

Steffen Kittler

**Organisationale Identifikation.
Determinanten, Nutzenaspekte und
Konsequenzen für Unternehmen**

Bachelorarbeit

BEI GRIN MACHT SICH IHR WISSEN BEZAHLT



- Wir veröffentlichen Ihre Hausarbeit, Bachelor- und Masterarbeit
- Ihr eigenes eBook und Buch - weltweit in allen wichtigen Shops
- Verdienen Sie an jedem Verkauf

Jetzt bei www.GRIN.com hochladen
und kostenlos publizieren



Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek:

Die Deutsche Bibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de/> abrufbar.

Dieses Werk sowie alle darin enthaltenen einzelnen Beiträge und Abbildungen sind urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsschutz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Verlanges. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen, Auswertungen durch Datenbanken und für die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronische Systeme. Alle Rechte, auch die des auszugsweisen Nachdrucks, der fotomechanischen Wiedergabe (einschließlich Mikrokopie) sowie der Auswertung durch Datenbanken oder ähnliche Einrichtungen, vorbehalten.

Impressum:

Copyright © 2007 GRIN Verlag
ISBN: 9783638906692

Dieses Buch bei GRIN:

<https://www.grin.com/document/86342>

Steffen Kittler

Organisationale Identifikation. Determinanten, Nutzenaspekte und Konsequenzen für Unternehmen

GRIN - Your knowledge has value

Der GRIN Verlag publiziert seit 1998 wissenschaftliche Arbeiten von Studenten, Hochschullehrern und anderen Akademikern als eBook und gedrucktes Buch. Die Verlagswebsite www.grin.com ist die ideale Plattform zur Veröffentlichung von Hausarbeiten, Abschlussarbeiten, wissenschaftlichen Aufsätzen, Dissertationen und Fachbüchern.

Besuchen Sie uns im Internet:

<http://www.grin.com/>

<http://www.facebook.com/grincom>

http://www.twitter.com/grin_com

**Bachelorarbeit für den Studiengang INTERNATIONAL BUSINESS STUDIES an
der Fakultät für Wirtschaftswissenschaften der Universität Paderborn**

Organisationale Identifikation

Determinanten, Nutzenaspekte und Konsequenzen für Unternehmen

Steffen Frederik Kittler

Universität Paderborn

September 2006

Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis	4
1 Einleitung	5
2 Theoretischer Rahmen.....	6
2.1 Begriffsbestimmung – was ist Identifikation?.....	6
2.2 Der Social Identity Approach.....	6
2.2.1 Die Theorie der sozialen Identität.....	7
2.2.2 Die Selbstkategorisierungstheorie.....	9
2.2.3 Identifikation im Sinne des Social Identity Approach.....	9
2.2.4 Der Social Identity Approach im organisationalen Kontext.....	10
2.3 Organisationale Identifikation - Definition	11
2.4 Abgrenzung zum Commitment-Begriff	12
2.5 Messung organisationaler Identifikation	13
3 Nutzenaspekte organisationaler Identifikation	13
3.1 Nutzen für das Individuum.....	13
3.1.1 Befriedigung von Bedürfnissen	14
3.1.1.1 <i>Safety Needs – Sicherheitsbedürfnisse</i>	14
3.1.1.2 <i>Affiliation Needs – Zugehörigkeitsbedürfnisse</i>	14
3.1.1.3 <i>Self-Enhancement Needs – Selbstaufwertungsbedürfnisse</i>	14
3.1.1.4 <i>Holistic Needs – Ganzheitlichkeitsbedürfnisse</i>	15
3.1.2 Körperliches Wohlbefinden und Arbeitszufriedenheit.....	15
3.1.2.1 <i>Einschränkungen</i>	17
3.2 Nutzen für die Organisation.....	17
3.2.1 Nutzen durch arbeitsbezogene Ziele oder Verhalten	18
3.2.1.1 <i>Intragruppenkooperation vs. Intergruppenwettbewerb</i>	18
3.2.1.2 <i>Intergruppenbeziehungen innerhalb einer Organisation</i>	19
3.2.1.3 <i>Organisational Citizenship Behavior</i>	20
3.2.1.4 <i>Performance</i>	23
3.2.2 Nutzen durch arbeitsbezogene Einstellungen	24
3.2.2.1 <i>Arbeitszufriedenheit</i>	24
3.2.2.2 <i>Absentismus</i>	25
3.2.2.3 <i>Turnover</i>	26

3.2.2.4	<i>Arbeitszufriedenheit als Mediator zwischen Identifikation und Kündigungsabsichten</i>	28
3.2.3	Aktuelle Nutzenaspekte	29
3.2.3.1	<i>Kundenorientierung</i>	29
3.2.4	Übersicht und die Meta-Analyse von Riketta.....	30
4	Identifikation fördern – Handlungsempfehlungen	32
4.1	Antezedenzen organisationaler Identifikation	32
4.1.1	Categorization Antecedents	32
4.1.2	Self-Enhancement Antecedents.....	32
4.1.3	SCT Antecedents	32
4.1.4	Weitere in der Literatur erwähnte Determinanten.....	33
4.1.4.1	<i>Personale und situative Bestimmungsfaktoren</i>	33
4.1.4.2	<i>Support und Organizational Justice</i>	33
4.2	Handlungsempfehlungen für Organisationen	34
4.2.1	Allgemeine Handlungsempfehlungen.....	34
4.2.2	Personalpolitik.....	35
4.2.3	Corporate Identity – Identität und Image	36
5	Fazit	38
6	Anhang	41
7	Literaturverzeichnis	58
8	Internetquellen	64