

Kapitel 1	
Das Wohnerlebnis	9
Kapitel 2	
Die Ausrichtung der Studie	17
Kapitel 3	
Das Forschungsinstrumentarium	
1. Die repräsentative Interviewbefragung	20
2. Die systematische Inhaltsanalyse	21
Kapitel 4	
Wohnformen – Haushaltsgrößen – Wohndauer	23
Kapitel 5	
Der Wohnstandard	
1. Eigentumsverhältnisse	26
2. Raumanzahl und Raumfunktionen	28
3. Technische Haushaltsgeräte und Medien	29
Kapitel 6	
Die Wohnräume	
1. Raum höchster Nutzung	32
2. Persönlichster Raum	33
3. Wichtigster Raum	33
4. Einrichtung, Kosten, Stil des wichtigsten Raumes	34
a) Einrichtung	34
b) Kosten	36
c) Stil	39

Kapitel 7

Wohnverhalten

1. Tätigkeiten in der Wohnung	46
2. Wohnzufriedenheit	51
3. Vorteile und Nachteile der Wohnung	53

Kapitel 8

Wohnbedürfnisse

1. Umzugsgründe	55
2. Wohnungsveränderungen	57
3. Notwendige Einrichtungsgegenstände zum Wohlbefinden	60
4. Stil- und Farbgestaltung	63

Kapitel 9

Allgemeine Wertsetzungen

1. Einstellungen zu Wohnwerten	68
2. Einstellungen zu Wohnveränderungen	72
3. Einstellungen zu Grundrißveränderungen	75

Kapitel 10

Propagiierte Wertsetzungen

Teil I

Das Wohnerlebnis und die Massenmedien	77
---	----

1. Nutzung und Rezeption von durch Massenmedien propagierten Wohnleitbildern	77
2. Quellen von Wohnleitbildern im Vergleich	83

Teil II

Das Wohnerlebnis und die Werbung	85
--	----

1. Werbeträger und Werbegegenstand	85
2. Zusammensetzung und Ausrichtung der Werbestimuli	87

Kapitel 11

Veränderungsabläufe bei Wohnen und Wohnerlebnis

Teil I

Die Wohnung als Ganzes	94
----------------------------------	----

1. Wohnformen	95
2. Aufteilungen	98
3. Einstellungen	102
a) Wohnverhalten	105
b) Wohnbedürfnisse	109
c) Wohnleitbilder	112

Teil II	
Die einzelnen Räume	116
1. Das Wohnzimmer.	116
2. Das Schlafzimmer	128
3. Die Küche	130
4. Sonstige Räume	131
Kapitel 12	
Konklusion	135
Anhang	
Abbildung 1: Fragebogen der repräsentativen Interviewbefragung . . .	143
Abbildung 2: Soziodemographische Struktur der Stichprobe der repräsentativen Interviewbefragung	155
Literaturverzeichnis	156