



EINFLUSS VON PROSOZIALEM VERHALTEN
AUF DIE
**HAPPINESS AM
ARBEITSPLATZ**

BACHELOR THESIS

Mauerer, Christian: Happiness am Arbeitsplatz: Einfluss von prosozialem Verhalten. Hamburg, Bachelor + Master Publishing 2015

Originaltitel der Abschlussarbeit: Einfluss von Prosozialem Verhalten auf die Happiness am Arbeitsplatz

Buch-ISBN: 978-3-95820-319-8

PDF-eBook-ISBN: 978-3-95820-819-3

Druck/Herstellung: Bachelor + Master Publishing, Hamburg, 2015

Zugl. Munich Business School, München, Deutschland, Bachelorarbeit, 2014

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek:

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der Grenzen des Urheberrechtsgesetzes ist ohne Zustimmung des Verlages unzulässig und strafbar. Dies gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Bearbeitung in elektronischen Systemen.

Die Wiedergabe von Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenbezeichnungen usw. in diesem Werk berechtigt auch ohne besondere Kennzeichnung nicht zu der Annahme, dass solche Namen im Sinne der Warenzeichen- und Markenschutz-Gesetzgebung als frei zu betrachten wären und daher von jedermann benutzt werden dürften.

Die Informationen in diesem Werk wurden mit Sorgfalt erarbeitet. Dennoch können Fehler nicht vollständig ausgeschlossen werden und die Diplomica Verlag GmbH, die Autoren oder Übersetzer übernehmen keine juristische Verantwortung oder irgendeine Haftung für evtl. verbliebene fehlerhafte Angaben und deren Folgen.

Alle Rechte vorbehalten

© Bachelor + Master Publishing, Imprint der Diplomica Verlag GmbH
Hermannstal 119k, 22119 Hamburg
<http://www.diplomica-verlag.de>, Hamburg 2015
Printed in Germany

Kurzfassung

Ziel dieser wissenschaftlichen Arbeit ist es, herauszufinden, wie sich prosoziales Verhalten auf die Happiness der Mitarbeiter insgesamt auswirkt, um dazu Konzepte zu entwickeln und diese in die Unternehmenspraxis einzubinden. Dazu werden im nachfolgenden Kapitel (Kapitel 2) zunächst Happiness und prosoziales Verhalten definiert. Es wird präzisiert, weshalb Happiness gerade am Arbeitsplatz von Bedeutung ist, um im anschließenden Kapitel (Kapitel 3) ein Experiment vorzunehmen. Dabei werden die Teilnehmer einen finanziellen Bonus bekommen, der von der einen Untersuchungsgruppe für sich selbst (persönlich) und von der anderen Untersuchungsgruppe für jemand anderen (prosozial) ausgegeben wird. Mithilfe des Happiness at Work Survey – einer Umfrage, die Happiness am Arbeitsplatz messbar macht – wird identifiziert, wie die Art und Weise das Geld auszugeben die Happiness beeinflusst. Das erarbeitete Ergebnis (Kapitel 4) gibt Aufschluss, wie die Erkenntnisse dieser Feldstudie in den Unternehmenspraxis eingebunden werden können, um die Happiness der Belegschaft zu steigern.

Schlagwörter: Happiness am Arbeitsplatz, Corporate Happiness, Positive Psychologie, prosoziales Verhalten, Bonus, Motivation, Team, Mitarbeiterzufriedenheit

Abstract

Goal of this scientific paper is to find out how prosocial behavior impacts happiness at work. Subsequently we explore concepts and ideas to implement in the corporate practices. In order to attain that we first define happiness and prosocial behavior (Chapter 2). After specifying what happiness and prosocial behavior means we conduct a field study (Chapter 3) in which we show the impact of prosocial behavior on the happiness at work. In order to do that we provide employees with two types of bonuses. One that is spent on themselves (personal) and one that is spent on someone else (prosocial). With the Happiness at Work Survey – a survey specifically designed to measure happiness at the workplace from several angles – we identify how the method of spending (personal or prosocial) changed the happiness at work. The acquired results (Chapter 4) give some indication of how to implement the results of this field study in the corporate practices to increase the happiness in the individual organization.

Keywords: happiness, corporate happiness, positive psychology, prosocial behavior, bonus, motivation, team, job satisfaction

Inhaltsverzeichnis

Tabellenverzeichnis

Abbildungsverzeichnis

Anhangsverzeichnis

Abkürzungsverzeichnis

1	Einleitung	1
2	Einfluss von prosozialem Verhalten auf die Happiness am Arbeitsplatz	4
2.1	Definition von Happiness	4
2.2	Voraussetzungen und Konzeptualisierung von Happiness.....	7
2.3	Happiness am Arbeitsplatz	9
2.4	Verknüpfung von prosozialem Verhalten und Happiness	10
2.5	Prosoziales Verhalten als Incentive	11
2.6	„Dynamic Model of Well-Being“	13
2.7	Happiness at Work Survey – das Modell	16
3	Feldstudie zu Happiness am Arbeitsplatz	20
3.1	Happiness at Work Survey – das Befragungsdesign	20
3.2	Teilnehmer der Studie	22
3.3	Methodik der Feldstudie	23
3.4	Ergebnisse des Happiness at Work Survey	24
3.4.1	Happiness at Work Survey 1	25
3.4.2	Happiness at Work Survey 2	28
3.5	Zusammenfassung der Feldstudie	33
4	Diskussion.....	35
4.1	Implementation – Technologiekonzern 1	35
4.2	Implementation – Startup 1 und Startup 2	37

4.3	„Dynamic Model of Well-Being Action Framework“	38
4.4	„Dynamic Model of Well-Being Action Workshop“	43
5	Fazit & Ausblick	46
6	Quellenverzeichnis	48
7	Anhang	62
8	Kommentar des Autors	81

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: HAWS 1 – Übersicht des Ergebnis	25
Tabelle 2: HAWS 1 - Happiness-Landschaft	26
Tabelle 3: HAWS 1 - „Dynamic Model of Well-Being“	27
Tabelle 4: HAWS 2 – Übersicht des Ergebnis	28
Tabelle 5: HAWS 2 - 5-Euro-Frage	29
Tabelle 6: HAWS 2 - „Dynamic Model of Well-Being“	30
Tabelle 7: HAWS 2 - Happiness-Landschaft	31

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: „Dynamic Model of Well-Being“ (Michaelson et al. 2012, 7)	14
Abbildung 2: „Dynamic Model of Well-Being“ am Arbeitsplatz (Happiness at Work Survey 2013).....	17
Abbildung 3: 7-Punkte-Likert-Skala (Happiness at Work Survey 2013).....	21
Abbildung 4: HAWS 2 - Indikatoren mit größter Steigerung – Technologiekonzern 1 Prosozial.....	32
Abbildung 5: HAWS 2 - Indikatoren mit größter Steigerung – Startup 1 Prosozial.....	32
Abbildung 6: HAWS 2 - Indikatoren mit größter Steigerung – Startup 2 Prosozial.....	33
Abbildung 7: „Connected Experiential Peer Bonus“ (Eigene Darstellung).....	36
Abbildung 8: „Value Based Prosocial Intranet“ (Eigene Darstellung)	38
Abbildung 9: „Dynamic Model of Well-Being Action Framework“ - Experience at Work (Eigene Darstellung).....	39
Abbildung 11: „Dynamic Model of Well-Being Action Framework“ - Functioning at Work (Eigene Darstellung).....	40
Abbildung 12: „Dynamic Model of Well-Being Action Framework“ - Organizational System (Eigene Darstellung).....	41
Abbildung 13: „Dynamic Model of Well-Being Action Framework“ - Personal Resources (Eigene Darstellung).....	42

Anhangsverzeichnis

Anlage 1: „Culture Canvas“ (Munoz 2013)	62
Anlage 2: HAWS Sample Report	63
Anlage 3: HAWS Sample Report - Experience of work	70
Anlage 4: HAWS Sample Report - Functioning at work	73
Anlage 5: HAWS Sample Report - Organizational System	76
Anlage 6: HAWS Sample Report - Personal Resources	79

Abkürzungsverzeichnis

BNG	Bruttonationalglück
BNP	Bruttonationalprodukt
HAWS	Happiness at Work Survey
HR	Human Resources
IAB	Institut für Arbeitsmarkt- und Berufsforschung
NEF	The New Economics Foundation
ONS	Office for National Statistics
PWB	Psychological Well-Being
SDT	Self-Determination Theory
SWB	Subjective Well-Being
TOES	The Other Economic Summit