

Inhaltsverzeichnis

Danksagung — V

Vorwort — VII

Vorwort der ersten Auflage — IX

Einleitung — 1

1	Menschenbilder im wirtschaftspsychologischen Kontext — 5
2	Theoriestrände der Wirtschaftspsychologie und wirtschaftspsychologischer Rahmen — 8
2.1	Die Feldtheorie — 11
2.2	Ein marktpsychologischer Ansatz — 14
2.3	Kultur und kulturvergleichende Psychologie — 18
2.4	Stressforschung — 22
2.4.1	Ergebnisse der Stressforschung — 22
2.4.2	Das Konzept der sozialen Unterstützung — 27
2.5	Ein kultursoziologischer Ansatz — 29
2.6	Systemische Erklärungsansätze — 31
2.7	Ein wirtschaftspsychologischer Rahmen — 33
2.8	Resümee — 36
3	Wirtschaftspsychologisch relevante Konzepte — 37
3.1	Individuelle Ebene — 37
3.1.1	Werte — 37
3.1.2	Einstellungen — 42
3.1.3	Denken, Lernen und Gedächtnis — 45
3.1.4	Gefühle und Emotionen — 47
3.1.5	Aufmerksamkeit und Wahrnehmung — 50
3.1.6	Motivation und Handeln — 53
3.1.7	Attribution — 57
3.1.8	Kompetenz — 58
3.1.9	Entscheidungsprozesse — 59
3.1.10	Selbst und Identität — 61
3.2	Interpersonelle Ebene — 64
3.2.1	Prozesse in und zwischen Gruppen — 65
3.2.2	Kooperation und Konkurrenz — 67
3.2.3	Konflikt und Konfliktlösung — 70

3.2.4	Die Rolle des Verhandelns — 74
3.2.5	Kommunikation — 77
3.2.6	Die Rolle des Vertrauens — 81
3.2.7	Macht — 82
3.2.8	Gerechtigkeit — 84
3.3	Resümee — 86
4	Methoden der Wirtschaftspsychologie — 88
4.1	Quantitative Methoden — 88
4.2	Qualitative Methoden — 92
4.3	Resümee — 95
5	Anwendungsfelder — 96
5.1	Arbeit, Freizeit und Muße — 96
5.1.1	Arbeit — 96
5.1.2	Freizeit — 99
5.1.3	Muße — 102
5.1.4	Das Verhältnis von Arbeit, Freizeit und Muße — 103
5.1.5	Resümee — 106
5.2	Arbeit 4.0 und neue Technologien — 107
5.2.1	Technostress — 107
5.2.2	Digitalisierungsangst — 109
5.2.3	Resümee — 111
5.3	Arbeitslosigkeit — 111
5.3.1	Folgen der Arbeitslosigkeit — 113
5.3.2	Interventionen — 115
5.3.3	Resümee — 117
5.4	Unternehmerisches Handeln und Selbstständigkeit — 117
5.4.1	Die Rolle des Unternehmers bzw. der Unternehmerin — 117
5.4.2	Merkmale von Selbstständigkeit — 120
5.4.3	Resümee — 126
5.5	Interkulturelles Handeln — 127
5.5.1	Führungsforschung und kulturelle Wertorientierung — 128
5.5.2	Die Situation der Expatriates — 133
5.5.3	Der Prozess einer Entsendung — 139
5.5.4	Die Bedeutung interkultureller Kompetenz — 143
5.5.5	Integration von Beschäftigten mit Migrationshintergrund — 144
5.5.6	Resümee — 146
5.6	Unternehmenszusammenschlüsse und ihre Folgen — 147
5.6.1	Post-Merger Integration — 150
5.6.2	Unternehmenskultur — 150
5.6.3	Resümee — 152

5.7	Beratung in wirtschaftsnahen Kontexten — 153
5.7.1	Die Entwicklung der Beratungsbranche — 153
5.7.2	Verständnis und Definition von Beratung — 154
5.7.3	Formen der Beratung — 155
5.7.4	Funktionen der Beratung — 158
5.7.5	Grundsätze der Beratung — 159
5.7.6	Phasen eines Beratungsprozesses — 160
5.7.7	Resümee — 163
5.8	Prozesse des Verkaufens und Kaufens — 163
5.8.1	Die Rolle der Werbung — 164
5.8.2	Die Bedeutung der Marke — 171
5.8.3	Verkaufspsychologie — 175
5.8.4	Kaufverhalten — 180
5.8.5	Kaufsucht — 183
5.8.6	Verbraucherschutz — 187
5.8.7	Resümee — 189
5.9	Finanzpsychologie — 190
5.9.1	Fragestellungen und Themen — 190
5.9.2	Verhaltensrelevanz von Geld und Währung — 193
5.9.3	Subjektivierung der Finanzentscheidung — 195
5.9.4	Erleben und Verhalten an der Börse — 200
5.9.5	Spekulationsblasen, Börsencrashes, Informationskomplexität — 203
5.9.6	Globale Einflüsse auf das Börsengeschehen — 206
5.9.7	Sparen und Altersvorsorge — 209
5.9.8	Resümee — 215
Abbildungsverzeichnis — 219	
Tabellenverzeichnis — 221	
Referenz — 223	
Autorenverzeichnis — 255	
Register — 257	