

# Inhalt

## Teil I: Psychologische Grundlagen

### 1. Kapitel:

#### Biologische Psychologie und der evolutionäre Rahmen 9

|     |  |    |
|-----|--|----|
| 1.1 | Überblick                                | 9  |
| 1.2 | Die Entwicklung zum Homo sapiens sapiens | 10 |
| 1.3 | Die natürliche Selektion                 | 13 |
| 1.4 | Die sexuelle Selektion                   | 19 |
| 1.5 | Die elterliche Investition               | 22 |
| 1.6 | Der soziale Verband                      | 23 |
| 1.7 | Kontrollfragen zum ersten Kapitel        | 29 |

### 2. Kapitel:

#### Sozialpsychologische Aspekte 30

|     |                                       |    |
|-----|---------------------------------------|----|
| 2.1 | Überblick                             | 30 |
| 2.2 | Das Individuum und seine Bezugsgruppe | 31 |
| 2.3 | Die Wahrnehmung anderer Personen      | 34 |
| 2.4 | Die Wahrnehmung der eigenen Person    | 41 |
| 2.5 | Gruppenzugehörigkeit und Identität    | 47 |
| 2.6 | Einstellungen                         | 56 |
| 2.7 | Kontrollfragen zum zweiten Kapitel    | 58 |

### 3. Kapitel:

#### Unsere gegenwärtige Kenntnis von der Arbeitsweise menschlicher Kognition

60

|     |                                    |    |
|-----|------------------------------------|----|
| 3.1 | Überblick                          | 60 |
| 3.2 | Die methodische Entwicklung        | 61 |
| 3.3 | Wahrnehmung                        | 65 |
| 3.4 | Gedächtnis                         | 75 |
| 3.5 | Denken                             | 87 |
| 3.6 | Kontrollfragen zum dritten Kapitel | 97 |

## **Teil II: Theoretische Grundlagen und experimentelle Befunde der Wirtschaftspsychologie**

|  |            |
|--|------------|
| <b>4. Kapitel:</b><br><b>Transaktionen als Objekte der Wirtschaftspsychologie</b>  | <b>98</b>  |
| 4.1 Überblick  | 98         |
| 4.2 Markt versus vertikale Integration   | 99         |
| 4.3 Die fundamentale Transformation und der Opportunismus                          | 101        |
| 4.4 Kontrollfragen zum vierten Kapitel   | 105        |
| <b>5. Kapitel:</b><br><b>Organisationen als Objekte der Wirtschaftspsychologie</b> | <b>106</b> |
| 5.1 Überblick  | 106        |
| 5.2 Die Bedeutung eingespielter Annahmen im Unternehmen                            | 107        |
| 5.3 Die Psychologie der Reorganisation   | 109        |
| 5.4 Umlernen nach Erfolg und Umlernen nach Misserfolg                              | 113        |
| 5.5 Kontrollfragen zum fünften Kapitel   | 118        |
| <b>6. Kapitel:</b><br><b>Die Psychologie der Arbeit im Unternehmen</b>             | <b>120</b> |
| 6.1 Überblick  | 120        |
| 6.2 Job Design   | 121        |
| 6.3 Die Psychologie der weisungsgebundenen Arbeit                                  | 128        |
| 6.4 Psychologische Aspekte des Human Resource Managements                          | 137        |
| 6.5 Kontrollfragen zum sechsten Kapitel  | 148        |
| <b>7. Kapitel:</b><br><b>Die Produktion und die Kosten</b>                         | <b>150</b> |
| 7.1 Überblick  | 150        |
| 7.2 Kostenentscheidungen und Kostenkontrolle                                       | 151        |
| 7.3 Die Dynamik von Projekten  | 155        |
| 7.4 Kontrollfragen zum siebten Kapitel   | 169        |

|  |            |
|--|------------|
| <b>8. Kapitel:</b><br><b>Die Nachfrage der Endverbraucher und das Angebot<br/>im Oligopol</b>  | <b>170</b> |
| 8.1 Überblick  | 170        |
| 8.2 Wertgewinn für Verbraucher mit differenzierten post-modernen Lebensstilen                  | 171        |
| 8.3 Angebotsdifferenzierung bei post-modernen Lebensstilen                                     | 176        |
| 8.4 Kontrollfragen zum achten Kapitel  | 180        |
| <b>9. Kapitel:</b><br><b>Das Handelsgeschäft und der Preis</b>                                 | <b>181</b> |
| 9.1 Überblick  | 181        |
| 9.2 Die Kaufentscheidung   | 182        |
| 9.3 Der Ankereffekt  | 186        |
| 9.4 Kontrollfragen zum neunten Kapitel   | 193        |
| <b>10. Kapitel:</b><br><b>Heuristiken bei der Kaufentscheidung</b>                             | <b>194</b> |
| 10.1 Überblick   | 194        |
| 10.2 Die Verfügbarkeitsheuristik, die Repräsentativitätsheuristik und die Attributsubstitution | 195        |
| 10.3 Das Status-Quo-Bias und der Endowment-Effekt  | 201        |
| 10.4 Der Markt und der Spielraum für Kreativität   | 207        |
| 10.5 Kontrollfragen zum zehnten Kapitel  | 211        |
| <b>11. Kapitel:</b><br><b>Die Psychologie des Verkaufs</b>                                     | <b>212</b> |
| 11.1 Überblick   | 212        |
| 11.2 Das interaktive Verkaufsgespräch  | 213        |
| 11.3 Psychologische Effekte im Verkauf   | 218        |
| 11.4 Kontrollfragen zum elften Kapitel   | 226        |

|  |            |
|--|------------|
| <b>12. Kapitel:</b><br><b>Informatisierung, Internationalisierung und die Zukunft</b><br><b>des Wirtschaftens und der Arbeit</b> | <b>227</b> |
| 12.1 Überblick   | 227        |
| 12.2 Daten, Information, Wissen, Intelligenz   | 228        |
| 12.3 Arbeiten mit Unterstützung durch Informationstechnologie  | 242        |
| 12.4 Internationalisierung und Globalisierung  | 248        |
| 12.5 Kontrollfragen zum zwölften Kapitel   | 253        |
| <br>   |            |
| <b>Literatur</b>   | <b>256</b> |
| <br>   |            |
| <b>Über den Verfasser</b>  | <b>269</b> |