

Inhaltsverzeichnis

1	Markenorientiertes HRM als Untersuchungsgegenstand	1
1.1	Relevanz des markenorientierten HRM im Rahmen der internen Markenführung	1
1.2	Stand der Forschung	6
1.2.1	Markenorientiertes HRM	6
1.2.1.1	Einführung	6
1.2.1.2	Publikationen	9
1.2.2	Effektivität und Effizienz von Maßnahmen	24
1.2.3	Markenorientierung des HRM in der Praxis	28
1.3	Forschungslücken und Zielsetzung der Untersuchung	36
1.4	Wissenschaftstheoretische Einordnung und Gang der Untersuchung	37
2	Theoretisch konzeptionelle Grundlagen	41
2.1	Der Ansatz der identitätsbasierten Markenführung	41
2.2	Identitätsbasierte, innengerichtete Markenführung	46
2.3	Maßnahmen des markenorientierten HRM	52
2.3.1	Markenbezogene Personalrekrutierung	53
2.3.2	Markenbezogene Personalselektion	55
2.3.3	Markenbezogene Personaleinführung	56
2.3.4	Markenbezogene Personalentwicklung	59
2.3.5	Markenbezogene Entgelt- und Anreizgestaltung	62
2.3.6	Markenbezogene Personalbeurteilung und -beförderung	63
2.3.7	Markenbezogene Personalfreisetzung	64

2.4	Effektivitäts- und Effizienzbeurteilung von Maßnahmen der identitätsbasierten, innengerichteten Markenführung	65
2.5	Herleitung des Untersuchungsmodells	72
2.5.1	Einführung und Auswahl des Maßnahmenbereiches	72
2.5.2	Intendierte Ausgestaltung der Einzelmaßnahmen	76
2.5.2.1	Persönliche und massenmediale Einzelmaßnahmen	76
2.5.2.2	Einzelmaßnahmen In- und Exklusive einer Operationalisierung der Markenidentität für die Mitarbeiter	79
2.5.3	Transfer auf das finale Untersuchungsmodell	82
2.5.4	Hypothesen	84
3	Empirische Analyse der Effektivität und Effizienz von Maßnahmen des markenorientierten HRM	89
3.1	Grundlagen zur experimentellen Forschung	89
3.2	Experimentelles Design	94
3.2.1	Grundsätzliches zur experimentellen Ausgestaltung bei der DB AG	97
3.2.2	Auswahl und Manipulation der unabhängigen Variablen	103
3.2.3	Kostenübersicht der unabhängigen Variablen als Basis für Effizienzbeurteilungen	106
3.2.4	Operationalisierung der abhängigen Variablen	109
3.2.5	Operationalisierung des Manipulationschecks, der Kontrollvariablen und der verhaltensorientierten Variable	110
3.3	Fragebogendesign	116
3.4	Ergebnisse des Experimentes	119
3.4.1	Überprüfung der Daten und Bereinigung	119
3.4.2	Manipulations- und Confound Checks	123
3.4.3	Detaillierte Betrachtung der Untersuchungsergebnisse und Überprüfung der Hypothesen	127
3.4.3.1	Analyse der Effektivität	127
3.4.3.2	Analyse der Effizienz	150
3.4.4	Übersicht der Hypothesenergebnisse	159

4	Schlussbetrachtung und Ausblick	161
4.1	Zusammenfassung	161
4.2	Implikationen für die Praxis	165
4.2.1	Effektivität	165
4.2.2	Effizienz	174
4.3	Limitationen der Arbeit und Implikationen für die Forschung	178
	Literaturverzeichnis	185