

### Inhaltsübersicht

	Seite
<b>1. Einleitung</b> . . . . .	5
<b>2. Möglichkeiten und Grenzen der Methoden der <i>Stated Preferences</i></b> . . . . .	5
2.1 Einordnung der Methoden in das bestehende Methodenangebot . . . . .	5
2.2 Erhebung von realisierten Verhaltensweisen . . . . .	6
2.3 Interaktive Meßverfahren . . . . .	7
2.4 Möglichkeiten und Grenzen der Methoden der <i>Stated Preferences</i> . . . . .	9
<b>3. Dimensionen und Formen der Methoden der <i>Stated Preferences</i></b> . . . . .	12
3.1 Vorbemerkung . . . . .	12
3.2 Antwortformen . . . . .	12
3.2.1 Transfer Pricing . . . . .	13
3.2.2 <i>Stated Preference</i> . . . . .	14
3.2.3 Stated Ranking . . . . .	15
3.2.4 Stated Choice . . . . .	15
3.2.5 Priority Evaluator . . . . .	16
3.2.6 Mischformen . . . . .	16
3.3 Formen des Versuchsplans . . . . .	18
3.3.1 Fester Versuchsplan . . . . .	20
3.3.2 Erfahrungsabhängiger fester Versuchsplan . . . . .	20
3.3.3 Entscheidungsabhängiger variabler Versuchsplan . . . . .	20
3.4 Befragungsformen und Umfang der Befragung . . . . .	21
<b>4. Befragungsverfahren und Untersuchungsdesign</b> . . . . .	23
4.1 Vorbemerkung . . . . .	23
4.2 Definition des Befragungsgegenstands . . . . .	24
4.3 Abgrenzung der Marktsegmente und Rahmenbedingungen . . . . .	27
4.4 Auswahl der Befragungsform . . . . .	29
4.5 Auswahl des Versuchsplans . . . . .	31
4.6 Auswahl der Ausprägungen . . . . .	35
4.7 Gestaltung des Befragungsinstruments . . . . .	37
<b>5. Auswertung</b> . . . . .	42
5.1 Vorbemerkung . . . . .	42
5.2 Vorbereitung und Überprüfung der Daten . . . . .	42
5.3 Graphische Auswertung . . . . .	43
5.4 Verfahren . . . . .	47
5.5 Kombination von Tagebuchdaten und <i>Stated Preference Daten</i> . . . . .	49
5.6 Prognose . . . . .	50

	Seite
<b>6. Anwendungsbeispiele</b> . . . . .	53
<b>6.1 Transfer Pricing: Wahl der Abfahrtszeit und der Mautring   in Trondheim</b> . . . . .	53
6.1.1 Hintergrund . . . . .	53
6.1.2 Befragungsinstrument . . . . .	53
6.1.3 Ergebnisse und Anwendung . . . . .	54
<b>6.2 Stated Preferences: Pkw oder ÖPNV</b> . . . . .	54
6.2.1 Hintergrund . . . . .	54
6.2.2 Befragungsinstrument . . . . .	55
6.2.3 Ergebnisse und Anwendung . . . . .	56
<b>6.3 Stated Choice: Parkplatzwahl</b> . . . . .	58
6.3.1 Hintergrund . . . . .	58
6.3.2 Befragungsinstrument . . . . .	59
6.3.3 Ergebnisse und Anwendung . . . . .	60
<b>6.4 Mischform der Stated Choices: ÖPNV-Marketingkonzept</b> . . . . .	61
6.4.1 Hintergrund . . . . .	61
6.4.2 Befragungsinstrument . . . . .	61
6.4.3 Ergebnisse und Anwendung . . . . .	63
<b>6.5 Stated Ranking: Wahl der Abfahrtszeit und des Verkehrsmittels</b> . . . . .	64
6.5.1 Hintergrund . . . . .	64
6.5.2 Befragungsinstrument . . . . .	64
6.5.3 Ergebnisse und Anwendung . . . . .	65
<b>6.6 Priority Evaluator: Gestaltung von Bahnhöfen</b> . . . . .	66
6.6.1 Hintergrund . . . . .	66
6.6.2 Befragungsinstrument . . . . .	67
6.6.3 Ergebnisse und Anwendung . . . . .	68
<b>6.7 Aufwand für Stated Preference Befragungen</b> . . . . .	68
<b>7. Ausblick</b> . . . . .	71
<b>8. Glossar</b> . . . . .	75
<b>9. Schrifttum</b> . . . . .	78
<b>10. Deutsche Anwendungen der Methoden der Stated Preferences zur Messung von Präferenzstrukturen im Verkehrsbereich</b> . . . . .	91