

Inhalt

1	Einleitung	11
2	Theoretischer Rahmen	13
2.1	Ziele	13
2.1.1	Begriff	13
2.1.2	Organisationsziele	14
2.1.3	Persönliche Ziele	15
2.1.4	Beziehungen zwischen Zielen	15
2.2	Organisation	16
2.2.1	Begriff	16
2.2.2	Dynamik	17
2.3	Sprache und Kultur	18
2.3.1	Sprache	18
2.3.1.1	Ursprung	18
2.3.1.2	Eigenschaften	19
2.3.2	Kultur	20
2.3.2.1	Begriff	20
2.3.2.2	Kultur als Verhaltensdeterminante	23
2.3.3	Zusammenschau	24
2.4	Kommunikation	24
2.4.1	Begriff, Modelle	24
2.4.1.1	Elemente der Kommunikation nach Lasswell	25
2.4.1.2	Shannons lineares Modell	25
2.4.1.3	Bühlers Organonmodell	26
2.4.1.4	Stichpunkte aus Watzlawicks Menschlicher Kommunikation	27
2.4.1.5	Schulz von Thuns ‚Vier-Ohren-Modell‘	29
2.4.2	Zweck	30

2.5	Emotionen	31
2.6	Handlungssteuerung.....	32
2.6.1	Motivation	32
2.6.1.1	Begriff	32
2.6.1.2	Erwartungs-Wert-Theorien	33
2.6.1.3	Motiviertes Verhalten	33
2.6.1.4	Motivation und Emotion	34
2.6.2	Einstellungen	35
2.6.2.1	Begriff	35
2.6.2.2	Einstellungen und Kultur.....	36
2.6.2.3	Einstellungen als Verhaltensprädiktoren.....	36
2.6.2.4	Widerstand gegen Organisationsveränderungen	39
2.6.2.5	Erwerb und Änderung von Einstellungen.....	40
2.6.2.5.1	Lerntheoretische Gedanken	40
2.6.2.5.2	Überzeugende Kommunikation	41
2.6.2.5.3	Modell der Elaborationswahrscheinlichkeit.....	42
2.7	Zusammenfassung	43
2.7.1	Prämissen.....	43
2.7.1.1	Objektbezogene und dispositive Tätigkeiten	43
2.7.1.2	Sprachgewohnheiten	43
2.7.2	Gedankengebäude	45
3	Fragestellung und inhaltliche Hypothesen.....	49
3.1	Fragestellung	49
3.2	Inhaltliche Hypothesen	49
4	Untersuchung	51
4.1	Skizze	51
4.2	Versuchsidee	52
4.3	Kooperationspartner: RWE.....	52

4.4	Restriktionen.....	53
4.5	Beschreibung.....	54
4.5.1	Unabhängige Variable	54
4.5.1.1	Aufbau der Fallstudie.....	54
4.5.1.2	Verwendete Anglizismen	55
4.5.1.3	Balance.....	57
4.5.2	Untersuchungsumfeld.....	59
4.5.3	Materialien	59
4.5.4	Ablauf	60
4.5.5	Instruktionen	60
4.5.6	Abhängige Variablen	61
4.5.6.1	Stimmung / Emotionen	62
4.5.6.2	Handlungsabsicht / Motivation im Sinne der Fallstudie.....	66
4.5.6.3	Einschätzung des Beraters / Attribution.....	67
4.5.6.4	Textverständnis	69
4.5.6.5	Einstellungen	69
4.5.6.6	Vokabelverständnis	71
4.5.6.7	Demographie	72
4.6	Statistische Hypothesen	73
4.6.1	Stimmung / Emotionen	73
4.6.2	Handlungsabsicht / Motivation.....	74
4.6.3	Attribution	74
4.6.4	Textverständnis	74
4.6.5	Einstellungen	74
4.6.6	Vokabelverständnis	74
4.7	Auswertung.....	75
4.7.1	Verfahren, statistisches Instrumentarium.....	75
4.7.1.1	Stichprobe / Generalisierbarkeit	75