

Inhaltsverzeichnis

Danksagung — V

Vorwort — VII

Vorwort der ersten Auflage — IX

Einleitung — 1

1 Menschenbilder im wirtschaftspsychologischen Kontext — 5

2 Theoriestränge 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	Verkaufpsychologie —	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

