

1	Konzeption und Aufbau des vorliegenden Manuals	1
2	Happiness & Work – Glück bei der Arbeit	3
2.1	Arbeit und Glück?	3
2.2	Glück bei der Arbeit und verwandte Konstrukte	5
2.3	Glück bei der Arbeit – Ein mehrdimensionales Konstrukt	11
2.3.1	Erste Bedingung: Sinnempfinden	12
2.3.2	Zweite Bedingung: Selbstverwirklichung	14
2.3.3	Dritte Bedingung: Gemeinschaft	15
2.4	Effekte von Glück bei der Arbeit	17
2.4.1	Positive Stimmung	17
2.4.2	Kreativität und Innovationsverhalten	20
2.4.3	Bindung der Mitarbeitenden	22
2.4.4	Intrinsische Motivation	24
2.4.5	Leistung und Leistungsbereitschaft	26
2.5	Fazit	28
	Literatur	28
3	Testkonstruktion	37
3.1	Ziel der Entwicklung	37
3.1.1	Erstellung des Itempools	37
3.2	Itemselektion und Faktorenstruktur	43
3.3	Antwortformat	47
3.4	Gesamtscore: Glück bei der Arbeit als formatives Konstrukt	47
3.5	Fazit	48
	Literatur	49
4	Psychometrische Eigenschaften	51
4.1	Objektivität	51
4.1.1	Durchführungsobjektivität	51
4.1.2	Auswertungsobjektivität	52
4.2	Reliabilität	53
4.2.1	Cronbachs Alpha	53
4.2.2	Retest-Reliabilität	54
4.3	Validität	54

4.4	Konstruktvalidität	54
4.4.1	Konvergente Validität	55
4.4.2	Kriteriumsvalidität	57
4.5	Testökonomie	59
4.6	Fazit	60
	Literatur	60
5	Normierung	61
5.1	Hinweise zur Nutzung der Normen	61
5.2	Die Normierungsstichprobe	61
5.3	Normen	61
5.3.1	Normen nach Geschlecht	66
5.3.2	Normen nach Altersgruppen	66
5.3.3	Normen nach Führungsfunktion	66
5.3.4	Normen nach Branchen	66
5.4	Interpretation der Prozenträge	68
5.5	Fazit	68
6	Einsatz und Durchführung	69
6.1	Anwendungsbereiche der HappinessandWork-Scale	69
6.1.1	Überblick für Gruppenverfahren	69
6.1.2	Überblick für Individualverfahren	72
6.1.3	Voraussetzungen für die Testleiter:innen	73
6.2	Hinweise zum Vorgehen bei der Befragung	74
6.3	Auswertung und Interpretation	76
6.4	Fazit	78
	Literatur	78
7	Anwendung der HappinessandWork-Scale an Praxisbeispielen	79
7.1	Praxisbeispiel für die Begleitung eines individuellen Entwicklungsprozesses	79
7.2	Drei Beispiele aus der Unternehmenspraxis	80
7.2.1	Ein kleines Unternehmen – Glück in der Kultur verankern	81
7.2.2	Ein mittelständisches Unternehmen – Auf dem Weg zum Branchenführer	83
7.2.3	Ein großes Unternehmen – Glück als Ressource in gewachsene Strukturen integrieren	86
7.3	Fazit	89