

Anja vom Hofe

# **Strategien und Massnahmen für ein erfolgreiches Management der Mitarbeiterbindung**

Verlag Dr. Kovac

**Hamburg  
2005**

# Gliederung

Vorwort.....	VII
Gliederung.....	XI
Abbildungsverzeichnis.....	XVII
Abkürzungsverzeichnis.....	XXI

**Teil A: Mitarbeiterbindung als strategischer Erfolgsfaktor von Unternehmen.....1**

1	Erreichung von Mitarbeiterbindung als Herausforderung.....	1
2	Begriffliche Grundlagen und Konzeptualisierungen.....	3
3	Zielsetzung und Forschungsfragen der Untersuchung.....	8
4	Gang der Untersuchung.....	11

**Teil B: Theoretische Ansatzpunkte und bisherige empirische Befunde.....13**

1	Zum Stand der Forschung.....	13
1.1	Erkenntnisse der Fluktuationsforschung.....	13
1.2	Erkenntnisse der Mitarbeiterbindungsforschung.....	23
1.3	Resümee.....	28
2	Bindungsverhalten in der Kundenbeziehung.....	30
2.1	Entwicklungsgeschichte der Kundenbindungsdiskussion.....	31
2.2	Begriffe Kundenbindung und Kundenbindungsmanagement...	33
2.3	Konzeptualisierung und Wirkungskette der Kundenbindung....	34
2.4	Ursachen, Zustände und Strategien der Kundenbindung.....	36
2.5	Arten und Ebenen der Kundenbindung.....	38
2.6	Empirische Untersuchungen zur Kundenbindung.....	41

2.7	Modell der Kundenbindung nach Peter.....	46
<b>Teil C:</b>	<b>Konzeptualisierung eines Modells zur Bestimmung der Mitarbeiterbindung.....</b>	<b>49</b>
1	Übertragung der Theorien der Kundenbindungsforschung auf die Unternehmens-Mitarbeiter-Beziehung.....	49
1.1	Ökonomie.....	50
1.1.1	Mikroökonomische Theorie Hirschmans.....	50
1.1.2	Transaktionskostentheorie.....	56
1.2	Psychologie und Verhaltenswissenschaften.....	60
1.2.1	Sozialpsychologische Interaktionstheorien.....	60
1.2.2	Equity Theorie.....	64
1.2.3	Variety Seeking.....	68
1.3	Synthese der identifizierten Bestimmungsfaktoren der Beziehung.....	70
2	Vorschlag einer Modellstruktur zur Erklärung der Bestimmungsfaktoren von Mitarbeiterbindung.....	72
2.1	Arbeitszufriedenheit.....	74
2.2	Vertrauen.....	75
2.3	Wechselbarrieren.....	81
2.4	Attraktivität der Alternativen.....	85
2.5	Variety Seeking.....	86
2.6	Verbundenheit und Gebundenheit.....	87
2.7	Hypothesensystem.....	88
<b>Teil D:</b>	<b>Empirische Überprüfung des Modells der Mitarbeiter- bindung.....</b>	<b>91</b>
1	Methodische Aspekte der Untersuchung.....	91
1.1	Anforderungen an eine methodische Basis.....	91

1.1.1	Zur Eignung der klassischen Verfahren.....	93
1.1.2	Neue Verfahren der kausalanalytischen Messung.....	95
1.1.2.1	Eignung des LISREL-Verfahrens.....	98
1.1.2.2	Theoretische Grundlagen von LISREL.....	99
1.1.3	Modell-Schätzung.....	102
1.1.4	Beurteilung der Modellgüte.....	103
1.1.4.1	Globalkriterien.....	104
1.1.4.2	Partialmasse.....	109
1.1.4.3	Prüfschema zur Modellevaluation.....	112
1.2	Planung und Durchführung der empirischen Analyse.....	115
1.1.2	Design der Untersuchung.....	116
1.2.1.1	Auswahl des Untersuchungsinstruments.....	116
1.2.1.2	Konstruktion des Fragebogens.....	117
1.2.1.3	Beschreibung der Stichprobenszusammensetzung	126
1.1.2	Durchführung der Untersuchung.....	127
1.2.2.1	Versand.....	127
1.2.2.2	Rücklauf.....	129
1.1.3	Datenerfassung und -aufbereitung.....	131
2	Ergebnisse der empirischen Untersuchung.....	134
2.1	Analyse der Teilmodelle.....	134
2.1.1	Überprüfung der Teilmodellgüte mittels Verfahren der ersten Generation.....	135
2.1.2	Überprüfung der Teilmodellgüte mittels Verfahren der zweiten Generation.....	137
2.1.2.1	Faktor 1: Arbeitszufriedenheit.....	138
2.1.2.2	Faktor 2: Vertrauen in Unternehmen.....	140
2.1.2.3	Faktor 3: Vertrauen in Vorgesetzte.....	141
2.1.2.4	Faktor 4: Vertrauen in Arbeitskollegen.....	143
2.1.2.5	Faktor 5: Variety Seeking.....	144
2.1.2.6	Faktor 6: Soziale Wechselbarrieren.....	146

2.1.2.7	Faktor 7: Psychische Wechselbarrieren.....	147
2.1.2.8	Faktor 8: ökonomische Wechselbarrieren.....	148
2.1.2.9	Faktor 9: Attraktivität der Alternativen.....	150
2.1.2.10	Faktor 10: Gebundenheit.....	151
2.1.2.11	Faktor 11: Verbundenheit.....	152
2.1.2.12	Faktor 12: Mitarbeiterbindung.....	154
2.2	Generierung und Optimierung des Gesamtmodells.....	156
2.2.1	Ergebnisse Schritt 1: Schätzung und Optimierung des Ausgangsmodells an der Gesamtstichprobe.....	159
2.2.2	Ergebnisse Schritt 2: Näherungsmodell und abgeleitete Modellvarianten.....	167
2.3	Bestangepasstes Modell zur Erklärung der Mitarbeiterbindung.....	171
<b>Teil E:</b>	<b>Aufbau eines systematischen Employee Retention Management.....</b>	<b>183</b>
1	Zielsetzung und Vorgehen.....	183
2	Konzeption eines Mess- und Steuerungskonzepts für Mitarbeiterbindung.....	183
2.1	Analyse.....	185
2.1.1	Datenerhebung, Modellschätzung und Berechnung der Zielgrößen.....	185
2.1.2	Ausprägungen der Konstrukte.....	187
2.1.3	Ansatzpunkte zur Planung und Steuerung der Zielgrößen.....	189
2.1.4	Diskussion strategischer Stossrichtungen.....	193
2.2	Planung.....	196
2.2.1	Festlegung der Strategierichtung und der Ziele.....	196
1.1.2	Massnahmenplanung.....	198
2.3	Umsetzung und Kontrolle.....	200

3	Einsatzbereiche der Forschungsergebnisse und weiterer Forschungsbedarf.....	203
<b>Teil F:</b>	<b>Zusammenfassung der zentralen Ergebnisse.....</b>	<b>207</b>
	Literaturverzeichnis.....	211
	Anhang 1.....	235
	Anhang 2.....	236