

Inhaltsverzeichnis

Geleitwort	V
Vorwort	VII
Inhaltsverzeichnis.....	IX
Abkürzungsverzeichnis	XV
Abbildungsverzeichnis.....	XVII
Tabellenverzeichnis.....	XXV
1 Einleitung	1
2 Forschungsbeitrag und Charakterisierung der eigenen Untersuchung.....	5
3 Merkmale und Definition des Dienstleistungsbegriffes	11
3.1 Der Dienstleistungsbegriff	11
3.2 Pflege als personenbezogene Dienstleistung.....	14
3.3 Der Kundenbegriff in der Pflege	18
4 Der Markt für Pflegedienstleistungen in Deutschland	23
4.1 Die demografische Entwicklung und deren Auswirkungen auf den Pflegermarkt	23
4.2 Wohnen im Alter	32
4.2.1 Stationäre Pflege: Das Pflegeheim	35
4.2.2 Ambulante Pflege	37

4.2.3	Betreutes Wohnen/Service-Wohnen	39
4.2.4	Betreute Wohn- und Hausgemeinschaften, Quartierwohnen, Mehrgenerationenhaus und Smart Homes für Senioren	42
4.3	Finanzierung von Pflege – die Pflegeversicherung	45
5	Dienstleistungsqualität	51
5.1	Begriffsdefinition	51
5.2	Stand der Forschung	54
5.3	Relevanz im Pflegebereich	81
6	Customer Voluntary Performance	99
6.1	Begriffsdefinition	99
6.2	Stand der Forschung	102
6.3	Relevanz im Pflegebereich	110
7	Preisfairness	119
7.1	Begriffsdefinition	119
7.2	Stand der Forschung	122
7.3	Relevanz im Pflegebereich	131
7.4	Kaufmotive von Luxuskonsumenten	137
8	Konzeption und Hypothesen	147
8.1	Operationalisierung der Konstrukte	147

8.2 Darstellung der Hypothesen und des Untersuchungsmodells	155
9 Methodik	165
9.1 Empirische Untersuchungen mit Senioren.....	165
9.2 Erhebungsdesign – Mixed Methods.....	169
9.2.1 Leitfadenzentriertes Interview.....	173
9.2.2 Fragebogen	175
9.3 Durchführung der Datenerhebung.....	188
9.4 Pretest.....	189
10 Ergebnisse	195
10.1 Qualitative Ergebnisse	196
10.2 Wer sind die befragten Personen?	238
10.2.1 Soziodemografische Beschreibung	241
10.2.2 Die Entscheidung für betreutes Wohnen	251
10.2.3 Soziale Kontakte und Netzwerk	256
10.2.4 Freizeit und Kultur	260
10.2.5 Glück	264
10.3 Dienstleistungsqualität.....	271
10.3.1 Zufriedenheit und Involvement.....	273

10.3.2 Conjoint-Analyse für ein betreutes Wohnen	295
10.4 Customer Voluntary Performance, Social-Emotional Support und Instrumental Support.....	316
10.5 Preisfairness	337
10.6 Strukturgleichungsmodellierung mittels Partial-Least-Square (PLS)- Pfadmodellierung.....	345
10.6.1 Methodenvergleich und Auswahl.....	354
10.6.2 Beurteilung des Strukturmodells und Gruppenvergleich	359
10.6.2.1 Ausmaß und Signifikanz der Pfad koeffizienten	359
10.6.2.2 Bestimmtheitsmaß	365
10.6.2.3 Prognoserelevanz.....	371
10.6.2.4 Gruppenvergleich der Pfadkoeffizienten zwischen Bewohnern und Prospects.....	376
10.6.3 Beurteilung des Messmodells und Gruppenvergleich	384
10.6.3.1 Beurteilung der Reliabilität des reflektiven Messmodells	387
10.6.3.2 Beurteilung der Validität des reflektiven Messmodells	409

10.6.4 Zusammenfassung der Ergebnisse	424
11 Kritische Würdigung der Ergebnisse	433
11.1 Grenzen der Untersuchung und Ausblick	433
11.2 Implikationen für die Pflegepraxis und Wissenschaft auf Basis der Ergebnisse	435
Anhang A – Interviewleitfaden und Fragebogen	447
Anhang B – Ergebnisse.....	485
Literaturverzeichnis.....	619
Wissenschaftlicher Werdegang der Verfasserin	641
Bibliografische Daten.....	643

Service-Wohnen für Senioren

Eine empirische Untersuchung zu

Dienstleistungsqualität, Customer Voluntary

Performance und Preisfairness

Kempf, C.

2015, XXXVIII, 644 S. 75 Abb., Softcover

ISBN: 978-3-658-08209-3