Initiative Gesundheit und Arbeit

2. Tabellen- und Statistikband

Gesunde, sichere Arbeit – ein Schlüssel für die Arbeitgeberattraktivität?

Ergänzung zum iga.Report 49: Ergebnisse der Zweitbefragung

Romana Dreyer und Christine Busch

unter Mitarbeit von
Katja Keller-Landvogt

BKK Dachverband
DGUV Deutsche Gesetzliche Unfallversicherung Spitzenverband
vdek Die Ersatzkassen
IKK

Inhaltsverzeichnis

A. Tabellen zur Beschreibung der Stichprobe ... 3
A.1 Beschreibung der Stichprobenverteilung nach Altersgruppen und Geschlecht ... 3
A.2 Verteilung der Stichprobe nach Bundesländern ... 4
A.3 Verteilung der Stichprobe nach Bildungsniveau ... 5
A.4 Arbeitsbezogene Stichprobenmerkmale ... 7
B. Deskriptive Statistik der Indikatoren für Arbeitgeberattraktivität ... 10
C. Wechselabsicht, Arbeitgeberattraktivität und tatsächlicher Wechsel des Arbeitgebers 11
D. ANOVAs zur Berechnung von Gruppenunterschieden der Outcomes ... 12
D.1 Unterschiede zwischen verschiedenen Tätigkeitsschwerpunkten ... 13
D.2 Unterschiede zwischen männlich und weiblichen Teilnehmenden ... 14
D.3 Unterschiede zwischen den Altersgruppen ... 15
D.4 Unterschiede nach Betriebsgröße und Familienunternehmen ... 16
D.5 Unterschiede zwischen Führungsposition ... 16
D.6 Unterschiede zwischen Homeoffice-Nutzung ... 18
E. Attraktivitätsfaktoren ... 20
E.1 Zusammenfassung der Items für die Attraktivitätsfaktoren ... 20
E.2 Deskriptive Statistiken der Attraktivitätsfaktoren ... 22
F. Angebote und Maßnahmen der BGF und des Arbeitsschutzes ... 25
G. Regressionsanalysen Arbeitgeberattraktivität, Verhältnis- und Verhaltensprävention ... 28
H. Korrelationen des Summenscores für systematische BGF und Arbeitsschutz ... 31
I. Testung der längsschnittlichen Zusammenhänge zwischen Angeboten der BGF und des Arbeitsschutzes und Arbeitgeberattraktivität ... 31
I.1 Berechnungen und Ergebnistabellen zu Hypothese 1 ... 32
I.2 Berechnungen und Ergebnistabellen zu Hypothese 2 ... 35
I.3 Auswertungen und Ergebnistabellen zu Hypothese 3a bis c ... 37
I.4 Berechnungen & Ergebnistabellen zu Hypothese 4 ... 40
Tabellenverzeichnis ... 42

A. Tabellen zur Beschreibung der Stichprobe

A.1 Beschreibung der Stichprobenverteilung nach Altersgruppen und Geschlecht

Im Folgenden werden die absoluten Häufigkeiten sowie die prozentualen Anteile der kombinierten Stichprobenmerkmale für fünf Altersgruppen und drei Geschlechtskategorien (männlich [M], weiblich [W], divers [D]) dargestellt. Die Tabelle 1 zeigt zunächst die in der Stichprobe tatsächlich erreichten Fallzahlen. Ab der Spalte „Gesamtbevölkerung“ sind die angestrebten Referenzwerte (Soll-Quoten) gemäß der Verteilung in der Gesamtbevölkerung zum Vergleich aufgeführt (Statistisches Bundesamt, 2026. https://www.destatis.de/DE/Themen/Arbeit/Arbeitsmarkt/Erwerbstaetigkeit/Tabellen/altersgruppen.html).

Tabelle 1: Stichprobenverteilung und Quoten nach Altersgruppen und Geschlecht

Alters-spanne	Anzahl (%)	M	M (%)	W	W (%)	D	Gesamt-bev. (%)	M (%)	W (%)
16-25	27 (3 %)	18	4,1 %	9	2,1 %	0	9.5 %	10.0 %	8.9 %
26-35	131 (15 %)	68	15,5 %	63	15,0 %	0	21.4 %	22.0 %	20.7 %
36-45	194 (23 %)	106	24,2 %	87	20,7 %	1	23.5 %	23.8 %	23.3 %
46-55	226 (26 %)	124	28,3 %	101	24,0 %	1	21.0 %	20.3 %	21.8 %
56-67	282 (33 %)	122	27,9 %	160	38,1 %	0	24.6 %	23.9 %	25.3 %
Gesamt	**860**	438	**50,9 %**	420	**48,8 %**	2	100 %	**53,5 %**	**46,5 %**

Die Einteilung in die dargestellten fünf Alterskategorien wurde nachträglich zur besseren Veranschaulichung vorgenommen. Dabei zeigt sich, dass in der zweiten Befragungswelle weniger jüngere Altersgruppen teilgenommen haben als in der ersten, quotierten Befragung und dadurch insbesondere die beiden ältesten Altersgruppen überrepräsentiert sind.

A.2 Verteilung der Stichprobe nach Bundesländern

Die Tabelle 2 zeigt die Verteilung der Stichprobe über die einzelnen Bundesländer. Dargestellt sind sowohl die absoluten Fallzahlen als auch die prozentualen Anteile innerhalb der Stichprobe. Zum Vergleich sind in der letzten Spalte die angestrebten Quotenwerte aufgeführt, anhand derer die Stichprobe in der ersten Befragungswelle quotiert wurde. Diese orientieren sich an der Bevölkerungsverteilung in Deutschland.

Tabelle 2: Stichprobenverteilung und Quoten nach Bundesland

Bundesland	Häufigkeit	Prozent von Stichprobe	Anvisierte Quoten
Baden-Württemberg	116	13 %	14 %
Bayern	157	18 %	17 %
Berlin	40	5 %	4 %
Brandenburg	26	3 %	3 %
Bremen	6	1 %	1 %
Hamburg	21	2 %	2 %
Hessen	61	7 %	8 %
Mecklenburg-Vorpommern	17	2 %	2 %
Niedersachsen	82	10 %	10 %
Nordrhein-Westfalen	159	18 %	21 %
Rheinland-Pfalz	50	6 %	5 %
Saarland	8	1 %	1 %
Sachsen	46	5 %	5 %
Sachsen-Anhalt	17	2 %	3 %
Schleswig-Holstein	33	4 %	3 %
Thüringen	21	2 %	2 %
Gesamt	**860**		

A.3 Verteilung der Stichprobe nach Bildungsniveau

Zur Erfassung des Bildungsniveaus gaben die Befragten jeweils ihren höchsten schulischen und beruflichen Abschluss an. Die Antwortmöglichkeiten waren wie folgt:

Höchster schulischer Abschluss

1 – Kein Schulabschluss
2 – Hauptschulabschluss / Volksschulabschluss oder gleichwertig
3 – Realschulabschluss / Mittlere Reife oder gleichwertig
4 – Abitur, allgemeine oder fachgebundene Hochschulreife (z. B. Gymnasium, EOS)

Höchster beruflicher Bildungsabschluss

1 – Keine abgeschlossene Berufsausbildung
2 – Abgeschlossene Berufsausbildung (z. B. Lehre, Fachschule)
3 – Meister-, Techniker- oder gleichwertiger Fachschulabschluss
4 – Abgeschlossenes Studium (z. B. Bachelor, Master, Diplom) oder gleichwertig

Auf Basis der addierten Punktwerte aus beiden Angaben wurde das Bildungsniveau gemäß der International Standard Classification of Education (ISCED, 2011) wie folgt klassifiziert:

- **Niedriges Bildungsniveau (Gesamtpunktzahl 2 bis 4):**
  z. B. Hauptschulabschluss (2) + keine abgeschlossene Berufsausbildung (1) = 3
  oder Realschulabschluss (3) + keine abgeschlossene Berufsausbildung (1) = 4
- **Mittleres Bildungsniveau (Gesamtpunktzahl 5 und 6):**
  z. B. Realschulabschluss (3) + abgeschlossene Berufsausbildung (2) = 5
  oder Abitur (4) + abgeschlossene Berufsausbildung (2) = 6
- **Hohes Bildungsniveau (Gesamtpunktzahl 7 und 8):**
  z. B. Abitur (4) + abgeschlossenes Studium (4) = 8
  oder Realschulabschluss (3) + abgeschlossenes Studium (4) = 7

Die Tabelle 3 zeigt die Verteilung der Stichprobe nach Bildungsniveaus. Angegeben sind die absoluten Fallzahlen sowie die prozentualen Anteile innerhalb der Stichprobe. Zum Vergleich sind in der letzten Spalte die angestrebten Quotenwerte aufgeführt, anhand derer die Stichprobe in der ersten Befragungswelle quotiert wurde (ISCED 2011; Bundesministerium für Bildung und Forschung, o. D.).

Tabelle 3: Stichprobenverteilung und Quoten nach Bildungsniveau

Nummer	Bildung	Anzahl	Prozent von Stichprobe	Anvisierte Quoten
1	Gering	106	13 %	13 %
2	Mittel	501	58 %	57 %
3	Hoch	253	29 %	30 %

Verteilung der Stichprobe nach schulischer Bildung

Die Tabelle 4 gibt einen detaillierten Überblick über den höchsten erreichten schulischen Bildungsabschluss der Befragten. Aufgeführt sind dabei die absoluten Häufigkeiten sowie deren prozentualer Anteil an der Gesamtstichprobe.

Tabelle 4: Stichprobenverteilung nach schulischer Bildung

Übersicht schulische Bildung	**Anzahl**	**Prozent**
Schule beendet ohne Abschluss	1	0,1 %
Hauptschulabschluss / Volksschulabschluss oder gleichwertig	106	12,3 %
Realschulabschluss (Mittlere Reife) oder gleichwertig	381	44,3 %
Abitur, allgemeine oder fachgebundene Hochschulreife (Gymnasium bzw. EOS)	372	43,3 %
Gesamt	**860**	

Verteilung der Stichprobe nach beruflichem Bildungsabschluss

Die Tabelle 5 stellt die beruflichen Bildungsabschlüsse der Befragten im Detail dar. Aufgeführt sind die absoluten Fallzahlen sowie die prozentualen Anteile bezogen auf die Gesamtstichprobe.

Tabelle 5: Stichprobenverteilung nach beruflicher Bildung

Beruflicher Bildungsabschluss	Anzahl	Prozent
Keinen beruflichen Ausbildungsabschluss	27	3,1 %
Abgeschlossene Berufsausbildung (z. B. Lehre, Fachschule)	512	59,5 %
Meister-, Techniker- oder gleichwertiger Fachschulabschluss	121	14,1 %
Abgeschlossenes Studium (z.B. Bachelor, Master, Diplom)	200	23,3 %
Gesamt	**860**	

A.4 Arbeitsbezogene Stichprobenmerkmale

Die Tabelle 6 zeigt die Häufigkeiten in Prozent zu verschiedenen, arbeitsbezogenen Fragen.

Tabelle 6: Häufigkeiten zu arbeitsbezogenen Fragen

Häufigkeit der Personen, die	Ja	Nein	Weiß nicht
… eine Führungsposition innehaben.	21,9 %	78,1 %	–
… in einem Familienunternehmen arbeiten.	25,2 %	73,7 %	1,0 %
… seit der ersten Befragung ein anderes Team haben.	5,8 %	94,2 %	–
… seit der ersten Befragung eine andere Führungskraft haben.	14,1 %	85,9 %	–
… seit der ersten Befragung andere Aufgaben zu erledigen haben.	12,2 %	87,8 %	–

Die Tabelle 7 zeigt die Verteilung der Stichprobe über die vier Tätigkeitsschwerpunkte Handwerk, Produktion, Interaktionsarbeit und Büro/Verwaltung. Zudem sind dazu die (mind.) drei häufigsten genannten Branchen (außer der Kategorie „Andere“) aus den jeweiligen Tätigkeitsschwerpunkten genannt.

Tabelle 7: Tätigkeitsschwerpunkte und Branchen

Tätigkeitsschwerpunkt	Anzahl	Prozent	Top-3 genannte Branchen (%)
Handwerk: Arbeitsaufgaben, die eigenständig durchgeführt werden und einem Handwerksgewerk angehören	94	10,9 %	1. Baugewerbe (17 %) 2. Erbringung von sonst. Dienstleistungen (13 %) 3. Gesundheits- und Sozialwesen (9 %) / Verkehr & Lagerei (9 %)
Produktion: Tätigkeiten in der maschinellen oder industriellen Produktion von Gütern	67	7,8 %	1. Herstellung von Elektro- und Metallerzeugnissen, Automotive (22 %) 2. Verkehr und Lagerei (18 %) 3. Herstellung von Glas, Möbeln, Textil, Papier und anderen Gütern (15 %) / Chemie (15 %)

Interaktionsarbeit: Umgang mit anderen Menschen, u. a. im Kontext von medizinischer Versorgung, Gastronomie, Pflegetätigkeiten	224	26,0 %	1. Gesundheits- und Sozialwesen (41 %) 2. Erziehung und Unterricht (10 %) 3. Erbringung von sonstigen Dienstleistungen (9 %) 4. Hotel- und Gastronomiegewerbe (6 %)
Büro/Verwaltung: EDV- und computerbasierte Tätigkeiten, Wissensarbeit	475	55,2 %	1. Öffentliche Verwaltung, Verteidigung, Sozialversicherung (23 %) 2. Herstellung von Elektro- und Metallerzeugnissen, Automotive (8 %) / Erbringung von sonstigen Dienstleistungen (8 %) 3. Freiberufliche, wissenschaftliche und technische Dienstleistungen (6 %) / Gesundheits- und Sozialwesen (6 %) / Erbringung von Finanz- und Versicherungsdienstleistungen (6 %)

Die Tabelle 8 zeigt die Arbeitsstunden pro Woche. Der Mittelwert betrug 35,31 (SD = 8,81). Die Einteilung in die dargestellten fünf Kategorien wurde nachträglich zur besseren Veranschaulichung vorgenommen.

Tabelle 8: Arbeitsstunden pro Woche

Arbeitsstunden pro Woche	**Prozent**
unter 20 Std.	5 %
20 bis 34 Std.	20 %
35 bis 40 Std.	64 %
41 bis 45 Std.	7 %
über 45 Std.	3 %

Die Tabelle 9 zeigt die Häufigkeit der Homeoffice-Nutzung. Gefragt wurde nach der wöchentlichen Arbeitszeit im Homeoffice in Prozent. Der Mittelwert betrug 16,83 Prozent (SD = 28,15). Die Einteilung in die dargestellten fünf Kategorien wurde nachträglich zur besseren Veranschaulichung vorgenommen.

Tabelle 9: Nutzung Homeoffice pro Woche

	Prozent
0 bis 20 %	74,9 %
21 bis 40 %	8,7 %
41 bis 60 %	7,6 %
61 bis 80 %	4,3 %
81 bis 100 %	4,5 %

Die Tabelle 10 zeigt die Betriebsgrößen, in denen die Befragten arbeiten. Demnach arbeiten 23,7 Prozent in einem Kleinst- und Kleinunternehmen (1-49 Beschäftigte) bzw. 45 Prozent in Unternehmen mit bis zu 249 Beschäftigten (KMU).

Tabelle 10: Betriebsgrößen

Kategorie	**Anzahl Beschäftigte**	**Prozent**
Kleinstunternehmen	1 bis 10	8,5 %
Kleinunternehmen	11 bis 49	15,2 %
Mittlere Unternehmen	50 bis 249	21,3 %
Großunternehmen	250 bis 1000	20,3 %
Sehr große Unternehmen / Konzerne	mehr als 1000	34,7 %

B. Deskriptive Statistik der Indikatoren für Arbeitgeberattraktivität

Tabelle 11 zeigt die Mittelwerte, Standardabweichungen, die internen Konsistenzen der Skalen (Cronbachs Alpha) und die Korrelationen zwischen den einzelnen Variablen (Interkorrelationen) für alle Indikatoren der Arbeitgeberattraktivität.

Tabelle 11: Deskriptive Statistik und Interkorrelationen der Indikatoren für Arbeitgeberattraktivität

	M	SD	1	2	3	4	5
1 Arbeitgeberattraktivität [a]	4,41	1,28	*.94*				
2 Organisationales Commitment [b]	3,33	1,12	.88	*.92*			
3 Wechselabsicht [b]	1,89	1,05	-.72	-.65	*.96*		
4 Arbeitszufriedenheit [b,c]	3,63	1,01	.75	.70	-.60	–	
5 Zufriedenheit Work-Life-Balance [a]	4,40	1,14	.60	.55	-.52	.56	*.94*

Anmerkungen: in der Diagonalen (kursiv) sind die internen Konsistenzen nach Cronbachs Alpha abgebildet. a: Skala von 1-6; b Skala von 1-5, c: Einzelitem, deshalb wird kein Cronbachs Alpha berechnet; Alle Korrelationen sind auf dem 0,01-Niveau signifikant. Cohen (1988) gibt für r die folgenden Intervalle an: .1 bis .3: kleiner Effekt; .3 bis .5: mittlerer Effekt; .5 und höher: starker Effekt.

Die Bewertungen erweisen sich von der ersten zur zweiten Befragung als stabil, da alle untersuchten Konstrukte über ein Jahr hinweg konstant bleiben. (N = 860, alle $p < .001$).

Tabelle 12: Korrelationskoeffizienten zwischen T1 und T2 derselben Konstrukte

Konstrukt	Stabilität (r)
Arbeitgeberattraktivität	.775
Zufriedenheit mit Work-Life-Balance	.756
Organisationale Bindung	.763
Wechselabsicht	.693
Arbeitszufriedenheit	.560

Ein T-Test bei gepaarten Stichproben zeigt für die fünf Indikatoren über den Zeitraum von einem Jahr keine signifikanten Mittelwertveränderungen (alle p-Werte > .39). Die Mittelwertdifferenzen sind sehr klein und die Effektstärken vernachlässigbar ($|d| \leq .03$). Insgesamt sprechen die Ergebnisse für eine ausgeprägte zeitliche Stabilität aller fünf Indikatoren der Arbeitgeberattraktivität über den Zeitraum von einem Jahr.

C. Wechselabsicht, Arbeitgeberattraktivität und tatsächlicher Wechsel des Arbeitgebers

Wechselabsicht als Frühindikator

Die Wechselabsicht der Befragten ist insgesamt gering (Mittelwert: 1,88). Die meisten denken also nicht ans Wechseln. Wenn Beschäftigte dennoch eine hohe Wechselabsicht äußern, zeigt sich ein deutlicher Unterschied bei dem tatsächlichen Wechseln des Arbeitgebers: Bei Personen mit hoher Wechselabsicht liegt die tatsächliche Wechselquote mit 14,4 Prozent fast dreimal so hoch wie bei der Vergleichsgruppe (4,9 %). Dieser Unterschied ist statistisch signifikant (siehe Tabelle 13; $p < .001$).

Tabelle 13: Häufigkeit des Arbeitgeberwechsels, nach Wechselabsicht unterschieden

Wechselabsicht	Tatsächlich gewechselt	Nicht gewechselt	Gesamt
Gering	34 Personen (4,9 %)	658 Personen (95,1 %)	692 Personen
Hoch	34 Personen (14,4 %)	202 Personen (85,6 %)	236 Personen
Insgesamt	**68 Personen (7,3 %)**	**860 Personen (92,7 %)**	**928 Personen**

Anmerkung: Diese Analysen basieren auf 928 Befragten. Personen, die den Arbeitgeber gewechselt hatten, wurden aus den übrigen Analysen ausgeschlossen, weshalb die Gesamtstichprobe für andere Auswertungen in diesem Bericht kleiner (N = 860) ausfällt.

Trotz hoher Wechselabsicht bleiben 85,6 Prozent dieser Gruppe beim aktuellen Arbeitgeber. Eine geäußerte Wechselabsicht führt also nicht automatisch zum Wechsel – es besteht ein Zeitfenster für mögliche Interventionen.

Arbeitgeberattraktivität (AGA) als Bindungsprognose

Die Werte für Arbeitgeberattraktivität zum ersten Befragungszeitpunkt zeigen ebenfalls einen signifikanten Zusammenhang mit dem tatsächlichen Wechsel des Arbeitsgebers (siehe Tabelle 14; $p < .001$). Je niedriger die Arbeitgeberattraktivität, desto höher die Wechselquote. Beschäftigte bei niedriger Arbeitgeberattraktivität (unterste Gruppe) wechseln mit 11,8 Prozent fast fünfmal häufiger den Arbeitgeber als jene mit hohen Werten (2,5 %). In der mittleren Gruppe liegt die Quote bei 6,8 Prozent.

Tabelle 14: Häufigkeit des Arbeitgeberwechsels, nach Arbeitgeberattraktivität unterschieden

AGA-Kategorie	Tatsächlich gewechselt	Nicht gewechselt	Gesamt
Niedrig (0–25 %)	36 Personen (11,8 %)	268 Personen (88,2 %)	304 Personen
Mittel (26–74 %)	26 Personen (6,8 %)	359 Personen (93,2 %)	385 Personen
Hoch (75–100 %)	6 Personen (2,5 %)	233 Personen (97,5 %)	239 Personen
Insgesamt	**68 Personen (7,3 %)**	**860 Personen (92,7 %)**	**928 Personen**

Selbst in der Gruppe mit niedrigen Arbeitgeberattraktivität-Werten bleiben 88,2 Prozent beim Arbeitgeber. Niedrige Werte signalisieren zwar ein erhöhtes Risiko, aber die Mehrheit wechselt nicht unmittelbar.

D. ANOVAs zur Berechnung von Gruppenunterschieden der Outcomes

Im Folgenden werden Gruppenunterschiede bei zentralen Indikatoren der Arbeitgeberattraktivität untersucht. Im Fokus stehen die folgenden fünf Merkmale:

1. Arbeitgeberattraktivität
2. Organisationales Commitment (affektive Bindung)
3. Wechselabsicht
4. Arbeitszufriedenheit
5. Zufriedenheit mit der Work-Life-Balance

Hierfür wird eine Varianzanalyse (Analysis of Variance (ANOVA)) durchgeführt. Dieses statistische Verfahren ermöglicht den Vergleich von Mittelwerten zwischen mehreren Gruppen und prüft, ob beobachtete Unterschiede statistisch signifikant sind. Der F-Test in der Varianzanalyse zeigt, ob sich Gruppen z. B. in ihrer Arbeitgeberattraktivität unterscheiden. Die Effektstärke (η^2) gibt an, wie bedeutsam dieser Unterschied ist: $\eta^2 \geq 0{,}01$ = kleiner Effekt; $\eta^2 \geq 0{,}06$ = mittlerer Effekt; $\eta^2 \geq 0{,}14$ = großer Effekt (Cohen, 1988).

Die ANOVA wird in Bezug auf folgende Gruppenmerkmale berechnet:

- Tätigkeitsschwerpunkt (Handwerk, Produktion, Interaktionsarbeit, Büro/Verwaltung)
- Geschlecht
- Altersgruppen
- Betriebsgröße
- Familienunternehmen
- Führungsposition
- Homeoffice-Nutzung

Zeigt die ANOVA einen statistisch signifikanten Gruppenunterschied, werden Post-hoc-Analysen durchgeführt, um zu bestimmen, zwischen welchen Gruppen die Unterschiede bestehen. Bei Varianzhomogenität wird hierfür der Tukey-HSD-Test verwendet. Liegt keine Varianzhomogenität vor, wird auf den Games-Howell-Test zurückgegriffen.

Da mehrere Gruppenmerkmale und mehrere Zielvariablen untersucht werden, ist die erhöhte Wahrscheinlichkeit zufälliger signifikanter Befunde zu berücksichtigen. Die Ergebnisse werden daher nicht ausschließlich anhand der statistischen Signifikanz, sondern ergänzend unter Berücksichtigung der Effektstärken interpretiert. Aufgrund des explorativen Charakters der Analysen wird auf eine Korrektur für multiples Testen verzichtet.

D.1 Unterschiede zwischen verschiedenen Tätigkeitsschwerpunkten

Die Bewertung der verschiedenen Indikatoren der Arbeitgeberattraktivität wurde in den vier Tätigkeitsschwerpunkten differenziert analysiert. Die deskriptiven Ergebnisse zeigen, dass die Gruppen Handwerk und Büro/Verwaltung tendenziell höhere Mittelwerte über alle Indikatoren hinweg aufweisen.

Arbeitgeberattraktivität

Zur Untersuchung der Unterschiede in der Arbeitgeberattraktivität zwischen den vier Tätigkeitsschwerpunkten wurde eine einfaktorielle Varianzanalyse (ANOVA) durchgeführt. Die Ergebnisse zeigen, dass sich die vier Gruppen nicht signifikant voneinander unterscheiden ($F(3, 856) = 1{,}653$, $p = 0{,}176$).

Organisationales Commitment

Die ANOVA zur Untersuchung der Unterschiede im Organisationalen Commitment zwischen den vier Tätigkeitsschwerpunkten zeigte, dass sich die vier Gruppen nicht signifikant voneinander unterscheiden ($F(3, 856) = 1{,}500$, $p = 0{,}213$).

Wechselabsicht

Die ANOVA zur Untersuchung der Unterschiede in der Wechselabsicht zwischen den vier Tätigkeitsschwerpunkten wurde aufgrund signifikanter Varianzunterschiede zwischen den Gruppen ($p < 0{,}001$) der Welch-Test verwendet. Die Analyse zeigte, dass sich die vier Gruppen signifikant voneinander unterscheiden ($F(3, 856) = 4{,}443$, $p = 0{,}005$). Die Effektgröße beträgt $\eta^2 = 0{,}011$ (95 %-KI [0,000, 0,026]). Diese Effektgröße entspricht nach Cohen (1988) einem sehr kleinen Effekt und sollte mit Vorsicht interpretiert werden.

Der Games-Howell Post-hoc-Test identifizierte zwei signifikante Unterschiede. Zwischen den Gruppen Handwerk und Interaktionsarbeit wurde ein signifikanter Unterschied gefunden ($p = 0{,}005$) mit einem Unterschied in den Mittelwerten von -0,39 (95 %-KI [-0,679, -0,090]). Zudem zeigte sich ein weiterer signifikanter Unterschied zwischen den Gruppen Büro/Verwaltung und Handwerk ($p = 0{,}009$), mit einem Unterschied in den Mittelwerten von -0,324 (95 %-KI [-0,588, -0,061]).

Die Ergebnisse deuten darauf hin, dass Personen, die im Bereich Interaktionsarbeit und Büro/Verwaltung tätig sind, im Mittel eine höhere Absicht haben, den Arbeitgeber oder Ihre Tätigkeit zu wechseln, im Vergleich zu Personen, die im Handwerk tätig sind.

Arbeitszufriedenheit

Die ANOVA zur Untersuchung der Unterschiede in der Arbeitszufriedenheit zwischen den vier Tätigkeitsschwerpunkten zeigte, dass sich die vier Gruppen nicht signifikant voneinander unterscheiden ($F(3, 856) = 1{,}231$, $p = 0{,}297$).

Zufriedenheit mit der Work-Life-Balance

Die ANOVA zur Untersuchung der Unterschiede in der Work-Life-Balance zwischen den vier Tätigkeitsschwerpunkten zeigte, dass sich die vier Gruppen signifikant voneinander unterscheiden ($F(3, 856) = 4{,}358$, $p = 0{,}005$). Die Effektgröße beträgt $\eta^2 = 0{,}015$ (95 %-KI [0,002, 0,032]). Diese Effektgröße entspricht nach Cohen (1988) einem sehr kleinen Effekt und sollte mit Vorsicht interpretiert werden.

Ein Post-hoc-Test nach Tukey (Tukey-HSD) identifizierte zwei signifikante Unterschiede. Zwischen den Gruppen Handwerk und Interaktionsarbeit wurde ein signifikanter Unterschied gefunden ($p = 0{,}007$) mit einem Unterschied in den Mittelwerten von 0,459 (95 %-KI [0,096, 0,823]). Zudem zeigte sich ein weiterer signifikanter Unterschied zwischen den Gruppen Büro/Verwaltung und Interaktionsarbeit ($p = 0{,}024$), mit einem Unterschied in den Mittelwerten von 0,264 (95 %-KI [0,024, 0,504]).

Die Ergebnisse deuten darauf hin, dass Personen, die im Bereich Interaktionsarbeit tätig sind, im Mittel eine geringere Zufriedenheit mit ihrer Work-Life-Balance aufweisen als Personen aus den Gruppen Handwerk und Büro/Verwaltung.

D.2 Unterschiede zwischen männlich und weiblichen Teilnehmenden

Die Bewertung der verschiedenen Indikatoren der Arbeitgeberattraktivität wurde für Männer und Frauen differenziert analysiert. Die Gruppe der Teilnehmenden, die ihr Geschlecht als divers angaben, umfasst lediglich 2 Personen und ist daher zu klein, um valide Gruppenvergleiche mit den anderen, deutlich größeren Gruppen durchzuführen. Zwischen männlichen und weiblichen Befragten lässt sich nur ein signifikanter Unterschied in der Arbeitszufriedenheit finden.

Arbeitgeberattraktivität

Zur Untersuchung der Unterschiede in der Arbeitgeberattraktivität zwischen den männlichen und weiblichen Teilnehmenden wurde eine einfaktorielle Varianzanalyse (ANOVA) durchgeführt. Die Ergebnisse zeigen, dass sich die beiden Gruppen nicht signifikant voneinander unterscheiden ($F(1, 856) = 1{,}615$, $p = 0{,}204$).

Organisationales Commitment

Die ANOVA zur Untersuchung der Unterschiede im Organisationalen Commitment zwischen den männlichen und weiblichen Teilnehmenden zeigte, dass sich die beiden Gruppen nicht signifikant voneinander unterscheiden ($F(1, 856) = 1{,}822$, $p = 0{,}177$).

Wechselabsicht

Die ANOVA zur Untersuchung der Unterschiede in der Wechselabsicht zwischen den männlichen und weiblichen Teilnehmenden zeigte, dass sich die beiden Gruppen nicht signifikant voneinander unterscheiden ($F(1, 856) = 2{,}103$, $p = 0{,}147$).

Arbeitszufriedenheit

Die ANOVA zur Untersuchung der Unterschiede in der Arbeitszufriedenheit zwischen den männlichen und weiblichen Teilnehmenden zeigte, dass sich männliche und weibliche Teilnehmende signifikant voneinander unterscheiden ($F(1, 856) = 7{,}375$, $p = 0{,}007$). Die Effektgröße beträgt $\eta^2 = 0{,}009$ (95 %-KI [0,001, 0,025]). Diese Effektgröße entspricht nach Cohen (1988) einem sehr kleinen Effekt. Männliche Befragte berichten von einer signifikant höheren Arbeitszufriedenheit als weibliche Befragte (Mittelwerte 3,51 vs. 3,70).

Zufriedenheit mit der Work-Life-Balance

Die ANOVA zur Untersuchung der Unterschiede in der Zufriedenheit mit der Work-Life Balance zwischen den männlichen und weiblichen Teilnehmenden zeigte, dass sich die beiden Gruppen nicht signifikant voneinander unterscheiden ($F(1, 856) = 0{,}539$, $p = 0{,}463$).

D.3 Unterschiede zwischen den Altersgruppen

Die Bewertung der verschiedenen Indikatoren der Arbeitgeberattraktivität wurde für fünf Altersgruppen differenziert analysiert.

Arbeitgeberattraktivität

Zur Untersuchung der Unterschiede in der Arbeitgeberattraktivität zwischen den fünf Altersgruppen wurde eine einfaktorielle Varianzanalyse (ANOVA) durchgeführt. Die Ergebnisse zeigen, dass sich die fünf Gruppen nicht signifikant voneinander unterscheiden ($F(4, 855) = 1{,}547$, $p = 0{,}186$).

Organisationales Commitment

Die ANOVA zur Untersuchung der Unterschiede im Organisationalen Commitment zwischen den fünf Altersgruppen zeigte, dass sich die fünf Gruppen nicht signifikant voneinander unterscheiden ($F(4, 855) = 1{,}072$, $p = 0{,}369$).

Wechselabsicht

Die ANOVA zur Untersuchung der Unterschiede in der Wechselabsicht zwischen den fünf Altersgruppen zeigte, dass sich die fünf Gruppen signifikant voneinander unterscheiden ($F(4, 855) = 9{,}578$, $p < 0{,}001$). Die Effektgröße beträgt $\eta^2 = 0{,}043$ (95 %-KI [0,017, 0,069]). Diese Effektgröße entspricht nach Cohen (1988) einem kleinen Effekt.

Ein Post-hoc-Test nach Tukey (Tukey-HSD) identifizierte signifikante Unterschiede zwischen den Gruppen: Die Gruppe der 16–25-Jährigen unterscheidet sich signifikant von der Gruppe der 36–45-Jährigen mit einem Unterschied der Mittelwerte von 0,714 ($p = 0{,}009$), der Gruppe der 46–55-Jährigen mit einem Unterschied der Mittelwerte von 0,880 ($p < 0{,}001$), sowie von der Gruppe der 56–66-Jährigen mit einem Unterschied der Mittelwerte von 0,996 ($p < 0{,}001$). Die Gruppe der 26–35-Jährigen unterscheidet sich ebenfalls signifikant von der Gruppe der 46–55-Jährigen mit einem Unterschied der Mittelwerte von 0,381 ($p = 0{,}009$), sowie von der Gruppe der 56–66-Jährigen mit einem Unterschied der

Mittelwerte von 0,496 ($p < 0,001$). Auch die Gruppe der 36–45-Jährigen unterscheidet sich signifikant von der Gruppe der 56–66-Jährigen mit einem Unterschied der Mittelwerte von 0,282 ($p = 0,035$).

Arbeitszufriedenheit

Zur Untersuchung der Unterschiede in der Arbeitszufriedenheit zwischen den fünf Altersgruppen wurde eine einfaktorielle Varianzanalyse (ANOVA) durchgeführt. Die Ergebnisse zeigen, dass sich die fünf Gruppen nicht signifikant voneinander unterscheiden ($F(4, 855) = 0,674$, $p = 0,610$).

Zufriedenheit mit der Work-Life-Balance

Zur Untersuchung der Unterschiede in der Zufriedenheit mit der Work-Life Balance zwischen den fünf Altersgruppen wurde eine ANOVA durchgeführt. Die Ergebnisse zeigen, dass sich die fünf Gruppen signifikant voneinander unterscheiden ($F(4, 855) = 4,184$, $p = 0,002$). Die Effektgröße beträgt $\eta^2 = 0,019$ (95 %-KI [0,003, 0,037]). Diese Effektgröße entspricht nach Cohen (1988) einem kleinen Effekt.

Ein Post-hoc-Test nach Tukey (Tukey-HSD) zeigte, dass die Gruppe der 26–35-Jährigen sich signifikant von der Gruppe der 56–67-Jährigen unterscheidet mit einem Unterschied der Mittelwerte von -0,407 ($p = 0,007$). Auch die Gruppe der 36–45-Jährigen unterscheidet sich signifikant von der Gruppe der 56–67-Jährigen mit einem Unterschied der Mittelwerte von -0,336 ($p = 0,015$).

D.4 Unterschiede nach Betriebsgröße und Familienunternehmen

Es zeigten sich keine statistisch signifikanten Unterschiede zwischen Personen aus Kleinst- und Klein-Unternehmen (KKU) und Personen aus größeren Betrieben hinsichtlich aller untersuchten Indikatoren der Arbeitgeberattraktivität. Ebenso konnten keine statistisch signifikanten Unterschiede zwischen Personen, die in familiengeführten Unternehmen tätig sind, und Personen, die in nicht familiengeführten Unternehmen arbeiten, festgestellt werden.

D.5 Unterschiede zwischen Führungsposition

Personen, die eine Führungsposition innehaben (n = 188), berichten auf allen Indikatoren der Arbeitgeberattraktivität, außer WLB, signifikante höhere Werte als Personen, die keine Führungsposition innehaben (n = 672) (siehe

Tabelle 15).

Tabelle 15: Mittelwertvergleich der Arbeitgeberattraktivitäts-Indikatoren nach Führungsposition

	Führungsposition	M	SD	Sign.-Niveau (F-Test)	Effektstärke (η^2)	95 %-Konfidenzintervall [unteres; oberes]
Arbeitgeberattraktivität	Ja	4,78	1,15	< 0,001	0,027	[0,010; 0,052]
	Nein	4,27	1,31			
	Gesamt	4,38	1,29			
Organisationales Commitment	Ja	3,69	1,05	< 0,001	0,029	[0,011; 0,054]
	Nein	3,21	1,18			
	Gesamt	3,31	1,17			
Wechselabsicht	Ja	1,65	0,89	< 0,001	0,002	[0,000; 0,012]
	Nein	1,98	1,11			
	Gesamt	1,91	1,08			
Arbeitszufriedenheit	Ja	3,81	0,98	0,002	0,011	[0,001; 0,029]
	Nein	3,56	1,01			
	Gesamt	3,61	1,01			
Zufriedenheit Work-Life-Balance	Ja	4,49	1,08	0,196	0,016	[0,003; 0,036]
	Nein	4,36	1,18			
	Gesamt	4,39	1,16			

D.6 Unterschiede zwischen Homeoffice-Nutzung

Personen, die in ihrer wöchentlichen Arbeitszeit wenig bis nie im Homeoffice (HO) arbeiten (0-10 %), berichteten ausschließlich hinsichtlich der Arbeitszufriedenheit einen statistisch signifikant niedrigeren Wert als Personen, die in etwas bis sehr hohem Ausmaß im Homeoffice tätig sind (11-100 %). Für die übrigen untersuchten Variablen zeigten sich keine statistisch signifikanten Unterschiede zwischen den Gruppen.

Die Einteilung der Homeoffice-Gruppen in 0 bis 10 Prozent versus 11 bis 100 Prozent erfolgte aus methodischen und verteilungsspezifischen Gründen. Da bereits 61,5 Prozent der Befragten angaben, gar nicht im Homeoffice zu arbeiten, und sich 67,9 Prozent der Stichprobe im Bereich Homeoffice-Anteil 0 bis 10 Prozent konzentrierten, war eine feinere Differenzierung im oberen Bereich (Homeoffice-Anteil 11-100 %) statistisch nicht sinnvoll. Die gewählte Gruppierung stellt sicher, dass ausreichend große und stabile Vergleichsgruppen vorliegen.

Deskriptiv wiesen Personen mit etwas bis sehr hohem Homeoffice-Anteil durchgehend höhere Mittelwerte auf. Diese Unterschiede erreichten jedoch, mit Ausnahme der Arbeitszufriedenheit, kein statistisch signifikantes Niveau. Der Effekt bei der Arbeitszufriedenheit ist zudem ein kleiner Effekt nach Cohen (1988) (siehe

Tabelle 16).

Tabelle 16: Mittelwertvergleich der Arbeitgeberattraktivitäts-Indikatoren nach Homeoffice-Nutzung

	Homeoffice	M	SD	Sign.-Niveau (F-Test)	Effektstärke (η^2)	95 %-Konfidenzintervall [unteres; oberes]
Arbeitgeberattraktivität	Nie bis wenig	4,37	1,29	0,669		
	Etwas bis viel	4,41	1,31			
	Gesamt	4,38	1,29			
Organisationales Commitment	Nie bis wenig	3,30	1,16	0,522		
	Etwas bis viel	3,35	1,17			
	Gesamt	3,31	1,17			
Wechselabsicht	Nie bis wenig	1,89	1,05	0,46		
	Etwas bis viel	1,95	1,13			
	Gesamt	1,91	1,08			
Arbeitszufriedenheit	Nie bis wenig	3,56	1,01	0,046	0,011	[0,001 - 0,029]
	Etwas bis viel	3,71	1,00			
	Gesamt	3,61	1,01			
Zufriedenheit Work-Life-Balance	Nie bis wenig	4,36	1,16	0,240		
	Etwas bis viel	4,46	1,15			
	Gesamt	4,39	1,16			

E. Attraktivitätsfaktoren

Die Attraktivitätsfaktoren eines Arbeitgebers wurden mithilfe des Instruments von Lohaus und Rietz (2020) gemessen, bei dem 68 Items zu 19 Attraktivitätsfaktoren gruppiert werden. Dieses Instrument wurde in dieser Erhebung stark gekürzt. Mit dem Ziel, ökonomisch möglichst viele verschiedene Attraktivitätsfaktoren als Kontrollvariablen zu erheben, wurden durch die Autorinnen insgesamt 23 Items ausgewählt, die nunmehr 16 verschiedene Attraktivitätsfaktoren (1 bis 3 Items je Dimension) abdecken. Um eine übersichtliche Analyse zu ermöglichen, wurden thematisch verwandte Variablen, die hoch untereinander korreliert waren, weiter zusammengefasst. Für diese gebündelten Variablen wurden Mittelwerte berechnet.

E.1 Zusammenfassung der Items für die Attraktivitätsfaktoren

Für die vorliegende Studie wurden folgende zentrale Attraktivitätsfaktoren betrachtet, die aus den folgenden Items entstanden sind. Die Item-Interkorrelationen (r_{it}) bzw. Cronbachs Alpha (α) Werte sind jeweils aufgeführt:

1. Teamarbeit und soziales Miteinander ($r_{it} > .54$; $\alpha = .85$):
    - In meinem Team arbeiten wir gemeinsam an Aufgaben.
    - Der Umgang im Team ist durch gegenseitige Wertschätzung geprägt.
    - In meinem Team unterstützen wir uns gegenseitig.

2. Zufriedenheit mit Führung und Personalpolitik (r_{it} > .71; α = .88):
    - Meine Vorgesetzten unterstützen und fördern mich.
    - Ich bin mit der Personalpolitik meines Arbeitgebers sehr zufrieden.
    - Bei meinem Arbeitgeber geht es generell gerecht zu, der Umgang miteinander ist fair und transparent.
3. Ressourcen in der Aufgabengestaltung (Vielfalt und Autonomie) (r_{it} > .53; α = .69):
    - Meine Aufgaben sind vielfältig und interessant.
    - Ich habe großen Gestaltungs- und Entscheidungsspielraum bei der Erledigung meiner Aufgaben.
4. Arbeitsbedingungen (Ausstattung und Workload) (r_{it} > .45; α = .62):
    - Ich habe alle Ressourcen und technische Ausstattung zur Verfügung, die ich für eine effektive Aufgabenerledigung benötige.
    - Meine Arbeitsmenge ist im Allgemeinen in der vorgesehenen Zeit gut zu bewältigen.
5. Weiterbildung und Karrierechancen (r_{it} > .70; α = .82):
    - Mein Arbeitgeber beteiligt sich in hohem Maß an den Kosten bzw. am Zeitaufwand für Weiterbildungsmaßnahmen.
    - Mein Arbeitgeber bietet eine systematische Karriereplanung (z. B. durch interne Stellenbesetzungen/Beförderungen, transparente Karrierewege).
6. Flexible Arbeitszeiten, -orte und Vereinbarkeit (r_{it} > .48; α = .77):
    - Mein Arbeitgeber ermöglicht es, die Arbeit gut mit privaten Anforderungen und Interessen in Balance zu bringen.
    - Mein Arbeitgeber bietet flexible Arbeitszeiten.
    - In Absprache mit meinem Arbeitgeber kann ich meinen Arbeitsort angemessen flexibel gestalten.
7. Werte, Corporate Social Responsibility und Unternehmensimage (r_{it} > .48; α = .78):
    - Meine Werte und meine Ziele stimmen sehr gut mit denen meines Arbeitgebers überein.
    - Das, was meine Organisation/mein Arbeitgeber macht, hat einen gesellschaftlichen Nutzen.
    - Mein Arbeitgeber hat ein sehr positives Unternehmensimage.
8. Gehalt:
    - Ich erhalte ein angemessen hohes Gehalt.
9. Arbeitsplatzsicherheit:
    - Ich habe einen sicheren Arbeitsplatz.
10. Angebote zu Gesundheit und Sicherheit: (r_{it} > .41; α = .55) (Achtung: *eigene Formulierung, für den Vergleich der Attraktivitätsfaktoren, um ein einheitliches Format zu gewährleisten):*
    - Mein Arbeitgeber sorgt dafür, dass ich sicher und unfallfrei arbeiten kann.
    - Mein Arbeitgeber bietet mir Maßnahmen zur Gesundheitsförderung an.

E.2 Deskriptive Statistiken der Attraktivitätsfaktoren

Tabelle 17: Deskriptive Statistiken der Attraktivitätsfaktoren

		M	SD	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	Gehalt	3,98	1,31	--									
2	Arbeitsplatzsicherheit	5,00	1,08	.31									
3	Teamarbeit und Beziehungen	4,60	1,09	.33	.32								
4	Führung und Personalpolitik	3,98	1,21	.46	.37	.62							
5	Arbeitsgestaltungsmerkmale	4,43	1,13	.35	.35	.54	.52						
6	Arbeitsbedingungen	4,63	1,00	.37	.34	.46	.58	.40					
7	Weiterbildung- und Karriere	3,60	1,44	.41	.40	.44	.58	.44	.35				
8	Flexible Arbeitszeiten, -orte, WLB	4,00	1,27	.44	.22	.41	.54	.50	.46	.43			
9	Werte, CSR und Image	4,33	1,05	.48	.44	.58	.73	.52	.52	.56	.44		
10	Gesundheit und Sicherheit	4,41	1,14	.45	.38	.45	.56	.40	.43	.63	.54	.49	
11	AGA	4,37	1,28	.49	.41	.51	.76	.51	.53	.51	.46	.70	.51

Anmerkungen: N = 778 (listenweiser Fallausschluss). Alle Korrelationen sind auf dem 0,01-Niveau signifikant. Cohen (1988) gibt für r die folgenden Intervalle an: .1 bis .3: kleiner Effekt; .3 bis .5: mittlerer Effekt; .5 und höher: starker Effekt.

Unterschiede in den Attraktivitätsfaktoren zwischen hoher und geringer Arbeitgeberattraktivität

Im Folgenden werden die Mittelwerte der zehn verschiedenen Attraktivitätsfaktoren zwischen zwei Gruppen verglichen: Beschäftigte mit hoher Bewertung der Arbeitgeberattraktivität und Beschäftigte mit geringer Bewertung der Arbeitgeberattraktivität. Die zwei Gruppen wurden über einen Medianschnitt gebildet.

Die Frage ist: Unterscheiden sich diese Gruppen systematisch in ihrer Bewertung einzelner Faktoren wie Führung, Gehalt oder Teamarbeit? Und wenn ja, wie stark sind diese Unterschiede?

Methode: Die ANOVA (Varianzanalyse) prüft statistisch, ob die Gruppenunterschiede bedeutsam sind, während die Effektstärken (Eta-Quadrat) angeben, wie groß diese Unterschiede praktisch ausfallen: $\eta^2 \geq 0{,}01$ = kleiner Effekt; $\eta^2 \geq 0{,}06$ = mittlerer Effekt; $\eta^2 \geq 0{,}14$ = großer Effekt (Cohen, 1988). Das ist wichtig, denn nicht jeder statistisch signifikante Unterschied ist auch praktisch relevant; manche Faktoren machen einen größeren Unterschied für die wahrgenommene Attraktivität als andere.

Tabelle 18 zeigt die Höhe der Mittelwerte zwischen den beiden Gruppen.

Tabelle 18: Mittelwerte und Standardabweichungen der Attraktivitätsfaktoren in den zwei Gruppen (hohe und geringe Arbeitgeberattraktivität (AGA)).

Attraktivitätsfaktor	AGA	N	M	SD
Gehalt	gering	335	4,52	1,22
	hoch	511	5,32	0,86
	Gesamt	846	5,00	1,09
Arbeitsplatzsicherheit	gering	341	3,28	1,32
	hoch	511	4,38	1,14
	Gesamt	852	3,94	1,33
Teamarbeit und Beziehungen	gering	327	4,03	1,10
	hoch	487	4,97	0,90
	Gesamt	814	4,59	1,09
Führung und Personalpolitik	gering	340	3,09	1,08
	hoch	517	4,58	0,91
	Gesamt	857	3,99	1,22
Arbeitsgestaltungsmerkmale	gering	340	3,84	1,14
	hoch	515	4,78	0,95
	Gesamt	855	4,40	1,13
Arbeitsbedingungen	gering	341	4,11	1,00
	hoch	517	4,98	0,82
	Gesamt	858	4,63	0,99
Weiterbildung und Karriere	gering	334	2,79	1,29
	hoch	498	4,06	1,36
	Gesamt	832	3,55	1,47
Flexible Arbeitszeiten, -orte und Vereinbarkeit	gering	342	3,37	1,24
	hoch	516	4,36	1,19
	Gesamt	858	3,97	1,30
Werte, CSR und Image	gering	340	3,61	0,98
	hoch	515	4,82	0,79
	Gesamt	855	4,34	1,05
Angebote zu Gesundheit und Sicherheit	gering	341	3,78	1,04
	hoch	512	4,78	1,05
	Gesamt	853	4,38	1,16

Alle zehn Attraktivitätsfaktoren zeigen statistisch signifikante Unterschiede zwischen den Gruppen mit hoher und geringer Arbeitgeberattraktivität (alle $p < .001$). Die Effektstärken variieren jedoch deutlich. Tabelle 19 zeigt die Bedeutsamkeit der Unterschiede über die Effektstärke.

Tabelle 19: Effektgröße (η^2) der Mittelwertsunterschiede bei Attraktivitätsfaktoren nach Arbeitgeberattraktivität (hoch vs. niedrig)

Rang	Attraktivitätsfaktor	Effekt-stärke (Eta², η²)	95 %-Konfidenz-intervall [unteres; oberes]	Interpretation
1	Führung und Personalpolitik	.358	[.309; .402]	Sehr großer Effekt
2	Werte, CSR und Image	.321	[.273; .367]	Sehr großer Effekt
3	Arbeitsbedingungen	.185	[.141; .230]	Großer Effekt
4	Teamarbeit und Beziehungen	.179	[.135; .225]	Großer Effekt
5	Weiterbildung und Karriere	.179	[.134; .224]	Großer Effekt
6	Angebote zu Gesundheit und Sicherheit	.178	[.135; .223]	Großer Effekt
7	Arbeitsgestaltungsmerk-male	.167	[.124; .211]	Großer Effekt
8	Gehalt	.165	[.122; .209]	Großer Effekt
9	Flexible Arbeitszeiten, -orte und Vereinbarkeit	.140	[.100; .182]	Mittlerer Effekt
10	Arbeitsplatzsicherheit	.130	[.091; .173]	Mittlerer Effekt

Anmerkung: Attraktivitätsfaktoren sind nach Effektstärken sortiert, von groß nach klein.

Hinweis: Dies sind Betrachtungen der Faktoren. Es ist möglich, dass sich diese Faktoren untereinander ergänzen oder auch sich gegenseitig aushebeln. Dazu braucht es komplexere Berechnungen, die alle Faktoren gleichzeitig betrachten. Diese Berechnungen sind auf **Seite XX** zu finden.

F. Angebote und Maßnahmen der BGF und des Arbeitsschutzes

Zur Erfassung der Angebote und Maßnahmen der BGF und des Arbeitsschutzes wurden den Befragten elf verschiedene Angebotskategorien, jeweils mit konkreten Beispielen erläutert. Die Antwortmöglichkeiten lauteten: *Ja, vorhanden*; *Nein, nicht vorhanden*; *Weiß nicht*.

Tabelle 20: Absolute und prozentuale Häufigkeiten der Angebote der Arbeitgeber

	Angebotskategorien	Ja	Ja %	Nein	Nein %	Weiß nicht	Weiß nicht %
Organisation: Angebote der Verhältnisprävention / organisationale, strukturelle Ebene							
1	Strukturen für Gesundheit und Sicherheit	425	49 %	340	40 %	95	11 %
2	Maßnahmen zur körperlichen Entlastung	547	64 %	258	30 %	55	6 %
3	Strukturelle Maßnahmen zur Verringerung von Stress	403	47 %	361	42 %	96	11 %
4	Gesprächsangebote nach Krankheit (BEM)	501	58 %	238	28 %	121	14 %
5	Gesunde Verpflegung (Kantine)	522	61 %	328	38 %	10	1 %
Leitung/Führung: Angebote auf Ebene der Führungskräfte							
6	Führungskräfte-Maßnahmen	287	33 %	373	43 %	200	23 %
Gruppe/Team: Angebote auf Ebene des Teams							
7	Team-Maßnahmen	463	54 %	342	40 %	55	6 %
Individuum: Angebote der Verhaltensprävention / individuelle Ebene							
8	Gesundheitstag	283	33 %	533	62 %	44	5 %
9	Betriebssportgruppen und Kooperationen	302	35 %	517	60 %	41	5 %
10	Coaching oder Beratung	228	27 %	546	63 %	86	10 %
11	Gesundheitskurse, Vorträge, Workshops oder Wettbewerbe	297	35 %	511	59 %	52	6 %

Personen, die mindestens eine der verhaltenspräventiven Angebotskategorien (8–11) bejahten, erhielten ergänzende Fragen zu diesen Angeboten (n = 418). Von diesen gaben 226 an, dahinter ein betriebliches Gesamtkonzept zu erkennen, 111 verneinten dies und 81 Personen antworteten mit „Weiß nicht".

Aus den Angaben zu den Angebotskategorien wurden folgende drei Scores berechnet:

- **Gesamtsummenscore „Systematische BGF und Arbeitsschutz“ (Sys. BGF + AS):** Für jede befragte Person wurde ein gewichteter Summenscore berechnet, der die Anzahl vorhandener Angebotskategorien („Ja"-Antworten) abbildet. Vier verhältnispräventive Angebote wurden dabei doppelt gewichtet. Zusätzlich fließt ein, ob die Person dahinter ein betriebliches Gesamtkonzept erkennt. Der Score reicht von 0 bis 16 – höhere Werte stehen für ein breiteres und systematischeres Angebot. Tabelle 21 zeigt die Verteilung des Summenscores Sys. BGF + AS.

1. **Summenscore „Verhältnis- und Verhaltensprävention“:** Für jede befragte Person wurden zwei getrennte Summenscores berechnet – jeweils basierend auf der Anzahl vorhandener Angebotskategorien. Beim Score zur Verhaltensprävention fließt zusätzlich ein, ob die Person dahinter ein betriebliches Gesamtkonzept erkennt. Beide Scores reichen von 0 bis 5. Mehrere Maßnahmen innerhalb einer Kategorie (z. B. verschiedene Gesundheitskurse) zählen dabei nur als ein Punkt – höhere Werte stehen für ein breiteres Angebot.

Tabelle 21: Mittelwerte, Standardabweichung und Spannweite der Summenscores

Score	M	SD	Min	Max	n
Sys. BGF + AS (0 bis 16)	7,13	5,00	0	16	855
Verhältnisprävention (0 bis 5)	2,72	1,72	0	5	854
Verhaltensprävention (0 bis 5)	1,48	1,74	0	5	844

Sys. BGF + AS (0–16): Der mittlere Score liegt bei 7,13 und damit knapp unterhalb der Skalenmitte. Die Werte streuen stark (SD = 5,00) und sind relativ gleichmäßig über die gesamte Skala verteilt: von 12 Prozent mit Wert 0 bis knapp 6 Prozent mit Wert 16.

Verhältnisprävention (0–5): Mit einem Mittelwert von 2,72 liegt dieser Score im mittleren Bereich. Die Verteilung ist annähernd gleichmäßig, mit einem leichten Schwerpunkt in den oberen Werten: die Werte 3, 4 und 5 werden jeweils von rund 19 Prozent der Befragten erreicht. Etwa 15 Prozent berichten kein verhältnispräventives Angebot.

Verhaltensprävention (0–5): Mit einem Mittelwert von 1,48 liegt dieser Score deutlich im unteren Bereich. Fast die Hälfte der Befragten (46 %) weist einen Score von 0 auf. Mit steigendem Wert sinkt der Anteil kontinuierlich; den Maximalwert erreichen nur rund 9 Prozent.

Verhältnispräventive Angebote sind somit in den Betrieben deutlich verbreiteter als verhaltenspräventive.

Wie stabil sind die Bewertungen von der ersten zur zweiten Befragung ein Jahr später?

Die Detailauswertung zu den Angeboten zeigt insgesamt eine hohe zeitliche Stabilität bei gleichzeitigen leichten Mittelwertveränderungen. Alle Angebotsindikatoren weisen hohe T1–T2-Korrelationen auf ($r = .72$ bis $.81$, jeweils $p < .001$), was auf eine starke zeitliche Konsistenz der berichteten Angebotslage hinweist.

Gleichzeitig zeigen sich kleine Anstiege der Mittelwerte von T1 zu T2. Für den Gesamtindex systematischer BGF- und Arbeitsschutzangebote ergibt sich ein signifikanter Zuwachs ($\Delta M = -0{,}25$; $p = .012$), ebenso für die Verhaltensprävention ($\Delta M = -0{,}09$; $p = .037$). Für die Verhältnisprävention zeigte sich hingegen keine statistisch signifikante Veränderung ($\Delta M = -0.07$; $p = .119$).

Die Effektstärken sind durchweg sehr klein ($|d| \leq .10$), sodass die Veränderungen zwar statistisch signifikant, aber nicht substanziell sind. Insgesamt sprechen die Befunde für eine weitgehend stabile Angebotsstruktur über ein Jahr hinweg, mit leichten, aber konsistenten Zunahmen insbesondere bei strukturellen Angebotsmaßnahmen.

G. Regressionsanalysen Arbeitgeberattraktivität, Verhältnis- und Verhaltensprävention

Zur Untersuchung, inwieweit verhaltens- und verhältnispräventive Angebote mit der wahrgenommenen Arbeitgeberattraktivität zusammenhängen, wurde eine hierarchische multiple Regressionsanalyse mit Bootstrapping (1.000 Resamples[1]) durchgeführt. Im Folgenden werden die detaillierten Ergebnistabellen der Regression berichtet (siehe Tabelle 22 und

[1] **Bootstrapping** ist ein statistisches Verfahren, bei dem die Analyse mehrfach auf neu gezogenen Stichproben derselben Daten wiederholt wird, um die Stabilität der Ergebnisse besser einschätzen zu können. Die Angabe von 1.000 Resamples bedeutet, dass dieser Vorgang 1.000-mal wiederholt wurde und die Schätzungen auf diesen wiederholten Berechnungen basieren.

Tabelle 23).

Der Zusammenhang wurde über die beiden Messzeitpunkte hinweg untersucht. Die Summenscores stammen aus der ersten Befragungswelle und die Bewertung der Arbeitgeberattraktivität stammt aus der zweiten Befragungswelle. Somit können wir untersuchen, ob der Zusammenhang auf über ein Jahr stabil ist. Folgende drei Modelle wurden aufgebaut.

In **Modell 1** wurden soziodemografische Kontrollvariablen aufgenommen (*Alter, Geschlecht, Bildung, Betriebsgröße*).

In **Modell 2** wurde der Summenscore der Angebote im Bereich Verhältnisprävention ergänzt.

In **Modell 3** wurde zusätzlich der Summenscore der Angebote im Bereich Verhaltensprävention aufgenommen.

Tabelle 22: Modellvergleich und erklärte Varianz (R^2) zur Vorhersage von Arbeitgeberattraktivität (erste und zweite Befragungswelle)

Modell	R	R^2	korr. R^2	ΔR^2	SE	ΔF	df1	df2	p
1	.104	0.011	0.005		1.294	1.831	5	835	0.104
2	.371	0.138	0.132	0.127	1.209	122.728	1	834	0.000
3	.377	0.142	0.135	0.004	1.207	4.067	1	833	0.044

Anmerkungen: R = multiple Korrelation; R^2 = Bestimmtheitsmaß (Varianzaufklärung); korr. R^2 = korrigiertes R^2; ΔR^2 = Veränderung in R^2; SE = Standardfehler der Schätzung; ΔF = F-Differenztest; df1, df2 = Freiheitsgrade; p = Signifikanzniveau.

Tabelle 23: Ergebnisse der Regression zur Arbeitgeberattraktivität (Modell 3; erste und zweite Befragungswelle)

Prädiktor	B	SE	p	95 %-KI [unteres; oberes]
(Konstante)	3.497	0.262	0.001	[2.973; 4.025]
Alter	0.011	0.004	0.003	[0.004; 0.018]
Geschlecht	0.026	0.081	0.736	[-0.136; 0.188]
Bildung (mittel)	-0.082	0.128	0.511	[-0.338; 0.166]
Bildung (hoch)	-0.169	0.139	0.229	[-0.444; 0.106]
Betriebsgröße	-0.527	0.114	0.001	[-0.753; -0.303]
Verhältnisprävention	0.261	0.031	0.001	[0.200; 0.319]
Verhaltensprävention	0.065	0.028	0.023	[0.012; 0.123]

Anmerkung: B = unstandardisierter Regressionskoeffizient; SE = Standardfehler (per Anmerkung: B = unstandardisierter Regressionskoeffizient; SE = Standardfehler (per Bootstrap); 95 %-KI = Bias-korrigiertes 95 %-Konfidenzintervall basierend auf 1.000 Bootstrap-Stichproben; *p* = Signifikanzniveau (zweiseitig). Referenzkategorie Bildung ist gering. Geschlecht: 1: weiblich, 2: männlich; Betriebsgröße: 0 = KKU, 1 = MU und größer.

Im ersten Modell mit Kontrollvariablen (Alter, Geschlecht, Bildung, Betriebsgröße) wurde keine signifikante Varianzaufklärung erreicht ($R^2 = 0{,}011$, $p = 0{,}104$). Das zweite Modell, in dem Verhältnisprävention ergänzt wurde, erklärte signifikant mehr Varianz ($\Delta R^2 = 0{,}127$), insgesamt 13,8 % der Varianz ($R^2 = 0{,}138$, $p < 0{,}001$). Im dritten Modell führte die zusätzliche Aufnahme der Verhaltensprävention zu einem weiteren, kleinen, aber signifikanten Anstieg der erklärten Varianz ($\Delta R^2 = 0{,}004$, $p = 0{,}044$). Das Gesamtmodell erklärte 14,2 % der Varianz der Arbeitgeberattraktivität (korr. $R^2 = 0{,}135$).

Im finalen Modell waren höheres Alter ($B = 0{,}011$, $p = 0{,}003$), geringere Betriebsgröße ($B = -0{,}527$, $p = 0{,}001$), Verhältnisprävention ($B = 0{,}261$, $p = 0{,}001$) und Verhaltensprävention ($B = 0{,}065$, $p = 0{,}023$) signifikante Prädiktoren. Geschlecht und Bildung zeigten keinen signifikanten Zusammenhang. Insgesamt weisen die Ergebnisse darauf hin, dass insbesondere betriebliche Verhältnisprävention, ergänzt durch Verhaltensprävention, langfristig zur Steigerung der wahrgenommenen Arbeitgeberattraktivität beiträgt.

Zur Vertiefung – standardisierte Koeffizienten im Vergleich: Die Verhältnisprävention weist einen deutlich stärkeren Zusammenhang mit der wahrgenommenen Arbeitgeberattraktivität auf als die Verhaltensprävention. Der standardisierte Regressionskoeffizient fällt mit $\beta = .346$ etwa viermal höher aus als jener der Verhaltensprävention ($\beta = .087$).

H. Korrelationen des Summenscores für systematische BGF und Arbeitsschutz

Die Tabelle 24 zeigt die Zusammenhänge zwischen dem Summenscore Systematische BGF und Arbeitsschutz (Sys. BGF + AS) sowie den Indikatoren der Arbeitgeberattraktivität. Sowohl querschnittlich (T2) als auch längsschnittlich (T1 → T2) zeigen sich durchweg signifikante Zusammenhänge. Höhere Ausprägungen des Summenscores gehen mit einer höheren wahrgenommenen Arbeitgeberattraktivität, stärkerer organisationaler Bindung, höherer Arbeitszufriedenheit und höherer Zufriedenheit mit der Work-Life-Balance einher. Gleichzeitig ist der Summenscore mit einer geringeren Wechselabsicht verbunden. Die Zusammenhänge sind insgesamt von geringer bis mittlerer Stärke und fallen für die zeitversetzten Korrelationen ähnlich hoch aus wie für die querschnittlichen Befunde.

Tabelle 24: Korrelationen des Scores Sys. BGF + AS mit Indikatoren der Arbeitgeberattraktivität

Indikatoren der AGA (T2)	**Summenscore Sys. BGF + AS (T1)**	**Summenscore Sys. BGF + AS (T2)**
Arbeitgeberattraktivität	.328	.326
Bindung	.332	.289
Arbeitszufriedenheit	.291	.258
Wechselabsicht	-.216	-.179
Zufriedenheit mit Work-Life-Balance	.226	.225

Anmerkung: Korrelationen berechnet mit Spearman-rho; listenweiser Ausschluss fehlender Werte; N = 853. Alle Korrelationen sind auf dem Niveau von $p < .001$ signifikant.

I. Testung der längsschnittlichen Zusammenhänge zwischen Angeboten der BGF und des Arbeitsschutzes und Arbeitgeberattraktivität

Im Folgenden sind die detaillierten Ergebnistabellen der Berechnungen der längsschnittlichen Zusammenhänge zwischen Angeboten der BGF und des Arbeitsschutzes und Arbeitgeberattraktivität. Die Berechnungen orientieren sich methodisch am iga.Report 49 und prüfen, ob die dort berichteten Befunde auch über einen Zeitraum von einem Jahr vorhanden sind. Folgende Hypothesen werden geprüft:

1. Ein systematisches Angebot der BGF und des Arbeitsschutzes (T1) steht im positiven Zusammenhang mit der Arbeitgeberattraktivität (T2) über die Zeit hinweg.

2. Der Zusammenhang zwischen systematischen Angeboten der BGF und des Arbeitsschutzes (T1) und der Arbeitgeberattraktivität (T2) besteht auch über die bekannten transaktionalen, relationalen und ideologischen Attraktivitätsfaktoren hinaus.
3. Der Zusammenhang zwischen systematischen Angeboten der BGF und des Arbeitsschutzes (T1) und Arbeitgeberattraktivität (T2) wird durch a) Information, b) Partizipation und c) Unterstützung durch Vorgesetzte und Externe (Qualität der Umsetzungsgestaltung, T1) moderiert.
4. Der Zusammenhang zwischen systematischen Angeboten der BGF und des Arbeitsschutzes (T1) und Arbeitgeberattraktivität (T2) wird die Angemessenheit der Angebote der BGF und des Arbeitsschutzes für den Betrieb (T1) moderiert.

I.1 Berechnungen und Ergebnistabellen zu Hypothese 1

Um zu prüfen, ob ein systematisches Angebot der BGF und des Arbeitsschutzes im positiven Zusammenhang mit der Arbeitgeberattraktivität über die Zeit hinweg stehen, wurde zunächst eine multiple Regressionsanalyse durchgeführt und im zweiten Schritt ein Cross-Lagged-Panel Modell verwendet.

Multiple Regression zu Hypothese 1

In **Modell 1** wurden soziodemografische Kontrollvariablen aufgenommen (*Alter, Geschlecht, Bildung, Betriebsgröße*).

In **Modell 2** wurde der Summenscore für die Systematik des Angebots der BGF und des Arbeitsschutzes (Sys. BGF + AS) ergänzt.

Tabelle 25: Modellvergleich und erklärte Varianz (R^2) zur Vorhersage von Arbeitgeberattraktivität (H1)

Modell	R	R^2	Korr. R^2	ΔR^2	F(Δ)	df1	df2	p
1	.111	0.012	0.006	0.012	2.110	5	849	0.062
2	.392	0.153	0.147	0.141	141.289	1	848	> 0.001

Anmerkungen: Modell 1: Soziodemografische Kontrollvariablen; Modell 2: + Sys. BGF+AS.

Tabelle 26: Unstandardisierte Regressionskoeffizienten im finalen Modell (Modell 2, H1)

Prädiktor	B	SE	p	95 %-KI [unteres; oberes]
(Konstante)	3.903	0.279	0.001	[3.704; 4.778]
Alter	0.010	0.004	0.001	[0.004; 0.018]
Geschlecht[1]	0.129	0.087	0.841	[-0.151; 0.200]
Mittlerer Bildungsabschluss[2]	-0.073	0.127	0.350	[-0.361; 0.135]
Hoher Bildungsabschluss[3]	0.041	0.137	0.165	[-0.469; 0.059]
Betriebsgröße[4]	-0.103	0.105	0.001	[-0.798; -0.388]
Sys. BGF+AS	4.245	0.009	0.001	[0.094; 0.128]

Anmerkungen: [1] Geschlecht: 0 = weiblich, 1 = männlich; [2] Bildungsniveau (niedrig vs. mittel): 0 = niedriger Bildungsabschluss, 1 = mittlerer Bildungsabschluss; [3] Bildungsniveau (niedrig vs. hoch): 0 = niedriger Bildungsabschluss, 1 = hoher Bildungsabschluss [4] Betriebsgröße: 0 = Kleinst- und Kleinunternehmen (KKU), 1 = mittlere Unternehmen und größer (MU und größer); B = unstandardisierter Regressionskoeffizient, SE = Standardfehler, p = Signifikanzniveau; KI = Konfidenzintervall.

Ergebnis: Die Hypothese wird bestätigt. Ein systematisches Angebot der BGF und des Arbeitsschutzes zu T1 sagen die Arbeitgeberattraktivität zu T2 signifikant vorher ($p < .001$). Die Systematik der BGF- und Arbeitsschutzmaßnahmen erhöht die erklärte Varianz der Arbeitgeberattraktivität um 14,1 Prozentpunkte ($\Delta R^2 = 0{,}141$). Das finale Modell erklärt insgesamt 15,3 % der Varianz in der Arbeitgeberattraktivität.

Praktische Bedeutung: Der unstandardisierte Regressionskoeffizient von B = 4,245 ($p < .001$) zeigt einen deutlichen positiven Effekt. Je systematischer ein Arbeitgeber BGF- und Arbeitsschutzmaßnahmen anbietet, desto attraktiver wird er von den Beschäftigten wahrgenommen, und zwar auch noch ein Jahr später.

Kontrollvariablen: Von den demografischen Faktoren zeigen nur Alter (positiver Effekt) und Betriebsgröße (negativer Effekt bei größeren Betrieben) signifikante Zusammenhänge. Geschlecht und Bildung spielen keine Rolle für die Arbeitgeberattraktivität.

Cross-lagged Panel Model zu Hypothese 1

Die Prüfung von Hypothese 1 lässt sich methodisch erweitern und durch ein Cross-Lagged-Panel-Modell valider gestalten. Dieses Vorgehen bietet gegenüber einer multiplen Regression mehrere Vorteile:

1. Zeitliche Richtung Eine Regression zeigt nur, ob zwei Variablen zusammenhängen, nicht aber, was zuerst kommt. Das Cross-Lagged-Modell prüft explizit, ob das systematische Angebot der BGF und des Arbeitsschutzes zu T1 die Arbeitgeberattraktivität zu T2 vorhersagt (oder umgekehrt). Das erlaubt vorsichtige Aussagen über die Wirkungsrichtung.

2. Kontrolle der Ausgangslage Das Modell berücksichtigt gleichzeitig, wie stabil jede Variable für sich über die Zeit ist. Der Effekt des systematischen Angebots auf die spätere Attraktivität wird also bereits um die „Eigenträgheit" der Attraktivität bereinigt; das ist deutlich konservativer und valider als eine einfache Regression.

3. Wechselseitige Einflüsse Beide Richtungen werden gleichzeitig getestet: Beeinflusst das Angebot die Attraktivität oder beeinflussen attraktive Arbeitgeber eher ihr Angebot? Eine Regression kann nur eine Richtung auf einmal prüfen.

Tabelle 27: Cross-Lagged Panel Model: Regressionspfade

Prädiktor (T1) → Kriterium (T2)	**B**	**SE**	**95 %-KI**	**β**	**p**
Arbeitgeberattraktivität (T1) → Arbeitgeberattraktivität (T2)	0.755	0.028	[0.699, 0.807]	0.748	< .001
Sys. BGF + AS (T1) → Sys. BGF + AS (T2)	0.808	0.019	[0.770, 0.845]	0.802	< .001
Sys. BGF + AS (T1) → Arbeitgeberattraktivität (T2)	0.021	0.006	[0.010, 0.032]	0.082	< .001
Arbeitgeberattraktivität (T1) → Sys. BGF + AS (T2)	0.064	0.085	[-0.101, 0.230]	0.016	.447

Anmerkungen: B = unstandardisierter Regressionskoeffizient; SE = Standardfehler; KI = Konfidenzintervall (Bootstrap, 5.000 Resamples); β = vollständig standardisierter Koeffizient. Ein Effekt gilt als robust, wenn das 95 %-KI 0 nicht einschließt.

Das Cross-Lagged-Panel-Modell (Tabelle 25) zeigt zunächst, dass beide Variablen über ein Jahr hinweg substanziell stabil sind: Die Arbeitgeberattraktivität (β = .748, p < .001) und das systematische BGF- und Arbeitsschutzangebot (β = .802, p < .001) bleiben jeweils stark ausgeprägt, was auf eine hohe zeitliche Kontinuität beider Konstrukte hindeutet.

Hinsichtlich der cross-lagged Pfade ergibt sich ein asymmetrisches Bild, das in Einklang mit der Hypothese 1 ist. Das BGF- und Arbeitsschutzangebot zu T1 sagt die Arbeitgeberattraktivität zu T2 signifikant vorher (β = .082, p < .001), und das 95 %-Konfidenzintervall schließt die Null nicht ein [.010, .032] – der Effekt ist damit als robust zu bewerten. Der umgekehrte

Pfad, Arbeitgeberattraktivität zu T1 als Prädiktor des Angebots zu T2, ist hingegen nicht signifikant (β = .016, p = .447) und das Konfidenzintervall schließt die Null ein [−.101, .230].

Die Befunde stützen damit eine gerichtete Interpretation: Ein breiteres und systematischeres Angebot der BGF und des Arbeitsschutzes geht mit einer höheren wahrgenommenen Arbeitgeberattraktivität im Folgejahr einher und nicht umgekehrt.

Zu beachten ist, dass die sehr hohe zeitliche Stabilität beider Variablen den Spielraum für cross-lagged Effekte von vornherein einschränkt. Wenn T1 bereits T2 stark vorhersagt, bleibt wenig zusätzliche Varianz, die durch Kreuzpfade erklärt werden kann. Vor diesem Hintergrund ist der gefundene Effekt des Angebots der BGF und des Arbeitsschutzes auf die spätere Attraktivität trotz seiner geringen Größe bedeutsam: Er beschreibt einen robusten Beitrag, der über die ohnehin hohe Grundstabilität hinausgeht. In realen Organisationen, in denen Attraktivität von vielen Faktoren gleichzeitig abhängt, sind solche kleinen, aber verlässlichen Effekte methodisch plausibel und inhaltlich relevant.

I.2 Berechnungen und Ergebnistabellen zu Hypothese 2

Da neben dem BGF- und Arbeitsschutzangebot weitere Attraktivitätsfaktoren eine Rolle spielen, werden diese nun gemeinsam in einem Gesamtmodell betrachtet. Zur Prüfung von Hypothese 2 – ob der Zusammenhang zwischen einem systematischen BGF- und Arbeitsschutzangebot (T1) und der Arbeitgeberattraktivität (T2) auch über bekannte transaktionale, relationale und ideologische Attraktivitätsfaktoren hinaus bestehen bleibt – wurden drei Regressionsmodelle schrittweise aufgebaut:

In **Modell 1** wurden soziodemografische Kontrollvariablen aufgenommen (*Alter, Geschlecht, Bildung, Betriebsgröße*).

In **Modell 2** wurden 9 Attraktivitätsfaktoren als Kontrollvariablen ergänzt.

In **Modell 3** wurde der Summenscore für die Systematik der Maßnahmen der BGF und des Arbeitsschutzes ergänzt.

Tabelle 28: Modellvergleich und erklärte Varianz (R^2) zur Vorhersage von Arbeitgeberattraktivität (H2)

Modell	R	R^2	**Korr. R^2**	ΔR^2	F(Δ)	df1	df2	p
1	.121	0.015	0.008	0.015	2.258	5	765	.047
2	.717	0.513	0.504	0.499	86.126	9	756	> .001
3	.725	0.526	0.516	0.012	19.609	1	755	> .001

Anmerkungen: Modell 1 = Soziodemografische Kontrollvariablen; Modell 2 = plus Attraktivitätsmerkmale; Modell 3 = plus Sys. BGF+AS.

Tabelle 29: Unstandardisierte Regressionskoeffizienten im finalen Modell (Modell 3) (H2)

Prädiktor	**B**	**SE**	**p**	**95%-KI [unteres, oberes]**
(Konstante)	0.278	0.303	0.376	[-0.275; 0.890]
Alter	**0.012**	**0.003**	**0.001**	**[0.006; 0.018]**
Geschlecht[1]	0.083	0.066	0.206	[-0.052; 0.215]
Mittlerer Bildungsabschluss2	-0.058	0.112	0.579	[-0.283; 0.156]
Hoher Bildungsabschluss[3]	-0.143	0.121	0.225	[-0.385; 0.101]
Betriebsgröße[4]	-0.145	0.091	0.112	[-0.331; 0.041]
Gehalt	0.057	0.036	0.116	[-0.016; 0.128]
Arbeitsplatzsicherheit	**0.001**	**0.040**	**0.983**	**[-0.073; 0.086]**
Arbeitsgestaltungsmerkmale	**0.150**	**0.038**	**0.001**	**[0.077; 0.228]**
Arbeitsbedingungen	0.012	0.048	0.789	[-0.087; 0.101]
Weiterbildung- und Karriere-möglichkeiten	-0.035	0.036	0.337	[-0.101; 0.036]
Flexible Arbeitszeiten. -orte und Vereinbarkeit	-0.010	0.034	0.766	[-0.076; 0.060]
Teamarbeit und Beziehungen	-0.012	0.048	0.824	[-0.104; 0.085]
Führung und Personalpolitik	**0.451**	**0.055**	**0.001**	**[0.346; 0.562]**
Werte. CSR und Image	**0.204**	**0.061**	**0.001**	**[0.077; 0.324]**
Sys. BGF+AS	**0.039**	**0.009**	**0.001**	**[0.020; 0.057]**

Anmerkungen: [1] Geschlecht: 0 = weiblich, 1 = männlich; [2] Bildungsniveau (niedrig vs. mittel): 0 = niedriger Bildungsabschluss, 1 = mittlerer Bildungsabschluss; [3] Bildungsniveau (niedrig vs. hoch): 0 = niedriger Bildungsabschluss, 1 = hoher Bildungsabschluss; [4] Betriebsgröße: 0 = Kleinst- und Kleinunternehmen (KKU), 1 = mittlere Unternehmen und größer (MU und größer); B = unstandardisierter Regressionskoeffizient, SE = Standardfehler, p = Signifikanzniveau; KI = Konfidenzintervall. In Fett sind die signifikanten Koeffizienten.

Ergebnis: Die Hypothese wird bestätigt. Ein systematisches Angebot der BGF und des Arbeitsschutzes haben einen eigenständigen positiven Effekt auf die Arbeitgeberattraktivität ($p < .001$), selbst wenn andere wichtige Attraktivitätsfaktoren bereits kontrolliert werden.

Eigenständiger Erklärungsbeitrag: Die Systematik des Angebotes der BGF und des Arbeitsschutzes erhöht die erklärte Varianz um zusätzliche 1,2 Prozentpunkte ($\Delta R^2 = 0{,}012$), nachdem bereits 9 andere Attraktivitätsfaktoren berücksichtigt wurden. Das finale Modell erklärt insgesamt 52,6 % der Varianz in der Arbeitgeberattraktivität – ein sehr hoher Wert.

Praktische Bedeutung: Der Regressionskoeffizient von $B = 0.039$ ($p < .001$) zeigt, dass ein systematisches Angebot der BGF und des Arbeitsschutzes die Arbeitgeberattraktivität steigern, auch unabhängig von anderen Faktoren wie Gehalt, Führungsqualität oder Flexibilität.

Die stärksten Einzelfaktoren im Modell:

1. Führung und Personalpolitik ($B = 0.451$, $p < .001$): Der mit Abstand wichtigste Faktor
2. Werte, CSR und Image ($B = 0.204$, $p < .001$): Zweitwichtigster Faktor
3. Arbeitsgestaltungsmerkmale ($B = 0.150$, $p < .001$): Drittwichtigster Faktor

Viele häufig genannte Attraktivitätsfaktoren wie Gehalt, Arbeitsplatzsicherheit, Weiterbildung, Flexibilität und Teamarbeit zeigen in diesem Modell keine signifikanten eigenständigen Effekte mehr. Sie werden durch die anderen Faktoren überlagert.

Fazit: Systematische Angebote der BGF und des Arbeitsschutzes sind ein eigenständiger Attraktivitätsfaktor, der über die klassischen Faktoren hinausgeht. Selbst in einem Modell mit den wichtigsten bekannten Attraktivitätsfaktoren leistet die Systematik einen kleinen, aber messbaren, zusätzlichen Beitrag zur wahrgenommenen Arbeitgeberattraktivität, auch über ein Jahr hinweg.

I.3 Auswertungen und Ergebnistabellen zu Hypothese 3a bis c

Der Zusammenhang zwischen einem systematischen Angebot der BGF und des Arbeitsschutzes (T1) und Arbeitgeberattraktivität (T2) wird durch a) Information, b) Partizipation und c) Unterstützung durch Vorgesetzte und Externe (Qualität der Umsetzungsgestaltung T1) moderiert.

Zur Prüfung der Hypothesen 3a bis c wurde jeweils eine Moderationsanalyse mit dem PROCESS-Makro (Hayes, Version 4.2) für SPSS durchgeführt. Als Prädiktor wurde jeweils der Score Sys. BGF + AS aufgenommen, ergänzt um die jeweilige Moderatorvariable (3a: Information; 3b: Partizipation; 3c: Unterstützung durch Vorgesetzte und Externe) sowie den entsprechenden Interaktionsterm. Die Modelle wurden mit Bootstrapping (5.000 Resamples) und dem HC3-Schätzer[2] berechnet.

[2] HC3 ist ein robustes Schätzverfahren für Standardfehler, das mögliche Verzerrungen durch ungleiche Fehlervarianzen (Heteroskedastizität) reduziert und dadurch zuverlässigere Signifikanztests ermöglicht.

Als Robustheitsprüfung wurden alle Modelle zusätzlich unter Einbezug soziodemografischer Kontrollvariablen (Alter, Geschlecht, Bildung, Betriebsgröße) gerechnet. Da sich Stärke und Signifikanz der Zusammenhänge dadurch nicht veränderten, werden aus Gründen der Übersichtlichkeit im Folgenden ausschließlich die Modelle ohne Kontrollvariablen berichtet.

Information als Moderator

Es wurde geprüft, ob ein systematisches Angebot von BGF und Arbeitsschutz (T1) ein Jahr später mit der Arbeitgeberattraktivität (T2) zusammenhängt – und ob dieser Zusammenhang davon abhängt, wie gut Beschäftigte zu T1 informiert waren.

Dabei zeigt sich: Information spielt eine zentrale Rolle. Je besser sich die Befragten informiert gefühlt haben, desto stärker hängt ein systematisches Angebot später mit einer höheren Arbeitgeberattraktivität zusammen (Moderationseffekt). Außerdem gilt: Besser informierte Beschäftigte bewerten ihren Arbeitgeber insgesamt attraktiver. Der reine Zusammenhang zwischen dem Angebot allein und der späteren Arbeitgeberattraktivität ist dagegen nicht klar erkennbar, entscheidend ist vor allem die Kombination aus Angebot und guter Information.

Tabelle 30: Moderation durch Information (T1) für Arbeitgeberattraktivität (T2) (H3a)

Prädiktor	**b**	**SE (HC3)**	**t**	**p**	**95 %-Konfidenzintervall [unteres, oberes]**
Konstante	3.120	0.299	10.423	< .001	[2.532, 3.707]
Sys. BGF + AS (T1)	-0.033	0.037	-0.905	.366	[-0.105, 0.039]
Information (T1)	0.248	0.081	3.048	.002	[0.088, 0.407]
Sys. BGF + AS × Information	0.020	0.009	2.297	.022	[0.003, 0.037]

Modellgüte: N = 684; R^2 = .191, F(3, 683) = 60.999, p <.001.

Der Effekt eines systematischen BGF- und Arbeitsschutzangebots auf die Arbeitgeberattraktivität ist nicht universell, sondern hängt vom wahrgenommenen Informationsstand der Beschäftigten ab. Bei geringer Information besteht kaum ein Zusammenhang zwischen Angebot und Attraktivität. Je besser die Beschäftigten über die Maßnahmen informiert sind, desto stärker fällt der positive Effekt eines breiten, systematischen Angebots auf die wahrgenommene Arbeitgeberattraktivität aus.

Partizipation als Moderator

Es wurde zudem geprüft, ob Partizipation den Zusammenhang zwischen dem systematischen Angebot der BGF und des Arbeitsschutzes und der Arbeitgeberattraktivität ein Jahr später verstärkt.

Dabei zeigt sich: Partizipation hängt mit einer höheren Arbeitgeberattraktivität zusammen. Dort, wo Beschäftigte stärker beteiligt werden, wird der Arbeitgeber später attraktiver bewertet. Der Zusammenhang zwischen Angebot und Arbeitgeberattraktivität wird durch Partizipation aber nicht „stärker“ oder „schwächer“: Die Kombination aus Angebot × Partizipation zeigt keinen zusätzlichen Effekt.

Tabelle 31: Moderation durch Partizipation (T1) für Arbeitgeberattraktivität (T2) (H3b)

Prädiktor	b	SE (HC3)	t	p	95 %-Konfidenzintervall [unteres, oberes]
Konstante	2.741	0.282	9.719	< .001	[2.187, 3.295]
Sys. BGF + AS (T1)	0.040	0.031	1.272	.204	[-0.022, 0.102]
Partizipation (T1)	0.404	0.086	4.713	< .001	[0.236, 0.573]
Sys. BGF + AS × Partizipation	0.003	0.009	0.337	.736	[-0.014, 0.020]

Modellgüte: R^2 = .209, F(3, 683) = 67.033, p <.001. (N = 687)

Unterstützung durch Vorgesetzte und Externe als Moderator

Es wurde geprüft, ob Unterstützung durch Vorgesetzte und Externe den Zusammenhang zwischen dem systematischen Angebot der BGF und des Arbeitsschutzes und der Arbeitgeberattraktivität ein Jahr später (T2) verstärkt.

Dabei zeigt sich: Unterstützung durch Vorgesetzte und Externe hängt mit einer höheren Arbeitgeberattraktivität zusammen. Der Zusammenhang zwischen Angebot und Arbeitgeberattraktivität wird durch diese Unterstützung aber nicht zusätzlich „verstärkt“ oder „abgeschwächt“ – die Kombination aus Angebot × Unterstützung zeigt keinen Extra-Effekt.

Tabelle 32: Moderation durch Unterstützung durch Vorgesetzte und Externe (T1) für Arbeitgeberattraktivität (T2) (H3c)

Prädiktor	b	SE (HC3)	t	p	95 %-Konfidenzintervall [unteres, oberes]
Konstante	2.387	0.295	8.078	< .001	[1.807, 2.967]
Sys. BGF + AS (T1)	0.056	0.032	1.727	.085	[-0.008, 0.119]
Unterstützung (T1)	0.521	0.091	5.735	< .001	[0.343, 0.700]
Sys. BGF + AS × Unterstützung	-0.003	0.009	-0.362	.718	[-0.021, 0.014]

Modellgüte: R^2 = .228, F(3, 683) = 71.327, p <.001. (N = 687)

I.4 Berechnungen & Ergebnistabellen zu Hypothese 4

Der Zusammenhang zwischen einem systematischen Angebot der BGF und des Arbeitsschutzes (T1) und Arbeitgeberattraktivität (T2) wird durch die Angemessenheit der Angebote der BGF und des Arbeitsschutzes für den Betrieb (T1) moderiert.

Hypothese 4 prüft einen wichtigen Faktor der mentalen Modelle der organisationalen Veränderungsbereitschaft – die Angemessenheit von BGF und Arbeitsschutz für den Betrieb (Busch & Dreyer, 2025).

Es wurde geprüft, ob die Angemessenheit von BGF und Arbeitsschutz für den Betrieb den Zusammenhang zwischen dem systematischen Angebot und der Arbeitgeberattraktivität ein Jahr später (T2) beeinflusst.

Dabei zeigt sich: Angemessenheit spielt ebenfalls eine bedeutsame Rolle. Das heißt, ob ein breites, systematisches Angebot später mit höherer Arbeitgeberattraktivität zusammenhängt, hängt davon ab, wie angemessen Beschäftigte BGF und Arbeitsschutz für ihren Betrieb einschätzen.

Zusätzlich zeigt sich: Die Angemessenheit selbst hängt mit der späteren Arbeitgeberattraktivität zusammen. Entscheidend ist aber vor allem die Kombination aus Angebot und Angemessenheit.

Das bedeutet: Der positive Effekt eines systematischen Angebots der BGF und des Arbeitsschutzes auf die Arbeitgeberattraktivität entfaltet sich vor allem dann, wenn die Beschäftigten das Angebot als angemessen für ihren Betrieb wahrnehmen. Ohne diese wahrgenommene Angemessenheit bleibt der Effekt auf die Arbeitgeberattraktivität gering, selbst bei einem sehr breiten Angebot.

Als Robustheits-Check haben wir die Analyse auch mit Kontrollvariablen gerechnet (Alter, Geschlecht, Bildung, Betriebsgröße). Das Muster bleibt bestehen: Die Angemessenheit moderiert den Zusammenhang weiterhin.

Tabelle 33: Moderation durch Angemessenheit (T1) für Arbeitgeberattraktivität (T2) (H4)

Prädiktor	**b**	**SE (HC3)**	**t**	**p**	**95 %-Konfidenz-intervall [unteres, oberes]**
Konstante	4.703	0.266	17.671	< .001	[4.181, 5.226]
Sys. BGF + AS (T1)	-0.017	0.033	-0.500	.617	[-0.082, 0.049]
Angemessenheit (T1)	-0.291	0.079	-3.687	< .001	[-0.447, -0.136]
Sys. BGF + AS × Angemessenheit	0.030	0.009	3.468	.001	[0.013, 0.047]

Modellgüte: R^2 = .127, F(3, 851) = 49.256, p <.001.
Zusatz durch Interaktion: ΔR^2 = .013. N = 855

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Stichprobenverteilung und Quoten nach Altersgruppen und Geschlecht..... 3
Tabelle 2: Stichprobenverteilung und Quoten nach Bundesland 4
Tabelle 3: Stichprobenverteilung und Quoten nach Bildungsniveau 5
Tabelle 4: Stichprobenverteilung nach schulischer Bildung 6
Tabelle 5: Stichprobenverteilung nach beruflicher Bildung 6
Tabelle 6: Häufigkeiten zu arbeitsbezogenen Fragen..... 7
Tabelle 7: Tätigkeitsschwerpunkte und Branchen 7
Tabelle 8: Arbeitsstunden pro Woche 8
Tabelle 9: Nutzung Homeoffice pro Woche 9
Tabelle 10: Betriebsgrößen 9
Tabelle 11: Deskriptive Statistik und Interkorrelationen der Indikatoren für Arbeitgeberattraktivität 10
Tabelle 12: Korrelationskoeffizienten zwischen T1 und T2 derselben Konstrukte..... 10
Tabelle 13: Häufigkeit des Arbeitgeberwechsels, nach Wechselabsicht unterschieden... 11
Tabelle 14: Häufigkeit des Arbeitgeberwechsels, nach Arbeitgeberattraktivität unterschieden 11
Tabelle 15: Mittelwertvergleich der Arbeitgeberattraktivitäts-Indikatoren nach Führungsposition 18
Tabelle 16: Mittelwertvergleich der Arbeitgeberattraktivitäts-Indikatoren nach Homeoffice-Nutzung 20
Tabelle 17: Deskriptive Statistiken der Attraktivitätsfaktoren 22
Tabelle 18: Mittelwerte und Standardabweichungen der Attraktivitätsfaktoren in den zwei Gruppen (hohe und geringe Arbeitgeberattraktivität (AGA)). 23
Tabelle 19: Effektgröße (η^2) der Mittelwertsunterschiede bei Attraktivitätsfaktoren nach Arbeitgeberattraktivität (hoch vs. niedrig) 24
Tabelle 20: Absolute und prozentuale Häufigkeiten der Angebote der Arbeitgeber 25
Tabelle 21: Mittelwerte, Standardabweichung und Spannweite der Summenscores 26
Tabelle 22: Modellvergleich und erklärte Varianz (R^2) zur Vorhersage von Arbeitgeberattraktivität (erste und zweite Befragungswelle) 29
Tabelle 23: Ergebnisse der Regression zur Arbeitgeberattraktivität (Modell 3; erste und zweite Befragungswelle) 30
Tabelle 24: Korrelationen des Scores Sys. BGF + AS mit Indikatoren der Arbeitgeberattraktivität 31

Tabelle 25: Modellvergleich und erklärte Varianz (R^2) zur Vorhersage von Arbeitgeberattraktivität (H1) 32
Tabelle 26: Unstandardisierte Regressionskoeffizienten im finalen Modell (Modell 2, H1)33
Tabelle 27: Cross-Lagged Panel Model: Regressionspfade 34
Tabelle 28: Modellvergleich und erklärte Varianz (R^2) zur Vorhersage von Arbeitgeberattraktivität (H2) 35
Tabelle 29: Unstandardisierte Regressionskoeffizienten im finalen Modell (Modell 3) (H2)36
Tabelle 30: Moderation durch Information (T1) für Arbeitgeberattraktivität (T2) (H3a) 38
Tabelle 31: Moderation durch Partizipation (T1) für Arbeitgeberattraktivität (T2) (H3b) ... 39
Tabelle 32: Moderation durch Unterstützung durch Vorgesetzte und Externe (T1) für Arbeitgeberattraktivität (T2) (H3c) 39
Tabelle 33: Moderation durch Angemessenheit (T1) für Arbeitgeberattraktivität (T2) (H4)41