

Inhaltsverzeichnis

1	Einleitung und Struktur der Arbeit	1
1.1	Arbeitgeberattraktivität, Engagement und Unternehmenserfolg	2
1.2	Das Arbeitsengagement der Mitarbeiter im Fokus	3
1.3	Fragestellung und Zielsetzung	4
1.4	Struktur der vorliegenden Arbeit	5
2	Theoretischer Hintergrund und Stand der empirischen Forschung	9
2.1	Entstehung des Konzeptes des Mitarbeiterengagements	10
2.1.1	Mitarbeiterengagement in der (Beratungs-) Praxis	10
2.1.2	Mitarbeiterengagement in der Wissenschaft	12
2.1.3	Vergleich der Engagementkonzepte in (Beratungs-) Praxis und Wissenschaft	14
2.2	Das Konzept des Arbeitsengagements nach Schaufeli, Salanova et al. (2002)	15
2.2.1	Definition und Operationalisierung	16
2.2.2	Konstruktvalidität	17
2.2.2.1	Affektives Commitment	17
2.2.2.2	Arbeitszufriedenheit	19
2.2.2.3	Organizational Citizenship Behavior (OCB)	20
2.2.2.4	Arbeitsmotivation	21
2.2.2.5	Innere Kündigung	22
2.2.2.6	Arbeitsbelastung und Burnout	23
2.2.3	Zusammenhang mit demographischen und Persönlichkeitsmerkmalen ..	26
2.2.3.1	Engagement und Alter	26
2.2.3.2	Engagement bei Frauen und Männern	27
2.2.3.3	Engagement und Dauer der Betriebszugehörigkeit	28
2.2.3.4	Engagement in verschiedenen Berufsgruppen und Hierarchieebenen	29
2.2.3.5	Engagement und Persönlichkeit	30
2.2.4	Exkurs: Arbeitsengagement als Gruppenphänomen	31
2.2.5	Kritische Aspekte	33
2.2.5.1	Konzept, Operationalisierung und Forschungsbedarf	33
2.2.5.2	Negative Folgen für Mitarbeiter und Unternehmen	34
2.3	Theoretische Erklärungsmodelle	35
2.3.1	Das <i>JD-R Modell</i> zur Erklärung von Burnout	36
2.3.2	Das erweiterte <i>JD-R Modell</i> zur Erklärung von Arbeitsbelastung bzw. Burnout und Arbeitsengagement	38
2.3.2.1	Die erste Modellannahme: Arbeitsanforderungen und Arbeitsressourcen	38
2.3.2.2	Die zweite Modellannahme: Zugrundeliegende psychologische Prozesse	40
2.3.2.3	Die dritte und vierte Modellannahme: Interaktionen zwischen Arbeitsanforderungen und Arbeitsressourcen	41
2.3.3	Das <i>JD-R Modell</i> zur Erklärung von Arbeitsengagement	43

XIII

2.3.4	Die Grundlagen des <i>JD-R Modells</i> in der <i>Theorie der Ressourcenerhaltung</i>	44
2.3.4.1	Die <i>Theorie der Ressourcenerhaltung</i> nach Hobfoll (1988, 1989, 1998, 2001).....	44
2.3.4.2	Der Einfluss persönlicher Ressourcen.....	45
2.3.4.3	Gewinn- und Verlustspiralen.....	47
2.3.4.4	Zusammenfassende Bewertung.....	48
2.3.5	Stärken und Schwächen des <i>JD-R Modells</i>	49
2.4	Bedingungen und Folgen des Arbeitsengagements – Forschungsstand ..	51
2.4.1	Arbeitgeberattraktivität als Bedingung des Arbeitsengagements	51
2.4.1.1	Das Konzept der Arbeitgeberattraktivität.....	52
2.4.1.2	Faktoren der Arbeitgeberattraktivität	54
2.4.1.3	Arbeitgeberattraktivität in Deutschland.....	56
2.4.1.4	Verortung der Bedingungen des Arbeitsengagements im Arbeitgeberattraktivitätskonzept	59
2.4.2	Persönliche Ressourcen als Bedingungen des Arbeitsengagements.....	64
2.4.3	Indikatoren des Unternehmenserfolgs als Folgen des Arbeitsengagements	65
2.5	Der Zusammenhang zwischen Arbeitgeberattraktivität, Engagement und Unternehmenserfolg – Forschungsstand	67
2.5.1	Arbeitgeberattraktivität und Unternehmenserfolg	67
2.5.2	Engagement als Moderator	69
2.5.3	Weitere Moderatoren	70
3	Explikation der Fragestellung.....	71
3.1	Fragestellung und Forschungsfragen	72
3.2	Forschungsmodell	73
3.3	Forschungsannahmen.....	74
3.3.1	Die Arbeitgeberattraktivität	75
3.3.2	Das Arbeitsengagement der Mitarbeiter	76
3.3.3	Bedingungen und Folgen des Arbeitsengagements	77
3.3.4	Arbeitgeberattraktivität und Unternehmenserfolg	81
3.3.5	Arbeitsengagement als Moderator	82
4	Methodische Umsetzung.....	85
4.1	Stichprobe	85
4.1.1	Stichprobenziehung.....	86
4.1.2	Merkmale der Stichprobe.....	89
4.2	Durchführung der schriftlichen Mitarbeiterbefragung.....	92
4.3	Operationalisierung der Konstrukte	92
4.3.1	Subjektive Daten – Fragebogen	93
4.3.1.1	Fragebogaufbau und -konstruktion.....	93
4.3.1.2	Feldpretest	96
4.3.1.3	Güte der eingesetzten Instrumente	98
4.3.2	Objektive Daten – Kennzahlen von Organisationseinheiten	100
4.4	Datenanalyse	100
4.5	Experteninterviews.....	104
5	Ergebnisse der vorliegenden Untersuchung	107
5.1	Konstruktvalidität des Arbeitsengagements.....	108
5.2	Die Arbeitgeberattraktivität des untersuchten Unternehmens	110

5.2.1	Vergleich der Mitarbeitergruppen, Geschäftsbereiche und Werke.....	111
5.2.2	Die Gesamteinschätzung und die Faktoren der Arbeitgeberattraktivität	124
5.2.3	Exkurs: Vergleich nach Alter und Geschlecht	125
5.3	Das Arbeitsengagement der Mitarbeiter	129
5.4	Bedingungen und Folgen des Arbeitsengagements	131
5.4.1	Arbeitsanforderungen, Arbeitgeberattraktivität und Berufliche Selbstwirksamkeitserwartung als Bedingungen.....	131
5.4.2	Subjektive und objektive Indikatoren des Unternehmenserfolgs als Folgen.....	145
5.5	Arbeitgeberattraktivität und Unternehmenserfolg	154
5.5.1	Einfluss auf subjektive Indikatoren des Unternehmenserfolgs.....	154
5.5.2	Einfluss auf objektive Indikatoren des Unternehmenserfolgs	159
5.5.3	Exkurs: Wesentliche Einflussfaktoren für objektive Indikatoren des Unternehmenserfolgs	165
5.6	Moderatoren und Mediatoren für den Einfluss der Arbeitgeberattraktivität auf den Unternehmenserfolg	169
5.6.1	Der Motivationsprozess	169
5.6.1.1	Moderator Arbeitsengagement	169
5.6.1.2	Moderator Arbeitsmotivation	175
5.6.1.3	Moderator Innere Kündigung	179
5.6.2	Der Erosionsprozess.....	184
5.6.3	Motivations- und Erosionsprozess bei Mitarbeitern und Führungskräften	194
6	Diskussion und praktische Implikationen.....	203
6.1	Diskussion der Ergebnisse	203
6.1.1	Das Arbeitsengagement als valides Konstrukt?.....	206
6.1.2	Das untersuchte Unternehmen als attraktiver Arbeitgeber	208
6.1.3	Die Mitarbeiter als engagierte Belegschaft	211
6.1.4	Arbeitsanforderungen, Arbeitgeberattraktivität und Berufliche Selbstwirksamkeitserwartung als Bedingungen sowie subjektive und objektive Indikatoren des Unternehmenserfolgs als Folgen des Arbeitsengagements.....	212
6.1.5	Subjektive und objektive Indikatoren des Unternehmenserfolgs als Folgen der Arbeitgeberattraktivität	220
6.1.6	Arbeitsengagement, Arbeitsmotivation, Innere Kündigung und Arbeitsbelastung als Moderatoren.....	226
6.2	Einschränkungen der vorliegenden Studie	231
6.3	Praktische Implikationen.....	234
7	Literaturverzeichnis	239
8	Abkürzungsverzeichnis.....	261
9	Abbildungsverzeichnis.....	262
10	Tabellenverzeichnis	265
Anhang	271
A	Konstruktvalidität des Arbeitsengagementkonzeptes – Ergebnisse der Faktorenanalysen	271

B	Bedingungen und Folgen des Arbeitsengagements im Gruppenvergleich – Ergebnisse der Regressionen.....	276
C	Folgen des Arbeitsengagements und der Arbeitgeberattraktivität – Zufallseffekte in den <i>Random Slopes</i> Mehrebenenmodellen.....	280
D	Motivationsprozess – Mediatoreffekte.....	281
E	Motivations- und Erosionsprozess bei Mitarbeitern und Führungskräften – Moderatoreffekte	282