

WU
WIRTSCHAFTS
UNIVERSITÄT
WIEN VIENNA
UNIVERSITY OF
ECONOMICS
AND BUSINESS

EFMD
EQUIS
ACCREDITED

**macht? erfolg? reich?
glücklich?**


a.o. Univ. Prof. Dr. Johannes Steyrer
24. Juni 2010

WU
WIRTSCHAFTS
UNIVERSITÄT
WIEN VIENNA
UNIVERSITY OF
ECONOMICS
AND BUSINESS

Glück und Zufriedenheit

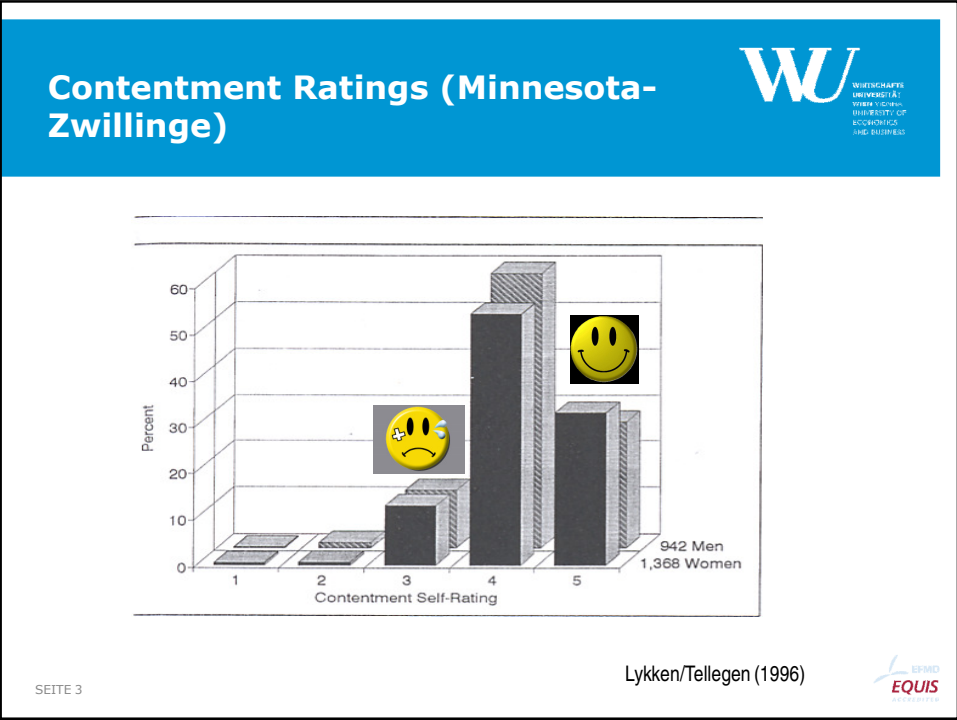
- Alles in allem, wie glücklich und zufrieden sind sie zurzeit im Vergleich mit anderen Menschen?

1 = zu den niedrigsten 5 %
2 = zu den untern 30 %
3 = zu den mittleren 30 %
4 = zu den oberen 30 %
5 = zu den höchsten 5 %






SEITE 2

EFMD
EQUIS
ACCREDITED



Randomly assignments to undesirable/desirable house



happy

7

6

5

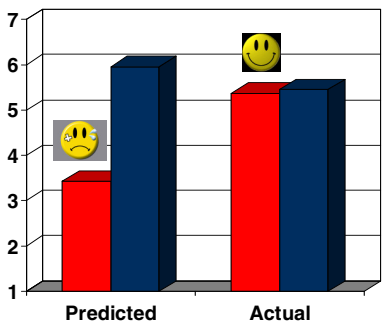
4

3

2

1


unhappy




■ Undesirable houses

■ Desirable houses

Diener/Seligmann (2002)

5SEITE 5 

Reihung von Monet-Bilder (free choice Paradigma)





Phase 1





1	2	3	4	5	6
---	---	---	---	---	---


Best gereihtes Bild Schlecht gereihtes Bild

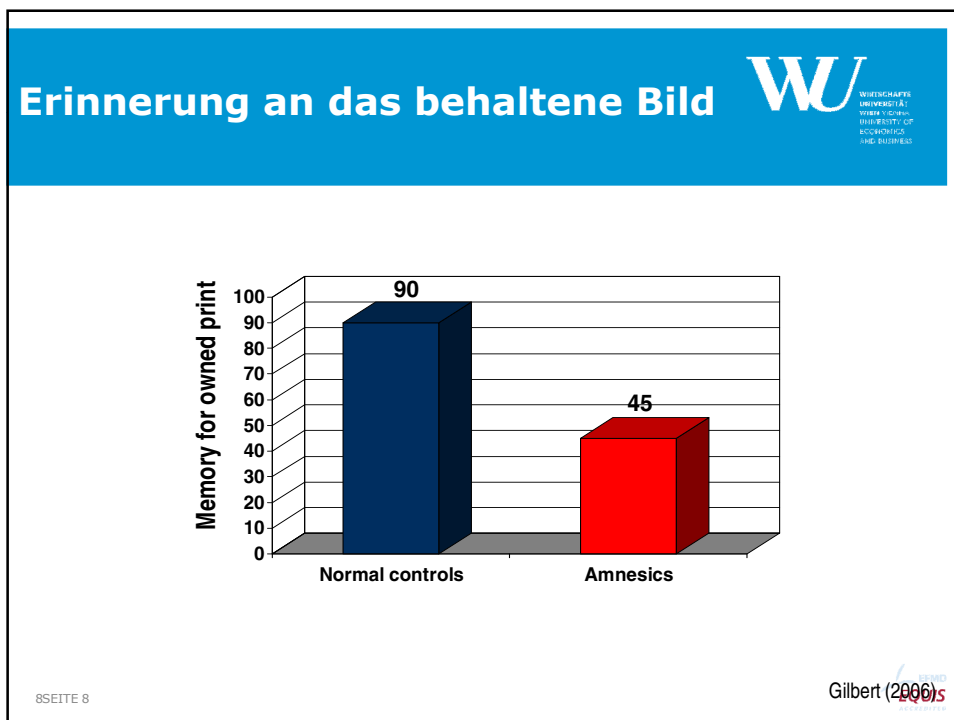
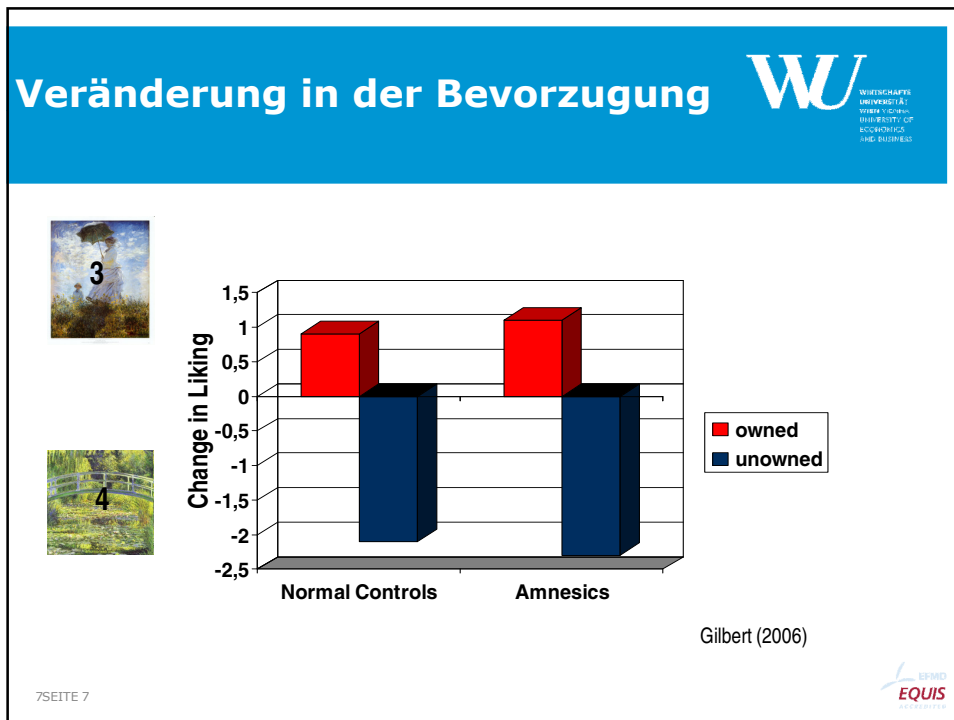
Phase 2

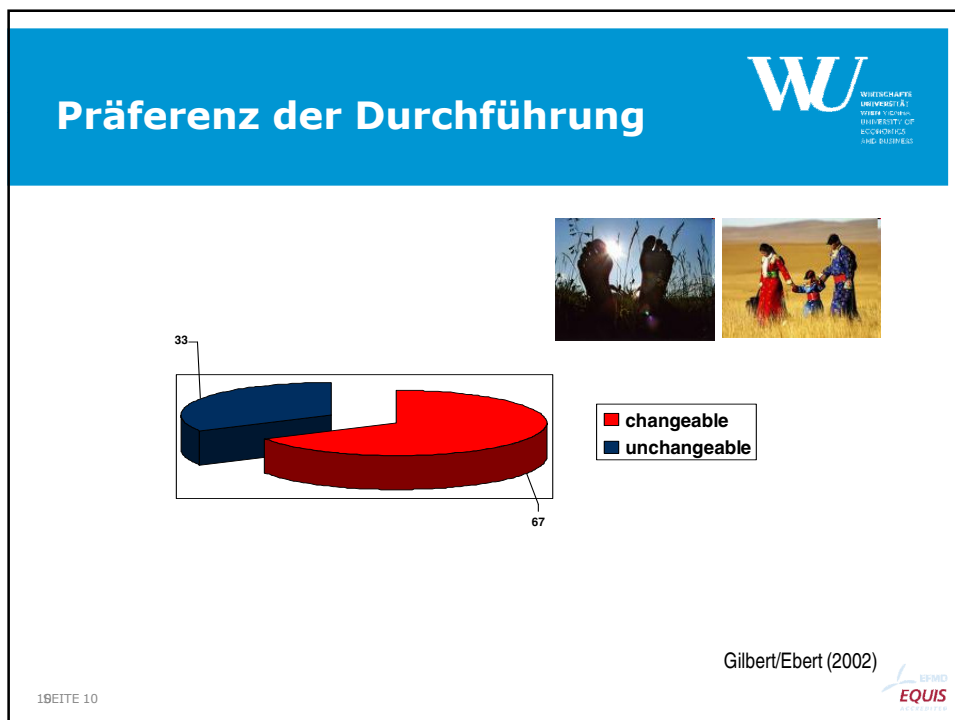
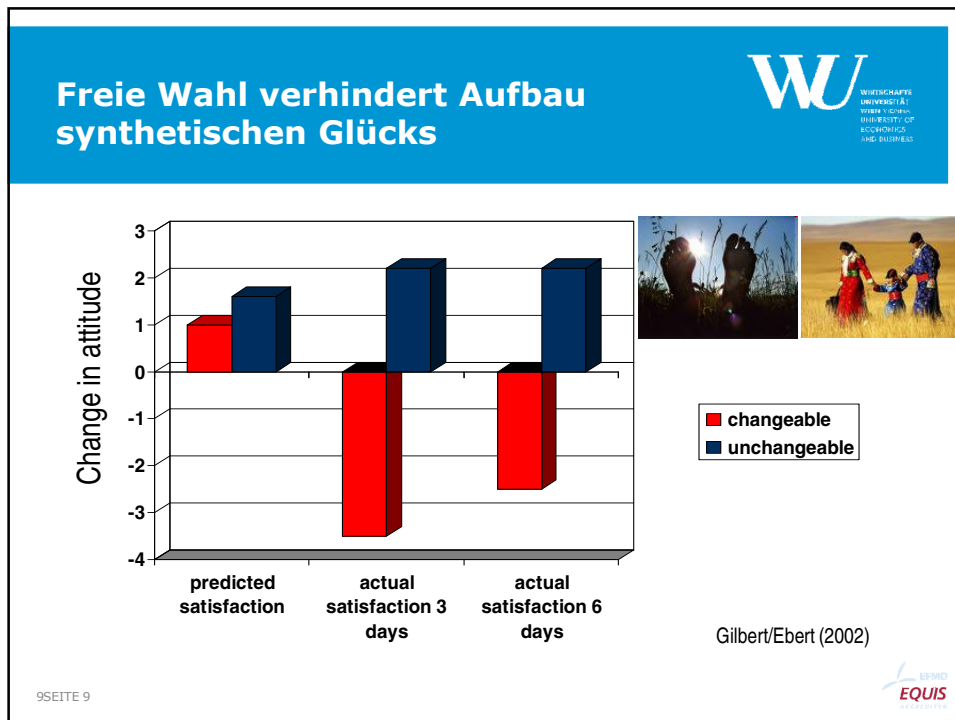



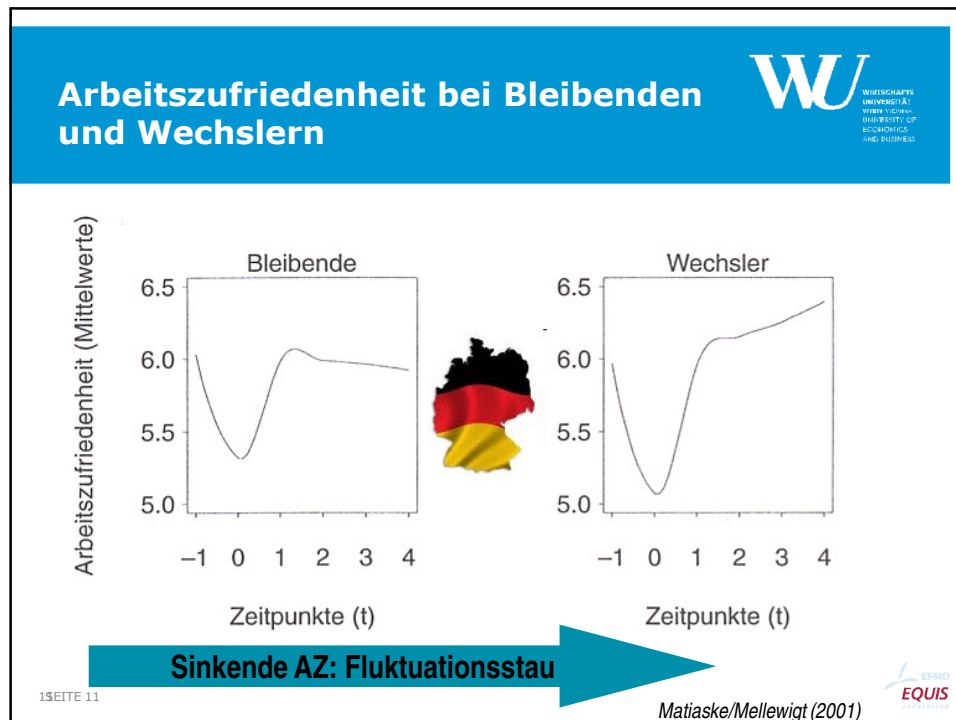
Phase 3


6SEITE 6 









VICAPP - Stichprobe




- 4 Kohorten
 - 1970er, 1990er, 2000er, 2005er...
 - Über 1500 AbsolventInnen
- StudentInnen an der WU
 - 3 060 ProbandInnen




SEITE 12



Fragen



- Determinanten des Glücks während des Studiums
- Determinanten des Karriereerfolgs
- Führt das Böse zum Erfolg?
- Macht – Erfolg – Reich – Glücklich?
- **Macht das Böse glücklich?**

SEITE 13 


VICAPP-Studie 1





Gesundheit		Alter	
Studienerfolg		Geschlecht	
Zufriedenheit mit Studienwahl		Familienstand	
Sport		Einkommen	
Community (Vereine eca.)		Soziale Integration	
Religion		Wettbewerbsorientierung	
Empfundene Attraktivität/Operation		Wohnverhältnisse	
Einsatz beim Studium			
Glücklichsein: Allgemein Privat Studium			



Multivariate Analyse




	Beta Koeffizient	Signifikanz
Empfundene Attraktivität	0,195 (0,405)	***
Studienerfolg	0,157 (0,302)	***
Gesundheitszustand	0,153	***
Single	0,141	***
Studienwahl	0,139	***
Berufschancen	0,184	***
Einsatz beim Studium	0,076	**
Community	0,086	**
Schönheitsoperation	-0,108	***
Wettbewerbsorientierung	-0,085	***
Geschlecht	-0,085	**

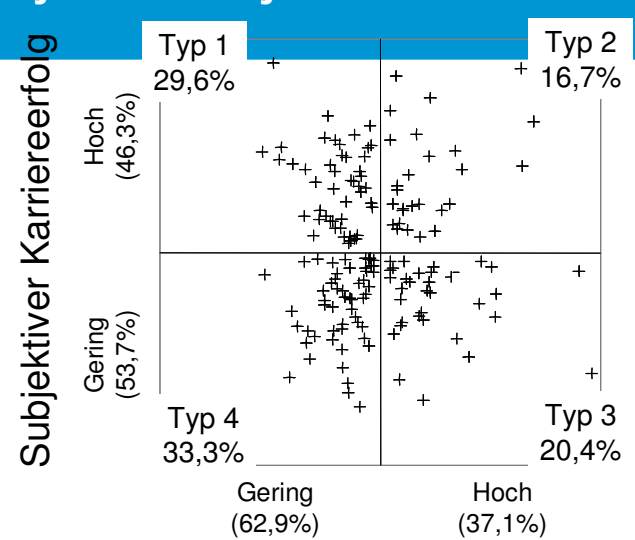







SEITE 15 EFMD EQUIS ACCREDITED

Vicapp-Studie 2: Subjektiver - Objektiver Karriereerfolg




Subjektiver Karriereerfolg












SEITE 16 EFMD EQUIS ACCREDITED


Subjektiver – Objektiver Karriereerfolg und Geschlecht




WIRTSCHAFTS
UNIVERSITÄT
WIEN VIENNA
UNIVERSITY OF
ECONOMICS
AND BUSINESS

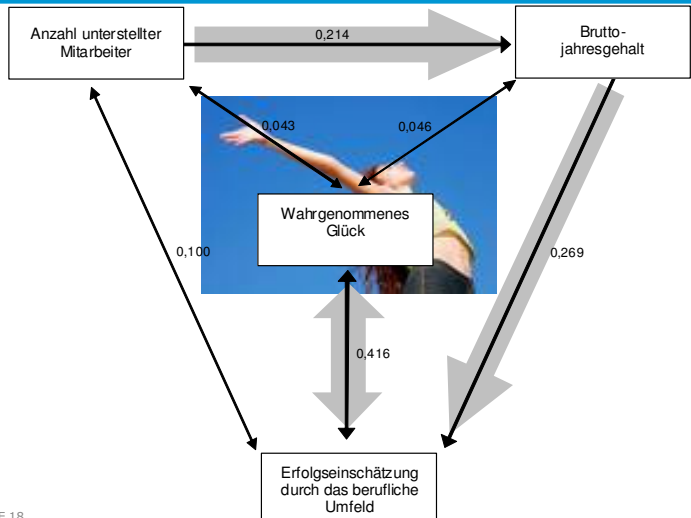
	Typ 1 subjektiv hoch objektiv gering	Typ 2 subjektiv hoch objektiv hoch	Typ 3 subjektiv gering objektiv hoch	Typ 4 subjektiv gering objektiv gering
% insgesamt	29,6%	16,7%	20,4%	33,3%
% der Frauen	40,6%	14,1%	9,4%	35,9%
% der Männer	22,4%	18,4%	27,6%	31,6%

SEITE 17 

Machen Geld und Macht glücklich?




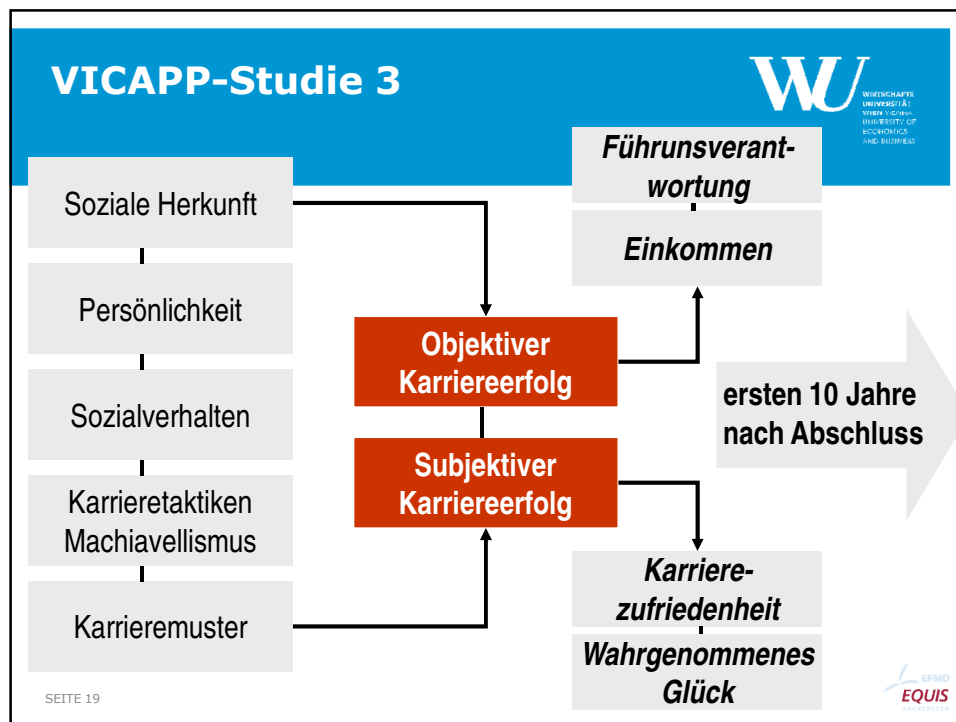
WIRTSCHAFTS
UNIVERSITÄT
WIEN VIENNA
UNIVERSITY OF
ECONOMICS
AND BUSINESS




```


    graph TD
      A[Anzahl unterstellter Mitarbeiter] -- 0,214 --> B[Brutto-jahresgehalt]
      A -- 0,100 --> D[Erfolgseinschätzung durch das berufliche Umfeld]
      B -- 0,269 --> D
      C[Wahrgenommenes Glück] -- 0,043 --> A
      C -- 0,046 --> B
      D -- 0,416 --> C
      
```

SEITE 18 




VICAPP-Studie 3
Machiavellismus 

“Bereitschaft andere zu manipulieren, um eigene Zwecke und Interessen durchzusetzen”
 (Greenberg/Baron 2003, S. 93)




Niccolò Machiavelli (1469-1527)


1. Geringe affektive Bindung
2. Fehlende Moralvorstellungen
3. Realitätsangepasstheit
4. Zweck heiligt die Mittel
5. Manipulation
6. Impressionmanagement
7. Präferenz für loosely structured situations

SEITE 20 


Weitere Einflussvariablen

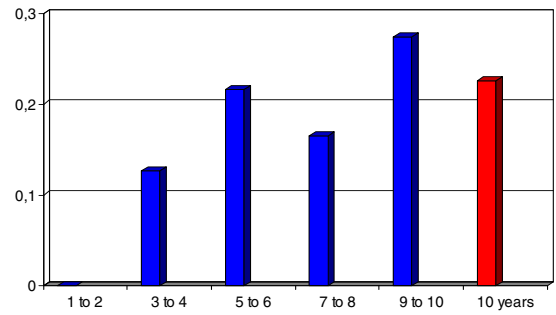


Karrieremuster	Studienerfolg	Kontrollvariablen
Transitionen innerhalb der Organisation	Studiendauer	<p>Geschlecht</p> <p>Kohortengruppe <i>mid-, late-career</i></p> <p>Art der Beschäftigung</p> <p>Teilzeitbeschäftigung Vollzeitbeschäftigung</p> <p>Art des Arbeitsvertrages</p>
Transitionen zwischen Organisationen	Abschlussnoten	
Dauer/Häufigkeit von Elternkarenzen		


SEITE 21 

Subjektiver Karriereerfolg – Emotionale Stabilität




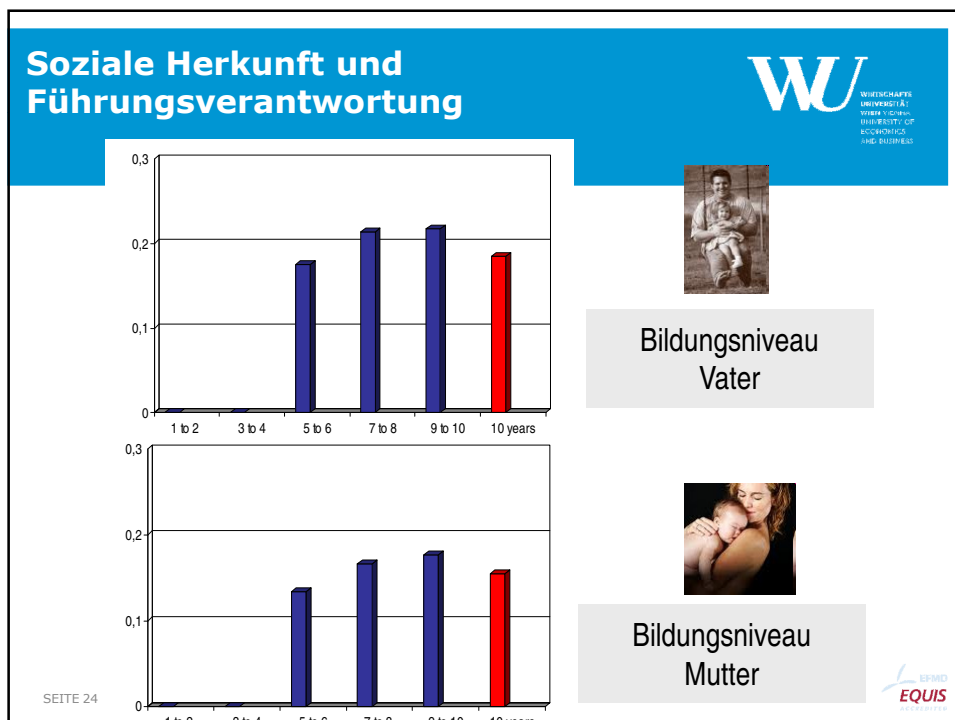
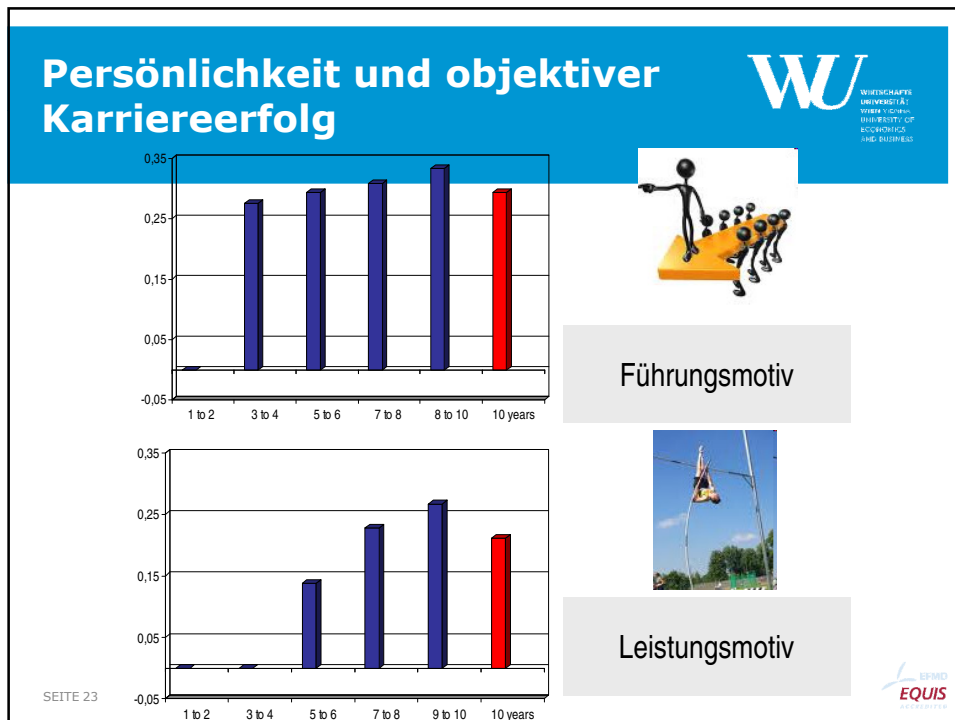


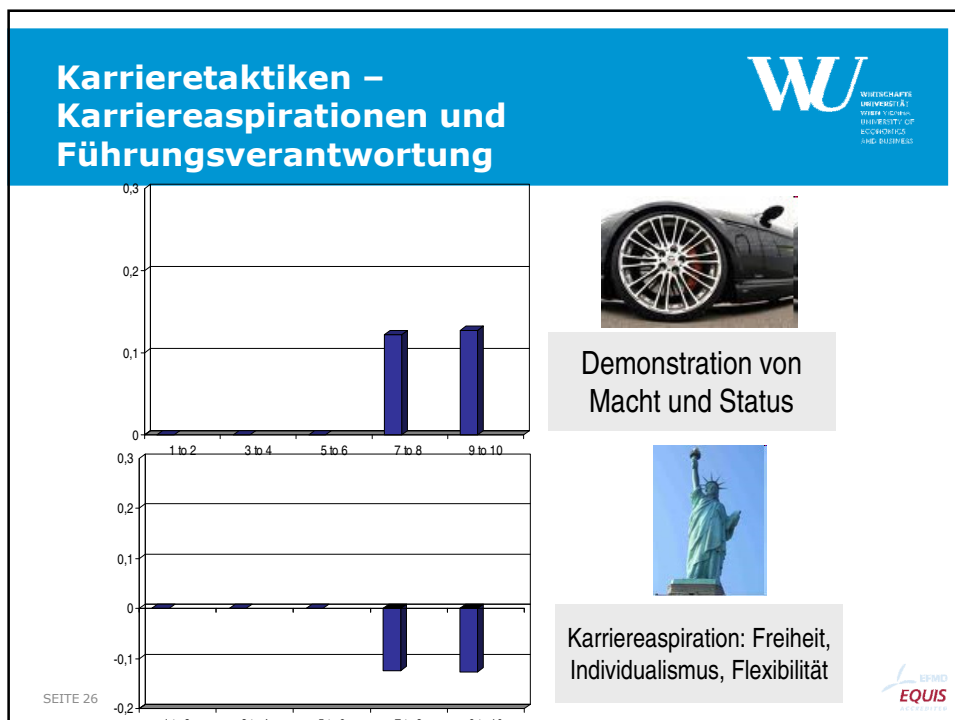
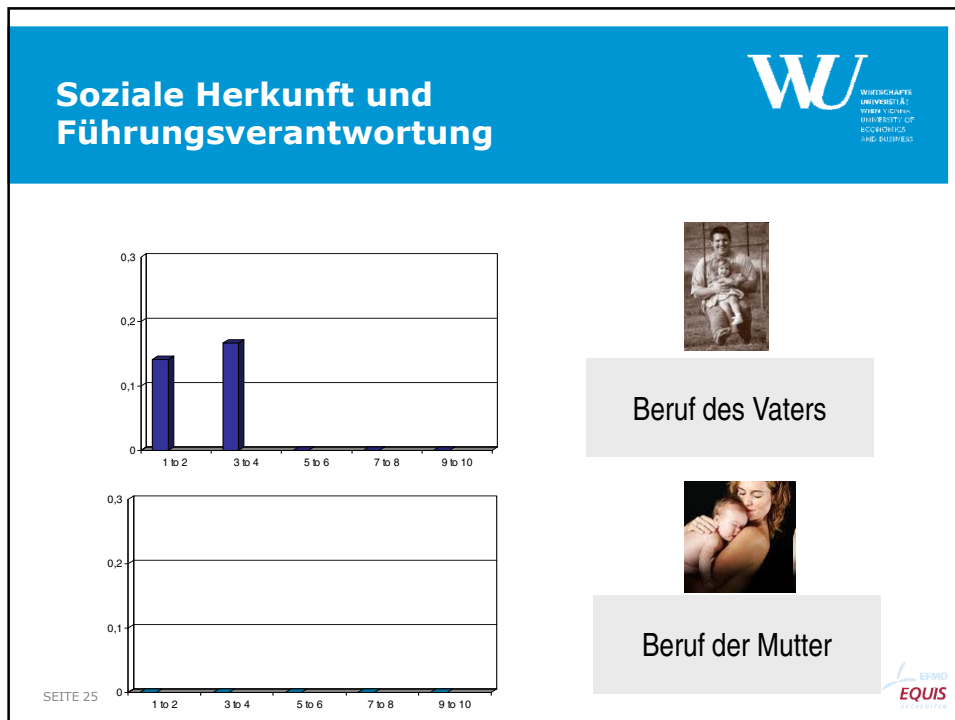
Zeitraum	Werte
1 to 2	~0.00
3 to 4	~0.13
5 to 6	~0.22
7 to 8	~0.17
9 to 10	~0.28
10 years	~0.23



Emotionale Stabilität

SEITE 22 





Führungsverantwortung












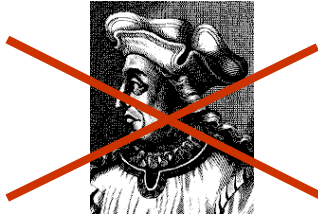




SEITE 27

Führungsverantwortung und Machiavellismus



Scope of authority	Correlation Model					Regression Model						
	1-2	3-4	5-6	7-8	9-10	1-10	1-2	3-4	5-6	7-8	9-10	1-10
R ²							0,073	0,083	0,118	0,157	0,134	0,151
Machiavellianism												
Lack of Affectivity		.130(*)	.128(*)	.122(*)	.158(**)	.162(**)		0,137 0,034			0,186 0,003	
Lack of Morality												
Realistic down to earth orientation												
Goal orientation												
Manipulative Behavior												
Imageseeking												
Preference for loosely structured situations												





SEITE 28

Führungsverantwortung und Karrieretaktiken




WIRTSCHAFTS
UNIVERSITÄT
WIEN VIENNA
UNIVERSITY OF
ECONOMICS
AND BUSINESS


Scope of authority	Correlation Model						Regression Model					
	1-2	3-4	5-6	7-8	9-10	1-10	1-2	3-4	5-6	7-8	9-10	1-10
R²							0,073	0,083	0,118	0,157	0,134	0,151
Career Tactics												
Self-Monitoring												
Making Friends and Allies												
Networking			-,157(**)	-,125(*)		-,147(*)			-0,239 0,000	-0,209 0,005		-0,242 0,000
Demonstrating Power and Status				,122(*)	,127(*)					0,225 0,003		
Self-Promotion and Self-Assertion										-0,233 0,007		



SEITE 29




Führungsverantwortung und Soziale Herkunft




WIRTSCHAFTS
UNIVERSITÄT
WIEN VIENNA
UNIVERSITY OF
ECONOMICS
AND BUSINESS

Scope of authority	Correlation Model						Regression Model					
	1-2	3-4	5-6	7-8	9-10	1-10	1-2	3-4	5-6	7-8	9-10	1-10
R²							0,073	0,083	0,118	0,157	0,134	0,151
Social Origin												
Occupation of the father	,141(*)	,167(**)					0,132 0,041	0,173 0,008				
Occupation of the mother								-0,132 0,044				
Education level of the father			,175(**)	,214(**)	,217(**)	,185(**)			0,194 0,003	0,216 0,001	0,288 0,000	0,211 0,001
Education level of the mother			,134(*)	,166(**)	,177(**)	,155(*)						



SEITE 30



Führungsverantwortung, Persönlichkeit und Sozialverhalten



WIRTSCHAFTS
UNIVERSITÄT
WIEN VIENNA
UNIVERSITY OF
ECONOMICS
AND BUSINESS


Scope of authority		Correlation Model					Regression Model						
		1-2	3-4	5-6	7-8	9-10	1-10	1-2	3-4	5-6	7-8	9-10	1-10
R ²								0,073	0,083	0,118	0,157	0,134	0,151
Personality	Emotional Stability (Neuroticism)												
	Conscientiousness												
	Achievement Motivation												
	Leadership Motivation								0,153	0,232	0,232	0,143	0,143
Social Behavior	Flexibility								0,029	0,003			
	Openness for Social Contacts												
	Team Orientation												









SEITE 31 



Gehaltsentwicklung





WIRTSCHAFTS
UNIVERSITÄT
WIEN VIENNA
UNIVERSITY OF
ECONOMICS
AND BUSINESS








SEITE 32 

Gehaltsentwicklung und Karrieretaktiken - Machiavellismus




WIRTSCHAFTS
UNIVERSITÄT
WIEN VIENNA
UNIVERSITY OF
ECONOMICS
AND BUSINESS

Salary progression	Correlation Model						Regression Model					
	1-2	3-4	5-6	7-8	9-10	1-10	1-2	3-4	5-6	7-8	9-10	1-10
R ²							0,416	0,455	0,324	0,384	0,310	0,379
 Career Tactics												
Self-Monitoring		,142(*)	,182(**)	,145(*)		,151(*)						
Making Friends and Allies												
Networking												
Demonstrating Power and Status												
Self-Promotion and Self-Assertion			,148(*)		,159(*)	,146(*)						
Perceiving and increasing your attractiveness for the work place										-0,131 0,025	-0,180 0,007	-0,147 0,020
Aspirations												
Career Aspiration - CW												
Career Aspiration - FFP												
Career Aspiration - SE												
Career Aspiration - CF						,137(*)						
Career Aspiration - Money/Prestige				,134(*)	,165(*)					0,144 0,012		
Career Aspiration - Freedom/Individualism/Flexibility			,152(*)	,202(**)	,195(*)	,173(**)						
Machiavellianism												
Lack of Affectivity							-0,148 0,006	-0,156 0,008				
Lack of Morality												
Realistic down to earth orientation		,165(*)	,155(*)	,133(*)	,214(**)	,186(**)						
Goal orientation				,220(**)	,272(**)	,193(**)					0,226 0,001	0,183 0,005
Manipulative Behavior		,148(*)	,179(**)	,175(**)	,188(**)	,197(**)						
Imageseeking												
Preference for loosely structured situations			,214(**)	,273(**)	,289(**)	,247(**)			0,176 0,003	0,220 0,000	0,221 0,001	0,185 0,003


SEITE 33

Gehaltsentwicklung und Soziale Herkunft




WIRTSCHAFTS
UNIVERSITÄT
WIEN VIENNA
UNIVERSITY OF
ECONOMICS
AND BUSINESS

Salary progression	Correlation Model						Regression Model					
	1-2	3-4	5-6	7-8	9-10	1-10	1-2	3-4	5-6	7-8	9-10	1-10
R ²							0,416	0,455	0,324	0,384	0,310	0,379
Social Origin												
Occupation of the father												
Occupation of the mother					,132(*)	,132(*)						
Education level of the father		,177(**)		,141(*)	,136(*)	,157(*)						
Education level of the mother		,186(**)										




SEITE 34




EFMD
EQUIS
ACCREDITED


Gehaltsentwicklung – Studienerfolg und Karrieremuster



Salary progression		Correlation Model					Regression Model						
		1-2	3-4	5-6	7-8	9-10	1-10	1-2	3-4	5-6	7-8	9-10	1-10
R ²								0,416	0,455	0,324	0,384	0,310	0,379
Edu- cation	Duration of study	,230(**)	,191(**)					0,179 0,002	0,147 0,009				
	Grade point average			-,174(*)	-,203(**)	-,229(**)	-,233(**)				-0,191 0,001	-0,178 0,005	-0,143 0,015
Career Pattern	Number of transitions in organizations												
	Number of transitions between organizations												-0,124 0,035
	Number of parental leaves			-,191(**)	-,205(**)	-,269(**)	-,179(**)	-0,423 0,000	-0,181 0,012				-0,265 0,001



SEITE 35



Subjektiver Karriereerfolg















SEITE 36




Subjektiver Karriereerfolg – Soziale Herkunft




WIRTSCHAFTS
UNIVERSITÄT
WIEN VIENNA
UNIVERSITY OF
ECONOMICS
AND BUSINESS


Career un-satisfaction		Correlation Model					Regression Model						
		1-2	3-4	5-6	7-8	9-10	1-10	1-2	3-4	5-6	7-8	9-10	1-10
R ²								0,079	0,05	0,128	0,081	0,129	0,094
Social Origin	Occupation of the father												
	Occupation of the mother						-0,150						
	Education level of the father						0,020						
	Education level of the mother												



SEITE 37




Subjektiver Karriereerfolg – Persönlichkeit und Sozialverhalten




WIRTSCHAFTS
UNIVERSITÄT
WIEN VIENNA
UNIVERSITY OF
ECONOMICS
AND BUSINESS


Career un-satisfaction		Correlation Model					Regression Model						
		1-2	3-4	5-6	7-8	9-10	1-10	1-2	3-4	5-6	7-8	9-10	1-10
R ²								0,079	0,05	0,128	0,081	0,129	0,094
Personality	Emotional Stability (Neuroticism)		-,127(*)	-,216(**)	-,165(**)	-,274(**)	-,226(**)			-,0276 0,000	-,0206 0,001	-,0334 0,000	-,0242 0,001
	Conscientiousness					-,144(*)							
	Achievement Motivation		-,156(**)			-,126(*)	-,131(*)		-,0165 0,011				
	Leadership Motivation		-,139(*)	-,153(**)			-,124(*)						
Social Behavior	Flexibility		-,143(*)	-,157(**)									
	Openness for Social Contacts		-,153(**)	-,130(*)		-,144(*)	-,144(*)						
	Team Orientation												



SEITE 38



Subjektiver Karriereerfolg – Macciavellismus, Karrieretaktiken



WIRTSCHAFTS
UNIVERSITÄT
WIEN VIENNA
UNIVERSITY OF
ECONOMICS
AND BUSINESS

Career un-satisfaction	Correlation Model						Regression Model					
	1-2	3-4	5-6	7-8	9-10	1-10	1-2	3-4	5-6	7-8	9-10	1-10
R ²							0,079	0,05	0,128	0,081	0,129	0,094
Career Tactics												
Self-Monitoring												
Making Friends and Allies												
Networking												
Demonstrating Power and Status												
Self-Promotion and Self-Assertion												
Perceiving and increasing your attractiveness for the work place									0,200			
									0,002			
Aspirations												
Career Aspiration - CW												
Career Aspiration - FFP												
Career Aspiration - SE												
Career Aspiration - CF												
Career Aspiration - Money/Prestige												
Career Aspiration - Freedom/Individualism/Flexibility												
Machiavellianism												
Lack of Affectivity										-0,140		
Lack of Morality										0,026		
Realistic down to earth orientation												
Goal orientation												
Manipulative Behavior												
Imageseeking												
Preference for loosely structured situations												


SEITE 39

Conclusio



WIRTSCHAFTS
UNIVERSITÄT
WIEN VIENNA
UNIVERSITY OF
ECONOMICS
AND BUSINESS

Glück im Studium



Macht im Beruf





Geld im Beruf





Glück im Beruf




SEITE 40