

# Inhaltsverzeichnis

---

<b>1</b>	<b>Einleitung.....</b>	<b>1</b>
1.1	Zielsetzung und Forschungsfragen der Arbeit .....	3
1.2	Aufbau und Vorgehensweise der Arbeit.....	5
<b>2</b>	<b>Vorbereitende Empirie – Evaluationsworkshops .....</b>	<b>8</b>
2.1	Ziele und Design der Workshops .....	8
2.2	Erste Hinweise zur Definition von Wertschätzung im Mitarbeitergespräch ...	10
<b>3</b>	<b>Theoretischer Hintergrund und Stand der Forschung .....</b>	<b>16</b>
3.1	Das Konzept der Anerkennung als Basis zur Entwicklung eines Wertschätzungskonstrukts .....	16
3.1.1	Die Anerkennungstheorie von Honneth – Anerkennungsformen .....	17
3.1.1.1	Erste Stufe der Anerkennung – die Liebe .....	18
3.1.1.2	Zweite Stufe der Anerkennung – das Recht .....	19
3.1.1.3	Dritte Stufe der Anerkennung – die soziale Wertschätzung .....	20
3.1.2	Die Anerkennungstheorie von Honneth – Zusammenfassung .....	23
3.2	Wertschätzung .....	25
3.3	Zur Frage der Operationalisierung eines Wertschätzungskonstrukts.....	31
3.3.1	Gerechtigkeit in Organisationen als eine Form der Wertschätzung .....	34
3.3.2	Unterstützung als eine Form der Wertschätzung .....	35
3.3.3	Vertrauen als eine Form der Wertschätzung.....	36
3.3.4	Feedback als eine Form der Wertschätzung.....	37
3.3.5	Kompetenzzuschreibung als eine Form der Wertschätzung .....	38
3.4	Mitarbeitergespräche als Wertschätzungssituation in Unternehmen.....	39
3.4.1	Geschichtliche Entwicklung.....	39
3.4.2	Begriffsbestimmung und Abgrenzung zu anderen Gesprächsformen .....	40
3.4.3	Ziele und Funktionen von Mitarbeitergesprächen aus Sicht der Unternehmen .....	44
3.4.4	Elemente von Mitarbeitergesprächen.....	47
3.4.5	Die Thematik am Beispiel des Mitarbeitergesprächs im Beispielunternehmen .....	50
<b>4</b>	<b>Anwendung des Wertschätzungskonstrukts in der Praxis .....</b>	<b>58</b>
4.1	Forschungsdesign.....	58
4.2	Qualitativer Teil der methodischen Umsetzung zur Vertiefung der Ergebnisse aus Evaluationsworkshops und Literaturrecherche .....	59
4.2.1	Befragungsziele und -design.....	59
4.2.2	Aufbau der Leitfadeninterviews .....	61
4.2.3	Auswertung der Interviews .....	63
4.2.4	Ergebnisse der Interviews – Herleitung der Wertschätzungsdimensionen .....	65
4.3	Quantitativer Teil der methodischen Umsetzung.....	84
4.3.1	Operationalisierung der qualitativen Ergebnisse – Konstruktion eines Fragebogens .....	87
4.3.2	Aufbau und Struktur des Fragebogens zum Erleben von Wertschätzung .....	93

4.3.3	Überprüfung des Messinstrumentariums – Durchführung von Pretests ...	94
4.3.4	Untersuchungsstichprobe.....	101
4.3.5	Durchführung der Befragung.....	109
4.3.6	Auswertung der Befragung.....	111
4.3.7	Ergebnisse der Befragung – Erstellung eines Wertschätzungsindexes .	116
<b>5</b>	<b>Mitarbeitergespräch als Standardprozess zur Vermittlung von Wertschätzung .....</b>	<b>124</b>
5.1	Überprüfung der Hypothesen.....	124
5.2	Die zentralen Ergebnisse der empirischen Untersuchung im Hinblick auf die Beantwortung der Forschungsfragen .....	140
5.2.1	Forschungsfrage 1 – Wodurch erleben Mitarbeiter Wertschätzung im Mitarbeitergespräch?.....	140
5.2.2	Forschungsfrage 2 – Welche Rolle spielt die Vorgesetzten-Mitarbeiter-Beziehung für wertschätzende Mitarbeitergespräche?.....	142
5.2.3	Forschungsfrage 3 – Welche Unterschiede gibt es zwischen verschiedenen Mitarbeitergruppen im Empfinden von Wertschätzung im Mitarbeitergespräch? .....	143
5.2.4	Forschungsfrage 4 – Wie verlaufen wertschätzende Mitarbeitergespräche?.....	146
5.3	Praktische Implikationen .....	148
5.3.1	Handlungsempfehlungen zum Instrument Mitarbeitergespräch .....	149
5.3.2	Handlungsempfehlungen zum zukünftigen Umgang mit dem Begriff Wertschätzung im Unternehmensalltag.....	153
<b>6</b>	<b>Abschließende Überlegungen und Schlussfolgerungen.....</b>	<b>157</b>
<b>7</b>	<b>Literaturverzeichnis.....</b>	<b>160</b>
<b>8</b>	<b>Anhang.....</b>	<b>184</b>