

Management- psychologie

Herausgegeben von
Rolf van Dick, Jörg Felfe,
Sandra Ohly und Jürgen Wegge

Die Herausgeber



Prof. Dr. Rolf van Dick

Seit 2006 Professor für Sozialpsychologie an der Goethe-Universität Frankfurt am Main. Direktor des Center for Leadership and Behavior in Organizations (CBLO).

Arbeitsschwerpunkte: Intergruppenprozesse in Organisationen, insbesondere Führung und Gesundheit.



Prof. Dr. Jörg Felfe

Seit 2010 Professor für Arbeits-, Organisations- und Wirtschaftspsychologie an der Helmut-Schmidt-Universität in Hamburg.

Arbeitsschwerpunkte: Führung, Commitment, Gesundheit, Personalentwicklung und Mitarbeiterbefragungen.



Prof. Dr. Sandra Ohly

Seit 2010 Professorin für Wirtschaftspsychologie an der Universität Kassel.

Arbeitsschwerpunkte: Wohlbefinden bei der Arbeit, Kreativität und Eigeninitiative, Arbeitsmotivation und Tagebuchstudien.



Prof. Dr. Jürgen Wegge

Seit 2007 Professor für Arbeits- und Organisationspsychologie an der TU Dresden. Seit 2016 Vorsitzender des Centrum für Demografie und Diversität (CDD) an der TU Dresden.

Arbeitsschwerpunkte: Arbeitsmotivation, Führung, demografischer Wandel, Arbeit und Gesundheit sowie Spitzenleistungen in Unternehmen.

Die Buchreihe

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

Ziel der Buchreihe „Managementpsychologie“ ist es, aktuelles psychologisches Wissen für Fachexperten und Führungskräfte auch ohne vertiefte psychologische Kenntnisse gut verständlich darzustellen, sodass dieses zur Lösung konkreter Probleme im beruflichen Alltag genutzt werden kann. Es werden Handlungsempfehlungen für die Praxis gegeben und Hilfsmittel beschrieben, die die Umsetzung erleichtern, wie z. B. Fragebögen, Übungen, Checklisten, Ablaufpläne oder Manuale für Workshops und Trainings. Führungskräfte bekommen damit Erkenntnisse und Werkzeuge an die Hand, die ihnen – auf der Basis gesicherten und aktuellen Wissens – ihre tägliche Arbeit erleichtern.

Die Zielgruppe

Führungskräfte, Personalverantwortliche, Arbeits- und Organisationspsychologen, Personalpsychologen, Wirtschaftswissenschaftler, Unternehmer, Berater, Trainer, Coaches, Betriebsmediziner, Gesundheitspsychologen, Studierende und Lehrende der Arbeits- und Organisationspsychologie, der Gesundheitspsychologie sowie der Arbeits- und Wirtschaftswissenschaften.

Bezugsmöglichkeiten

Die Bände der Reihe können einzeln oder zur Fortsetzung bestellt werden. Ihr Abo-Vorteil: direkte und bequeme Lieferung jedes neuen Bandes sofort nach Erscheinen. Ihre Fortsetzungsbestellung umfasst eine Mindestabnahme von zwei Bänden in Folge, danach können Sie jederzeit schriftlich beim Verlag kündigen.



Anika Schulz-Dadaczynski /
Nicole Stab /
Andrea Lohmann-Haislah /
Gisa Junghanns

Arbeitsintensität

Umgang mit Zeitdruck,
Leistungsdruck und
Informationsflut in der
betrieblichen Praxis
Band 4: 2022. 140 Seiten,
€ 26,95 (DE) / 27,80 (AT)
CHF 37.50

ISBN 978-3-8017-2977-6

Auch als eBook erhältlich



Anika Schulz-
Dadaczynski



Nicole Stab



Andrea
Lohmann-
Haislah



Gisa Junghanns

Arbeitsbedingte Belastungen und psychische Beanspruchung reduzieren

Der Begriff „Arbeitsintensität“ beschreibt einen Belastungsfaktor, dessen Verbreitung und Relevanz angesichts derzeitiger Trends in der Arbeitswelt, wie vor allem einer steigenden Digitalisierung und Globalisierung, Schnelligkeit und Komplexität, immer mehr zunimmt. Es handelt sich dabei um eine starke Inanspruchnahme durch die Arbeit, die von den Beschäftigten als psychische Belastung erlebt und in der betrieblichen Praxis mit Begriffen wie Zeitdruck, Leistungsdruck oder Stress umschrieben wird.

Dieser Band fasst die langjährige qualitative und quantitative For-

schung der Bundesanstalt für Arbeitsschutz und Arbeitsmedizin (BAuA) zum Thema Arbeitsintensität zusammen und leitet auf der Grundlage aktueller Forschungsergebnisse Empfehlungen für die betriebliche Praxis ab. Eingegangen wird dabei auf die Verbreitung, die Ursachen, Erscheinungsformen und Folgen von hoher Arbeitsintensität und Informationsüberflutung am Arbeitsplatz. Zudem werden Möglichkeiten der betrieblichen Gestaltung von Arbeitsintensität und eines guten Umgangs mit psychischer Beanspruchung am Arbeitsplatz aufgezeigt.



Johannes Wendsche /
Andrea Lohmann-Haislah
**Arbeitspausen gesundheits-
und leistungsförderlich
gestalten**

Band 3: 2018. 175 Seiten,
€ 29,95 (DE) / 30,80 (AT) /
CHF 39.90

ISBN 978-3-8017-2553-2

Auch als eBook erhältlich



Johannes
Wendsche



Andrea
Lohmann-Haislah

Gesundheit und Leistungsfähigkeit von Mitarbeitern durch eine optimale Pausengestaltung erhalten und fördern

Durchschnittlich mehr ältere Beschäftigte, einhergehend mit regionalem und berufsspezifischem Fachkräftemangel, aber auch späteres Renteneintrittsalter bei gleichzeitig steigenden psychischen Anforderungen – dies beschreibt in groben Zügen den Wandel von Arbeit und Gesellschaft hierzulande. Diese Entwicklungen begründen, warum Unternehmen zukünftig in viel höherem Maße auf Erhalt und Förderung von Gesundheit und Leistungsfähigkeit ihrer Beschäftigten achten müssen, nicht zuletzt auch, um ihre Wettbewerbsfähigkeit nachhaltig sichern zu

können. Eine optimale Pausengestaltung kann dazu einen wichtigen Beitrag leisten.

Wie das in der betrieblichen Praxis aussehen kann, möchte dieses Buch zeigen. Dabei werden die wissenschaftlichen Grundlagen zur Pausenorganisation leicht verständlich aufbereitet und durch konkrete Gestaltungsempfehlungen anwendbar gemacht. Tools und einfache Checklisten zeigen praxisnah, wie die Organisation von Pausen im Betrieb optimiert werden kann.



Antje Schmitt
Arbeitsmotivation bei Mitarbeitern stärken
 Regulation von Emotionen und Stimmungen bei der Arbeit
 Band 2: 2016. 138 Seiten,
 € 26,95 (DE) / 27,80 (AT) /
 CHF 35,90
 ISBN 978-3-8017-2558-7
 Auch als eBook erhältlich



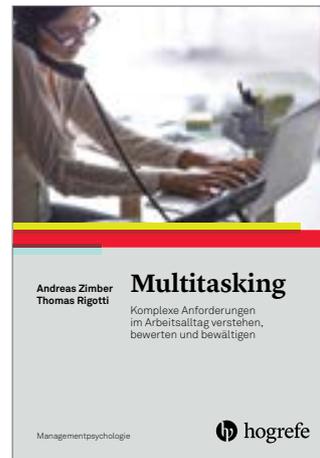
Antje Schmitt

Welche Rolle spielen Emotionen bei beruflichen Ereignissen für die Arbeitsmotivation und wie können Führungskräfte dies nutzen?

Zu den vielfältigen Anforderungen an Führungskräfte gehört es, die Motivation ihrer Mitarbeiter im Blick zu behalten und zu fördern. Dieser Band zeigt auf, wie die Arbeitsmotivation durch Emotionen und Stimmungen in Bezug auf berufliche Ereignisse beeinflusst wird und gibt Empfehlungen, wie Führungskräfte Einfluss auf diese Situationen nehmen können, um das Engagement ihrer Mitarbeiter zu stärken.

Einleitend stellt der Band theoretische Rahmenmodelle und aktuelle empirische Ergebnisse zum Einfluss von Emotionen und Stimmungen auf die Arbeitsmo-

tivation vor. Im anschließenden Kapitel liegt der Schwerpunkt auf Handlungsempfehlungen für Führungskräfte. Es werden zum einen Übungen vorgestellt, die zeigen, wie Führungskräfte ihre Kompetenzen zur Selbstmotivierung und zum Umgang mit eigenen Emotionen stärken können. Zum anderen werden Empfehlungen gegeben, wie Führungskräfte Einfluss auf das Arbeitsengagement von Mitarbeitern, auf ihre Emotionen und Stimmungen und auf das Auftreten und den Umgang mit positiven und negativen beruflichen Ereignissen nehmen können.



Andreas Zimmer /
 Thomas Rigotti
Multitasking
 Komplexe Anforderungen im Arbeitsalltag verstehen, bewerten und bewältigen
 Band 1: 2015. 163 Seiten,
 € 29,95 (DE) / 30,80 (AT) /
 CHF 39,90
 ISBN 978-3-8017-2551-8
 Auch als eBook erhältlich



Andreas Zimmer Thomas Rigotti

Ein aktueller Überblick zum Thema Multitasking mit Empfehlungen für die Arbeitsgestaltung und -optimierung

Ziel dieses Bandes ist es, Multitasking und ähnliche Anforderungen wie Komplexität und Unterbrechungen besser verstehen zu können, ihr Auftreten und damit verbundene Konsequenzen bewerten zu können sowie Möglichkeiten zu einem effektiven Umgang damit kennenzulernen. Zunächst gibt der Band einen Überblick über die Verbreitung, Ursachen und Folgen von Multitasking. Dabei wird insbesondere auf Auswirkungen auf die Leistung und Beanspruchungsreaktionen eingegangen. Anschließend werden praxisbezogene Empfehlungen zur Bewältigung von komplexen Arbeits-

anforderungen gegeben. Zum einen werden Instrumente vorgestellt, anhand derer sich Multitasking-Komponenten im Arbeitskontext feststellen und analysieren lassen. Zum anderen zeigen die Autoren auf, wie z.B. technische Hilfsmittel und Arbeitstechniken effektiver genutzt werden, das Arbeitsgedächtnis entlastet, Tätigkeiten sinnvoll abgewechselt, Erholungsaktivitäten geplant und Pausen effektiv gestaltet werden können. Die im Anhang enthaltenen Fragebögen zur Selbstbeurteilung zum Thema Multitasking runden den Band ab.

Widerrufsrecht und -belehrung

Verbrauchern steht ein gesetzliches Widerrufsrecht zu. Unternehmern räumen wir kein freiwilliges Widerrufsrecht ein.

Widerrufsbelehrung für die Lieferung von Ware

Widerrufsrecht

Sie haben das Recht, binnen vierzehn Tagen ohne Angabe von Gründen diesen Vertrag zu widerrufen. Die Widerrufsfrist beträgt vierzehn Tage ab dem Tag, an dem Sie oder ein von Ihnen benannter Dritter, der nicht der Beförderer ist,

- die Waren in Besitz genommen haben bzw. hat - bei Kaufverträgen;
- die letzte Ware in Besitz genommen haben bzw. hat, sofern Sie im Rahmen einer einheitlichen Bestellung bestellt haben und die Waren getrennt geliefert werden;
- die erste Ware in Besitz genommen haben bzw. hat, sofern im Rahmen einer Bestellung Waren zur regelmäßigen Lieferung von Waren über einen festgelegten Zeitraum hinweg geliefert werden.

Um Ihr Widerrufsrecht auszuüben, müssen Sie uns (Hogrefe Verlag GmbH & Co. KG, Herbert-Quandt-Straße 4, D-37081 Göttingen, Telefon: +49 551 999 50 950, Fax: +49 551 999 50 955, E-Mail: vertrieb@hogrefe.de) mittels einer eindeutigen Erklärung (z.B. ein mit der Post versandter Brief, Telefax oder E-Mail) über Ihren Entschluss, diesen Vertrag zu widerrufen, informieren. Sie können dafür das beigefügte Muster-Widerrufsformular verwenden, das jedoch nicht vorgeschrieben ist. Zur Wahrung der Widerrufsfrist reicht es aus, dass Sie die Mitteilung über die Ausübung des Widerrufsrechts vor Ablauf der Widerrufsfrist absenden.

Folgen des Widerrufs

Wenn Sie diesen Vertrag widerrufen, haben wir Ihnen alle Zahlungen, die wir von Ihnen erhalten haben, einschließlich der Lieferkosten (mit Ausnahme der zusätzlichen Kosten, die sich daraus ergeben, dass Sie eine andere Art der Lieferung als die von uns angebotene, günstigste Standardlieferung gewählt haben), unverzüglich und spätestens binnen vierzehn Tagen ab dem Tag zurückzahlen, an dem die Mitteilung über Ihren Widerruf dieses Vertrags bei uns eingegangen ist. Für diese Rückzahlung verwenden wir dasselbe Zahlungsmittel, das Sie bei der ursprünglichen Transaktion eingesetzt haben, es sei denn, mit Ihnen wurde ausdrücklich etwas anderes vereinbart; in keinem Fall werden Ihnen wegen dieser Rückzahlung Entgelte berechnet. Wir können die Rückzahlung verweigern, bis wir die Waren wieder zurückerhalten haben oder bis Sie den Nachweis erbracht haben, dass Sie die Waren zurückgesandt haben, je nachdem, welches der frühere Zeitpunkt ist. Sie haben die Waren unverzüglich und in jedem Fall spätestens binnen vierzehn Tagen ab dem Tag, an dem Sie uns über den Widerruf dieses Vertrags unterrichten, an uns zurückzusenden oder zu übergeben. Die Frist ist gewahrt, wenn Sie die Waren vor Ablauf der Frist von vierzehn Tagen absenden. Sie tragen die unmittelbaren Kosten der Rücksendung der Waren. Sie müssen für einen etwaigen Wertverlust der Waren nur aufkommen, wenn dieser Wertverlust auf einen zur Prüfung der Beschaffenheit, Eigenschaften und Funktionsweise der Waren nicht notwendigen Umgang mit ihnen zurückzuführen ist.

– Ende der Widerrufsbelehrung –

Muster-Widerrufsformular

(Wenn Sie den Vertrag widerrufen wollen, dann füllen Sie bitte dieses Formular aus und senden Sie es zurück.)

Hogrefe Verlag GmbH & Co. KG, Herbert-Quandt-Straße 4, D-37081 Göttingen, Fax +49 551 999 50 955, E-Mail: vertrieb@hogrefe.de

- Hiermit widerrufe(n) ich/wir (*) den von mir/uns (*) abgeschlossenen Vertrag über den Kauf der folgenden Waren (*)/ die Erbringung der folgenden Dienstleistung (*)
- Bestellt am (*)/erhalten am (*)
- Name des/der Verbraucher(s)
- Anschrift des/der Verbraucher(s)
- Unterschrift des/der Verbraucher(s) (nur bei Mitteilung auf Papier)
- Datum

(*) Unzutreffendes streichen.

Bestellschein

Tel. +49 551 999 50 950
Fax +49 551 999 50 955
distribution@hogrefe.de
www.hogrefe.com

Zu beziehen über

Hogrefe Verlag GmbH & Co. KG
Herbert-Quandt-Straße 4
37081 Göttingen

Hogrefe Verlag GmbH & Co. KG, Merkelstr. 3, 37085 Göttingen, Amtsgericht Göttingen HRA 3361.
Alle Preise verstehen sich inkl. 7 % Ust. (DE) / 10 % Ust. (AT) / 2,5 % Ust. (CH).

Ich/wir bestelle/n*

bis auf Widerruf die Buchreihe „**Managementpsychologie**“ zur Fortsetzung ab Band ____ zu den angegebenen Einzelpreisen.

folgende Titel zu den angegebenen Einzelpreisen

Ex. ISBN 978-3-8017-

Ex. ISBN 978-3-8017-

Ex. ISBN 978-3-8017-

Institution

Name/Vorname

Straße/Nr.

PLZ/Ort

Datum Unterschrift

E-Mail

Newsletter