

Inhaltsverzeichnis

Vorwort zur 2. Auflage	5
Vorwort zur 1. Auflage	6

A Grundlagen der Wirtschaftspsychologie

1	Gegenstand der Wirtschaftspsychologie	14
1.1	<i>Entwicklung der Wirtschaftspsychologie</i>	14
	Allgemeine Wirtschaftspsychologie · Spezielle Wirtschaftspsychologien	
1.2	<i>Abgrenzung zu anderen Disziplinen</i>	18
	Psychologie und Wirtschaftspsychologie · Soziologie und Wirtschaftspsychologie · Ökonomie und Wirtschaftspsychologie	
1.3	<i>Besonderheiten wirtschaftlichen Verhaltens</i>	23
	Verhalten – Entscheiden – Handeln · Wirtschaftliches Verhalten · Charakteristik des ökonomischen Kontexts · Gleichrichtung des Verhaltens · Konformes und abweichendes Verhalten	
1.4	<i>Zur Problematik rationalen Verhaltens</i>	28
	Das Rationalprinzip · Nutzenmaximierung · Entscheidungsanomalien · Jenseits der Rationalität	
1.5	<i>Zum Menschenbild der Wirtschaftspsychologie</i>	36
	Psychologie und Menschenbild · Hedonistische und utilitaristische Menschenbilder	
2	Methoden der Wirtschaftspsychologie	39
2.1	<i>Einige methodologische Besonderheiten</i>	39
	Forschungslogik · Forschungstechnik	
2.2	<i>Wirtschaftspsychologisch relevante Meßverfahren</i>	42
	Indices · Skalen · Testverfahren	
2.3	<i>Wirtschaftspsychologisch relevante Erhebungsmethoden</i>	45
	Befragung · Beobachtung · Experiment · Weitere Methoden	
2.4	<i>Probleme des Anwendungsbezugs</i>	52
3	Theorien der Wirtschaftspsychologie	54
3.1	<i>Ein Bezugsrahmen für wirtschaftspsychologische Forschung</i>	54

3.2	<i>Eine Revue wirtschaftspsychologisch relevanter Theorien</i>	58
3.2.1	Theorien im Bereich der Motivation Aktivationstheorien · Bedürfnistheorien · Theorie der Leistungsmotivation · Instrumentalitätstheorie · Lerntheorien · Theorie des Modell-Lernens · Prospect-Theory	58
3.2.2	Theorien im Bereich der Kognition Hypothesen- und Einstellungstheorien · Konsistenztheorien · Attributionstheorien · Kontrolltheorien · Reaktanztheorie · Information-Processing-Theorien · Handlungstheorien · Selbstkonzept-Theorien	79
3.2.3	Theorien im Bereich der Interaktion Austauschtheorien · Gerechtigkeitstheorien · Rollentheorie · Theorien zum Gruppeneinfluß · Theorie sozialer Identität	98
3.3	<i>Ein Theoriekern für wirtschaftspsychologische Forschung</i>	110

B Bereiche der Wirtschaftspsychologie

1	Psychologie makroökonomischer Prozesse	115
1.1	<i>Psychologie wirtschaftlicher Entwicklung</i>	115
1.1.1	Psychologie der Industrialisierung Puritanische Ethik · Alternative Ansätze · Ein Lernmodell wirtschaftlicher Entwicklung	115
1.1.2	Psychologie des Unternehmertums Persönlichkeitsvariablen · Motivationsvariablen · Kognitive Variablen · Soziale Variablen	118
1.1.3	Psychologie der Entwicklungsländer Wandel im Wertsystem · Wandel der Strukturen · Kompatibilität ökonomischer Aktivitäten · Antizipierte „Vorteilhaftigkeit“ · Modell-Lernen	121
1.1.4	Psychologie der Internationalisierung Psychologische Aspekte kultureller Unterschiede · Interkulturelles Marketing · Internationale Personalpolitik · Interkulturelles Management · Wirtschaftspsychologischer Exkurs zur Wiedervereinigung	126
1.2	<i>Psychologie entwickelter Gesellschaften</i>	134
1.2.1	Psychologie des Wertewandels Werte – Einstellungen – Lebensstile · Fallgruben der Wertewandel-Forschung · Thesen zum Wertewandel · Segmentierung nach Werten · Implikationen im wirtschaftlichen Bereich	134
1.2.2	Psychologie der Anspruchsbildung Anspruchsdynamik und Anspruchsinflation · Ansprüche an den Staat · Das Easterlin-Paradox	141
1.2.3	Psychologie der Umweltproblematik Wachstum und Ökologie · Verhalten der Hersteller · Verhalten der Verbraucher	145

1.2.4	Psychologie der Schattenwirtschaft	149
	Innerhäusliche Eigenproduktion · Schwarzarbeit · Wirtschaftskriminalität	
1.2.5	Psychologie der Arbeitslosigkeit	152
	Ursachen der Arbeitslosigkeit · Folgen der Arbeitslosigkeit · Attributionsprozesse · Antizipierte Arbeitslosigkeit	
1.3	<i>Psychologie monetärer Sachverhalte</i>	157
1.3.1	Psychologie des Geldes	157
	Geld als generalisierter Verstärker · Geldform und Wertschätzung · Geld als Tauschmedium · Geldwertänderungen/Inflation	
1.3.2	Psychologie des Einkommens	163
	Bedeutung des Einkommens · Kontext des Einkommens · Verteilungsgerechtigkeit	
1.3.3	Psychologie der Besteuerung	166
	Steuerbelastungsgefühl · Steuermoral · Nebenwirkungen der Besteuerung	
1.3.4	Psychologie des Sparens	169
	Sparziele und Sparmotive · Differentielle Aspekte des Sparens · Wandel der Sparmentalität · Sparen und Belohnungsaufschub · Sparen und Erwartungen · Geldanlage-Entscheidungen und Risiko · Spekulation und Börse · Kreditaufnahme/Verschuldung	
2	Psychologie mikroökonomischer Prozesse	182
2.1	<i>Arbeits- und Organisationspsychologie</i>	182
2.1.1	Psychologie der Arbeit	182
2.1.1.1	Psychologie des Arbeitspersonals	183
	Auswahlprozesse seitens des Individuums · Sozialisation und Laufbahnentwicklung · Auswahlprozesse seitens der Organisation · Assessment-Center · Beurteilung von Mitarbeitern · Personalentwicklung und Training	
2.1.1.2	Psychologie der Arbeitsgestaltung	195
	Partikularisierung der Arbeit · Regulierung der Arbeitstätigkeit · Arbeitsstrukturierung und Handlungsspielraum · Technikfolgen und Akzeptanz	
2.1.1.3	Psychologie der Arbeitsmotivation	201
	Grundkonzepte der Arbeitsmotivation · Prozeßmodelle zur Arbeitsmotivation · Extrinsische/Intrinsische Motivation · Motivation, Zielinduktion und Aufgabeninhalt	
2.1.1.4	Psychologie der Arbeitszufriedenheit	209
	Zum Konzept der Arbeitszufriedenheit · Strukturen der Arbeitszufriedenheit · Bezugssysteme für Arbeitszufriedenheit	
2.1.1.5	Psychologie der Arbeitsbelastung	216
	Psychologische Streßmodelle · Stressoren im Arbeitsbereich · Streß und Leistung · Streßreaktionen und Streßbewältigung	

2.1.2	Psychologie der Organisation	223
2.1.2.1	Psychologie organisationaler Rahmenbedingungen Organisationsziele · Organisations„korsett“ · Organisationskultur · Corporate Identity · Organisationsklima	224
2.1.2.2	Psychologie organisationaler Gruppen ✓ Organisationsrelevante Gruppenformen · Dimensionen der Gruppenstruktur · Gestaltung der Gruppenstruktur · Interaktion in Gruppen · Leistung in Gruppen · Gruppendynamisches Training	233
2.1.2.3	Psychologie organisationaler Macht Grundlagen der Macht · Strukturelle Macht/Machtstrukturen · Mikropolitik	241
2.1.2.4	Psychologie organisationaler Konflikte ✓ Formen des Konflikts · Konfliktverlauf und Konfliktregelung · Konflikte in organisationalen Gruppen · Konflikte zwischen organisationalen Gruppen	246
2.1.2.5	Psychologie organisationaler Führung Faktisches Führungsverhalten · Führungseigenschaften und Führungsattribution · Führungsstile · Führungssituationen · Führung und Interaktion · Führungskontext	252
2.1.2.6	Psychologie organisationalen Wandels Bereiche organisationalen Wandels · Wandel als Evolution · Phasen organisationalen Wandels · Organisationsentwicklung	260
2.2	<i>Markt- und Konsumpsychologie</i>	265
2.2.1	Psychologie des Angebots	266
2.2.1.1	Psychologie des Produkts Image und Produktpositionierung · Produktwahrnehmung und -beurteilung · Auswahl- und Beurteilungsmodelle · Produktbeurteilung nach dem Kauf	266
2.2.1.2	Psychologie der Innovation Akzeptanz von Neuerungen · Prinzip der optimalen Neuerung · Innovatoren · Mode und Konsumentenverhalten	273
2.2.1.3	Psychologie des Preises Preisfestsetzung · Preiswahrnehmung und Preisbeachtung · Preisschwellen · Preis und Qualität	279
2.2.1.4	Psychologie der Werbung Werbung als Kommunikation · Werbung und Gedächtnis · Motivations- und Konditionierungseffekte · Werbung und Meinungsführer · Sozialisation durch Werbung	284
2.2.1.5	Psychologie des Verkaufs Interaktionsaspekte des Verkaufs · Kommunikationsaspekte des Verkaufs · Soziale Techniken des Verkaufs	293

2.2.2	Psychologie der Nachfrage	298
2.2.2.1	Psychologie der Käufermotivation	299
	Aktivierung und Emotion · Motive und Bedürfnisse · Motivation und Nutzenerwartung · Motivation und Lernen	
2.2.2.2	Psychologie konsumrelevanter Gewohnheiten	304
	Entstehung von Konsumgewohnheiten · Angriffspunkte für Konsumgewohnheiten · Markentreue und Firmentreue	
2.2.2.3	Psychologie konsumrelevanter Einstellungen	307
	Konsumrelevante Einstellungen · Einstellung und Verhalten · Einstellungsänderungen	
2.2.2.4	Psychologie der Kaufentscheidung	311
	Eine Typologie der Kaufentscheidung · Stadien des Entscheidungsprozesses · Kaufentscheidung und Risiko · Determinanten der Informationssuche · Informationsverarbeitung · Strukturmodelle des Konsumentenverhaltens	
2.2.2.5	Psychologie konsumrelevanter Gruppeneinflüsse	321
	Kultureller Kontext · Konsumentensozialisation und Sozialstruktur · Bezugsgruppen-Einflüsse · Haushalts-Entscheidungen	
2.2.2.6	Psychologie organisationalen Kaufverhaltens	327
	Besonderheiten organisationalen Kaufverhaltens · Rollenverteilung in „buying centers“	
	Literaturverzeichnis	332
	Sachverzeichnis	361