

**Rolf van Dick**

# **Identifikation und Commitment fördern**

2., überarbeitete und erweiterte Auflage

 **hogrefe**

# Inhaltsverzeichnis

<b>1</b>	<b>Identifikation und Commitment in Organisationen ..</b>	<b>1</b>
1.1	Einführung und Begriffe .....	1
1.2	Definitionen .....	2
1.3	Abgrenzung von anderen Begriffen .....	8
1.4	Bedeutung für das Personalmanagement .....	10
1.5	Betrieblicher Nutzen .....	14
1.5.1	Funktion und Nutzen der Identifikation für den Mitarbeiter .....	14
1.5.2	Nutzen für die Organisation .....	15
<b>2</b>	<b>Theorien und Modelle .....</b>	<b>18</b>
2.1	Ein sozialpsychologischer Ansatz: Der Social Identity Approach .....	18
2.2	Beziehungen zwischen den Ansätzen aus Sozial- und Organisationspsychologie .....	21
2.3	Womit identifiziert man sich? Unterschiedliche Ziele .....	24
2.4	Empirische Befunde .....	26
2.4.1	Foci, Dimensionen und Korrelate .....	26
2.4.2	Identifikation im Kontext von Mergern und Akquisitionen ..	29
2.4.3	Trennung von Identifikation und Commitment .....	41
2.4.4	Evidenz für die förderlichen Aspekte von Identifikation für die Organisation: Leistung, Extra-Rollenverhalten, Kündigung .....	42
2.4.5	Evidenz für die förderlichen Aspekte von Identifikation für die Person: Burnout, Stress und Gesundheit .....	57
2.5	Die Kehrseite der Medaille: Negative Aspekte von Identifikation .....	59
2.5.1	Gesundheitliche Gefahren und negative Auswirkungen auf das Selbstkonzept .....	59
2.5.2	Konfligierende Identifikationen .....	61
2.5.3	Weitere problematische Aspekte .....	63
<b>3</b>	<b>Analyse und Maßnahmenempfehlung .....</b>	<b>65</b>
3.1	Analyse .....	65
3.1.1	Commitment .....	65
3.1.2	Identifikation .....	66
3.2	Maßnahmenempfehlung .....	69
3.2.1	Die Rolle der Führungskraft .....	73
3.2.2	Maßnahmen zur Unterstützung von M&A-Prozessen .....	77
3.2.3	Identität und Image von Organisationen .....	80

<b>4</b>	<b>Vorgehen</b> .....	84
4.1	Vorgehen im Kontext von Mergern und Akquisitionen ....	86
4.2	Vorgehen beim Management von Identität und Image .....	94
4.3	Organisations- und Teamentwicklung mit den Modellen ASPIRe und 3R .....	98
<b>5</b>	<b>Fallbeispiele aus der Unternehmenspraxis</b> .....	101
5.1	Identifikation im Kontext einer Fusion .....	101
5.2	Corporate Identity .....	103
5.2.1	Eine Universität .....	104
5.2.2	Ein IT-Unternehmen .....	105
5.2.3	Die Commerzbank .....	108
5.3	Beispiele der Leitbildentwicklung .....	110
5.3.1	Eine Universität .....	110
5.3.2	Das Unternehmen Heraeus .....	111
5.4	Umgang mit den Mitarbeitern .....	112
5.4.1	Schlecker/Ihr Platz und dm .....	113
5.4.2	MedSkin Solutions Dr. Suwelack AG .....	116
<b>6</b>	<b>Literaturempfehlung</b> .....	118
<b>7</b>	<b>Literatur</b> .....	119

**Karten:**

Ablaufschema einer Zukunftskonferenz

Beispielfragebogen zur Erfassung der Identifikation mit Karriere,  
Schule und Beruf aus einer Studie mit Lehrerinnen und Lehrern