

## I Inhaltsverzeichnis

II	Abkürzungsverzeichnis.....	XIII
III	Abbildungsverzeichnis.....	XVI
IV	Tabellenverzeichnis.....	XVIII
<b>A</b>	<b>Relevanz der Vereinbarkeit von Beruf und Familie für das Personalmarketing .....</b>	<b>1</b>
1	Vereinbarkeit von Beruf und Familie im Wandel der Personalmärkte.....	1
1.1	Entwicklung der Rahmenbedingungen des Personalmanagements.....	1
1.2	Vereinbarkeit von Beruf und Familie als Instrument des Personalmarketing .....	7
2	Stand der Forschung zur Vereinbarkeit von Beruf und Familie .....	10
2.1	Konstituierende Elemente der Vereinbarkeit von Beruf und Familie.....	10
2.2	Diskussion relevanter Forschungsperspektiven .....	13
2.2.1	Vereinbarkeit von Beruf und Familie aus Unternehmensperspektive.....	13
2.2.2	Vereinbarkeit von Beruf und Familie aus individueller Perspektive .....	20
2.3	Fazit zum Forschungsstand .....	27
3	Zusammenhang zwischen Vereinbarkeit von Beruf und Familie und Arbeitgeberwahl als Untersuchungsgegenstand.....	31
3.1	Abgrenzung der Arbeitgeberwahl von verwandten Konzepten .....	31
3.2	Einordnung der Arbeitgeberwahl in den Kontext des Personalmarketing .....	35
3.3	Einfluss der Vereinbarkeit von Beruf und Familie auf die Arbeitgeberwahl.....	43
4	Ziel und Gang der Arbeit.....	61
4.1	Forschungsziele und Struktur der Untersuchung .....	61
4.2	Wissenschaftstheoretische Einordnung und Struktur der Arbeit.....	62
<b>B</b>	<b>Konzeptionelle Analyse des Einflusses der Vereinbarkeit von Beruf und Familie auf die Arbeitgeberwahl.....</b>	<b>66</b>
1	Arbeitgeberwahl im Spannungsfeld arbeitsökonomischer und verhaltenswissenschaftlicher Forschungsansätze .....	66
2	Ökonomische Konzeptualisierung der Arbeitgeberwahl .....	71
2.1	Skizze ökonomischer Theorien zur Modellierung der Arbeitgeberwahl .....	72
2.1.1	Job-Search-Theorien .....	72
2.1.2	Valenz-Instrumentalitäts-Erwartungs-Theorie.....	76
2.1.3	Informationsökonomische Betrachtung der Arbeitgeberwahl.....	80
2.2	Ökonomische Modellierung des Einflusses der Vereinbarkeit von Beruf und Familie auf die Arbeitgeberwahl .....	90
2.2.1	Modellierung aus Perspektive der VIE-Theorie .....	90
2.2.2	Modellierung aus Perspektive der Informationsökonomie.....	94

2.2.3	Ökonomisch geprägte Hypothesen zur Bedeutung der Vereinbarkeit von Beruf und Familie auf die Arbeitgeberwahl im Überblick .....	99
3	Verhaltenswissenschaftliche Ansätze zur Erklärung der Arbeitgeberwahl.....	99
3.1	Auswahl geeigneter verhaltenswissenschaftlicher Konzepte zur Modellierung des Einflusses der Vereinbarkeit von Beruf und Familie auf die Arbeitgeberwahl .....	100
3.1.1	Entwicklung eines Auswahlalgorithmus .....	100
3.1.2	Anwendung .....	104
3.1.3	Fazit .....	120
3.2	Ausgewählte verhaltenswissenschaftliche Theorien zur Modellierung der Arbeitgeberwahl.....	122
3.2.1	Image-Theorie.....	122
3.2.2	Theorie des geplanten Verhaltens.....	126
3.2.3	Person-Organization-Fit Theorie .....	128
3.2.4	Theorie der sozialen Identität .....	130
3.3	Verhaltenswissenschaftliche Modellierung des Einflusses der Vereinbarkeit von Beruf und Familie auf die Arbeitgeberwahl .....	133
3.3.1	Elemente einer verhaltenswissenschaftlichen Modellierung .....	133
4	Zusammenfassende Würdigung der konzeptionellen Erkenntnisse .....	150
4.1	Erkenntnisgewinn der konzeptionellen Überlegungen.....	150
4.2	Zu überprüfende Thesen und Hypothesen im Überblick .....	152
<b>C</b>	<b>Empirische Analyse des Einflusses der Vereinbarkeit von Beruf und Familie auf die Arbeitgeberwahl .....</b>	<b>153</b>
1	Experimentelle Untersuchung zur absoluten Bedeutung der Vereinbarkeit von Beruf und Familie bei der Arbeitgeberwahl .....	153
1.1	Ziele der empirischen Untersuchung.....	153
1.2	Design der Untersuchung .....	154
1.2.1	Auswahl und Begründung des Erhebungsinstrumentes .....	154
1.2.2	Versuchsaufbau .....	155
1.2.3	Operationalisierung der Stimuli .....	157
1.2.4	Operationalisierung der Variablen .....	161
1.2.5	Stichprobenplanung .....	166
1.2.6	Erhebungsprozess und Datenbereinigung .....	172
1.3	Gütebeurteilung der Untersuchung und Messmodelle .....	176
1.4	Deskription der Datenbasis.....	185
1.5	Überprüfung der Untersuchungshypothesen.....	188

1.5.1	Analysemethoden .....	188
1.5.2	Erkenntnisse zur Relevanz der Vereinbarkeit von Beruf und Familie im Kontext der Arbeitgeberwahl .....	195
1.5.3	Befunde zu den mediierenden Einflussfaktoren .....	204
1.5.4	Befunde zu den moderierenden Einflussgrößen.....	219
1.6	Zusammenfassung der Befunde aus Untersuchung 1 .....	222
2	Experimentelle Untersuchung zur relativen Bedeutung der Vereinbarkeit von Beruf und Familie bei der Arbeitgeberwahl .....	229
2.1	Ziele der Untersuchung.....	229
2.2	Design der Untersuchung .....	230
2.2.1	Auswahl und Begründung des Erhebungsinstrumentes .....	230
2.2.2	Versuchsaufbau .....	233
2.2.3	Operationalisierung der Stimuli .....	236
2.2.4	Stichprobenplanung .....	241
2.2.5	Erhebungsprozess und Datenbereinigung .....	243
2.3	Gütebeurteilung der Untersuchung, Schätzergebnisse und Messmodelle.....	246
2.4	Deskription der Datenbasis .....	249
2.5	Konfirmatorische und explorative Datenanalyse .....	253
2.5.1	Analysemethoden .....	253
2.5.2	Befunde zur relativen Bedeutung der Vereinbarkeit von Beruf und Familie bei der Arbeitgeberwahl .....	258
2.5.3	Befunde zu intrapersonellen Einflussfaktoren.....	265
2.6	Zusammenfassende Beurteilung der Befunde aus Untersuchung 2.....	275
3	Resümierende Würdigung der empirischen Analysen .....	277
<b>D</b>	<b>Zusammenfassung, kritische Reflexion und Implikationen .....</b>	<b>279</b>
1	Zusammenfassung der zentralen Ergebnisse.....	279
2	Kritische Würdigung der Untersuchungsergebnisse .....	285
2.1	Limitationen des Untersuchungsgegenstandes.....	285
2.2	Limitationen der Untersuchungsmethode.....	289
3	Transferpotenzial.....	290
4	Implikationen .....	294
4.1	Implikationen für die Praxis.....	294
4.2	Implikationen für die Wissenschaft.....	296
V	Literaturverzeichnis .....	300

VI	Anhang A: ergänzende Tabellen zu Kapitel A.....	332
VII	Anhang B: ergänzende Tabellen zur ersten Studie.....	339
1.	Fragebogen.....	339
2.	Ausreißerdiagnostik.....	351
3.	Gütebeurteilung der Messmodelle.....	353
4.	Gruppenvergleiche.....	357
5.	Überprüfung der Voraussetzung zur Durchführung von Regressionsanalysen.....	360
6.	Mediatoranalysen.....	361
7.	Überprüfung der Moderatoreffekte.....	381
VIII	Anhang C: ergänzende Tabellen zur zweiten Studie.....	394
1.	Fragebogen (Screenshots).....	394
2.	Ausreißerdiagnostik.....	408
3.	Gütebeurteilung der Multi-Item-Konstrukte.....	415
4.	Relative Wichtigkeiten.....	415
5.	Überprüfung der Moderationseffekte.....	416