

Günter Wiswede

# **Einführung in die Wirtschaftspsychologie**

5., aktualisierte Auflage

Mit 66 Abbildungen und 10 Tabellen

**B 381918**

---

Ernst Reinhardt Verlag München Basel

# Inhaltsverzeichnis

Vorwort zur vierten und fünften Auflage. . . . . 11

## **A Grundlagen der Wirtschaftspsychologie**

<b>1</b>	<b>Gegenstand der Wirtschaftspsychologie</b> . . . . .	14
1.1	Entwicklung der Wirtschaftspsychologie. . . . . Allgemeine Wirtschaftspsychologie · Spezielle Wirtschaftspsychologien	14
1.2	Abgrenzung zu anderen Disziplinen. . . . . Psychologie und Wirtschaftspsychologie · Soziologie und Wirtschaftspsychologie · Ökonomie und Wirtschaftspsychologie	17
1.3	Besonderheiten wirtschaftlichen Verhaltens . . . . . Verhalten – Entscheiden – Handeln · Wirtschaftliches Verhalten · Charakteristik des ökonomischen Kontexts · Gleichrichtung des Verhaltens · Konformes und abweichendes Verhalten	21
1.4	Zur Problematik rationalen Verhaltens. . . . . Das Rationalprinzip · Nutzenmaximierung · Heuristiken · Entscheidungsanomalien · Das Meliorationsprinzip · Jenseits der Rationalität · Eine Theorie rationalisierten Verhaltens	26
1.5	Zum Menschenbild der Wirtschaftspsychologie. . . . . Psychologie und Menschenbild – Hedonistische und utilitaristische Menschenbilder	37
<b>2</b>	<b>Methoden der Wirtschaftspsychologie</b> . . . . .	40
2.1	Einige methodologische Besonderheiten . . . . . Forschungslogik · Forschungstechnik	40
2.2	Wirtschaftspsychologisch relevante Messverfahren. . . . . Indices · Skalen · Testverfahren	42
2.3	Wirtschaftspsychologisch relevante Erhebungsmethoden. . . . . Befragung · Beobachtung · Experiment · Weitere Methoden	45
2.4	Probleme des Anwendungsbezugs . . . . .	52
<b>3</b>	<b>Theorien der Wirtschaftspsychologie</b> . . . . .	54
3.1	Ein Bezugsrahmen für wirtschaftspsychologische Forschung . . . . .	54
3.2	Eine Revue wirtschaftspsychologisch relevanter Theorien . . . . .	58

## 6 Inhaltsverzeichnis

3.2.1	<b>Theorien im Bereich der Motivation</b> . . . . .	58
	Aktivations- und Emotionstheorien · Bedürfnistheorien · Theorie der Leistungsmotivation · Instrumentalitätstheorie · Lerntheorien · Theorie des Modell-Lernens · Prospect-Theory	
3.2.2	<b>Theorien im Bereich der Kognition</b> . . . . .	78
	Hypothesen- und Einstellungstheorien · Konsistenztheorien · Attributionstheorien · Kontrolltheorien · Reaktanztheorie · Information-Processing-Theorien · Handlungstheorien · Selbstkonzept-Theorien	
3.2.3	<b>Theorien im Bereich der Interaktion</b> . . . . .	98
	Austauschtheorien · Gerechtigkeitstheorien · Rollentheorie · Theorien zum Gruppeneinfluss · Theorie sozialer Identität	
3.3	<b>Ein Theoriekern für wirtschaftspsychologische Forschung</b> . . . . .	110

## **B Bereiche der Wirtschaftspsychologie**

<b>1</b>	<b>Psychologie makroökonomischer Prozesse</b> . . . . .	115
1.1	<b>Psychologie wirtschaftlicher Entwicklung</b> . . . . .	115
1.1.1	<b>Psychologie der Industrialisierung</b> . . . . .	115
	Puritanische Ethik · Alternative Ansätze · Die Rolle des Unternehmertums · Charakteristika von Unternehmern	
1.1.2	<b>Psychologie der Entwicklungsländer</b> . . . . .	121
	Wandel im Wertsystem · Wandel der Strukturen · Kompatibilität ökonomischer Aktivitäten · Antizipierte „Vorteilhaftigkeit“ · Dilemmata der Entwicklung	
1.1.3	<b>Psychologie der Internationalisierung</b> . . . . .	126
	Psychologische Aspekte kultureller Unterschiede · Interkulturelles Marketing · Internationale Personalpolitik · Interkulturelles Management	
1.1.4	<b>Psychologie der Konjunktur</b> . . . . .	133
	Konjunktur-Indikatoren · Die Rolle von Erwartungen · Die Rolle von Stimmungen	
1.2	<b>Psychologie entwickelter Gesellschaften</b> . . . . .	137
1.2.1	<b>Psychologie des Wertewandels</b> . . . . .	138
	Werte – Einstellungen – Lebensstile · Fallgruben der Wertewandel-Forschung · Thesen zum Wertewandel · Segmentierung nach Werten · Implikationen im wirtschaftlichen Bereich	
1.2.2	<b>Psychologie der Umweltproblematik</b> . . . . .	145
	Wachstum und Ökologie · Verhalten der Hersteller · Verhalten der Verbraucher · Interventionstechniken	
1.2.3	<b>Psychologie der Schattenwirtschaft</b> . . . . .	149
	Innerhäusliche Eigenproduktion · Schwarzarbeit · Wirtschaftskriminalität	
1.2.4	<b>Psychologie der Arbeitslosigkeit</b> . . . . .	153
	Ursachen der Arbeitslosigkeit · Folgen der Arbeitslosigkeit · Attributionsprozesse · Antizipierte Arbeitslosigkeit	

1.3	<b>Psychologie des Geldes</b> .....	159
1.3.1	<b>Psychologie des Geldwerts</b> .....	159
	Geld als generalisierter Verstärker · Geldform und Wertschätzung · Geld als Tauschmedium · Geldwertänderungen/Inflation	
1.3.2	<b>Psychologie des Einkommens</b> .....	166
	Bedeutung des Einkommens · Kontext des Einkommens · Armut und Reichtum	
1.3.3	<b>Psychologie der Besteuerung</b> .....	169
	Steuerbelastungsgefühl · Gelegenheitsstruktur · Normen und Steuermoral · Kontrolle und Sanktion · Integrative Modelle	
1.3.4	<b>Psychologie des Sparens</b> .....	173
	Sparziele und Sparmotive · Differenzielle Aspekte des Sparens · Wandel der Sparmentalität · Sparen und Belohnungsaufschub · Sparen und Erwartungen · Kreditaufnahme/Verschuldung	
1.3.5	<b>Psychologie des Geldanlegens</b> .....	182
	Geldanlage-Entscheidungen und Risiko · Spekulation und Börse	
<b>2</b>	<b>Psychologie mikroökonomischer Prozesse</b> .....	187
2.1	<b>Arbeits- und Organisationspsychologie</b> .....	187
2.1.1	<b>Psychologie der Arbeit</b> .....	187
2.1.1.1	<i>Psychologie des Arbeitspersonals</i> .....	188
	Auswahlprozesse seitens des Individuums · Sozialisation und Laufbahnentwicklung · Auswahlprozesse seitens der Organisation · Assessment-Center · Beurteilung von Mitarbeitern · Personalentwicklung und Training	
2.1.1.2	<i>Psychologie der Arbeitsgestaltung</i> .....	199
	Partikularisierung der Arbeit · Regulierung der Arbeitstätigkeit · Arbeitsstrukturierung und Handlungsspielraum · Technikfolgen und -akzeptanz · Innovation und Kreativität	
2.1.1.3	<i>Psychologie der Arbeitsmotivation</i> .....	207
	Grundkonzepte der Arbeitsmotivation · Prozessmodelle zur Arbeitsmotivation · Extrinsische/Intrinsische Motivation · Volition und Zielsetzung · Demotivierung von Mitarbeitern	
2.1.1.4	<i>Psychologie der Arbeitszufriedenheit</i> .....	217
	Zur Konzeptualisierung von Arbeitszufriedenheit · Strukturen der Arbeitszufriedenheit · Bezugssysteme für Arbeitszufriedenheit · Leistung und Zufriedenheit	
2.1.1.5	<i>Psychologie der Arbeitsbelastung</i> .....	225
	Psychologische Stressmodelle · Stressoren im Arbeitsbereich · Stress und Leistung · Stressreaktionen und Stressbewältigung	
2.1.2	<b>Psychologie der Organisation</b> .....	232
2.1.2.1	<i>Psychologie organisationaler Rahmenbedingungen</i> .....	234
	Organisationsziele · Organisations„korsett“ · Organisationskultur · Identifikationsprozesse · Organisationsklima	

<b>2.1.2.2</b>	<b><i>Psychologie organisationaler Gruppen</i></b> . . . . .	<b>245</b>
	Organisationsrelevante Gruppenformen · Dimensionen der Gruppenstruktur · Gestaltung der Gruppenstruktur · Interaktion in Gruppen · Leistung in Gruppen · Soziale Verzerrungstendenzen	
<b>2.1.2.3</b>	<b><i>Psychologie organisationaler Macht</i></b> . . . . .	<b>254</b>
	Grundlagen der Macht · Strukturelle Macht/Machtstrukturen · Mikropolitik	
<b>2.1.2.4</b>	<b><i>Psychologie organisationaler Konflikte</i></b> . . . . .	<b>260</b>
	Formen des Konflikts · Konfliktverlauf und Konfliktregelung · Konflikte in organisationalen Gruppen · Konflikte zwischen organisationalen Gruppen	
<b>2.1.2.5</b>	<b><i>Psychologie organisationaler Führung</i></b> . . . . .	<b>267</b>
	Faktisches Führungsverhalten · Führungseigenschaften und Führungs- attribution · Führungsstile · Führungssituationen · Führung und Interaktion · Führungskontext	
<b>2.1.2.6</b>	<b><i>Psychologie organisationalen Wandels</i></b> . . . . .	<b>276</b>
	Bereiche organisationalen Wandels · Wandel als Evolution · Phasen organisationalen Wandels · Organisationsentwicklung	
<b>2.2</b>	<b>Markt- und Konsumpsychologie</b> . . . . .	<b>281</b>
<b>2.2.1</b>	<b>Psychologie des Angebots</b> . . . . .	<b>282</b>
<b>2.2.1.1</b>	<b><i>Psychologie des Produkts</i></b> . . . . .	<b>283</b>
	Image und Produktpositionierung · Produktwahrnehmung und -beurteilung · Auswahl- und Beurteilungsmodelle · Produktbeurteilung nach dem Kauf	
<b>2.2.1.2</b>	<b><i>Psychologie der Dienstleistung</i></b> . . . . .	<b>290</b>
	Besonderheiten von Dienstleistungen · Dienstleistungsqualität und Kunden- zufriedenheit · Vertrauen und Kundenbindung · Rollenerwartungen und Rollenkonflikte	
<b>2.2.1.3</b>	<b><i>Psychologie der Innovation</i></b> . . . . .	<b>301</b>
	Akzeptanz von Neuerungen · Prinzip der optimalen Neuerung · Innovatoren · Mode und Konsumentenverhalten	
<b>2.2.1.4</b>	<b><i>Psychologie des Preises</i></b> . . . . .	<b>306</b>
	Preisfestsetzung · Preiswahrnehmung und Preisbeachtung · Preisschwellen · Preis und Qualität	
<b>2.2.1.5</b>	<b><i>Psychologie der Werbung</i></b> . . . . .	<b>311</b>
	Werbung als Kommunikation · Werbung und Gedächtnis · Motivations- und Konditionierungseffekte · Werbung und Meinungsführer · Sozialisation durch Werbung	
<b>2.2.1.6</b>	<b><i>Psychologie des Verkaufs</i></b> . . . . .	<b>320</b>
	Person des Verkäufers · Interaktionsaspekte des Verkaufs · Kommunikationsaspekte des Verkaufs · Soziale Techniken des Verkaufs · Psychologische Aspekte der Verkaufsförderung	
<b>2.2.2</b>	<b>Psychologie der Nachfrage</b> . . . . .	<b>328</b>
<b>2.2.2.1</b>	<b><i>Psychologie der Käufermotivation</i></b> . . . . .	<b>329</b>
	Aktivierung und Emotion · Motive und Bedürfnisse · Motivation und Nutzenerwartung · Motivation und Lernen	

2.2.2.2 <i>Psychologie konsumrelevanter Gewohnheiten</i> . . . . .	333
Entstehung von Konsumgewohnheiten · Angriffspunkte für Konsumgewohnheiten · Markentreue und Firmentreue	
2.2.2.3 <i>Psychologie konsumrelevanter Einstellungen</i> . . . . .	336
Konsumrelevante Einstellungen · Einstellung und Verhalten · Einstellungsänderungen	
2.2.2.4 <i>Psychologie konsumrelevanter Attributionen</i> . . . . .	340
Ursachenbereiche und Informationen · Attributionen in der (Vor-)Entscheidungs- phase · Attributionen in der Kaufphase · Attributionen in der Verwendungsphase	
2.2.2.5 <i>Psychologie der Kaufentscheidung</i> . . . . .	344
Eine Typologie der Kaufentscheidung · Stadien des Entscheidungsprozesses · Kaufentscheidung und Risiko · Determinanten der Informationssuche · Informationsverarbeitung · Strukturmodelle des Konsumentenverhaltens	
2.2.2.6 <i>Psychologie konsumrelevanter Gruppeneinflüsse</i> . . . . .	353
Kultureller Kontext · Konsumentensozialisation · Bezugsgruppen-Einflüsse · Haushalts-Entscheidungen	
2.2.2.7 <i>Psychologie organisationalen Kaufverhaltens</i> . . . . .	359
Besonderheiten organisationalen Kaufverhaltens · Rollenverteilung in „buying centers“	
Schlussbemerkung . . . . .	363
Literatur . . . . .	364
Sachregister . . . . .	402