



## Inhaltsverzeichnis

<b>Abbildungsverzeichnis.....</b>	<b>X</b>
<b>Abkürzungsverzeichnis.....</b>	<b>XIV</b>
<b>1 Einleitung.....</b>	<b>1</b>
1.1 Problemstellung und Zielsetzung der Arbeit .....	3
1.2 Stand der Forschung .....	5
1.3 Methodik und Aufbau der Arbeit .....	12
<b>Teil A Theoretischer Teil.....</b>	<b>16</b>
<b>2 Mergers &amp; Acquisitions – Unternehmenszusammenschlüsse .....</b>	<b>16</b>
2.1 Grundlagen und Begriffe .....	16
2.2 Ausprägungsformen von M&A.....	18
2.3 M&A-Prozess .....	20
2.3.1 Due Diligence.....	23
2.3.2 Post-Merger-Integration .....	25
2.4 Erfolgsrisiken bei M&A .....	29
2.4.1 Mitarbeiter im M&A-Prozess.....	39
2.4.2 Abwanderung strategisch wichtiger Mitarbeiter .....	42
<b>3 Mitarbeiterbindung.....</b>	<b>45</b>
3.1 Grundlagen.....	45
3.2 Die Unternehmen-Mitarbeiter-Beziehung als Voraussetzung für die Bindung .....	47
3.3 Zielgruppen des Bindungsmanagements .....	50
3.4 Ausgewählte Theorien zur Erklärung der Mitarbeiterbindung.....	53
3.4.1 Ressourcenorientierte Ansätze .....	54
3.4.2 Humankapitaltheorie .....	58
3.4.3 Theorien der Neuen Institutionenökonomie .....	62
3.4.4 Anreiz-Beitrags-Theorie .....	71
3.4.5 Exkurs Kundenbindungsforschung und ihre Bedeutung für die Mitarbeiterbindung.....	85
3.5 Einbeziehung motivationspsychologischer Aspekte .....	100
3.5.1 Grundlagen und Begriffe .....	100
3.5.2 Inhaltstheorien.....	103
3.5.3 Prozesstheorien .....	110
3.5.4 Modell motivationalen Verhaltens in Organisationen nach von Rosenstiel.....	114
3.5.5 Die Bedeutung der Konstrukte Arbeitszufriedenheit und Commitment.....	120



<b>4</b>	<b>Anreizsysteme</b> .....	<b>132</b>
4.1	Theoriegeleitetes Grundmodell zur Gestaltung betrieblicher Anreize .....	132
4.2	Bedingungen und Anforderungen an die Gestaltung von Anreizsystemen.....	135
4.3	Betriebliche Anreize.....	137
4.3.1	Materielle Anreize .....	138
4.3.1.1	Feste Gehaltsbestandteile .....	139
4.3.1.2	Variable Gehaltsbestandteile.....	141
4.3.2	Immaterielle Anreize .....	145
4.3.2.1	Anreize Organisation, Arbeitsbedingung und Arbeitsinhalt.....	145
4.3.2.2	Soziales Umfeld.....	149
4.3.2.3	Personalentwicklungsbezogene Anreize .....	153
	<b>Teil B Empirische Untersuchung</b> .....	<b>156</b>
<b>5</b>	<b>Untersuchungsdesign und Konzeption der Befragung</b> .....	<b>156</b>
5.1	Untersuchungsdesign/Forschungsplan, Aufbau der Untersuchung... 156	
5.2	Festlegung der zu untersuchenden Anreizkategorien und Formulierung der Hypothesen .....	159
5.3	Festlegung der Untersuchungsgegenstände und Wahl der Datenerhebungsmethode .....	163
5.4	Konzeption der Befragung.....	172
5.4.1	Konstruktion des Fragebogens .....	175
5.4.2	Frageformulierung, Itemsammlung, Skalierung.....	179
5.4.3	Vortest .....	182
<b>6</b>	<b>Hauptuntersuchung</b> .....	<b>186</b>
6.1	Durchführung der Datenerhebung.....	186
6.1.1	Rücklauf und Bewertung der Teilnehmerquote .....	188
6.1.2	Beschreibung der Interviews .....	191
6.2	Beschreibung der untersuchten Fälle .....	195
6.2.1	Teilnehmende Unternehmen.....	195
6.2.2	Merkmale der befragten Personen.....	203
6.3	Datenbasis und Repräsentativität.....	207
6.4	Auswertungsmethode und allgemeine Gütekriterien .....	212
6.5	Beurteilung der Datenqualität.....	217
<b>7</b>	<b>Untersuchungsergebnisse</b> .....	<b>223</b>
7.1	Auswertung und Darstellung der Befragungsergebnisse.....	223
7.1.1	Wirkungsstärken der Anreize im Überblick .....	224



7.1.2	Wirkungsstärke des gesamten Anreizkatalogs und der Anreizkategorien .....	230
7.1.3	Wirkungsstärken der Einzelanreize innerhalb der Anreizkategorien .....	234
7.1.4	Untersuchung nach stärksten und schwächsten Einzelanreizen.....	245
7.1.5	Häufigkeit der Anwendung der Anreize .....	255
7.1.6	Hypothesenprüfung.....	264
7.1.7	Variablenvergleiche.....	268
7.1.7.1	Angewandte und nicht angewandte Anreize.....	269
7.1.7.2	Funktionen der befragten Personen .....	272
7.1.7.3	Branchenzugehörigkeit.....	276
7.1.7.4	Unternehmensgröße.....	278
7.1.7.5	Form der Transaktion .....	284
7.1.7.6	Zusammenfassung der Ergebnisse der Variablenvergleiche .....	286
7.1.8	Auswertung der Einführungsfragen und der Abschlussfrage ...	287
7.1.9	Zusammenfassung der Untersuchungsergebnisse .....	297
7.2	Würdigung der Untersuchungsergebnisse .....	301
7.2.1	Abgleich der Untersuchungsergebnisse mit der Theorie.....	301
7.2.2	Allgemeingültigkeit der Untersuchungsergebnisse.....	304
7.2.3	Grenzen der Untersuchung und weiterer Forschungsbedarf ...	306
<b>Teil C</b>	<b>Anwendung.....</b>	<b>309</b>
<b>8</b>	<b>Handlungsempfehlungen – Generierung eines anreizorientierten personalwirtschaftlichen Instruments für die Praxis .....</b>	<b>309</b>
8.1	Erarbeitung des idealtypischen Anreizkatalogs .....	310
8.2	Vergleich des idealtypischen Anreizkatalogs mit dem Ist-Anreizkatalog.....	315
8.3	Handlungsfelder für die Unternehmenspraxis .....	321
	<b>Anhangsverzeichnis .....</b>	<b>329</b>
	<b>Literaturverzeichnis .....</b>	<b>361</b>