

[Abbildung 3.6: Korrelation von +1,0 \(links\) und +0,5 \(rechts\)](#)

[Abbildung 3.7: Regressionsgerade](#)

Kapitel 4

[Abbildung 4.1: Zusammenhang zwischen Reliabilität und Validität](#)

[Abbildung 4.2: Normalverteilung und prozentuale Verteilung der Werte](#)

Kapitel 5

[Abbildung 5.1: Übung zur Demonstration des »blinden Flecks«](#)

[Abbildung 5.2: Ente oder Hase?](#)

[Abbildung 5.3: Gesetz der Geschlossenheit: Sehen Sie geometrische Figuren?](#)

[Abbildung 5.4: Circumplex-Modell der Emotionen](#)

[Abbildung 5.5: Komponentenmodell der Emotion](#)

[Abbildung 5.6: Anreiz und Motiv wirken zusammen zur Motivation](#)

[Abbildung 5.7: Die verflixte Schlinge – wie geht's wieder raus?](#)

Kapitel 6

[Abbildung 6.1: Umschüttversuch nach Piaget](#)

[Abbildung 6.2: Das Modell von Kohlberg zum moralischen Urteilen](#)

Kapitel 7

[Abbildung 7.1: Beispiel für ein Persönlichkeitsprofil](#)

[Abbildung 7.2: Die vier Temperamente nach Galenos als Strichfiguren](#)

[Abbildung 7.3: DISG-Modell als Beispiel für eine Typologie](#)

[Abbildung 7.4: Riemann-Schema](#)

[Abbildung 7.5: Die TeamFit-Typen im Riemann-Schema](#)

Kapitel 8

[Abbildung 8.1: Komponenten der Einstellungen und wie sie sich äußern](#)

[Abbildung 8.2: Prozesse der Persuasion](#)

[Abbildung 8.3: Teamentwicklungsstadien](#)

[Abbildung 8.4: Ursprüngliche und erlernte Konfliktstile](#)

[Abbildung 8.5: Stufen der Konflikteskalation nach Glasl](#)

Kapitel 9

[Abbildung 9.1: Beispiel für ein Kompetenzmodell mit fünf Kompetenzbereichen und 1...](#)

[Abbildung 9.2: Der trimodale Ansatz in der Personalauswahl](#)

[Abbildung 9.3: Beispiel Beobachtungsbogen für die Dimension »Zusammenarbeit/Teamo...](#)

[Abbildung 9.4: Klassische Führung versus agile Führung](#)

[Abbildung 9.5: Vergleich zwischen traditioneller Mitarbeiterbeurteilung \(dunkelgr...](#)

Kapitel 10

[Abbildung 10.1: Soziotechnische Systemtheorie](#)

[Abbildung 10.2: Die VUCA-Welt](#)

[Abbildung 10.3: Drei-Ebenen-Modell der Organisationskultur nach Schein](#)

[Abbildung 10.4: Kulturtypen im Riemann-Schema](#)

[Abbildung 10.5: Vergleich zwischen zwei Unternehmen hinsichtlich der Unternehmens...](#)

[Abbildung 10.6: Wie Mitarbeiter den Veränderungsprozess erleben](#)

Kapitel 11

[Abbildung 11.1: Das Job Characteristics Model nach Hackman und Oldham, das dem Jo...](#)

Kapitel 12

[Abbildung 12.1: Zusammenhang zwischen Belastung und Leistungsfähigkeit](#)

[Abbildung 12.2: Modell der Lebensbereiche nach Peseschkian](#)

Kapitel 13

[Abbildung 13.1: Einflussfaktoren bei der Kaufentscheidung](#)

Kapitel 14

[Abbildung 14.1: Psychosoziale Aspekte vor und nach Schuldnerberatung](#)

[Abbildung 14.2: Vergleich von Schuldnerberatungsklienten nach der Beratung mit ei...](#)

[Abbildung 14.3: Die Angstkurve beim Börsenhandel](#)

Einführung

Mit Wirtschaft haben Sie täglich zu tun. In der Zeitung, den täglichen Nachrichten, dem Internet – überall ist der Wirtschaft eine eigene Rubrik gewidmet. Vielleicht studieren Sie sogar BWL oder eines der verwandten Fächer, die mit »Wirtschafts« beginnen und mit -informatik, -recht, -ingenieurwesen, -pädagogik oder sogar mit -psychologie enden. Kann auch sein, dass Sie ein solches Fach studiert haben oder sich für ein solches Studium interessieren.

Von Psychologie wissen Sie sicher auch schon eine ganze Menge – Sie teilen die Menschen, mit denen Sie täglich zu tun haben, in verschiedene Typen ein, und Sie wissen, dass man zum Therapeuten geht, wenn man eine schwere Zeit durchlebt, die einem aufs Gemüt schlägt.

Aber was hat beides eigentlich miteinander zu tun? Was soll man in der Wirtschaft, diesem schnelllebigen, auf aktuelle Trends reagierenden und Erfolg versprechenden, manchmal aber auch enttäuschenden Bereich des täglichen Lebens, in dem viele von uns ihr Geld verdienen und ihre Karriere gestalten – was soll dieser Bereich mit einer Profession zu tun haben, die sich in erster Linie um psychische Erkrankungen kümmert?

Sicher, vor einigen Jahren war es noch so, dass ein Betriebspsychologe, ähnlich wie ein Betriebsarzt, da war, um sich um Menschen zu kümmern, die den Anforderungen ihrer Arbeit nicht mehr gerecht wurden. Denen alles über den Kopf gewachsen war, und die nicht mehr »funktionierten«.

Inzwischen sehen Wirtschaftspsychologen die Sache anders. Ein Unternehmen besteht in erster Linie aus Menschen, und es gedeiht, indem es Waren und Dienstleistungen an Menschen verkauft. Da liegt es doch auf der Hand, dass Psychologie eine bedeutende Rolle spielt. Aber vor allem im positiven Sinne. Wie findet man den idealen Mitarbeiter? Wer ist am besten für eine Führungsaufgabe geeignet? Wie kann ein Unternehmen es schaffen, dass alle an einem Strang ziehen, und dann auch noch in die gleiche Richtung? Welche Bedürfnisse haben die Kunden? Und wie macht man ihnen klar, dass die eigenen Produkte und Dienstleistungen diese Anforderungen am allerbesten erfüllen? Bei der Beantwortung all dieser Fragen, die mit Menschen zu tun haben, hilft die Psychologie weiter.

Die Psychologie ist die Lehre vom Erleben und Verhalten der Menschen und den Gründen dafür. Wirtschaftspsychologie erforscht, wie es Menschen in Unternehmen geht und warum sie sich gerade so verhalten, um Vorhersagen über das Verhalten treffen zu können und Letzteres optimieren zu können. Natürlich im Sinne des Unternehmens. Daher ist sie so nützlich, wenn Sie

✓ ein Unternehmen leiten,

- ✓ eine verantwortliche Position innehaben oder dies anstreben,
- ✓ Mitarbeiter führen,
- ✓ generell mit Menschen zu tun haben.

Über dieses Buch

Dieses Buch verschafft Ihnen Kenntnisse aus dem gesamten Bereich der Wirtschaftspsychologie. Da sind zunächst einmal die anwendungsbezogenen Themen wie Arbeits- und Personalpsychologie. Diese bauen auf den Grundlagenfächern wie Persönlichkeits- und Entwicklungspsychologie auf. Und schließlich benötigen Sie Kenntnisse aus den Hilfswissenschaften der Psychologie, wie der Statistik und der Methodenlehre, ohne die es nicht möglich ist, die Erkenntnisse der Psychologie zu verstehen und einzuordnen, wie sie erarbeitet wurden. Das Ganze habe ich so für Sie aufbereitet, dass Sie nicht nach drei Absätzen gähmend über Ihrem Schreibtisch hängen, sondern mehrere Seiten am Stück mit Spaß und Interesse konsumieren.

Begriffe, die in diesem Buch verwendet werden

Selbstverständlich stelle ich Ihnen in den einzelnen Kapiteln die jeweils relevanten wirtschaftspsychologischen Begriffe verständlich und praxisnah vor, doch lange akademische und theoretische Definitionen werden Sie in diesem Buch vergeblich suchen. Wichtige Begriffe sind jeweils mit einem besonderen Symbol gekennzeichnet (siehe hierzu weiter hinten in dieser Einführung den Abschnitt »Symbole, die in diesem Buch verwendet werden«). Darüber hinaus können Sie wichtige Fachausdrücke über das Stichwortverzeichnis schnell im Buch wiederfinden und nachlesen.

Konventionen in diesem Buch

Es ist nicht so, dass Sie dieses Buch von vorn bis hinten durcharbeiten müssen. Gehen Sie am besten gleich zu den Abschnitten, die Sie am meisten interessieren. Sollten Bereiche aufeinander aufbauen, so ist dies im Text vermerkt. Fachbegriffe sind *kursiv* dargestellt und werden verständlich erklärt und durch Beispiele aus der Praxis veranschaulicht.

Törichte Annahmen über den Leser

Dieses Buch wendet sich an alle, die sich dafür interessieren, psychologisches Know-how in der Praxis einzusetzen. Wenn Sie zu einer der folgenden Gruppen gehören, kann es sich für Sie lohnen, das Buch ganz oder teilweise durchzulesen:

- ✓ Studierende der Wirtschaftswissenschaften oder verwandter Studiengänge, die im Nebenfach Wirtschaftspsychologie belegt haben oder die einen Wahlpflichtschein machen müssen
- ✓ fortgeschrittene Studierende oder Absolventen anderer Disziplinen, wie Betriebswirtschaftslehre, Ingenieurwissenschaften, Jura oder Medienwirtschaft, die gerne psychologisches Know-how bei ihrer Arbeit einfließen lassen möchten
- ✓ Studieninteressierte und -anfänger der Wirtschaftspsychologie, die einen Überblick über ihr angestrebtes Fachgebiet erwerben möchten
- ✓ Praktiker in der Wirtschaft, wie Absolventen kaufmännischer Berufe oder selbstständige Handwerker, die merken, dass ihnen Hintergrundwissen bei der Erledigung ihrer Aufgaben helfen würde

Wie dieses Buch aufgebaut ist

Die Inhalte dieses Buches sind so strukturiert, dass Sie sich ohne besondere Vorkenntnisse aus vorherigen Abschnitten in jedes Kapitel einlesen können – dennoch aber systematisch in die wichtigsten Themengebiete und Anwendungsfelder der Wirtschaftspsychologie eingeführt werden. Das Buch gliedert sich in vier Teile, die ich Ihnen kurz vorstellen möchte:

Teil I: Der Handwerkskoffer des Wirtschaftspsychologen

In diesem Teil geht es zunächst um die sogenannten Soft Skills, die für jeden Psychologen nützlich sind und leicht erlernt werden können, Fähigkeiten wie Kommunikations-, Präsentations-, Moderations- und Coachingtechniken. Außerdem geht es um statistische und methodische Grundlagen, die verstehen helfen, Erkenntnisse psychologischer Studien einzuordnen.

Teil II: Die Grundlagenfächer als Basis der angewandten Psychologie

In Teil II beschreibe ich die wichtigen Erkenntnisse aus psychologischen Grundlagenfächern, die für die Anwendung in der Wirtschaft nützlich sind:

- ✓ Die *Allgemeine Psychologie*, die beschreibt, was alle Menschen gemeinsam haben. Hierunter fallen die Informationsverarbeitung und die Wahrnehmung