

Inhaltsverzeichnis

Abkürzungsverzeichnis	XI
Abbildungsverzeichnis.....	XIII
Tabellenverzeichnis.....	XV
1. Zur Relevanz von Flatrates im Kontext der Tarifwahl	1
2. Preisdifferenzierung - Tarifstrukturen und deren Eigenschaften	9
2.1 Preisdifferenzierung	9
2.1.1 Definition, Kosten und Nutzen der Preisdifferenzierung.....	9
2.1.2 Arten und Formen der Preisdifferenzierung.....	10
2.2 Mengenbezogene Preisdifferenzierung.....	13
2.2.1 Nichtlineare Preisbildung.....	13
2.2.2 Überblick über das Spektrum an Tarifstrukturen.....	15
2.2.3 Formen nicht-linearer Tarife	18
2.2.3.1 Tarife mit einer Preiskomponente	18
2.2.3.2 Tarife mit zwei Preiskomponenten.....	27
2.2.3.3 Volumentarife.....	30
2.2.3.4 Weitere Möglichkeiten zur nichtlinearen Preisbildung.....	33
2.2.4 Struktur und Konsequenzen optionaler Tarife	34
3. Grundlagen des Tarifwahlverhaltens	37
3.1 Entscheidungstheorie	37
3.1.1 Erkenntnisziele der Entscheidungstheorie.....	37
3.1.2 Präskriptive Entscheidungstheorie	38
3.1.3 Deskriptive Entscheidungstheorie.....	39

3.1.3.1	Erkenntnisziele der deskriptiven Entscheidungstheorie.....	39
3.1.3.2	Prospect-Theorie.....	40
3.1.3.3	Mental Accounting	43
3.2	Präskriptive Grundlagen des Nutzungs- und Tarifwahlverhaltens ...	47
3.2.1	Nutzungsverhalten in einem Tarif.....	47
3.2.2	Tarifwahlverhalten bei optionalen Tarifen.....	50
3.3	Deskriptive Grundlagen des Tarifwahlverhaltens	53
3.3.1	Tarifwahl-Biases im Rahmen optionaler Tarife.....	53
3.3.2	Tarifwahl-Anomalien	55
3.3.3	Tarif-Präferenz	57
3.3.4	Bisherige Erkenntnisse zu Inkonsistenzen innerhalb des Tarifwahl- verhaltens.....	58
3.3.5	Mögliche Konsequenzen von Tarifwahl-Biases.....	62
4.	Konzeptionelle Entwicklung eines Untersuchungsmodells zur Überprüfung der Determinanten von Flatrate-Präferenz und FlatrateBias.....	65
4.1	Determinanten des Flatrate-Bias	65
4.1.1	Motivationsbedingte Tarifwahl-Anomalie-Informationenachfrageeffekt.	65
4.1.2	Kognitionsbedingte Tarifwahl-Anomalien.....	67
4.1.2.1	Entscheidungsstileffekt.....	67
4.1.2.2	Überschätzungseffekt	68
4.1.3	Emotionsbedingte Tarifwahl-Anomalie - Flatrate-Präferenz.....	70
4.1.4	Das konzeptualisierte Partialmodell des Flatrate-Bias.....	71
4.2	Determinanten der Flatrate-Präferenz	72
4.2.1	Entkopplungsbedürfnis.....	72

4.2.2	Versicherungsbedürfnis.....	75
4.2.3	Bequemlichkeitsbedürfnis.....	79
4.2.4	Smart-Shopping-Bedürfnis.....	81
4.2.5	Flexibilitätsbedürfnis.....	82
4.2.6	Das konzeptualisierte Partialmodell der Flatrate-Präferenz.....	83
4.3	Einfluss möglicher Moderatorvariablen	84
4.4	Das konzeptualisierte Totalmodell des Flatrate-Bias	85
5.	Empirische Überprüfung von Existenz, Konsequenzen und Determinanten der Flatrate-Präferenz und des Flatrate-Bias anhand optionaler Mobilfunktarife.....	87
5.1	Auswahl einer geeigneten Forschungsmethode.....	87
5.1.1	Ausgewählte Methode PLS.....	87
5.1.2	Zur Beurteilung von PLS-Modellen.....	94
5.2	Erhebung der Daten.....	99
5.2.1	Untersuchungsobjekt und Befragungseinheit.....	99
5.2.2	Auswahl einer Datenerhebungsmethode.....	102
5.2.3	Deskriptive Auswertungen.....	104
5.2.3.1	Soziodemographische Auswertungen.....	104
5.2.3.2	Auswertungen zur Existenz von Tarif-Präferenzen.....	110
5.2.3.3	Auswertungen zur Existenz und Konsequenzen von Tarifwahl-Biases..	115
5.3	Operationalisierung der zu untersuchenden Konstrukte.....	121
5.3.1	Entkopplungsbedürfnis.....	121
5.3.2	Versicherungsbedürfnis.....	123
5.3.3	Bequemlichkeitsbedürfnis.....	125

5.3.4	Smart-Shopping-Bedürfnis.....	127
5.3.5	Flexibilitätsbedürfnis.....	128
5.3.6	Flatrate-Präferenz.....	130
5.3.7	Informationsnachfrageeffekt.....	132
5.3.8	Entscheidungsstileffekt.....	133
5.3.9	Überschätzungseffekt.....	135
5.3.10	Flatrate-Bias.....	136
5.3.11	Involvement.....	138
5.4	Darstellung der Schätzergebnisse auf Strukturmodellebene.....	139
5.5	Darstellung der Ergebnisse der Gruppenvergleiche.....	145
5.6	Interpretation der Ergebnisse.....	152
6.	Implikationen für Marketingpraxis und Marketingforschung.....	163
7.	Schlussbetrachtung und Ausblick.....	179
	Literaturverzeichnis.....	181