

Glücksforschung – Erkenntnisse und Konsequenzen

Happiness Research – Insights and Consequences

Karlheinz Ruckriegel

Themenschwerpunkt Psychologie und Glückliche sein ...

Zusammenfassung

Die Ergebnisse der interdisziplinären Glücksforschung sind gerade dabei, eine Wende im Denken herbeizuführen: Weg von den Kategorien des Wirtschaftswachstums, hin zum Denken in den Kategorien eines „besseren Lebens“. Der Beitrag beschäftigt sich mit der Frage, wie Glück und Zufriedenheit gemessen werden, was unsere „Glücksfaktoren“ sind, was uns glücklich macht, wie der Zusammenhang zwischen Wirtschaftswachstum und Zufriedenheit zu beschreiben ist und welche Folgerungen daraus gezogen werden können, und zwar aus Sicht der Unternehmen und der Politik.

Abstract

The results of happiness research are currently causing a change in the way we think: Away from categories of economic growth and towards thinking in categories of a better life. This article is dealing with questions like how we can measure happiness, which factors of happiness are known, what the effects of being happy are, what the connection between happiness and economic growth is, and what implications the results of happiness research for companies and politicians have.

‘The ultimate purpose of economics, of course, is to understand and promote the enhancement of wellbeing.’

Ben Bernanke

Chef der US-Zentralbank (bis Ende Januar 2014),
August 2012 (zit. n. Legatum Institute, 2014, S. 14)

Die Januar/Februar 2012-Ausgabe der Harvard Business Review (und die April 2012-Ausgabe des in Deutsch erscheinenden Harvard Business Manager) beschäftigt sich schwerpunktmäßig mit „The Value of Happiness“, und zwar für den Einzelnen, die Unternehmen und für

die Gesellschaft: ‘Why write about happiness [...]? Because emerging research from neuroscience, psychology, and economics makes the link between a thriving workforce and better business performance absolutely clear. [...] We’ve learned a lot about how to make people happy. We’d be stupid not to use that knowledge.’ so das Editorial in der Harvard Business Review (S. 77).

Dass die Harvard Business Review dem Thema „Happiness“ eine solche breite Aufmerksamkeit geschenkt hat, hängt schlichtweg damit zusammen, dass glückliche bzw. zufriedene MitarbeiterInnen das Beste sind, was sich Unternehmen wünschen können. Deshalb gehen auch neuere Ansätze der Managementlehre, die aus der Glücksforschung entstanden sind, in diese Richtung (siehe hierzu etwa Bakker, 2013; Cameron & Spreitzer, 2012; Robertson & Cooper, 2011; Cartwright & Cooper, 2009; Linley & Harrington & Garcea, 2010). In Deutschland wird das Thema Glück bzw. Zufriedenheit in der Arbeit angesichts der zunehmenden Arbeitskräfteknappheit aufgrund der demografischen Entwicklung schon bald ein zentrales Kriterium für die Wahl des „richtigen“ Unternehmens sein. Die Menschen werden nach der Devise von Konfuzius handeln:

„Such dir eine Arbeit, die du liebst – dann brauchst du keinen Tag im Leben mehr zu arbeiten.“

Konfuzius

Unter der Überschrift „Die erschöpfte Republik“ stellt die Juni 2012-Ausgabe des Manager Magazins das erste deutsche Burn-Out-Ranking vor. Unternehmen, die hier auf den oberen Plätzen liegen, dürften es bald sehr schwer haben, noch gute MitarbeiterInnen zu gewinnen.

Ende August 2012 hat die Wirtschaftswoche über eine neue Studie zur Glücksforschung berichtet. In diesem Zusammenhang schreibt sie: „Die Glücksforschung, ein früher belächeltes Nischenthema für Exoten, ist in der Mitte der Volkswirtschaftslehre angekommen, wie eine