

# Inhalt

<b>Abbildungsverzeichnis .....</b>	<b>15</b>
<b>Tabellenverzeichnis .....</b>	<b>19</b>
<b>1 Der Arbeitsmarkt in der demografischen Reform .....</b>	<b>21</b>
1.1 Problemstellung und Ausgangssituation .....	26
1.2 Forschungsstand und Fragestellung .....	32
1.3 Zielsetzung und Aufbau der Arbeit .....	36
<b>2 Theoretischer Hintergrund .....</b>	<b>39</b>
2.1 Employer Branding .....	39
2.1.1 Von der Produktmarke zur Arbeitgebermarke.....	39
2.1.2 Externes Employer Branding.....	44
2.1.3 Internes Employer Branding.....	46
2.2 Mitarbeitendenbindung: Psychologische Erklärungsmodelle .....	47
2.2.1 Commitmentkonzept .....	49
2.2.2 Identitätsmodelle .....	54
2.2.2.1 Soziale Identitätstheorie .....	56
2.2.2.2 Selbstkategorisierungstheorie.....	58
2.2.2.3 Reduktion negativer Distinktheit.....	59
2.2.2.4 Identifikation als multidimensionales Konzept .....	62
2.3 Theoretisches Verständnis zum Untersuchungsgegenstand .....	63
2.3.1 Dimensionen und Ausgestaltung des internes Employer Branding .....	64
2.3.2 Besonderheiten von Dienstleistungen.....	67
2.3.3 Finanz- und Sozialdienstleistung als Extremfälle.....	73
2.4 Zusammenfassung theoretischer Hintergrund .....	83
<b>3 Untersuchungsdesign .....</b>	<b>85</b>
3.1 Mixed Methods Research (MMR).....	86
3.2 Vertiefendes Studiendesign im Rahmen von MMR.....	88
3.3 Güte „between methods“: Dokumentation als „Querschnittsgütekriterium“ .....	91

<b>4</b>	<b>Quantitative Studie: Fragebogengestützte Onlinebefragung.....</b>	<b>93</b>
4.1	Methodik und Aufbau der Untersuchung .....	94
4.1.1	Überlegungen zum Fragebogendesign.....	94
4.1.2	Darstellung der Stichprobe .....	101
4.1.3	Pretest .....	105
4.2	Verlauf der Datenerhebung .....	108
4.2.1	Datenerhebung in der Kundenbank .....	110
4.2.2	Datenerhebung im Jugendhilfeträger.....	111
4.2.3	Datenerhebung im ambulanten Pflegedienst .....	113
4.2.4	Datenerhebung im Wohlfahrtsverband.....	114
4.3	Datenanalyse der quantitativen Studie .....	116
4.3.1	Auswahl der Betriebe und Bereinigung des Datensatzes.....	117
4.3.2	Rücklauf und Repräsentativität des Datensatzes .....	122
4.3.3	Analyse zur Güte der Daten.....	124
4.3.4	Finanz- und Sozialdienstleister im Vergleich: die Auswertungsstrategie.....	136
4.3.5	Kritische Würdigung der Testmethodik .....	136
4.4	Auswertung und Dateninterpretation der quantitativen Studie.....	138
4.4.1	Relevanz des internen Employer Branding Modells .....	138
4.4.2	Relevanz nach Gruppierungen: Alter, Geschlecht, Beschäftigungsumfang und Betriebszugehörigkeit .....	148
4.4.3	Zwischenfazit und Bezug zur erkenntnisleitenden Fragestellung .....	156
4.4.4	Weiterer Forschungsverlauf .....	158
4.4.5	Erweiterte quantitative Datenanalyse zur Vereinbarkeit von Pflege und Beruf.....	160
4.4.6	Explanative Validierung .....	170
4.5	Zusammenfassung der quantitativen Studie.....	172
<b>5</b>	<b>Qualitative Studie: Leitfadengestützte Interviews .....</b>	<b>175</b>
5.1	Methodik und Aufbau der Untersuchung .....	177
5.1.1	Überlegungen zur Instrumentenentwicklung.....	178
5.1.2	Darstellung des Samples.....	186
5.1.3	Pretest .....	190
5.2	Verlauf der Datenerhebung .....	194
5.2.1	Zugang und Kontaktabahnung.....	195
5.2.2	Beschreibung der Interviewsituation .....	196
5.2.3	Transkription und Datenschutz.....	200
5.3	Datenanalyse der leitfadengestützten Interviews .....	203

5.3.1	Statistische Daten zu den interviewten Personen.....	203
5.3.2	Analyse zur Güte der Daten.....	206
5.3.3	Kritische Würdigung der Methodik.....	214
5.4	Auswertungsmethode .....	217
5.4.1	Auswertung nach Meuser und Nagel.....	217
5.4.2	Systematisierte Reduktion der Interviewtexte .....	221
5.4.3	Darstellung des Kategoriensystems .....	229
<b>6</b>	<b>Auswertung und Dateninterpretation .....</b>	<b>233</b>
6.1	Analyse der Hk1 „Persönliche Perspektive“ .....	234
6.1.1	Analyse der Hk1 – Uk1.1 Verständnis von Pflege .....	237
6.1.2	Analyse der Hk1 – Uk1.4 Situationsbeschreibung .....	239
6.1.3	Analyse der Hk1 – Uk1.5 Herausforderungen.....	245
6.1.4	Zusammenfassung der Hk1 mit Blick auf die Vereinbarkeit von Pflege und Beruf.....	254
6.2	Analyse der Hk2 „Betriebliche Perspektive“ .....	256
6.2.1	Analyse der Hk2 – Uk2.1 Erfahrung im Betrieb .....	256
6.2.2	Analyse der Hk2 – Uk2.2 Rahmenbedingungen .....	261
6.2.3	Analyse der Hk2 – Uk2.3 Verantwortung des Arbeitgebers ..	279
6.2.4	Zusammenfassung der Hk2 mit Blick auf die Vereinbarkeit von Pflege und Beruf.....	285
6.3	Analyse der Hk3 „Perspektive auf Staat und Gesellschaft“ .....	287
6.3.1	Analyse der Hk3 – Uk3.1 Wünsche an Staat und Gesellschaft .....	288
6.3.2	Analyse der Hk3 – Uk3.2 Kenntnis von (Pflege-)Gesetzen ...	292
6.3.3	Analyse der Hk3 – Uk3.3 Meinung über neues Familienpflegezeitgesetz .....	294
6.3.4	Analyse der Hk3 – Uk3.4 Verantwortung des Staates.....	301
6.3.5	Analyse der Hk3 – Uk3.5 Meinung zur Gesellschaft .....	307
<b>7</b>	<b>Zusammenfassung.....</b>	<b>311</b>
7.1	Wesentliche Ergebnisse mit Blick auf die Forschungsfrage .....	311
7.2	Einordnung in den theoretischen Bezugsrahmen .....	318
7.3	Exkurs: Empfehlungen für Betriebe.....	323
7.4	Kritische Würdigung der Mixed Methods Research .....	325
7.5	Ergänzende Schlussfolgerungen und Forschungsdesiderate .....	327
	<b>Literaturverzeichnis .....</b>	<b>335</b>