

<b>Inhaltsverzeichnis</b> .....	I
Abbildungsverzeichnis .....	III
Anhangsverzeichnis .....	IV
Abkürzungsverzeichnis .....	V
1 Leitwert Lebensqualität .....	1
1.1 Relevanz und Aktualität .....	1
1.2 Problemstellung .....	2
1.3 Forschungslücken und -fragen .....	4
1.4 Zielsetzung der Arbeit .....	5
1.5 Struktur der Arbeit .....	6
2 Die Problemfelder der Lebensqualitätsforschung .....	7
2.1 Multidisziplinarität .....	8
2.2 Definitionsansätze zur LQ .....	9
2.3 Konzeptionelle Disparitäten .....	11
2.4 Das Messproblem der LQ-Forschung .....	12
3 Definition der Lebensqualität .....	14
3.1 Kriterien einer wissenschaftlichen Definition .....	14
3.2 Entwicklung einer operationalen LQ-Definition .....	15
4 Konzeption der Lebensqualität .....	17
4.1 Objektive und subjektive LQ .....	19
4.2 Wohlbefinden .....	21
4.3 Lebenszufriedenheit .....	22
4.4 Glück .....	24
4.5 (Lebens-) Sinn .....	28
4.6 Bedürfniserfüllung .....	30
4.7 Lebensbedingungen .....	33

5	Operationalisierung der Lebensqualität .....	36
5.1	Gütekriterien von Messinstrumenten .....	36
5.1.1	Hauptgütekriterien .....	36
5.1.2	Nebengütekriterien .....	40
5.2	Design der eigenen Kategorisierung der Instrumente .....	40
5.3	Zuordnung der Messinstrumente zu den vorgestellten LQ-Konzepten .....	44
6	Zwischenfazit .....	48
7	Implikationen für das Marketing .....	53
7.1	Zum Marketingverständnis .....	53
7.2	Implikationen zur Begriffsabgrenzung .....	55
7.3	Implikationen zur Konzeption .....	55
7.4	Implikationen zur Operationalisierung .....	56
7.5	Zum Marketingmanagement .....	59
7.6	Potenzialabschätzung für den Leitwert LQ aus den Zukunftsperspektiven des Marketing .....	61
8	Fazit .....	66
	Literaturverzeichnis .....	74