

Executive Summary

In der vorliegenden Arbeit wird die Wirkung von Corporate Architecture auf Mitarbeitende eines Dienstleistungsunternehmens untersucht, um herauszufinden welche Komponenten der Arbeitsumgebung einen relevanten Einfluss auf Mitarbeitende haben und folglich bei der Raumgestaltung von einem Unternehmen berücksichtigt werden sollten.

Mit dem internen Marketing als Ausgangspunkt der Analyse findet sich ein direkter Bezug zwischen Arbeitszufriedenheit sowie Commitment und einer aus Kundensicht optimierten Dienstleistungsqualität. In diesem Kontext werden damit Arbeitszufriedenheit und Commitment, als unternehmensinterne Ziele des internen Marketings identifiziert. Es zeigt sich, dass Corporate Architecture als Instrument von Corporate Identity einen wesentlichen Beitrag zum Erreichen dieser Ziele leistet. Die Merkmale der Arbeitsumwelt haben aus architekturpsychologischer Sicht ebenfalls einen Einfluss auf die genannten Ziele des internen Marketings. Einerseits werden die physischen Merkmale der Arbeitsumgebung wie Raumklima, Beleuchtung, olfaktorische und akustische Reize, Farbgestaltung und Möblierung sowie die Ausstattung des Arbeitsplatzes untersucht. Andererseits wird die Auswirkung der räumlich-organisatorischen Arbeitsumgebung, namentlich Gebäudelay-out, Bürolayout und Bürokonzepte betrachtet. Die Auswirkungen der unterschiedlichen Merkmale werden anhand von Studien in Bezug auf ihre Relevanz untersucht und miteinander verglichen.

Die vorliegende Arbeit zeigt, dass die Arbeitsumwelt einen nachweisbar erheblichen Einfluss auf Mitarbeiter hat. Trotz individueller Wahrnehmung der Arbeitsumwelt aus Mitarbeitersicht sollte diese vom Unternehmen bewusst gestaltet und erfolgsorientiert eingesetzt werden.

Titel Bachelorarbeit: Wirkung von Corporate Architecture: Einfluss der Arbeitsumwelt auf Mitarbeitende

Abgabedatum: 23.08.2010