

# Übersicht

<b>Vorwort</b>	17
<b>Teil 1 Grundlagen</b>	19
Kapitel 1 Die Entwicklung der Wirtschaftspsychologie	21
Kapitel 2 Theorien der Arbeits-, Organisations- und Marktpsychologie	39
Kapitel 3 Methoden der Wirtschaftspsychologie	87
<b>Teil 2 Der Mensch in Organisationen</b>	133
Kapitel 4 Demografischer Wandel	135
Kapitel 5 Personalsuche	163
Kapitel 6 Personalauswahl	189
Kapitel 7 Integration neuer Mitarbeiter	239
Kapitel 8 Personalentwicklung	253
Kapitel 9 Teamarbeit und Teamentwicklung	295
Kapitel 10 Coaching	333
Kapitel 11 Kollegiale Beratung	361
Kapitel 12 Diversity Management	375
Kapitel 13 Arbeitsgestaltung	397
Kapitel 14 Psychologie sicheren Handelns bei der Arbeit	417
<b>Teil 3 Die Gestaltung von Organisationen</b>	449
Kapitel 15 Organisationskultur	451
Kapitel 16 Unternehmensethik	477
Kapitel 17 Organisationsentwicklung	501

<b>Teil 4</b>	<b>Der Mensch als Marktteilnehmer</b>	521
<b>Kapitel 18</b>	<b>Konsumentenverhalten</b>	523
<b>Kapitel 19</b>	<b>Psychologische Marktforschung</b>	589
<b>Glossar</b>		631
<b>Gesamtliteraturverzeichnis</b>		661
<b>Autorenverzeichnis</b>		699
<b>Register</b>		703

# Inhaltsverzeichnis

<b>Vorwort</b>	17
<b>Teil 1 Grundlagen</b>	19
<b>Kapitel 1 Die Entwicklung der Wirtschaftspsychologie</b>	21
1.1 Was Sie in diesem Kapitel erwartet	22
1.2 Einführung	22
1.2.1 Angewandte Wirtschaftspsychologie	26
1.2.2 Die Geschichte der Wirtschaftspsychologie	27
1.2.3 Teildisziplinen der Wirtschaftspsychologie	29
<b>Kapitel 2 Theorien der Arbeits-, Organisations- und Marktpsychologie</b>	39
2.1 Was Sie in diesem Kapitel erwartet	40
2.2 Einführung	40
2.3 Motivationstheorien	42
2.3.1 Physiologisch orientierte Theorien: Aktivations- und Emotionstheorien	43
2.3.2 Inhaltstheorien der Motivation	44
2.3.3 Prozesstheorien der Motivation	49
2.3.4 Lerntheorien	52
2.3.5 Prospect-Theorie	57
2.4 Kognitionstheorien	57
2.4.1 Konsistenztheorien	58
2.4.2 Hypothesen- und Einstellungstheorien	59
2.4.3 Attributionstheorien	63
2.4.4 Kontrolltheorien	65
2.4.5 Reaktanztheorie	67
2.4.6 Informationsverarbeitungstheorien	68
2.4.7 Handlungstheorien	72
2.5 Interaktionstheorien	74
2.5.1 Austauschtheorien und Gerechtigkeitstheorien	74
2.5.2 Rollentheorien	79
2.5.3 Theorien zum Gruppeneinfluss	80
2.5.4 Theorien sozialer Identität	82

<b>Kapitel 3</b>	<b>Methoden der Wirtschaftspsychologie</b>	<b>87</b>
3.1	Was Sie in diesem Kapitel erwartet	88
3.2	Einführung	88
3.3	Methoden der Datengewinnung	91
3.3.1	Messen und Skalenniveau	91
3.3.2	Variablen	92
3.3.3	Hypothesen	94
3.3.4	Der Forschungsprozess	94
3.3.5	Anmerkung zum Studiendesign	97
3.3.6	Methoden der Datenerhebung	98
3.4	Verfahren zur Datenanalyse	103
3.4.1	Überblick über die behandelten Verfahren	103
3.4.2	Deskriptive Statistik	103
3.4.3	Inferenzstatistik	104
3.4.4	Die Analyse von Häufigkeiten	107
3.4.5	Die Prüfung von Verteilungsannahmen	111
3.4.6	Korrelationen: das Prüfen von Zusammenhangshypothesen	113
3.4.7	Vergleich von Gruppen hinsichtlich einer numerischen abhängigen Variablen	116
3.5	Multiple Regression	126
3.5.1	Hintergrund	126
3.5.2	Verfahren	127
3.5.3	Anwendungsbeispiel zur multiplen Regression	128
3.5.4	Gemeinsamkeiten mit der Varianzanalyse	129
3.6	Weitere Verfahren zur Datenanalyse	130
<b>Teil 2</b>	<b>Der Mensch in Organisationen</b>	<b>133</b>
<b>Kapitel 4</b>	<b>Demografischer Wandel</b>	<b>135</b>
4.1	Was Sie in diesem Kapitel erwartet	136
4.2	Einführung	136
4.3	Der demografische Wandel und seine Auswirkungen	137
4.4	Jüngere Arbeitnehmer: Was ist dran an der „Generation Y“?	139
4.4.1	Berufsorientierung und Arbeitsplatzwartungen	140
4.4.2	Arbeitsstress und Erholungsverhalten der Generation Y	143
4.5	Ältere Arbeitnehmer: alte Hasen oder altes Eisen?	144
4.5.1	Fakten zu geistigen Altersprozessen	146
4.5.2	Fakten zum Krankenstand	148
4.5.3	Fakten zu Arbeitsmotivation und Arbeitsengagement	149
4.6	Zusammensetzung und Führung von altersheterogenen Arbeitsgruppen	151
4.6.1	Sind altersheterogene Arbeitsgruppen altershomogenen überlegen?	151
4.6.2	Führung älterer Mitarbeiter	152
4.7	Handlungsbedarf und -felder für die Unternehmen	153
4.8	Anwendungsbeispiel	155

<b>Kapitel 5 Personalsuche</b>	<b>163</b>
5.1 Was Sie in diesem Kapitel erwartet	164
5.2 Einführung	164
5.3 Anforderungsanalyse	170
5.4 Methoden der Personalsuche	174
5.5 Rechtliche Aspekte	183
5.6 Anwendungsbeispiel	185
<b>Kapitel 6 Personalauswahl</b>	<b>189</b>
6.1 Was Sie in diesem Kapitel erwartet	190
6.2 Einführung	190
6.3 Die Bedeutung von Personalauswahl	191
6.4 Personalvorauswahl	193
6.5 Einsatz von Auswahlinterviews	200
6.6 Eigenschaftsorientierte Verfahren	206
6.6.1 Einsatz von Leistungstests	207
6.6.2 Einsatz von Persönlichkeitstests	208
6.7 Verhaltensorientierte Verfahren	212
6.7.1 Assessment-Center (AC)	212
6.8 Webbasierte Auswahlverfahren	216
6.8.1 Rahmenbedingungen	218
6.8.2 Technische Voraussetzungen und Zugriffsmöglichkeiten	219
6.8.3 Schutz und Sicherheit der Testinhalte und Daten	219
6.8.4 Webbasierte Anwendung von Testverfahren	221
6.8.5 Zusammenfassung und Ausblick	227
6.9 Qualitätsanforderungen an Auswahlverfahren	227
6.10 Anwendungsbeispiel	229
<b>Kapitel 7 Integration neuer Mitarbeiter</b>	<b>239</b>
7.1 Was Sie in diesem Kapitel erwartet	240
7.2 Einführung	240
7.3 Definitionen und weitere Begrifflichkeiten	242
7.4 Probleme bei der Integration neuer Mitarbeiter	243
7.4.1 Fehlgeleitete Erwartungen	243
7.4.2 Rollenkonflikte	244
7.4.3 Führungsdefizite	244
7.5 Ein Modell zur Integration neuer Mitarbeiter	245
7.5.1 Informationsseminar für neue Mitarbeiter	246
7.5.2 Informationsbroschüre	246
7.5.3 Mentoring	246
7.5.4 Onboardingworkshop für Vorgesetzte	247
7.5.5 Checkliste für Vorgesetzte	247
7.5.6 Informelle Gespräche	249
7.5.7 Come Together Events	249

7.6	Anwendungsbeispiel . . . . .	249
7.6.1	Vor dem ersten Arbeitstag . . . . .	249
7.6.2	Der erste Arbeitstag . . . . .	250
7.6.3	2. Tag bis Ende der Probezeit . . . . .	250
<b>Kapitel 8 Personalentwicklung</b>		<b>253</b>
8.1	Was Sie in diesem Kapitel erwartet . . . . .	254
8.2	Einführung . . . . .	255
8.3	Grundlagen, Begriffe und Definitionen . . . . .	256
8.4	Ziele von Personalentwicklung. . . . .	260
8.5	Ansätze. . . . .	263
8.5.1	Kompetenzentwicklung im Fokus. . . . .	263
8.5.2	Passung von Mensch und Tätigkeit. . . . .	268
8.6	Konzeption von PE-Programmen . . . . .	269
8.7	Ermittlung des PE-Bedarfs. . . . .	270
8.8	Entwicklung von Interventionen . . . . .	273
8.9	Durchführung von Personalentwicklungsmaßnahmen . . . . .	274
8.9.1	Formen und Formate der PE . . . . .	275
8.9.2	Methoden und Techniken der PE . . . . .	282
8.10	Die Evaluation von Personalentwicklung. . . . .	283
8.11	Personalentwicklung für Führungskräfte . . . . .	286
8.12	Fazit, Ausblick und Herausforderungen. . . . .	290
8.13	Anwendungsbeispiel. . . . .	291
<b>Kapitel 9 Teamarbeit und Teamentwicklung</b>		<b>295</b>
9.1	Was Sie in diesem Kapitel erwartet . . . . .	296
9.2	Einführung . . . . .	296
9.3	Grundlagen und Definitionen . . . . .	297
9.3.1	Was ist eine Arbeitsgruppe, was ein Team? . . . . .	298
9.3.2	Was macht nun ein Team aus? . . . . .	298
9.4	Teams in Unternehmen . . . . .	302
9.4.1	Beziehungen zwischen Teams . . . . .	302
9.4.2	Teamidentität . . . . .	303
9.5	Zur Historie der Gruppen-/Teamforschung . . . . .	304
9.6	Die Psychologie von Teams . . . . .	305
9.6.1	Entwicklungsphasen von Teams . . . . .	305
9.7	Gruppendynamik . . . . .	309
9.7.1	Leistungsvorteile von Teams . . . . .	309
9.7.2	Rollen in Teams . . . . .	310
9.8	Formen von Teamarbeit. . . . .	311
9.8.1	Projektteams . . . . .	311
9.8.2	Problemlöseteams . . . . .	311
9.8.3	Cross-Functional-Teams . . . . .	312
9.8.4	Virtuelle Teams . . . . .	312
9.8.5	Teilautonome Teams . . . . .	313
9.8.6	Multikulturelle Teams . . . . .	313
9.8.7	Führungsteams. . . . .	314

9.9	Erfolgsfaktoren von Teamarbeit .....	314
9.9.1	Kommunikation.....	314
9.9.2	Struktur .....	315
9.10	Teamgröße .....	315
9.11	Hindernisse erfolgreicher Teamarbeit .....	316
9.11.1	Konflikte im Team.....	316
9.11.2	Trittbrettfahrer.....	317
9.11.3	Teamnormen und Konformitätsdruck .....	318
9.11.4	Dominanz des „Wir-Gefühls“ .....	319
9.12	Das Führen von Teams .....	320
9.12.1	Team-Coaching .....	321
9.13	Teamentwicklung .....	322
9.13.1	Anlässe für eine Teamentwicklung .....	322
9.13.2	Zielsetzungen von Teamentwicklung.....	322
9.14	Anwendungsbeispiel .....	323
9.14.1	Teamentwicklung .....	323
9.14.2	Erster Seminartag.....	326
9.14.3	Zweiter Seminartag .....	328
9.14.4	Dritter Seminartag .....	329
<b>Kapitel 10</b>	<b>Coaching</b> .....	<b>333</b>
10.1	Was Sie in diesem Kapitel erwartet .....	334
10.2	Einführung.....	334
10.3	Zum Begriff „Coaching“ .....	335
10.4	Die Entwicklung des Coaching.....	338
10.5	Formen des Coaching .....	340
10.5.1	Einzel-Coaching .....	340
10.5.2	Gruppen- oder Team-Coaching .....	340
10.5.3	Projekt-Coaching .....	341
10.6	Interner versus externer Coach.....	342
10.6.1	Coaching durch einen organisationsinternen Coach .....	342
10.6.2	Interner Coach .....	342
10.6.3	Externer Coach.....	343
10.7	Abgrenzungen der Interventionsformen im Rahmen der Organisations- und Personalentwicklung .....	343
10.7.1	Mentoring .....	343
10.7.2	Supervision .....	344
10.7.3	Training .....	344
10.7.4	Kollegiale Beratung (Intervision) .....	344
10.8	Abgrenzung zur Psychotherapie .....	344
10.9	Grenzen und Gefahren von Coaching .....	345
10.10	Grundlagen eines effektiven Coaching-Prozesses .....	345
10.10.1	Das Umfeld des Coaching-Gesprächs .....	345
10.10.2	Fähigkeiten eines Coachs .....	346
10.11	Phasen des Coaching-Prozesses .....	348

10.12 Anwendungsbeispiel.....	350
10.12.1 Ganzheitliches Führen und Coaching.....	350
10.12.2 Mitarbeiter-Coaching durch die Führungskraft.....	351
10.12.3 Potenzielle Rollenkonflikte für die Führungskraft.....	352
10.12.4 Der Reifegrad des Mitarbeiters.....	352
10.12.5 Die vier Coaching-Stile.....	354
10.12.6 Hilfsmittel zur Umsetzung.....	357
10.12.7 Die Einführung neuer Mitarbeiter.....	358
10.12.8 Coaching als Hilfestellung bei der Zielerreichung.....	358
<b>Kapitel 11 Kollegiale Beratung</b> .....	<b>361</b>
11.1 Was Sie in diesem Kapitel erwartet.....	362
11.2 Einführung.....	362
11.3 Die Methode und ihre Anwendung.....	363
11.4 Abgrenzung von anderen Beratungsmethoden.....	365
11.5 Zielsetzungen und postulierte Effekte.....	367
11.6 Wirkt die kollegiale Beratung? Empirischer Forschungsstand.....	368
11.6.1 Wirksamkeitsforschung im deutschsprachigen Raum.....	368
11.6.2 Internationaler Forschungsstand.....	369
11.7 Anwendungsbeispiel.....	370
11.7.1 Kollegiale Beratung in der psychiatrischen Krankenpflege.....	370
11.7.2 Evaluation des Beratungsprojektes.....	371
11.7.3 Zentrale Ergebnisse.....	372
<b>Kapitel 12 Diversity Management</b> .....	<b>375</b>
12.1 Was Sie in diesem Kapitel erwartet.....	376
12.2 Einführung.....	376
12.3 Diversity Management – Begrifflichkeiten und Ansätze.....	378
12.3.1 Begriff und Dimensionen von Diversity.....	378
12.3.2 Der Diversity Management Ansatz.....	381
12.3.3 Diversity Management und Organisationskultur.....	385
12.4 Die Verbreitung von Diversity Management.....	387
12.5 Anwendungsbeispiel.....	387
<b>Kapitel 13 Arbeitsgestaltung</b> .....	<b>397</b>
13.1 Was Sie in diesem Kapitel erwartet.....	398
13.2 Einführung.....	398
13.3 Arbeitstätigkeit: Begriffe und theoretischer Hintergrund.....	400
13.4 Ziele und Ansätze der Arbeitsgestaltung.....	402
13.4.1 Bedingungsbezogene Arbeitsgestaltung.....	404
13.4.2 Personenbezogene Arbeitsgestaltung.....	406
13.5 Anwendungsbeispiel.....	411

<b>Kapitel 14</b>	<b>Psychologie sicheren Handelns bei der Arbeit</b>	<b>417</b>
14.1	Was Sie in diesem Kapitel erwartet . . . . .	418
14.2	Einführung. . . . .	419
14.3	Grundlagen und Begriffe. . . . .	421
14.4	Theorien und Ansätze zur Psychologie sicheren Handelns . . . . .	426
14.4.1	Organisationale Einflussfaktoren . . . . .	429
14.4.2	Soziale Einflussfaktoren . . . . .	433
14.4.3	Individuelle Einflussfaktoren . . . . .	436
14.4.4	Psychologische Theorien fehlerhaften Handelns. . . . .	439
14.4.5	Förderung sicheren Handelns. . . . .	442
14.5	Anwendungsbeispiel . . . . .	443
<b>Teil 3</b>	<b>Die Gestaltung von Organisationen</b>	<b>449</b>
<b>Kapitel 15</b>	<b>Organisationskultur</b>	<b>451</b>
15.1	Was Sie in diesem Kapitel erwartet . . . . .	452
15.2	Einführung. . . . .	452
15.3	Funktionen der Organisationskultur . . . . .	455
15.4	Organisationskultur als Konzept . . . . .	456
15.5	Modelle der Organisationskultur . . . . .	457
15.5.1	Typologisierungsmodelle . . . . .	458
15.5.2	Typisierung nach Deal und Kennedy. . . . .	460
15.5.3	Ebenenmodelle . . . . .	461
15.5.4	Kreismodelle . . . . .	463
15.6	Gestaltbarkeit und Wandel von Organisationskulturen . . . . .	465
15.7	Anwendungsbeispiel . . . . .	468
15.8	Kulturwandel in vier Phasen . . . . .	471
<b>Kapitel 16</b>	<b>Unternehmensethik</b>	<b>477</b>
16.1	Was Sie in diesem Kapitel erwartet . . . . .	478
16.2	Problemstellung . . . . .	478
16.3	Einführung. . . . .	481
16.4	Abgrenzungen . . . . .	485
16.5	Grundlagen und Begriffe. . . . .	490
16.6	Anwendungsbeispiel . . . . .	492
<b>Kapitel 17</b>	<b>Organisationsentwicklung</b>	<b>501</b>
17.1	Was Sie in diesem Kapitel erwartet . . . . .	502
17.2	Einführung. . . . .	503
17.3	Grundlagen, Definitionen und Abgrenzungen. . . . .	504
17.4	Geschichte bzw. Wurzeln der Organisationsentwicklung. . . . .	508
17.4.1	Laboratoriumsmethode . . . . .	508
17.4.2	Survey Feedback bzw. Aktionsforschung . . . . .	509
17.4.3	Soziotechnischer Systemansatz . . . . .	510

17.5	Ansätze von Organisationsentwicklung . . . . .	511
17.6	Ablauf von Organisationsentwicklung und Erfolgsfaktoren . . . . .	513
17.7	Veränderungsverlauf und Widerstände . . . . .	515
17.8	Anwendungsbeispiel . . . . .	517

## **Teil 4      Der Mensch als Marktteilnehmer** 521

### **Kapitel 18   Konsumentenverhalten** 523

18.1	Was Sie in diesem Kapitel erwartet . . . . .	524
18.2	Einführung . . . . .	524
18.3	Perspektiven des Konsumentenverhaltens zwischen Marktpsychologie und Marketing . . . . .	528
18.3.1	Konsumentenverhalten aus der Sicht der Psychologie und der Betriebswirtschaftslehre . . . . .	528
18.3.2	Psychologie in den Marketingbereichen Produkt, Preis, Vertrieb und Kommunikation . . . . .	530
18.3.3	Marketing-Mix im Marketing-Modell des Konsumentenverhaltens . . . . .	533
18.4	Grundlagen und Definitionen . . . . .	535
18.4.1	Menschenbilder . . . . .	536
18.4.2	Ökologische Perspektive . . . . .	538
18.5	Theorien der Psychologie und deren Anwendung in der Marktpsychologie . . . . .	540
18.5.1	Theorien und Modelle zur Motivation und Emotion des Konsumenten . . . . .	542
18.5.2	Theorien und Modelle zur Kognition des Konsumenten . . . . .	544
18.5.3	Theorien und Modelle zur Interaktion des Konsumenten . . . . .	551
18.6	Allgemeine und spezifische Modelle des Konsumentenverhaltens . . . . .	552
18.6.1	Allgemeine markt- und werbepsychologische Modelle . . . . .	553
18.6.2	Spezifische Werbewirkungsmodelle . . . . .	557
18.7	Ausgewählte Aspekte des Konsumentenverhaltens . . . . .	562
18.7.1	Werben und Konsumieren . . . . .	563
18.7.2	Kaufentscheidung und Kaufentscheidungsprozess . . . . .	570
18.7.3	Kundenbeziehung, Kundenzufriedenheit und Kundenbindung . . . . .	577
18.7.4	Verbraucherschutz und -recht . . . . .	581
18.7.5	Konsumieren und Sucht . . . . .	583
18.8	Anwendungsbeispiel . . . . .	584

### **Kapitel 19   Psychologische Marktforschung** 589

19.1	Was Sie in diesem Kapitel erwartet . . . . .	590
19.2	Einführung . . . . .	590
19.3	Grundlagen und Definitionen . . . . .	593
19.4	Psychologische Marktforschung . . . . .	596

19.5	Untersuchungsmethoden der psychologischen Marktforschung . . . . .	598
19.5.1	Untersuchungsmethoden im Bereich der Umwelt. . . . .	598
19.5.2	Untersuchungsmethoden im Bereich der Person. . . . .	599
19.5.3	Untersuchungsmethoden im Bereich Verhalten und Verhaltensergebnisse. . . . .	604
19.6	Psychologische Marktforschung im Marketing, rechtliche und ethische Aspekte . . . . .	605
19.7	Anwendungsbeispiel . . . . .	612
19.7.1	Untersuchungs-, Auswertungsmethoden und Ablauf einer Marktforschungsstudie in der Praxis . . . . .	615
19.7.2	Ein Marktforschungsprojekt der Firma <i>Drill GmbH</i> . . . . .	618
	<b>Glossar</b>	631
	<b>Gesamtliteraturverzeichnis</b>	661
	<b>Autorenverzeichnis</b>	699
	<b>Register</b>	703