

Inhaltsverzeichnis

Inhaltsverzeichnis	V
Abbildungsverzeichnis	XI
1 Einleitung	1
1.1 Ausgangssituation	1
1.2 Aufbau der Arbeit	7
2 Theoretischer Rahmen	11
2.1 Ergebnisse der Arbeitszufriedenheitsforschung	12
2.1.1 Begriff der Arbeitszufriedenheit	12
2.1.2 Modelle der Arbeitszufriedenheit	13
2.1.2.1 Taylorismus	13
2.1.2.2 Hawthorne-Studien	13
2.1.2.3 Bedürfnispyramide von Maslow	14
2.1.2.4 Zwei-Faktoren-Theorie von Herzberg	15
2.1.2.5 Equity-Theorie von Adams	16
2.1.2.6 Modell der Arbeitszufriedenheit nach Lawler	16
2.1.2.7 Formen der Arbeitszufriedenheit nach Bruggemann	17
2.1.3 Korrelate und Determinanten von Arbeitszufriedenheit	19
2.1.3.1 Korrelate der Arbeitszufriedenheit	19
2.1.3.2 Determinanten der Arbeitszufriedenheit	20
2.1.4 Zwischenfazit	22
2.2 Ergebnisse der Glücksforschung	22
2.2.1 Begriff des Glücks	23
2.2.2 Erkenntnisse der Glücksforschung	24
2.2.2.1 Erkenntnisse zu Wohlstand und sozialen Differenzen	25
2.2.2.2 Erkenntnisse zu Anforderungen und Selbstgestaltung	28
2.2.2.3 Erkenntnisse zu Stabilität und sozialem Umfeld	31
2.2.3 Korrelate und Determinanten von Glück	36
2.2.3.1 Korrelate des Glücks	36
2.2.3.2 Determinanten des Glücks	37
2.2.4 Zwischenfazit	39
2.3 Zusammenfassung des theoretischen Rahmens	40

3	Die Grounded Theory (GTM) als Forschungsparadigma	45
3.1	Grundlagen der Grounded Theory	45
3.1.1	Methodenwahl in vergleichbaren Untersuchungsgegenständen	46
3.1.2	Arbeitsweise der Grounded Theory	47
3.1.3	Gütekriterien und Anforderungen der Grounded Theory	48
3.2	Forschungsdesign	50
3.2.1	Auswahl der Datenquellen	51
3.2.1.1	Fallauswahl nach dem Prinzip der größtmöglichen Varianz	51
3.2.1.2	Auswahl unterstützender Quellen	55
3.2.2	Erfassen der Daten	55
3.2.2.1	Wahl der Interviewform	55
3.2.2.2	Leitfadenkonstruktion	56
3.2.2.3	Interviewdurchführung	58
3.2.2.4	Transkription	59
3.2.2.5	Anonymisierung und Datenschutz	60
3.2.3	Analyse und Interpretation der Daten	61
3.2.3.1	Offenes Codieren: Daten aufbrechen	61
3.2.3.2	Axiales Codieren: Zusammenhänge herstellen	62
3.2.3.3	Selektives Codieren: Schließung	62
3.2.4	Qualität und Darstellung der Ergebnisse	63
3.2.4.1	Qualität: Anwendung der Gütekriterien	63
3.2.4.2	Darstellung: Komplexität verständlich machen	65
3.3	Zusammenfassung der GTM als Forschungsmethodik	65
4	Entstehung von Glück in Organisationen	67
4.1	Begriffsabgrenzung	67
4.1.1	Verständnis von Arbeitszufriedenheit	69
4.1.2	Verständnis von Glück in Organisationen	72
4.1.1	Diskussion der Begriffsabgrenzung	77
4.1.2.1	Schlussfolgerungen für Wissenschaft und Wirtschaft	82
4.1.3	Zusammenfassung der Begriffsabgrenzung	83
4.2	Theorie des organisationalen Glücks	85
4.2.1	Sinnempfinden als Bedingung für organisationales Glück	86
4.2.2	Selbstverwirklichung als Bedingung für organisationales Glück	88

4.2.3	Gemeinschaft als Bedingung für organisationales Glück.....	90
4.2.4	Diskussion der Theorie des organisationalen Glücks	93
4.2.4.1	Sinnempfinden als Bedingung.....	97
4.2.4.2	Selbstverwirklichung als Bedingung.....	100
4.2.4.3	Gemeinschaft als Bedingung	103
4.2.4.4	Schlussfolgerungen für Wissenschaft und Wirtschaft.....	105
4.2.5	Zusammenfassung der Theorie des organisationalen Glücks.....	105
4.3	Einflussfaktoren des organisationalen Glücks	107
4.3.1	Persönlichkeit, Bedürfnisse und Fähigkeiten des Mitarbeiters	108
4.3.1.1	Persönlichkeit des Mitarbeiters	109
4.3.1.2	Bedürfnisse des Mitarbeiters.....	110
4.3.1.3	Fähigkeiten des Mitarbeiters.....	112
4.3.2	Anforderungen, Handlungsspielraum und Ziel der Arbeitsaufgabe.....	115
4.3.2.1	Anforderungen der Aufgabe.....	116
4.3.2.2	Handlungsspielraum der Aufgabe.....	117
4.3.2.3	Ziel der Aufgabe	119
4.3.3	Wir-Gefühl, Konstellation und Konfliktverhalten des Teams	120
4.3.3.1	Wir-Gefühl des Teams	121
4.3.3.2	Konstellation des Teams.....	122
4.3.3.3	Konfliktverhalten des Teams.....	124
4.3.4	Struktur, Kultur und Ziele des Unternehmens als Rahmenbedingungen.....	126
4.3.4.1	Unternehmensstruktur als Rahmenbedingung.....	127
4.3.4.2	Unternehmenskultur als Rahmenbedingung.....	129
4.3.4.3	Unternehmensziel als Rahmenbedingung.....	131
4.3.5	Diskussion der Einflussfaktoren des organisationalen Glücks.....	131
4.3.5.1	Der Mitarbeiter als Einflussfaktor.....	132
4.3.5.2	Das Team als Einflussfaktor.....	135
4.3.5.3	Die Aufgabe als Einflussfaktor	138
4.3.5.4	Die Rahmenbedingungen als Einflussfaktor	142
4.3.5.5	Schlussfolgerungen für Wissenschaft und Wirtschaft.....	146
4.3.6	Zusammenfassung der Einflussfaktoren des organisationalen Glücks	146
5	Gestaltbarkeit und Wirkung von Glück in Organisationen.....	149
5.1	Gestaltbarkeit der Einflussfaktoren durch Führung.....	150

5.1.1	Gestaltbarkeit und Mitarbeiter	151
5.1.1.1	Gestaltbarkeit und Persönlichkeit	152
5.1.1.2	Gestaltbarkeit und Fähigkeiten	153
5.1.1.3	Gestaltbarkeit und Bedürfnisse	155
5.1.2	Gestaltbarkeit der Aufgaben	156
5.1.2.1	Gestaltbarkeit der Aufgabenverteilung	157
5.1.2.2	Gestaltbarkeit des Handlungsspielraums	158
5.1.2.3	Gestaltbarkeit der Aufgabenziele	160
5.1.3	Gestaltbarkeit des Teams	161
5.1.3.1	Gestaltbarkeit der Teamzusammenstellung	162
5.1.3.2	Gestaltbarkeit des Konfliktmanagements	164
5.1.3.3	Gestaltbarkeit des Wir-Gefühls	166
5.1.4	Gestaltbarkeit der Rahmenbedingungen	169
5.1.4.1	Gestaltbarkeit der Unternehmensstruktur	170
5.1.4.2	Gestaltbarkeit der Unternehmenskultur	173
5.1.4.3	Gestaltbarkeit der Unternehmensziele	175
5.1.5	Diskussion der Gestaltbarkeit durch Führung	176
5.1.5.1	Gestaltbarkeit der Mitarbeiter	178
5.1.5.2	Gestaltbarkeit der Aufgaben	180
5.1.5.3	Gestaltbarkeit der Teams	182
5.1.5.4	Gestaltbarkeit der Rahmenbedingungen	184
5.1.5.5	Schlussfolgerungen für Wissenschaft und Wirtschaft	188
5.1.6	Zusammenfassung der Gestaltbarkeit durch Führung	189
5.2	Wirkung des organisationalen Glücks	190
5.2.1	Höhere Identifikation als Wirkung	191
5.2.2	Intrinsische Motivation als Wirkung	194
5.2.3	Gesteigerte Kreativität als Wirkung	196
5.2.4	Positive Stimmung als Wirkung	198
5.2.5	Emotionale Bindung als Wirkung	202
5.2.6	Erhöhte Leistung als Wirkung	205
5.2.7	Diskussion der Wirkung des organisationalen Glücks	207
5.2.7.1	Identifikation durch organisationales Glück	208
5.2.7.2	Motivation durch organisationales Glück	209
5.2.7.3	Kreativität durch organisationales Glück	210
5.2.7.4	Stimmung durch organisationales Glück	211

5.2.7.5	Bindung durch organisationales Glück	213
5.2.7.6	Leistung durch organisationales Glück	217
5.2.7.7	Schlussfolgerungen für Wissenschaft und Wirtschaft	218
5.2.8	Zusammenfassung der Wirkung des organisationalen Glücks	219
6	Handlungsbarrieren für Glück in Organisationen	223
6.1	Das Modell der organisationspsychologischen Handlungsbarrieren (MAK)	223
6.1.1	Die Säulen des MAK-Modells	225
6.1.2	Die Ebenen des MAK-Modells	227
6.1.3	Die Spannungsfelder im MAK-Modell	228
6.2	Die Handlungsbarrieren des organisationalen Glücks im MAK-Modell	229
6.2.1	Kognition als Handlungsbarriere	230
6.2.1.1	K _m : Status versus Selbsterkenntnis	231
6.2.1.2	K _i : Narzissmus versus Empathie	234
6.2.1.3	K _o : Unwissenheit versus Erkenntnis	238
6.2.2	Ability als Handlungsbarriere	241
6.2.2.1	A _m : Angst versus Vertrauen	241
6.2.2.2	A _i : Beförderungsprinzip versus Führungskompetenz	245
6.2.2.3	A _o : Persistenz versus Veränderungsfähigkeit	249
6.2.3	Motivation als Handlungsbarriere	253
6.2.3.1	M _m : Sozialisierung versus Entwicklung	253
6.2.3.2	M _i : Macht versus Verantwortung	259
6.2.3.3	M _o : Ignoranz versus Bedeutsamkeit	263
6.3	Diskussion der Handlungsbarrieren	266
6.3.1	Kognition als Handlungsbarriere für Glück	269
6.3.2	Ability als Handlungsbarriere für Glück	277
6.3.3	Motivation als Handlungsbarriere für Glück	285
6.3.4	Schlussfolgerungen für Wissenschaft und Wirtschaft	292
6.4	Zusammenfassung der Handlungsbarrieren des organisationalen Glücks	292
7	Managementkonzept zur Steigerung des Glücksempfindens in Organisationen	295
7.1	Grundlegende Anforderungen des Konzepts	296
7.1.1	Anwendungsorientierung	296
7.1.2	Übersetzung von Wissenschaftssprache in die Sprache des Auftraggebers	296
7.1.3	Realistische Einschätzung der Umsetzungsmöglichkeiten	297

7.1.4	Berücksichtigung von Widerständen.....	297
7.1.5	Kontinuierlicher und kooperativer Lernprozess	298
7.1.6	Berücksichtigung organisationaler Komplexität	298
7.2	Das Konzept im Phasenmodell	299
7.2.1	Analyze: Diagnose.....	301
7.2.2	Plan: Zieldefinition und Strategie	303
7.2.3	Build: Maßnahmenentwicklung	304
7.2.4	Run: Anwendung und Implementierung.....	306
7.2.5	Verify: Erfolgskontrolle.....	307
7.3	Erfolgskriterien und Zielgruppe des Managementkonzepts.....	308
8	Fazit.....	309
8.1	Zusammenfassung der Ergebnisse	309
8.2	Kritische Reflexion und Ausblick.....	313
9	Anhang.....	317
9.1	Datenschutzerklärung	317
9.2	Übersicht der Codes.....	318
10	Literaturverzeichnis.....	337

Die glückliche Organisation
Chancen und Hürden für positive Psychologie im
Unternehmen

Rehwaldt, R.

2017, XIII, 360 S. 78 Abb., Softcover

ISBN: 978-3-658-19250-1