

# Inhalt

<b>1 Einleitung</b> .....	<b>9</b>
1.1 Ziel der Arbeit.....	10
1.2 Aufbau der Arbeit .....	11
<b>2 Wertewandel in Gesellschaft und Partnerwahl</b> .....	<b>13</b>
2.1 Wertewandel in Partnersuche und Partnerschaft.....	14
2.1.1 Partnerwahl und Wertvorstellungen bis zum 20. Jahrhundert .....	15
2.1.2 Partnerwahl und Wertvorstellungen im frühen Bürgertum.....	17
2.1.3 Partnerwahl und Wertvorstellungen im späten Bürgertum .....	19
2.1.4 Partnerwahl und Wertvorstellungen heute .....	21
2.2 Strukturen des Partnerwahlprozesses.....	26
2.2.1 Kriterien der Partnerwahl.....	28
2.2.2 Erwartenserwartung im Partnerwahlprozeß.....	30
2.3 Partnerschaftsformen heute - Ehe, Partnerschaft, Single .....	32
2.4 Wertewandel in der Gesellschaft .....	35
<b>3. Geschichte der Kontaktanzeige</b> .....	<b>38</b>
3.1 England .....	39
3.2 Deutschland .....	40
3.3 Kontaktanzeigen heute.....	43
3.4 Alternative Kontaktsuche.....	45
<b>4. Struktur von Kontaktanzeigen</b> .....	<b>47</b>
4.1 Inhaltliche Strukturmerkmale einer Kontaktanzeige .....	48
4.2 Differenzierung der formalen Strukturmerkmale .....	51
4.3 Differenzierung der inhaltlichen Strukturmerkmale.....	53
4.4 Erwartenserwartung in Kontaktanzeigen.....	60
<b>5. Funktion und Intention der Kontaktanzeige</b> .....	<b>64</b>
<b>6. Informelle und öffentliche Kommunikation in Kontaktanzeigen</b> .....	<b>66</b>
6.1 Intimität und Öffentlichkeit in Kontaktanzeigen .....	67
6.2 "Marktcharakter" der Kontaktanzeige .....	69
6.3 Antagonismus zwischen "Marktcharakter" und Intimität .....	70

6.4 Übertreibung und "Lügen" in Kontaktanzeigen.....	72
<b>Exkurs: Analysemöglichkeiten von Kontaktanzeigen .....</b>	<b>74</b>
<b>7. Die Kontaktanzeige in der Literatur.....</b>	<b>79</b>
7.1 Synoptische Darstellung .....	79
7.2 Zusammenfassung .....	126
<b>8. Hypothesen zur empirischen Untersuchung .....</b>	<b>132</b>
8.1 Hypothesen zu Kontaktanzeigen und zu ihrer Akzeptanz .....	132
8.2 Hypothesen zu den Werten in Kontaktanzeigen .....	135
8.3 Hypothesen zur Erwartenserwartung in Kontaktanzeigen .....	140
<b>9. Verfahren in der Inhaltsanalyse.....</b>	<b>143</b>
9.2 Auswahl von Untersuchungsgegenstand und -zeitraum .....	145
9.3 Das Kategoriensystem .....	145
9.4 Reliabilität und Validität der Ergebnisse .....	146
<b>10. Untersuchungsdesign.....</b>	<b>148</b>
10.1 Stichprobenauswahl .....	148
10.2 Stichprobenziehung .....	150
10.3 Informationseinheiten .....	150
10.4 Instrumentenentwicklung.....	151
10.5 Datenauswertung .....	152
<b>11. Auswertung der Inhaltsanalyse - Ergebnisse .....</b>	<b>153</b>
11.1 Ergebnisse - Kontaktanzeigen und ihre Akzeptanz .....	153
11.2 Ergebnisse - Werte in Kontaktanzeigen.....	164
11.3 Ergebnisse - Erwartenserwartung in Kontaktanzeigen .....	188
<b>12. Fazit .....</b>	<b>220</b>
<b>13. Literatur.....</b>	<b>224</b>
<b>14. Anhang .....</b>	<b>233</b>
14.1 Codesheet.....	233
14.2 Kommentar zum Codesheet.....	236
14.3 Tabellen / Variablen nach Jahren.....	240
14.4 Tabellen / Variablen nach Geschlecht .....	264