46
	3.2.2.2	Beurteilung der Kosten und Konsequenzen für die Tarifwahl.....	47
	3.2.3	Hypothesen zu den Ursachen von Tarifwahl und Tarifwahl- Biases im B-to-B-Bereich	51
4		Stand der empirischen Forschung zu Tarifwahl, Tarifwahl- Biases und deren Ursachen	56
	4.1	Empirische Erkenntnisse zur Mobilfunktarifwahl aus optionalen Volumentarifen.....	56
	4.2	Empirische Erkenntnisse zu Tarifwahl-Biases	57
	4.2.1	Methoden zur Ermittlung von Tarifwahl-Biases	57
	4.2.2	Ergebnisse zu Tarifwahl-Biases	63
	4.3	Empirische Erkenntnisse zu Ursachen von Tarifwahl und Tarifwahl-Biases	69
	4.3.1	Empirische Erkenntnisse zu Zusatznutzenelementen als Ursachen von Tarifwahl und Tarifwahl-Biases	69
	4.3.2	Empirische Erkenntnisse zur Beurteilung der Kosten als Ursache von Tarifwahl und Tarifwahl-Biases	74
	4.4	Implikationen des Forschungsstands für die empirische Analyse.....	77
5		Empirische Analyse von Tarifwahl, Tarifwahl-Biases und deren Ursachen bei der Mobilfunktarifwahl im B-to-B-Bereich	78
	5.1	Zielsetzung und Konzeption der empirischen Analyse	78
	5.2	Datengewinnung.....	80
	5.2.1	Erhebungsdesign	80
	5.2.1.1	Quasi-experimentelle Befragung	80
	5.2.1.2	Beobachtung des Nutzungsverhaltens.....	85
	5.2.2	Erhebung und Datenbasis.....	86
	5.2.2.1	Durchführung und Stichprobe der quasi- experimentellen Befragung.....	86
	5.2.2.2	Durchführung und Stichprobe der Beobachtung des Nutzungsverhaltens.....	90
	5.2.2.3	Zusammenführung der Stichproben aus Befragung und Beobachtung	92
	5.3	Tarifwahl und Tarifwahl-Biases bei der Mobilfunktarifwahl im B-to-B-Bereich	93
	5.3.1	Tarifwahl aus optionalen Volumentarifen	93

5.3.2	Existenz, Bedeutung, Ausmaß und Wert von Tarifwahl-Biases	95
5.3.2.1	Methodik.....	95
5.3.2.2	Ergebnisse	98
5.4	Ursachen von Tarifwahl und Tarifwahl-Biases bei der Mobilfunktarifwahl im B-to-B-Bereich.....	104
5.4.1	Auswertungsmethoden	104
5.4.1.1	Auswahl geeigneter Methoden	104
5.4.1.1.1	Verfahrenswahl zum Hypothesentest	104
5.4.1.1.2	Ausgewählte Methoden zur Validierung der Ergebnisse des Hypothesentests	107
5.4.1.2	Regressionsanalyse	112
5.4.1.2.1	Lineare Regression.....	112
5.4.1.2.2	Ordinale Probit-Regression	114
5.4.1.3	Kausalanalyse	121
5.4.2	Operationalisierung und Validierung der Modellvariablen	132
5.4.2.1	Tarifwahl und Tarifwahl-Biases als abhängige Variablen	132
5.4.2.2	Eindimensionale unabhängige Variablen	133
5.4.2.2.1	Einschätzungseffekt.....	133
5.4.2.2.2	Fehleinschätzungseffekt	134
5.4.2.3	Mehrdimensionale hypothetische Konstrukte als unabhängige Variablen.....	137
5.4.2.3.1	Operationalisierung von Versicherungs-, Bequemlichkeits- und Taxametereffekt.....	137
5.4.2.3.2	Konstruktvalidierung	139
5.4.3	Hypothesenprüfung.....	142
5.4.3.1	Modell A: Ursachen der Tarifwahl bei der Mobilfunktarifwahl im B-to-B-Bereich.....	142
5.4.3.1.1	Regressionsmodell A: Ursachen der Tarifwahl	142
5.4.3.1.2	Validierungsmodelle A: Ursachen der Tarifwahl	145
5.4.3.1.2.1	Kreuzvalidität A	145
5.4.3.1.2.2	Innere Validität: Kausalmodell A ..	147
5.4.3.1.3	Validitätsbeurteilung Modell A	149
5.4.3.2	Modell B: Ursachen von Tarifwahl-Biases bei der Mobilfunktarifwahl im B-to-B-Bereich.....	151

5.4.3.2.1	Regressionsmodell B: Ursachen von Tarifwahl-Biases	151
5.4.3.2.1.1	Gesamtmodell	151
5.4.3.2.1.2	Submodelle Pay-per-Use- und Flatrate-Bias	152
5.4.3.2.2	Validierungsmodelle B: Ursachen von Tarifwahl-Biases	154
5.4.3.2.2.1	Kreuzvalidität B	154
5.4.3.2.2.2	Innere Validität: Kausalmodell B ..	157
5.4.3.2.3	Validitätsbeurteilung Modell B	161
5.5	Zusammenfassende kritische Würdigung der Ergebnisse.....	163
6	Fazit und Ausblick	167
6.1	Interpretation der Untersuchungsergebnisse aus wissenschaftlicher Perspektive	167
6.2	Implikationen für die Praxis.....	172
6.3	Grenzen der Untersuchung und Ansatzpunkte für weiterführende Forschung.....	185
	Anhangverzeichnis.....	189
	Literaturverzeichnis.....	209