

Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis	XVI
Tabellenverzeichnis	XVII
Abkürzungsverzeichnis	XIX
A. Lebensqualitätsforschung als Herausforderung für das Health Care Marketing	1
1. Bedeutung der Versorgungsforschung für das Health Care Marketing	1
2. Lebensqualität von Patienten als Gegenstand der Untersuchung	6
3. Stand der Lebensqualitätsforschung	9
4. Zielsetzung und Gang der Untersuchung	13
B. Konzeption zur Analyse der Lebensqualität und Segmentierung von Patienten	17
1. Konzeptualisierung und Operationalisierung der Lebensqualität	17
2. Systematisierung potenzieller Einflussfaktoren der Lebensqualität	20
3. Konzeptualisierung und Operationalisierung potenzieller Einflussfaktoren der Lebensqualität	23
3.1 Krankheitsspezifische Merkmale	23
3.2 Soziodemographische Merkmale	28
3.3 Umfeldbezogene Merkmale	33
3.4 Versorgungsstrukturbezogene Merkmale	35
3.5 Versorgungswahrnehmungsbezogene Merkmale	38
3.6 Psychographische Merkmale	43
3.6.1 Persönlichkeitsmerkmale	43
3.6.2 Kohärenzgefühl	47
3.6.3 Gesundheitliche Kontrollüberzeugung	49
3.6.4 Arzt-Patient-Beziehung	52
3.6.5 Akzeptanz der Erkrankung	55
4. Konzeptionelles Gesamtmodell der Untersuchung	56

C.	Empirische Analyse der Bestimmungsfaktoren der Lebensqualität von Patienten	61
1.	Design und Methodik der empirischen Analyse	61
1.1	Datenerhebung und Datenbasis.....	61
1.2	Methoden der statistischen Auswertung	64
1.3	Prüfkriterien bei der Modellbeurteilung.....	68
1.4	Untersuchungsstufen der empirischen Analyse	74
2.	Prüfung der Konstruktmessungen.....	76
3.	Disaggregierte Analyse ausgewählter Bestimmungsfaktoren der Lebensqualität.....	80
3.1	Empirische Überprüfung des Einflusses des Schweregrads der Erkrankung.....	81
3.2	Empirische Überprüfung des Einflusses der Nutzung sozialer Angebote.....	81
3.3	Überprüfung der Zufriedenheitskonstrukte auf nomologische Validität	82
4.	Aggregierte Analyse der Bestimmungsfaktoren der Lebensqualität.....	83
4.1	Gesamtmodell zur Erklärung der Lebensqualität im physischen Bereich.....	83
4.2	Gesamtmodell zur Erklärung der Lebensqualität im psychischen Bereich.....	91
4.3	Gesamtmodell zur Erklärung der Lebensqualität im sozialen Bereich.....	98
4.4	Zusammenfassende Darstellung der aggregierten Analyse.....	103
D.	Integriertes Konzept zur bedürfnisgerechten Segmentierung von Patienten.....	107
1.	Methodisches Vorgehen	107
2.	Abgrenzung und Beschreibung der Patientensegmente	112
2.1	Clusteranalytische Abgrenzung der Segmente	112
2.2	Gütebeurteilung der Clusterlösung.....	116
2.3	Beschreibung der Segmente.....	117

2.3.1	Krankheitsspezifische und soziodemographische Beschreibung der Segmente	117
2.3.2	Segmentspezifische Analyse der wahrgenommenen Lebensqualität	120
2.3.3	Segmentspezifische Analyse des Informationsverhaltens	121
2.3.4	Segmentspezifische Analyse der Nutzung sozialer Angebote und Hilfsmittel.....	125
2.3.5	Segmentspezifische Analyse der Zufriedenheit mit Versorgungsangeboten	126
2.3.6	Psychographische Beschreibung der Segmente	130
2.4	Zusammenfassende Darstellung der Segmente.....	138
3.	Bearbeitung der Patientensegmente	141
3.1	Anforderungen an die Segmentbearbeitung.....	141
3.2	Ansatzpunkte für zielgruppenspezifische Maßnahmen der am Versorgungsprozess beteiligten Akteure	141
3.2.1	Ansatzpunkte für zielgruppenspezifische Maßnahmen von medizinischen Versorgern	143
3.2.2	Ansatzpunkte für zielgruppenspezifische Maßnahmen von sozialen Versorgern.....	150
3.2.3	Ansatzpunkte für zielgruppenspezifische Maßnahmen von übergeordneten gemeinnützigen Organisationen.....	155
3.2.4	Ansatzpunkte für zielgruppenspezifische Maßnahmen von nicht-medizinischen kommerziellen Anbietern.....	161
4.	Würdigung des Segmentierungskonzeptes	168
E.	Schlussbetrachtung und Ausblick	177
Anhang		183
	Anhang I (ergänzende Abbildungen und Tabellen)	185
	Anhang II (Fragebögen der empirischen Untersuchung).....	199
Literaturverzeichnis		215