

1. Wirtschaftswissenschaft und Psychologie

- ▶ „Psychologische Ökonomie“ ↔ „Ökonomische Psychologie“ = WP
 - Dominanz der Makro-Perspektive
 - selbstständige Teildisziplinen

- ▶ Abgrenzung zu anderen Disziplinen
 - Psychologie: das Erleben und das Verhalten von Individuen
→ eher individuelle Perspektive
 - Soziologie: soziale Strukturen und deren Einfluss auf das Handeln
→ eher kollektivistische Perspektive
 - Ökonomie: Rationalitätsprinzip, Nutzenprinzip, Marktprinzip
→ formalwissenschaftlich-logische Ausrichtung

- ▶ Besonderheiten wirtschaftlichen Verhaltens
 - Verhalten ↔ Entscheiden
 - ≠ effizientes Handeln, sondern Gestaltung der Ökonomie und Beeinflussung durch Ökonomie → der Mensch als Verursacher und Betroffener
 - ökonomischer Kontext: a) knappe Ressourcen, b) geldwerte Objekte, c) Rationalitätsdruck wegen Knappheit, Sachzwänge, Normen und Rollen
 - Gleichrichtung der Verhaltens durch Kommunikationsprozesse, emotionale Ansteckwirkungen, soziale Vergleichsprozesse, kollektive Bündelung von Einzelinteressen → diese Faktoren lassen keine klare Reiz-Reaktions-Verbindung aufgrund ökonomischer Daten zu
 - konformes # abweichendes Verhalten

2. der homo oeconomicus

▶ das Rationalitätsprinzip

- vor allem formales Prinzip der Entscheidungslogik: normativ oder hypothetisch
- empirische Bedeutung an Bedingungen geknüpft
- kognitive Kosten der Rationalität → genügsame Rationalität

▶ das Prinzip der Nutzenmaximierung

- Variante des hedonistisch-utilitaristischen Grundprinzips
- zwei Alternativen, Rangordnung der Präferenzen
- Problem der „Mathematisierung“ von Präferenzen: Gesamtnutzen und Nutzenwert
- Annahme der Transitivität, Konsistenz und Konstanz von Präferenzen

▶ Einschränkungen der Rationalität

- strukturelle Zwänge
- fehlende Motivation zu rationalem Handeln
- mangelnde Fähigkeiten zu rationalem Handeln
- quasi-automatisches Handeln
- Diffusion und Verlagerung von Handlungszielen
- affektiv-emotionale Zustände
- Normen und Regeln des Handelns

▶ das Menschenbild

- normativ ↔ nicht-normativ (paradigmatisch)
- utilitaristisch ↔ hedonistisch

3. Methoden der WP

- ▶ methodologische Besonderheiten
 - Forschungslogik: kritischer Rationalismus, intersubjektive Überprüfbarkeit, anthropologisches Vorverständnis
 - Forschungstechnik: Normen, Interessenkonstellationen, Interessengebundenheit

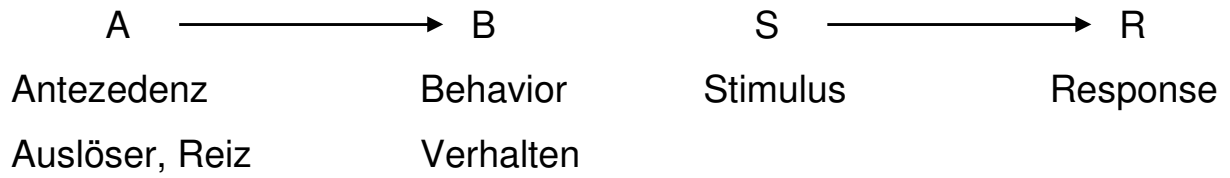
- ▶ Messverfahren
 - overte Verhaltensweisen ↔ theoretische Begriffe
 - Operationalisierung: Indikatoren, Gütekriterien
 - Indices: mehrere Dimensionen, Indikatoren
 - Skalen: eine einzige Dimension, Items
 - Testverfahren: Bedingungen konstant, Testpersonen variieren

- ▶ Erhebungsmethoden
 - Befragung: Inhalte, Strukturierungsgrad, Interaktionssituation
 - Beobachtung: offen ↔ verdeckt, Distanz
 - Experiment: Feld- und Laborexperiment, Künstlichkeit
 - Introspektion
 - Inhaltsanalyse, Evaluation
 - Rollenspiel
 - Simulation
 - Szenario-Technik

- ▶ Probleme des Anwendungsbezugs
 - partikulare Verwertungsinteressen
 - Ressourcenverteilung im Bereich der Forschung

4. Theorien der WP im Bereich der Motivation

► Grundmodell:



externer Auslöser: A_e → B

interner Auslöser: A_i → B

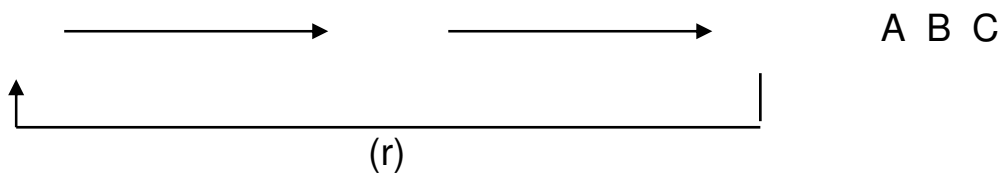
► Erweiterungen:

A → I / O / E, K → B

A → BD → B

A → BI → B

A → I → B → C



EC → B

A → B
←

- ▶ Motivation = aktivierender Prozess mit richtunggebender Tendenz

- ▶ 1. Aktivations- und Emotionstheorie
 - Optimum: mittlere Aktivierung

- ▶ 2. Bedürfnistheorie
 - a) Physiologisches, b) Sicherheit, c) Soziales, d) Wertschätzung, e) Selbstverwirklichung
 - Prinzip der Sättigung der Bedürfnisse

- ▶ 3. Theorie der Leistungsmotivation
 - Erfolgssuche: Aufgaben mittleren Schwierigkeitsgrades
 - Misserfolgsvermeidung: einfache oder schwierige Aufgaben

- ▶ 4. Instrumentalitätstheorie
 - Erwartungen: subjektive Wahrscheinlichkeiten der Verwirklichung von Zielen

- ▶ 5. Lerntheorie
 - Grundprinzip: instrumentelle Konditionierung
 - Effektgesetz: Verstärkung (Belohnung oder Entstrafung)
 - Internalisierung / Diskriminierung / Generalisierung

- ▶ 6. Theorie des Modell-Lernens
 - Lernen durch Beobachtung an Modellen

- ▶ 7. Prospect-Theory
 - Wahl zwischen unterschiedlich risikobehafteten Alternativen

5. Theorien der WP im Bereich der Kognition

- ▶ Kognition = alle Prozesse der Verarbeitung, Speicherung und Verwendung von Wahrnehmungen
- ▶ Grundprinzipien des Kognizierens: Selektion, Inferenz

- ▶ 1. Hypothesen- und Einstellungstheorien
 - sozialer Druck + (bestätigte) Einstellung → Intention → Verhalten

- ▶ 2. Konsistenztheorien
 - kognitive Dissonanz = gestörte Konsistenz kognitiver Elemente, erzeugt Spannung (Strafreiz) → Dissonanzreduktion

- ▶ 3. Attributionstheorien
 - Attribution = hypothetische Zuschreibung von Ursachen, Merkmalen, Dispositionen, Intentionen usw.
 - objektive Motivation ≠ kognitive Attribution (z.B. Rechtfertigung)

- ▶ 4. Kontrolltheorien (Reaktanztheorie)
 - Kontrolle / Kontrollverlust als verstärkender / aversiver Stimulus
 - Reaktanz = Spannung durch drohenden Kontrollverlust
 - Response: Wiederherstellung der Freiheit

- ▶ 5. Information-Processing-Theorien
 - Beschreibung von Informationsverarbeitung durch Ablaufmodelle

- ▶ 6. Selbstkonzept-Theorien
 - Tendenz zur Verbesserung der Selbstkognition (des Selbstwerts)

6. Theorien der WP im Bereich der Interaktion

- ▶ soziale Interaktion = das auf andere Personen abgestimmte Verhalten

- ▶ 1. Austauschtheorien
 - Interaktion als Austausch von Belohnungen und Strafreizen
 - Ergebnis: Belohnung > Kosten → Beziehung wird beibehalten
 - Vergleichsniveau (für Alternativen) ↔ Ergebnis
 - motivationale Transformation: kooperativ / kompetitiv

- ▶ 2. Gerechtigkeitstheorien
 - soziale Gerechtigkeit als Stimulus bzw. intervenierende Variable
 - Ausgewogenheit: Proportionalität von Beitrag und Ergebnis
 - Verdienstprinzip ↔ Bedürfnisprinzip ↔ Gleichheitsprinzip

- ▶ 3. Rollentheorie
 - Rolle = Bündel normativer Erwartungen bezüglich sozialer Position
 - Rollenerwartung → Rollenperzeption → aktuelles Rollenverhalten
 - Übernahmedruck + perzipierte Fähigkeiten (Effizienzerwartungen)

- ▶ 4. Theorien zum Gruppeneinfluss
 - Einfluss sozialer Bezugsinstanzen: komparativ / normativ
 - Intransparenz der Situation → Tendenz zum sozialen Vergleich
 - Kohäsion einer Gruppe: Faktoren, Konsequenzen

- ▶ 5. Theorie sozialer Identität
 - Distinktheit (positive Eigenart), Diskriminierung (negative Fremdart)
 - zwei Motive: Exklusivität (Unterschied) + Inkludierung (Gleichheit)

7. Psychologie der wirtschaftlichen Entwicklung

- ▶ psychische Auslöser wirtschaftlicher Entwicklung
 - protestantisch-puritanisches Ethos
 - veränderte Denkhaltungen: Leistungsmotivation, Machbarkeit
 - Statusentzug als über die Erziehung vermittelter Stimulus

- ▶ Rolle des Unternehmers
 - Persönlichkeitsmerkmale: Selbstvertrauen, Durchhaltevermögen, Dynamik, Flexibilität, Optimismus, Wachsamkeit, Initiativfreudigkeit
 - Leistungsmotivation: Machtmotivation ↔ Affiliationsmotiv
 - Kontrollüberzeugungen, Rollenmodelle

- ▶ Faktoren wirtschaftlicher Modernisierung
 - Wandel im Wertsystem, z.B. Kollektivismus → Individualismus
 - Wandel der Strukturen
 - Kompatibilität ökonomischer Aktivitäten
 - Antizipierte Vorteilhaftigkeit
 - Hindernisse der Entwicklung

- ▶ Psychologie der Internationalisierung
 - Aspekte kultureller Unterschiede
 - Interkulturelles Marketing und Management
 - Internationale Personalpolitik

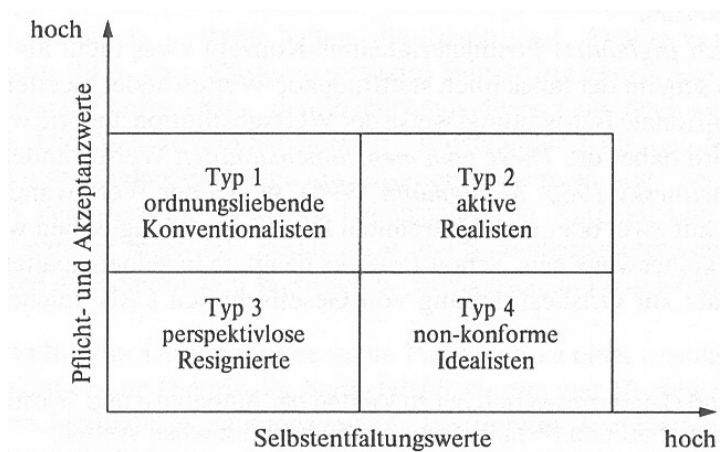
- ▶ Psychologie der Konjunktur
 - Erwartungen, Hypothesen und das Phasenmodell
 - die Rolle von Stimmungen

8. Psychologie entwickelter Gesellschaften

- ▶ Wohlstand / Lebensstandard ↔ Glück / Zufriedenheit
- ▶ Wertewandel: Ursache oder Folge materieller Veränderungen
 - These vom Wertverlust
 - These von der Wertsubstitution
 - These vom mehrdimensionalen Wertewandel

traditional (vorindustriell)	modern (industriell)
Affektivität Kollektivbezogenheit Partikularismus Zuschreibung Diffusität	affektive Neutralität Selbstbezogenheit Universalismus Leistung Spezifität

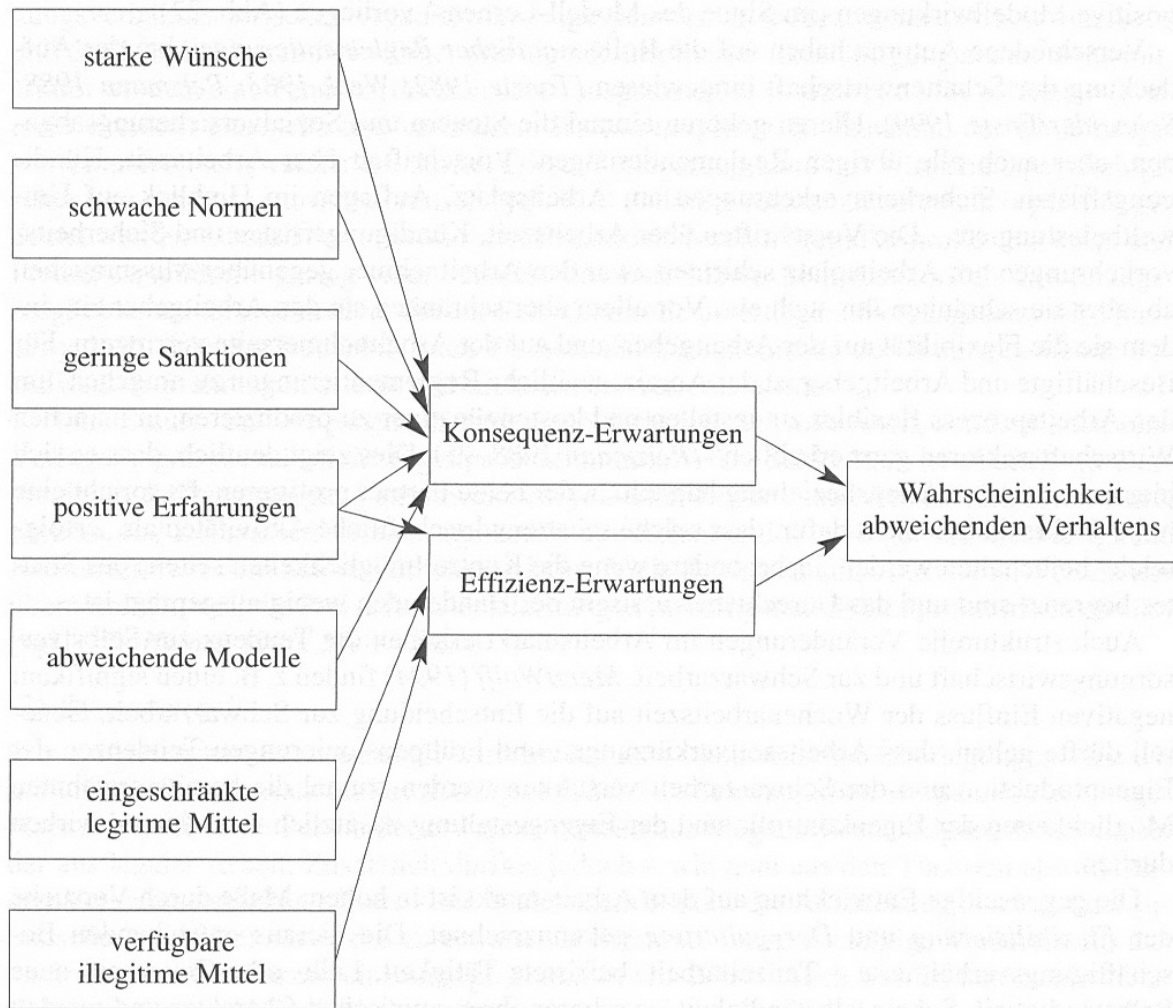
- Segmentierung nach Werten, z.B. Persönlichkeits-Typen:



- ▶ Umweltproblematik
 - Wachstum und Ökologie
 - Umweltkrise → Umweltbewusstsein?
 - das Verhalten der Hersteller: Sichtbarkeit, ökonomisches Kalkül
 - das Verhalten der Verbraucher: Kluft zw. Einstellung – Verhalten
 - Intervention: externe / situative + interne / personale Bedingungen

► Schattenwirtschaft = informelle, unkontrollierte Tätigkeit

- innerhäusliche Eigenproduktion: „do it your-self“
- Schwarzarbeit: im Interesse von Arbeitnehmern und -gebern
- Wirtschaftskriminalität: Intransparenz, kein Unrechtsbewusstsein
→ Chancenstruktur-Theorie: Variablensystem der WK:



► Arbeitslosigkeit

- Ursachen: sozial-strukturelle ↔ psychische Faktoren
- Folgen: ökonomische Einschränkung + psychische Belastung
- Attributionsprozesse: external ↔ internal (labil / stabil)
- Stigmatisierung, Resignation
- antizipierte Arbeitslosigkeit

9. Psychologie des Geldes

► Psychologie des Geldwerts

- allgemeines Tauschmittel / Geldillusion: unbefristete Einlösbarkeit
- generalisierter Verstärker: Sättigungseffekt / Expansionseffekt
- Hergabe von Geld als aversiver Stimulus
- Ressourcenklassen: Partikularismus / Konkretheit

► Psychologie des Einkommens

- Geld als Tauschmedium für menschliche Arbeit
- Kaufkraft + Quelle des Selbstwertgefühls, der sozial. Anerkennung
- „Müheerinnerung“: aversive Reize beim Gelderwerb
- Vergleichsniveau, Alternativen: (Un-)Zufriedenheit
- psychische Folgen der Armut und des Reichtums

► Psychologie der Besteuerung

- Steuer als Strafreiz: Widerstand, Vermeidung
- Faktoren des Steuerbelastungsgefühls
- Steuerhinterziehung: Gelegenheitsstruktur

► Psychologie des Sparens

- Sparquote / Sparmotive: Vorsorge, Macht, Ertrag, Anerkennung
- intrinsisches Motiv, Altruismus-Motiv, Spielmotiv
- Sparmentalität, Einstellungen / Sparen als Belohnungsaufschub
- Ursachen der Verschuldung und Überschuldung

► Psychologie des Geldanlegens

- Risikobereitschaft / Spekulation und Börse

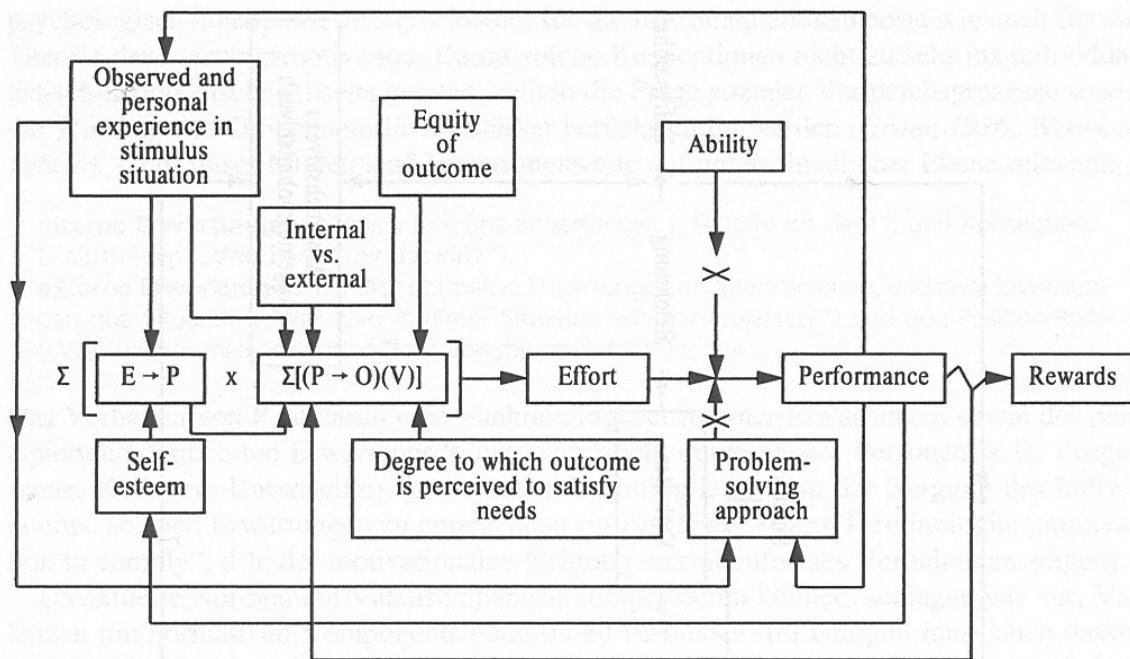
10. Psychologie der Arbeit

► Psychologie des Arbeitspersonals

- Auswahl durch Individuum / Organisation: Übereinstimmung zwischen Merkmalen der Person und der Arbeitstätigkeit
- Sozialisation 1, 2, 3 und Laufbahnentwicklung
- Beurteilung von Mitarbeitern und Entwicklung / Training

► Psychologie der Arbeitsgestaltung und der Arbeitsmotivation

- Arbeitsteilung und -strukturierung / Technik und Innovation
- extrinsische, intrinsische Motivation / Zielsetzung
- Faktoren der Demotivierung
- Lawlers Erwartungsmodell der Motivation:



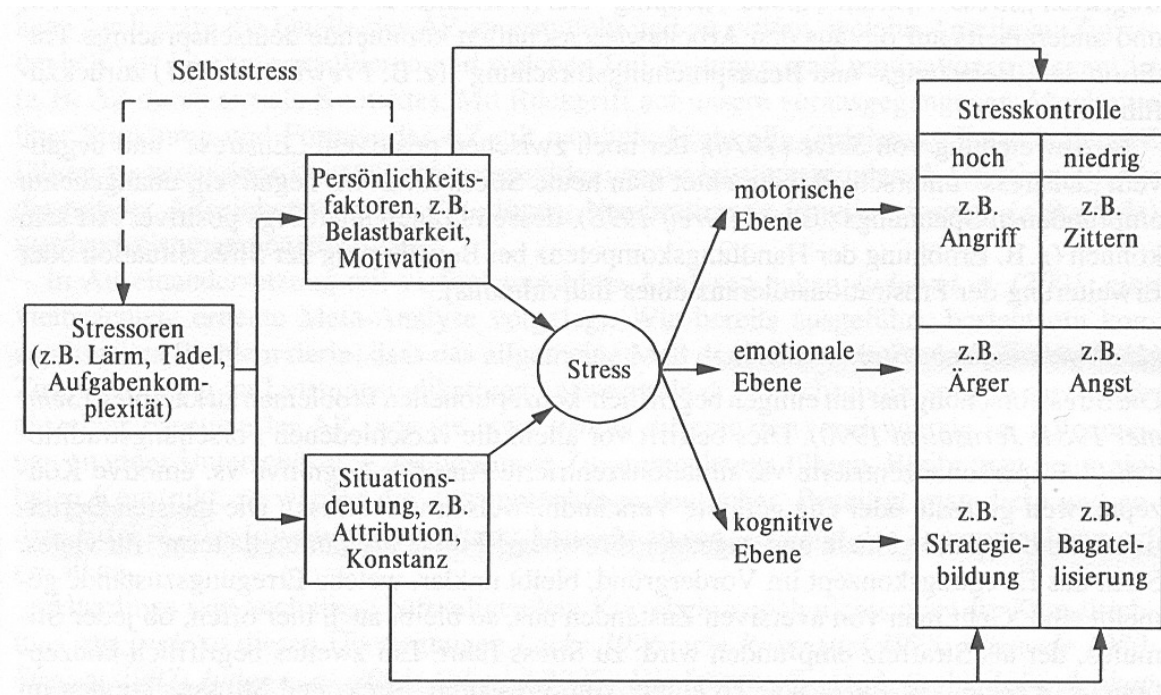
► Psychologie der Arbeitszufriedenheit

- Dimensionen der Zufriedenheit
- Formen der Arbeitszufriedenheit: progressive / stabilisierte / resignative / Pseudo-Zufriedenheit / fixierte / konstruktive Unzufr.

- Frustratoren ↔ Motivatoren
- Leistung und Zufriedenheit

► Psychologie der Arbeitsbelastung

- Stressmodelle: Stressoren → Stress → Stressreaktion
- Stress als intervenierende Variable:

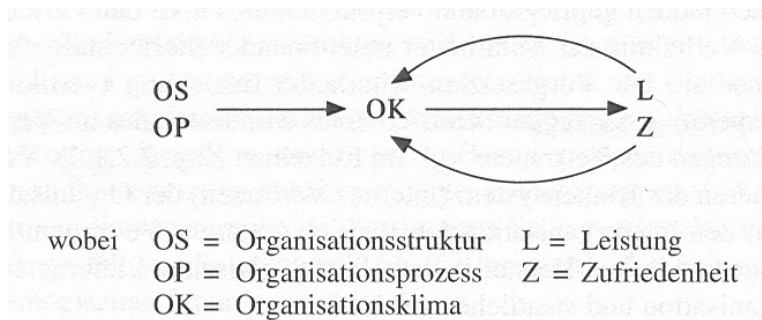


- Stressoren im Arbeitsbereich:
 - organisationsbedingt
 - aufgabenbedingt
 - rollenbedingt
 - ökologisch bedingt
 - sozial bedingt
 - personenbedingt
- Stressreaktionen und Stressbewältigung:
 - Konfrontation, - Distanzierung, - Selbstkontrolle
 - soziale Unterstützung, - Verantwortungsübernahme
 - Flucht, - geplante Problemlösung, - positive Umwertung

11. Psychologie der Organisation

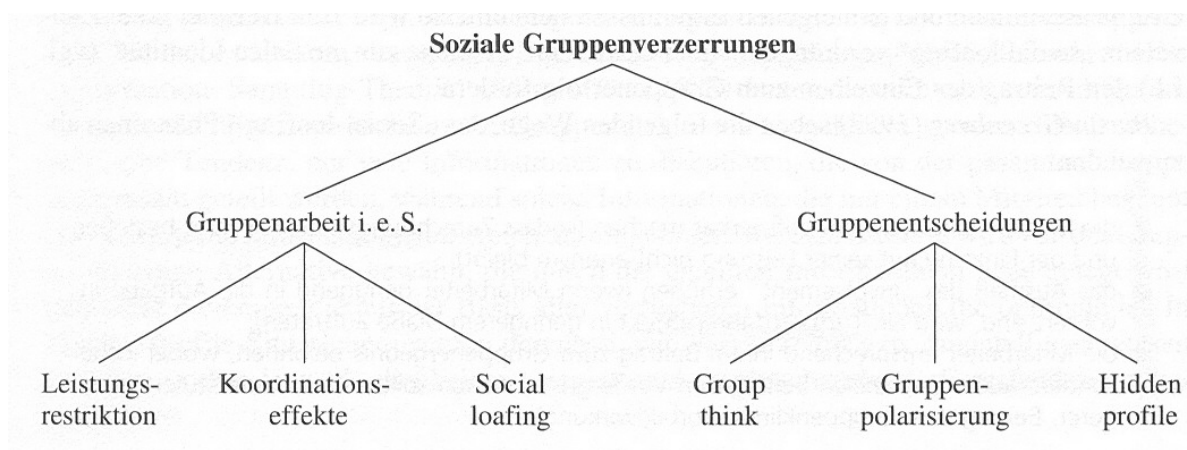
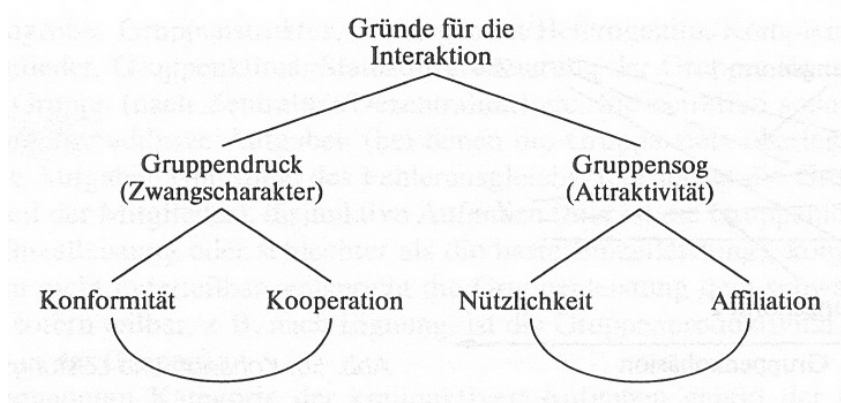
► Psychologie organisationaler Rahmenbedingungen

- Organisationsziele ↔ Individualziele
- Identifikation: Corporate Identity, Commitment
- Organisationsstruktur / -kultur / -klima



► Psychologie organisationaler Gruppen

- Gruppe (=Interaktionseinheit): normative, komparative Funktion
- Dimensionen: Affekt-, Kommunikations-, Rollen-, Machtstruktur

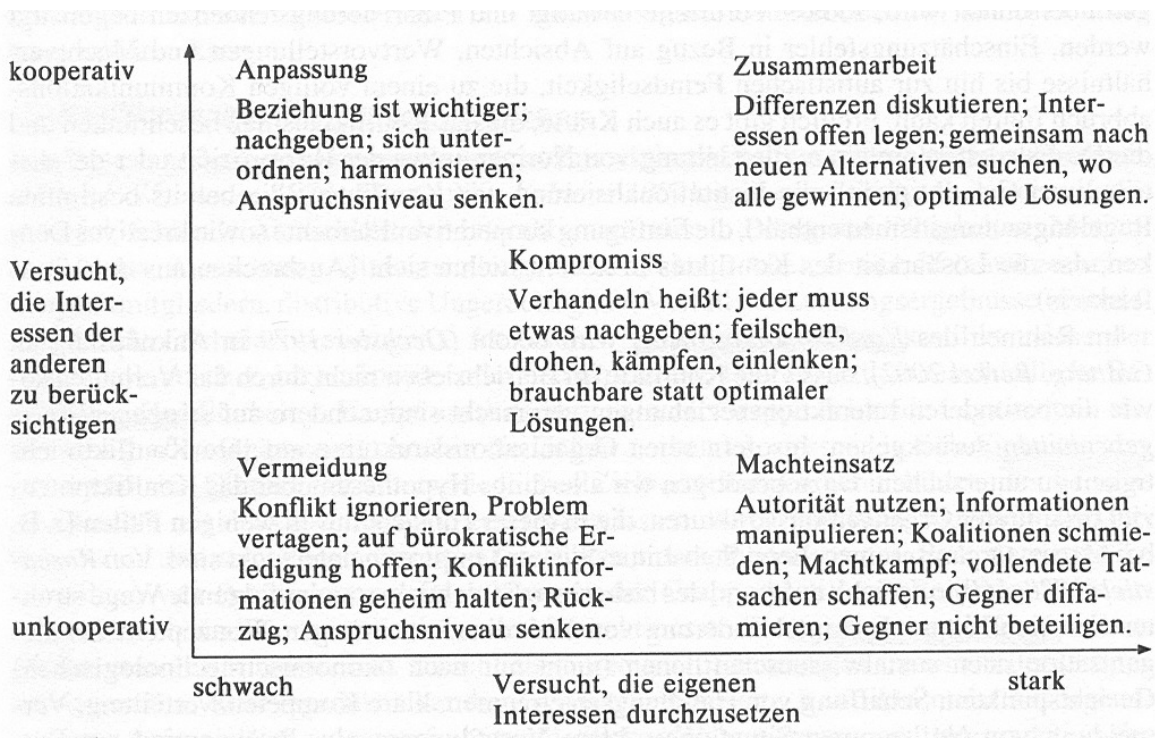


► Psychologie organisationaler Macht

- Belohnungs-, Bestrafungsmacht, legitime Macht, Identifikations-, Expertenmacht
- Positionsmacht ↔ personale Macht
- Mikropolitik: Abwärts-Mobbing und Aufwärts-Mobbing

► Psychologie organisationaler Konflikte

- psychische (intrapersonale) / soziale (interpersonale) Konflikte



► Psychologie organisationaler Führung

- Führungsverhalten → Führungsergebnis (Effizienz)
- aufgaben-, mitarbeiterorientiert / funktionale, emotionale Autorität

	Alle Manager	Erfolgreiche Manager	Effektive Manager	Erfolgreiche und effektive Manager
Routinekommunikation	29	28	44	31
trad. Managementfunktion	32	13	19	34
Beziehungspflege	19	48	11	20
Human Resource Management	20	11	26	15

12. Psychologie des Angebots

- ▶ Psychologie des Produkts
 - Image und Produktpositionierung: Schemata usw.
 - Produktwahrnehmung und -beurteilung: Hypothesen
 - Attributionen: Detaildominanz, Irradiation, Halo- und Kontext-Effekt

- ▶ Psychologie der Dienstleistung
 - Besonderheit: Immaterialität, Komplexität, Synchronizität, persönliche Kommunikation, Heterogenität der Qualität
 - Qualität und Kundenzufriedenheit
 - Vertrauen, Glaubwürdigkeit, Bindung (Commitment)

- ▶ Psychologie der Innovation
 - Akzeptanz von Neuerungen / optimale Stimulation / Mode

- ▶ Psychologie des Preises
 - Preisfestsetzung, -wahrnehmung / Preisschwellen / Qualität

- ▶ Werbepsychologie
 - interessengebundene, intentional beeinflussende Kommunikation
 - Exposition, Perzeption, Kognition, Akzeptanz, Erinnerung, Aktion
 - Erinnerung, Abrufleistung / Aktivierung und Konditionierung

- ▶ Psychologie des Verkaufs
 - Verkäufer: Empathie, Kompetenz, Kontrollüberzeugung
 - Interaktion des Verkaufs: integrative + dominante Aktivitäten
 - Manipulationstechniken / Gefahr von Reaktanz

13. Psychologie der Nachfrage

- ▶ Psychologie der Käufermotivation
 - Grundlage der Präferenzbildung: Aktivierung und Emotionen
 - Belohnung / Bestrafung auf Objekt-, Sozial- und Selbst-Ebene
 - Generalisierung und Diskriminierung

- ▶ Psychologie konsumrelevanter Gewohnheiten
 - Habitualisierung als kognitive Entlastung
 - Ausbildung von Gewohnheiten: das Phasenmodell
 - Gegenmotiv: Bedürfnis nach Abwechslung, Neugier
 - periodischer Bedarf / aperiodischer Bedarf
 - Marken- und Firmentreue: affektive, kognitive, habituelle, risikomeidende, tradierte, soziale Bindung

- ▶ Einstellungen und Attributionen im Konsumbereich
 - Stabilität von Einstellungen = Resistenz gegen Änderungen
 - Dissonanzreduktion durch Einstellungsänderung
 - Kausal-Attribution: Personen, Stimuli, Situationen
 - Konsensus-, Distinktheits- und Konsistenz-Informationen
 - Attribution in der Entscheidungs-, Kauf- und Verwendungsphase

- ▶ Psychologie der Kaufentscheidung
 - Typologie: Spontan-, Gewohnheitskäufe und überlegte Käufe
 - Kauffolgen, Senkung des Kaufrisikos
 - Informationssuche und -verarbeitung
 - Gruppeneinflüsse, kultureller Kontext
 - Sozialisation: socio & concept orientation / Identität