

Rolf van Dick / Jörg Felfe
Sandra Ohly / Jürgen Wegge (Hrsg.)

Autorenrichtlinien für die Bände der Reihe

Managementpsychologie

Aktuelles Wissen für Personen mit Führungsverantwortung

(Fassung 10/2024)



Hogrefe Verlag GmbH & Co. KG

Merkelstraße 3
37085 Göttingen
Deutschland

Tel. +49 551 999 50 0
Fax +49 551 999 50 111
lektorat@hogrefe.de
www.hogrefe.de



Ziele der Reihe

Ziel der Reihe ist es, aktuelles psychologisches Wissen zur Lösung praktisch relevanter Probleme so aufbereitet darzustellen, dass es von Fachexperten und Führungskräften auch ohne vertiefte psychologische Kenntnisse verstanden wird und zur Lösung ihrer Probleme genutzt werden kann.

Wissenschaftler im Bereich der Arbeits-, Organisations- und Wirtschaftspsychologie erarbeiten empirisch bewährte Lösungen für viele Fragestellungen, die unmittelbar auch für die Praxis relevant sind. Von verantwortlichen Fachexperten und Führungskräften wird dieses Wissen aber viel zu selten abgerufen, weil es häufig in einer technischen Sprache abgefasst ist und in Publikationsorganen (z. B. englischsprachigen Fachzeitschriften) erscheint, die von der Praxis kaum gelesen werden.

Die Reihe bietet die Möglichkeit für die Autoren, praxisrelevante Ergebnisse basierend auf ihrer eigenen Forschung **leser- und praxisorientiert** in deutscher Sprache bekannt zu machen. Grundlage können z. B. größere und kleinere Forschungsprojekte sein, in denen mehrere thematisch zusammenhängende Studien durchgeführt wurden (z. B. BMBF- oder DFG-Projekte, Promotionen, Habilitationen etc.).

Zielgruppen

Alle Personen mit Führungsverantwortung in Organisationen, insbesondere Juristen, Ingenieure, Informatiker, Betriebsräte, Wirtschaftswissenschaftler, aber natürlich auch Unternehmer, Berater, Coaches sowie Studierende und Lehrende in der Psychologie, den Arbeitswissenschaften und den Wirtschaftswissenschaften.

Inhalte und Art der Darstellung

Die Darstellung der eigenen Forschungsergebnisse wird durch eine Synopse zu den relevanten Theorien eingeleitet, sodass auch der Nicht-Psychologe einen verständlichen Überblick zum Themenbereich gewinnt. Hauptteil jedes Buches sind aber die **konkreten Praxisempfehlungen**. Diese nehmen einen breiten Raum ein und beschreiben verschiedene Hilfsmittel, wie z. B. Fragebögen, Self-Assessments, Checklisten, Ablaufpläne und/oder Manuale für Workshops/Trainings usw. Die Autoren der Reihe treten mit einer Veröffentlichung also bewusst in den **Dialog mit der Praxis** und tragen zu einer Verbreitung ihrer Forschungsergebnisse bei. Führungskräfte bekommen damit Erkenntnisse und Werkzeuge an die Hand, die ihnen – auf der Basis gesicherten und aktuellen Wissens – ihre tägliche Arbeit erleichtern.

- **Kästen:** Soweit möglich sollten die Texte in hervorgehobenen Merksätzen oder Regeln zusammengefasst werden, die in einem unterlegten Kasten stehen sollen.
- **Veranschaulichungen:** Möglichst viele inhaltliche Darlegungen sind durch leicht interpretierbare und übersichtliche Abbildungen bzw. Schaubilder und Tabellen sowie flussdiagrammartige Darstellungen zu verdeutlichen.

Gliederung der Bände

Alle Bände haben eine einheitliche, aber dennoch flexible, dem jeweiligen Thema angepasste Struktur, die sich wie folgt gliedert:

1. Allgemeine Einleitung

Hier soll auf wenigen Seiten eine Einführung in das Thema gegeben werden. Die Einleitung sollte mit den Zielen des Bandes beginnen und eine Übersicht über das Buch mit Schwerpunkt auf den neuen Methoden und Erkenntnissen geben. Die Einleitung sollte die Frage beantworten helfen „Warum sollte ich dieses Buch lesen, wie kann es mir bei der Lösung von Problemen helfen?“

2. Theoretischer Überblick

In diesem Teil sollten die theoretischen Modelle und Grundlagen erläutert werden, auf denen die dargestellten Forschungsergebnisse basieren. Es sollte deutlich werden, dass die Forschung in aktuelle Theorien der Arbeits-, Organisations- und Wirtschaftspsychologie sowie Sozialpsychologie eingebettet ist. Aktuelle Studien (eigene oder anderer Autoren) sollten möglichst anschaulich dargestellt werden, und wenn möglich anhand von Meta-Analysen die empirische Befundlage zusammenfassend dargestellt werden. Wichtig ist, dass kein historischer Abriss der Forschung gegeben wird, sondern der aktuelle Stand der Literatur berichtet wird. Das Kapitel sollte einerseits auch übersprungen werden können, wenn sich der Leser gleich mit den neuen Erkenntnissen und darauf basierenden Maßnahmenempfehlungen beschäftigen möchte. Andererseits sollte das Kapitel auch für sich allein lesenswert sein für die Leser, die sich anhand des Bandes einen schnellen Überblick über den aktuellen Kenntnisstand verschaffen möchten.

3. Darstellung der eigenen Forschungserkenntnisse

Hier sollten die eigenen Studien und ihre Ergebnisse so dargestellt werden, dass auch Nicht-Psychologen nachvollziehen können, was wie gemacht wurde und mit welchen Ergebnissen. Selbstverständlich sollte methodisch nach State of the Art vorgegangen werden und auch entsprechende Ergebnisse zu Regressionen, Mehrebenenanalysen usw. in entsprechenden Tabellen usw. berichtet werden, sodass auch Fachleute sich im Detail informieren können. Nicht-Fachleuten sollten das allgemeine Vorgehen und die Befunde aber durch verständliche Sprache und durch Hilfsmittel wie z. B. Abbildungen nahegebracht werden.

4. Ausführliche Praxisempfehlungen

Wegen des Praxisteils werden viele Leser das Buch erwerben. Stellen Sie die Implikationen Ihrer Forschung so dar, dass sie leicht nachvollziehbar und anwendbar sind. Haben Sie Fragebögen für Ihre Untersuchung verwendet, können Sie diese vielleicht als Selbsttests oder Checklisten darstellen. Können Sie direkte Ableitungen treffen, sollten diese in Form von Mehr-Punkte-Plänen dargestellt werden. Basiert Ihre Forschung auf einer Intervention mit Evaluation, sollten Sie die Information in Form eines detaillierten Manuals aufbereiten. Im Idealfall enthält Ihr Buch Kombinationen mehrerer oder aller dieser Merkmale.

5. Literaturempfehlungen und Hinweise zu wichtigen Tools

z. B. Internetquellen, Gesetzestexte, Netzwerke, Seminare oder Experten

6. Literatur

Im Text zitierte Literatur

7. Anhang

Im Anhang können ggf. Kopiervorlagen eingefügt werden, z. B. Checklisten, Fragebögen, Trainingsprogramme, Kurzmanuale, Flussdiagramme usw.

Umfang und Textgestaltung

- Das Buch soll zwischen 100 und maximal 250 Druckseiten (= 250.000 bis 625.000 Zeichen inkl. Leerzeichen) umfassen, einschließlich Tabellen, Abbildungen, Literaturhinweisen und Anhang. Bitte berücksichtigen Sie bei Ihrer Umfangseinschätzung immer, dass Tabellen, Abbildungen oder Kästen aufgrund der notwendigen Formatierungen im Endformat mehr Platz einnehmen und daher eine einfache Zeichenumrechnung nicht vorgenommen werden kann.
- Die formale Textgestaltung erfolgt nach den Richtlinien der DGPs.
- Einzelheiten zu Dateiformaten und Formatierungen sind den „Allgemeinen Hinweisen zur Manuskriptgestaltung“ zu entnehmen.

Qualität

Die Herausgeber stellen die Qualität der Bände sicher. Die Autoren reichen zunächst ein strukturiertes Proposal ein, das von den vier Herausgebern gemeinsam begutachtet wird. Wenn das Thema und die neuen Erkenntnisse zur Reihe passen, betreuen zwei Herausgeber zusammen mit dem Hogrefe Verlag die weiteren Arbeiten zu einem leserfreundlichen, praxisorientierten Buch.

Anschriften der Herausgeber:

Rolf van Dick
Goethe Universität Frankfurt
Lehrstuhl für Psychologie
Kettenhofweg 128
D-60054 Frankfurt
Tel.: 069/79823727
E-Mail: van.dick@psych.uni-frankfurt.de

Jörg Felfe
Helmut-Schmidt-Universität
Holstenhofweg 85
D-22043 Hamburg
Tel.: 040/6541 2575
E-Mail: felfe@hsu-hh.de

Sandra Ohly
Universität Kassel
Nora-Platiel-Str. 5
D-34109 Kassel
Tel.: 0561/8043162
E-Mail: ohly@uni-kassel.de

Jürgen Wegge
TU Dresden
Zellescher Weg 17
D-01062 Dresden
Tel.: 0351/463 33784
E-Mail: wegge@psychologie.tu-dresden.de

Proposal für einen Band in der Reihe Managementpsychologie

(Arbeits-)Titel des Bandes

Name, Titel, Institution

Vita (max. ½ Seite)

Beschreiben Sie bitte kurz Ihren wissenschaftlichen Werdegang, inklusive Angaben über Publikations- und Projekterfahrung und praktische Erfahrungen im Zusammenhang mit Ihrem Band.

Ziele des Buches (kurze Beschreibung in nicht mehr als 10 Zeilen)

Was sind Ihre Kernaussagen? Was ist das Neue an Ihrem Band, welche Lücke in der bestehenden Literatur wollen Sie füllen?

Studien, auf denen der Band basiert (max. 2 Seiten)

Was haben Sie untersucht? Welche Methoden haben Sie verwendet? Was haben Sie herausgefunden?
– Fassen Sie bitte die zentralen Ergebnisse Ihrer Studie(n) zusammen.

Praxisempfehlungen (2 Seiten)

Welche Implikationen haben Ihre Erkenntnisse für die Praxis? Was kann die Führungskraft lernen, was kann sie umsetzen? Welche Handlungsempfehlungen geben Sie für welche Zielgruppe(n)?

Mit welchen Tools können Sie Führungskräften bei der Umsetzung Ihrer Empfehlungen helfen (z. B. Checklisten, Trainings, Self-Assessments, Fallbeispiele)?

Service

Haben Sie Ideen für zusätzliche Serviceempfehlungen für die Praxis? (z. B. Internetquellen, Gesetzestexte, Literaturempfehlungen, Netzwerke, Seminare, Experten, Materialien)