

Inhaltsverzeichnis

1 Einführung	1
1.1 Problemhintergrund	1
1.2 Aufbau der Arbeit	5
2 Straßenbenutzungsgebühren zur Verhaltenssteuerung	9
2.1 Ausgangslage im Straßenverkehr	9
2.2 Nachfragesteuerung im Straßenverkehr	12
2.3 Charakteristik und Zielsetzung	14
2.4 Internalisierung externer Kosten	16
2.5 Gestaltungsmöglichkeiten	20
2.5.1 Raumnutzung	22
2.5.2 Fahrtzeitpunkt	22
2.5.3 Weitere Gestaltungsmöglichkeiten	23
2.5.4 HOT Lanes als Beispiel eines stark differenzierten Gebührensystems	24
2.6 Akzeptanz von Straßenbenutzungsgebühren	28
2.6.1 Der Akzeptanzbegriff	28
2.6.2 Komponenten des Akzeptanzmodells	29
2.6.2.1 Problembewusstsein	30
2.6.2.2 Wahrgenommene Effektivität	31
2.6.2.3 Wahrgenommene Gerechtigkeit	32
2.6.2.4 Soziodemographische Faktoren	33
2.6.3 Akzeptanzmangel	36
2.6.4 Akzeptanz und Verhaltensanpassung	40
2.6.4.1 Langzeitentscheidungen	41
2.6.4.2 Mobilitätsverhalten	42

2.6.4.3	Fahrverhalten	45
2.6.4.4	Der Umgang mit differenzierten Preisstrukturen	45
3	Framing-Effekte bei Entscheidungen unter Unsicherheit und Risiko	49
3.1	Entscheidungen unter Unsicherheit und Risiko	49
3.1.1	Grundlagen	50
3.1.1.1	Begrifflichkeiten	50
3.1.1.2	Entscheidungsmodi	51
3.1.2	Erwartungsnutzentheorie – wie der Mensch handeln soll	52
3.1.3	Prospect Theory – wie der Mensch tatsächlich handelt	57
3.1.3.1	Annahmen der Prospect Theory	57
3.1.3.2	Anwendbarkeit der Prospect Theory bei Routenwahlentscheidungen	63
3.2	Begrifflichkeiten in der Framing-Forschung	71
3.3	Framing-Kategorisierung	73
3.3.1	Attribute Framing	75
3.3.1.1	Grundlagen	75
3.3.1.2	Darstellung der Wirkungsweise anhand ausgewählter Beispiele	76
3.3.2	Goal Framing	81
3.3.2.1	Grundlagen	81
3.3.2.2	Darstellung der Wirkungsweise anhand ausgewählter Beispiele	82
3.3.3	Risky Choice Framing	86
3.3.3.1	Grundlagen	86
3.3.3.2	Darstellung der Wirkungsweise anhand des ADP	86
3.3.4	Metric-Effekt	92
3.4	Beeinflussende Faktoren auf die Wirkung von Frames	94
3.4.1	Referenzpunktlage	94
3.4.2	Problemdomäne und persönliches Involvement	95
3.4.3	Informationsverarbeitung und Wissen	97
3.4.4	Soziodemographische Faktoren	99
4	Fragestellungen und Hypothesen	103

5 Studie I – Attribute Framing	107
5.1 Methodik	108
5.1.1 Untersuchungsdurchführung	108
5.1.2 Erhebungsinstrument	109
5.1.3 Verwendete statistische Verfahren	112
5.1.4 Stichprobe	113
5.2 Ergebnisse	115
5.2.1 Allgemeine Angaben	115
5.2.2 Attribute Framing und der Metric-Effekt	116
5.3 Diskussion	123
5.3.1 Allgemeine Angaben	123
5.3.2 Auswirkungen des Attribute Framings und Auftreten des Metric-Effektes	127
6 Studie II – Goal Framing	135
6.1 Methodik	136
6.1.1 Untersuchungsdurchführung	136
6.1.2 Erhebungsinstrument	136
6.1.3 Stichprobe	138
6.2 Ergebnisse	139
6.2.1 Allgemeine Angaben	139
6.2.2 Goal Framing	140
6.3 Diskussion	144
6.3.1 Allgemeine Angaben	144
6.3.2 Auswirkungen des Goal Framings	145
7 Studien III.I & III.II – Risky Choice Framing	151
7.1 Studie III.I	152
7.1.1 Methodik	152
7.1.1.1 Untersuchungsdurchführung	152
7.1.1.2 Erhebungsinstrument	153
7.1.1.3 Verwendete statistische Verfahren	163
7.1.1.4 Stichprobe	164
7.1.2 Ergebnisse	165
7.1.2.1 Auswirkungen des Risky Choice Framings auf das Routenwahlverhalten	165
7.1.2.2 Auswirkungen des Attribute Framings	173
7.1.3 Diskussion	175
7.1.3.1 Sichere Referenzroute	176
7.1.3.2 Unsichere Referenzroute	179

7.1.3.3	Weitere Ergebnisse	181
7.1.3.4	Zusammenfassung	183
7.1.4	Kritische Betrachtung und Schlussfolgerungen für die Hauptuntersuchung	184
7.2	Studie III.II	188
7.2.1	Methodik	188
7.2.1.1	Untersuchungsdurchführung	188
7.2.1.2	Erhebungsinstrument	188
7.2.1.3	Verwendete statistische Verfahren	197
7.2.1.4	Stichprobe	202
7.2.2	Ergebnisse	202
7.2.2.1	Auswirkungen des Risky Choice Framings auf das Routenwahlverhalten	203
7.2.2.2	Auswirkungen des Attribute Framings	216
7.2.3	Diskussion	218
7.2.3.1	Allgemeine Angaben	219
7.2.3.2	Auswirkungen des Risky Choice Framings auf das Routenwahlverhalten	223
7.2.3.3	Auswirkungen des Attribute Framings	228
7.2.3.4	Zusammenfassung	229
7.2.4	Kritische Betrachtung	229
8	Zusammenfassung und Implikationen	235
8.1	Zentrale Befunde der Arbeit	236
8.1.1	Attribute Framing – Studie I	237
8.1.2	Goal Framing – Studie II	238
8.1.3	Risky Choice Framing – Studien III.I & III.II	239
8.1.4	Überblick	244
8.2	Methodenkritik und Forschungsbedarf	246
8.3	Empfehlungen	248
	Literaturverzeichnis	251