

Fakultät für Psychologie  
Ruhr-Universität Bochum



# Relevante Persönlichkeitsdimensionen und ihr Einfluss auf die Work-Life-Balance

Diplomarbeit

vorgelegt dem Ausschuss  
für die Diplom-Prüfung der Psychologen

von

Christina Kretzschmar

Gutachter

Prof. Dr. Heinrich Wottawa

Dr. Annelen Collatz

Bochum

Juni 2008

# Inhaltsverzeichnis

<b>1</b>	<b>Einleitung</b> .....	<b>1</b>
<b>2</b>	<b>Grundlagen zur Work-Life-Balance</b> .....	<b>4</b>
2.1	Zur Aktualität von Work-Life-Balance.....	4
2.2	Begriffsbestimmung Work-Life-Balance.....	6
2.3	Gründe für die Aktualität.....	7
2.3.1	Demografischer Wandel.....	7
2.3.2	Gesellschaftliche Umbrüche.....	8
2.3.3	Wandel im Menschenbild.....	9
2.3.4	Arbeitskräftepotenzial der Frau.....	10
2.4	Auswirkungen von WLB-Maßnahmen auf die Unternehmen.....	11
2.5	Von Verhältnis- zu Verhaltensprävention.....	12
<b>3</b>	<b>Bochumer Inventar zur Beschreibung beruflich relevanter Lebenskonzepte (BIL)</b> .....	<b>15</b>
3.1	Forschungsziel.....	15
3.2	Zielgruppe und Einsatz.....	15
3.3	Aktueller Forschungsstand.....	16
<b>4</b>	<b>Einflussfaktoren im Zusammenhang mit Persönlichkeit</b> .....	<b>19</b>
4.1	Definition des Forschungsziels.....	19
4.2	Auswahl der relevanten Dimensionen.....	21
4.3	Darstellung der persönlichkeitsrelevanten Dimensionen.....	22
4.3.1	Exkurs Persönlichkeit.....	22
4.3.2	Resilienz.....	25
4.3.2.1	Handlungskontrolle.....	29
4.3.2.2	Umgang mit Krisen.....	31
4.3.2.3	Optimismus.....	32
4.3.2.4	Interpersonelle Kompetenz.....	34
4.3.3	Selbstwirksamkeit.....	35
4.3.4	Emotionale Stabilität.....	40
4.3.5	Offenheit.....	44
4.3.6	Gesamtüberblick über die Operationalisierung.....	48
4.4	Coaching von Traits und Kompetenzen.....	49
<b>5</b>	<b>Vorgehen bei der Konstruktion des Fragebogens</b> .....	<b>53</b>
5.1	Konstruktionsprozess.....	53
5.2	Itemgenerierung.....	55
5.3	Aufbau und Gestaltung des Fragebogens.....	57
5.4	Beschreibung der Datenerhebung.....	58
5.5	Statistische Grundlagen und Testgütekriterien.....	59
5.5.1	Die Objektivität eines Tests.....	60

5.5.2	Die Reliabilität eines Tests .....	60
5.5.3	Die Validität eines Tests .....	61
5.6	Itemanalyse.....	62
5.6.1	Itemschwierigkeit .....	63
5.6.2	Itemtrennschärfe .....	64
<b>6</b>	<b>Auswertung der Datenerhebung .....</b>	<b>65</b>
6.1	Beschreibung der Stichprobe.....	65
6.2	Itemanalyse der persönlichkeitsbezogenen Dimensionen .....	67
6.2.1	Itemschwierigkeit .....	67
6.2.2	Itemtrennschärfe vor der Selektion.....	69
6.2.3	Vorgehen bei der Itemselektion .....	70
6.2.4	Itemtrennschärfe nach der Selektion .....	70
6.2.5	Zusammenfassung der Ergebnisse aus der Itemanalyse .....	72
6.3	Interne Konsistenz .....	72
6.4	Interkorrelation der Skalen.....	74
6.5	Analyse der Faktorenstruktur des Fragebogens .....	76
6.5.1	Explorative Faktorenanalyse mit Selektionskriterium von vier Faktoren .....	76
6.5.2	Explorative Faktorenanalyse mit Selektionskriterium von fünf Faktoren.....	79
6.5.3	Explorative Faktorenanalyse mit Selektionskriterium von sechs Faktoren ..	80
6.5.4	Endgültige Faktorenstruktur.....	81
6.6	Validierungsansätze auf Grundlage der Faktorenstruktur.....	84
6.6.1	Korrelation der Faktorwerte mit den Facetten der Zufriedenheit .....	84
6.6.2	Analyse der Einflussfaktoren auf die globale Zufriedenheit.....	86
6.6.2.1	Korrelation der globalen Zufriedenheit mit den Faktorwerten.....	87
6.6.2.2	Vorhersagekraft der Dimensionen bezüglich der Lebenszufriedenheit.....	88
6.6.2.3	Vorhersagekraft der Dimensionen bezüglich der Lebenszufriedenheit in Abhängigkeit des Geschlechts .....	90
<b>7</b>	<b>Resümee zu der Fragebogenkonstruktion und den Ergebnissen der Erhebung.....</b>	<b>94</b>
7.1	Gesamtschau der Befundlage.....	94
7.1.1	Bewertung der Stichprobe .....	94
7.1.2	Bewertung der Itemqualität .....	95
7.1.3	Bewertung der Fragebogenstruktur .....	95
7.1.4	Bewertung der Validierungsergebnisse.....	97
7.2	Konsequenzen für den Coachingprozess.....	98
7.3	Herausforderungen für weitere Forschungsvorhaben.....	99
7.4	Zusammenfassung .....	101
<b>8</b>	<b>Literaturverzeichnis .....</b>	<b>103</b>
<b>9</b>	<b>Onlinequellen .....</b>	<b>108</b>
<b>10</b>	<b>Anhang.....</b>	<b>110</b>