

Commitment und Identifikation mit Organisationen

von

Rolf van Dick

Hogrefe

Göttingen • Bern • Toronto • Seattle

Inhaltsverzeichnis

1	Commitment und Identifikation mit Organisationen.	1
1.1	Einführung und Begriffe.	1
1.2	Definitionen.	2
1.2.1	Identifikation und Commitment: Unterscheidungsmerkmale.	4
1.3	Abgrenzung von anderen Begriffen.	7
1.4	Bedeutung für das Personalmanagement.	7
1.5	Betrieblicher Nutzen.	10
1.5.1	Nutzen der Identifikation für die Mitarbeiter.	10
1.5.2	Nutzen für die Organisation.	12
2	Theorien und Modelle.	13
2.1	Der Social Identity Approach.	13
2.2	Beziehungen zwischen den Ansätzen aus Sozial- und Organisationspsychologie.	17
2.3	Womit identifiziert man sich? Unterschiedliche Ziele.	19
2.4	Empirische Befunde.	20
2.4.1	Foci, Dimensionen und Korrelate.	20
2.4.2	Identifikation im Kontext von Mergern & Akquisitionen (M & A).	21
2.4.2.1	Ergebnisse der Feldforschung.	25
2.4.2.2	Ergebnisse der Laborforschung.	31
2.4.3	Die Marburger Identifikationsstudien (MAIS).	32
2.4.3.1	Identifikation und Commitment.	32
2.4.3.2	Identifikation und arbeitsbezogene Einstellungen und Verhaltensweisen.	33
2.4.3.3	Identifikation: Foci und Dimensionen.	33
2.4.3.4	Identifikation, Arbeitszufriedenheit und Kündigungsabsichten.	34
2.4.3.5	Identifikation als Kriterium für Erfolg von Expatriates.	36
2.4.3.6	Identifikation ist flexibel.	37

2.5	Die Kehrseite der Medaille: Negative Aspekte von Identifikation.	40
2.5.1	Gesundheitliche Gefahren und negative Auswirkungen auf das Selbstkonzept	41
2.5.2	Konfligierende Identifikationen.	42
2.5.3	Weitere problematische Aspekte.	43
3	Analyse und Maßnahmenempfehlung.	44
3.1	Maßnahmen zur Unterstützung von M & A-Prozessen.	48
3.2	Identität und Image von Organisationen.	52
4	Vorgehen.	55
4.1	Vorgehen im Kontext von M & A's.	57
4.1.1	Was tun, wenn es zu spät ist?.	63
4.2	Management von Identität und Image.	65
5	Fallbeispiele aus der Unternehmenspraxis.	68
5.1	Identifikation im Kontext einer Fusion.	68
5.1.1	Fusionsvereinbarungen.	69
5.1.2	Mitarbeiterbefragungen.	70
5.1.3	Integrationsworkshops.	70
5.2	Corporate Identity.	71
5.2.1	Eine Universität	71
5.2.2	Ein IT-Unternehmen.	72
6	Literaturempfehlung.	76
6.1	Literatur.	76

Karte:
 Beispielfragebogen zur Erfassung der Identifikation