

Ann Elisabeth Auhagen • Hans-Werner Bierhoff (Hrsg.)

# Angewandte Sozialpsychologie

Das Praxishandbuch

1. Auflage

**BELTZ***PVU*

# Inhalt

## Positionsbestimmung

<b>1</b>	<b>Angewandte Sozialpsychologie: Eine Standortbestimmung</b>	<b>1</b>
	Hans-Werner Bierhoff & Ann Elisabeth Auhagen	
1	Grundlagen- und Anwendungsforschung beruhen auf dem gleichen wissenschaftlichen Paradigma	1
2	Bedeutung Angewandter Sozialpsychologie	4
3	Themen und Inhalte Angewandter Sozialpsychologie	7
4	Angewandte Sozialpsychologie exemplarisch vorgeführt	9
5	Gesellschaft und Angewandte Sozialpsychologie	10

## Kommunikation und Interaktion in der Angewandten Sozialpsychologie

<b>2</b>	<b>Basics der Kommunikation</b>	<b>17</b>
	Ullrich Günther	
1	Geschichte der menschlichen Kommunikation	17
2	Kommunikationsmodelle	19
3	Nonverbale Kommunikation	25
4	Inhalt	30
5	Sender	32
6	Beziehung	34
7	Empfänger	36
8	Kommunizieren als Beruf	39
<b>3</b>	<b>Rhetorik und Präsentation</b>	<b>43</b>
	Stefan Kammhuber	
1	Stoffsammlung und Reflexion der Redesituation	44
2	Ordnung und Verständlichkeit	48
3	Sprachlicher Ausdruck	50
4	Einprägen und Freie Rede	50
5	Die Rede halten	51
6	Rhetorik in den Medien	57
7	Interkulturelle Rhetorik	57

<b>4</b>	<b>Trainings</b>	61
	Bärbel Bergmann	
1	Was ein Training leistet	61
2	Theoretische Begründung von Trainingsinterventionen	63
3	Der Trainingszyklus	67
<b>5</b>	<b>Moderation</b>	75
	Josef W. Seifert	
1	Begriffsklärung	75
2	Verwendung des Begriffs	75
3	Sozialpsychologische Relevanz	77
4	Problemlösemoderation	78
5	Ansätze der Businessmoderation	79
6	Die Moderationsmethode(n)	80
7	Gemeinsamkeiten	84
8	Anwendungsrahmen und Nutzen	86
<b>6</b>	<b>Verhandeln</b>	88
	Hedwig Kellner	
1	Was ist eine Verhandlung?	88
2	Wer es nicht für nötig hält, verhandelt nicht	90
3	Verhandeln zum Interessenausgleich	92
4	Verhandeln aus einer schwächeren Position heraus	93
5	Profis arbeiten auf Win-Win-Ziele hin	94
6	Profis verlassen sich nicht auf Rhetorik allein	95
7	Profis bereiten sich inhaltlich und taktisch vor	98
8	Profis lassen reden und hören zu	99
9	Totpunkte überwinden	100
10	Checkliste für die Vorbereitung einer Verhandlung	101
<b>7</b>	<b>Gruppendynamik</b>	103
	Wolfgang Rehtien	
1	Begriffsklärung	103
2	Bedeutung der Gruppe	106
3	Angewandte Gruppendynamik als Trainingsverfahren	107
4	Gruppendynamik als Angewandte Sozialpsychologie	108
<b>8</b>	<b>Konfliktmanagement</b>	123
	Friedrich Glasl	
1	Definition eines sozialen Konflikts	123
2	Psychosoziale Konfliktmechanismen	124

3	Die Dynamik der Konflikteskalation	126
4	Ansatzpunkte für Interventionen des Konfliktmanagements	128
5	Prozess der Konfliktbehandlung	134
<b>9</b>	<b>Mediation</b>	136
	Gerhard Altmann & Rolf Müller	
1	Mediation – Vermittlung in Konflikten	136
2	Mediation – eine Option der Konfliktlösung	138
3	Grundprinzipien der Mediation und Rolle des Mediators	140
4	Mediation – ein strukturiertes Verfahren zur Vermittlung in Konflikten	141
5	Kompetenzen des Mediators	146
6	Praxisfelder der Mediation	150
7	Qualifizierung zum Mediator	153
<b>10</b>	<b>Beratung</b>	155
	Ursel Sickendiek & Frank Nestmann	
1	Beratung und Beratungsentwicklungen	157
2	Beratung als Setting	161
3	Beratung als Prozess sozialer Einflussnahme	162
4	Interpersonale Wahrnehmung in der Beratung	166
5	Wirkfaktoren und Grenzen von Beratung	170
6	Anforderungen an eine sozialpsychologische Beratungsdiskussion	171
<b>11</b>	<b>Coaching</b>	175
	Werner Vogelauer	
1	Wie kam es zum Coaching – eine kurze Entwicklungsgeschichte	175
2	Ganzheitliches Konzept im Coaching	176
3	Coaching-Formen	178
4	Voraussetzungen und Bedingungen für ein optimales Coaching	179
5	Anforderungen des Marktes	183
6	Ablauf eines Coachings	187
7	Methodische und konzeptuelle Aspekte	190
8	Wie komme ich zum richtigen Coach?	192
<b>12</b>	<b>Entscheidung</b>	194
	Roland W. Scholz, Harald A. Mieg & Olaf Weber	
1	Wirtschaftliche Entscheidungen	194
2	Modelle der Entscheidungssituation	202

3	Denkfehler, Täuschungen, Fehlleistungen und Missgeschicke	208
4	Wie komme ich zu guten Entscheidungen?	213
<b>13</b>	<b>Wissensmanagement</b>	220
	Katharina Schnurer, Katrin Winkler & Heinz Mandl	
1	Ein Rahmenkonzept für Wissensmanagement	220
2	Ein Referenzmodell zum Wissensmanagement	222
3	„Wissenskommunikation“ aus sozialpsychologischer Sicht	224
4	Communities als Instrument für ein besseres Wissensmanagement	226
5	Ausblick	228
<b>14</b>	<b>Auswirkungen der Globalisierung auf die Arbeitswelt</b>	232
	Patricia Simon & Alexander Thomas	
1	Begriffsklärung	232
2	Interkulturelle Psychologie der Globalisierung	233
3	Interkulturelle Eignungsdiagnostik	237
4	Interkulturelles Training	238
5	Interkulturelle Zusammenarbeit in Arbeitsgruppen	240
6	Weltoffenheit genügt nicht	242
<b>15</b>	<b>Innovation</b>	246
	Ann Elisabeth Auhagen	
1	Was bedeutet Sozialpsychologie?	246
2	Was bedeutet Innovation?	247
3	Psychologische Charakteristika von Innovation	248
4	Aktuelle Erkenntnisse über Innovation zu sozialen Themen	250

## Die wichtigsten Praxisfelder

### Organisation und Wirtschaft

<b>16</b>	<b>Personalauswahl</b>	260
	Rüdiger Hossiep	
1	Einordnung und Begriffsklärungen	260
2	Bedeutung und Einsatz	263
3	Ermittlung der Positionsanforderungen	265
4	Verfahren der Personalauswahl	266
5	Vorhersagekraft hinsichtlich des beruflichen Erfolges	272
6	Bewertung und Ausblick	274

<b>17</b>	<b>Führung</b>	279
	Rolf Wunderer	
1	Führung als universelles Phänomen	279
2	Was ist Führung?	279
3	Strukturell-systemische und personal-interaktive Mitarbeiterführung	281
4	Führung als wechselseitiger Beeinflussungsprozess	290
5	Führungsgrundsätze als normativer Rahmen	290
6	Führungsstile	291
7	Acht Prinzipien der Mitarbeiterführung	293
8	Unternehmerische Ausrichtung	296
9	Führen in Spannungsfeldern	297
10	Anforderungen an die Führungskraft	298
<b>18</b>	<b>Mentoring</b>	302
	Michael Jürgen Herner	
1	Begriffsklärung	302
2	Die Sozialpsychologie von Mentoring	303
3	Anwendungsbeispiel zum psychoanalytischen Erklärungsansatz	307
<b>19</b>	<b>Management und Motivation</b>	318
	Uwe Kleinbeck	
1	Die Bedeutung menschlicher Leistungsvoraussetzungen für den Erfolg von Unternehmen	318
2	Wer motiviert ist, leistet mehr	319
3	Management zur Förderung von Motivation	326
4	Schritte auf dem Weg zu produktivitätswirksamen Zielvereinbarungen	329
<b>20</b>	<b>Verantwortung in Organisationen</b>	334
	Harald Geißler	
1	Allgemeine Merkmale von Verantwortung	334
2	Verantwortung als Managementproblem	338
3	Verantwortung und ihre Implementationsbedingungen	343
4	Empfehlungen für die betriebliche Praxis	346
<b>21</b>	<b>Teamarbeit</b>	351
	Conny Antoni	
1	Mythos Teamarbeit	351
2	Formen der Teamarbeit	352

3	Gruppeneffektivität und ihre Einflussgrößen	356
4	Konsequenzen für die Einführung	360
<b>22</b>	<b>Freiwilliges Arbeitsengagement</b>	366
	Hans-Werner Bierhoff & Elke Rohmann	
1	Inhaltliche Dimensionen	366
2	Rollenidentitäten und Stimmungen	370
3	Überblick über die Forschungsergebnisse	373
4	Freiwilliges Arbeitsengagement im Einzelhandel	376
<b>23</b>	<b>Ethik in Organisationen</b>	380
	Gerhard Blickle	
1	Wozu Ethik?	380
2	Ethische Theorien	382
3	Exemplarische Problemfelder	385
4	Ausblick	390
<b>24</b>	<b>Mobbing</b>	394
	Axel Esser	
1	Begriffsbestimmung	394
2	Was Mobber tun	396
3	Wie sich Mobbing entwickelt	397
4	Ursachen für Mobbing	398
5	Die Karriere des Mobbingbegriffs	400
6	Praktische Probleme des Konzepts	402
7	Bewältigung von Mobbingkonflikten	403
8	Handlungsbedarf – Forschungsbedarf	407
<b>25</b>	<b>Dienstleistung</b>	409
	Friedemann W. Nerdinger	
1	Ökonomische und sozialpsychologische Bedeutung von Dienstleistungen	409
2	Der Dienstleistungs-Marketing-Mix	410
3	Sozialpsychologisch orientierte Gestaltung von Dienstleistungen	411
4	Sozialpsychologisches Wissen für den Dienstleistungs-Marketing-Mix	419
<b>26</b>	<b>Konsumentenpsychologie</b>	422
	Erich Kirchler & Katja Meier-Pesti	
1	Definition	422
2	Ökonomische Entscheidungen	423

3	Bedeutung von Gütern: Funktionalität versus Symbolik	426
4	Zufriedenheit und Commitment	429
<b>27</b>	<b>Werbung</b>	<b>434</b>
	Martina Schmohr	
1	Definition und Ziele	434
2	Stellenwert der Werbung im Marketing Mix	435
3	Wirkung und Werbeerfolg	437
4	Angewandte Sozialpsychologie in der Werbung	437
5	Techniken der Werbung	438
6	Wirkungspfade der Werbung	442
7	Sozialpsychologie im Dienst der Verführung zum Konsum?	446
<b>28</b>	<b>Berufliche Selbständigkeit</b>	<b>449</b>
	Günter F. Müller	
1	Ortsbestimmung	449
2	Einfluss der Sozialisation	450
3	Herausbildung unternehmerischer Karriereabsichten	452
4	Soziale Bedingungen unternehmerischen Erfolgs	453
5	Berufliche Selbständigkeit unter Teambedingungen	455
6	Gründe für das Scheitern selbständiger Erwerbsinitiativen	457
7	Professionelle Beratung Selbständiger	459
	<b>Gesellschaft</b>	
<b>29</b>	<b>Medien</b>	<b>463</b>
	Bernd Weidenmann	
1	Medien schaffen Umgebungen für soziale Interaktion	463
2	Erlebte Wirklichkeit	465
3	Parasoziale Interaktion und parasoziale Beziehung	468
4	Medienakteure als Modelle für soziales Verhalten	470
5	Medien und Gruppenidentitäten	475
<b>30</b>	<b>Internet</b>	<b>480</b>
	Manuela Paechter	
1	Identität im Internet	480
2	Entwicklung sozialer Beziehungen im Internet	482
3	Gruppenarbeit im Internet	488
<b>31</b>	<b>Pädagogische Interaktion</b>	<b>495</b>
	Ewald Johannes Brunner	
1	Soziale Einstellungen	495



2	Das Leitmotiv „Pädagogische Interaktion“	497
3	Theoreme der pädagogischen Interaktion	499
4	Basale Kommunikations- und Interaktionstheorien	500
5	Erziehungsstile	504
6	Sozialpsychologie der pädagogischen Gruppenarbeit	505
7	Gruppenentwicklung	507
<b>32</b>	<b>Rechtspsychologie</b>	511
	Günter Köhnken & Thomas Bliesener	
1	Forensische Psychologie	511
2	Kriminalpsychologie	520
3	Entwicklung der Rechtspsychologie	526
<b>33</b>	<b>Gesundheit und Prävention</b>	533
	Jochen Haisch	
1	Grenzen der Medizin	533
2	Anwendung klassischer sozialpsychologischer Theorien	535
3	Anwendung gesundheitspsychologischer Theorien	545
4	Gesundheit und Prävention	551
<b>34</b>	<b>Sportpsychologie</b>	556
	Jürgen Beckmann & Anne-Marie Elbe	
1	Problemstellung und Hintergrund der Sportpsychologie	556
2	Anwendungsfelder der Sportpsychologie	558
3	Forschung und Interventionen in der Sportpsychologie	559
4	Soziale Kognition und soziale Interaktion	562
5	Selbstregulation	563
6	Soziale Interaktion und Gruppendynamik	565
7	Potential der Sozialpsychologie für den Sport	570
<b>35</b>	<b>Umweltpsychologisch intervenieren</b>	575
	Hannah Scheuthle & Florian Kaiser	
1	Umweltverhalten	576
2	Umweltpsychologische Interventionen	578
3	Maßnahmenkoordination	587
	<b>Alphabetisches Themenverzeichnis</b>	593
	<b>Autorenverzeichnis</b>	600
	<b>Sachverzeichnis</b>	605
	<b>Personenverzeichnis</b>	629