

Inhalt

Die Wissenschaft des Handelns: Wie unser Gehirn Erfolg steuert	5
Vorwort	13
1 Motivation und Persönlichkeit: Basiskonzepte	17
1.1 Flow: Die Passung zwischen Anforderungen und Fähigkeiten	17
1.2 Die Korrelationsfalle: Hängt Verhalten von der Situation oder der Person ab?	22
1.2.1 Zur Bedeutung von Persönlichkeitsunterschieden in der Wirtschaftswelt	24
1.2.2 Gibt es einen konsistenten Einfluss von Persönlichkeitsmerkmalen auf das Verhalten?	25
1.2.3 Der Aggregationsansatz: Korrelation und Faktorenanalyse	29
1.2.4 Synthese: Situatives Modell und Trait-Modell	30
1.2.5 Wann sind Persönlichkeitstests keine guten Prädiktoren für Arbeitsverhalten?	31
1.2.6 Typologische und dimensionale Persönlichkeitskonstrukte	32
1.3 Vom Aggregationsansatz zur Funktionsanalyse persönlicher Kompetenzen	35
1.3.1 Starke und schwache Situationen	35
1.3.2 Gründe für die Wiederentdeckung der Persönlichkeit	36
1.3.3 Forschung zur Persönlichkeit	38
1.3.4 Funktionsanalyse persönlicher Kompetenzen	39
2 Vom Flow zur Interaktion psychischer Systeme	46
2.1 Funktionsanalyse des Flow-Erlebens	47
2.2 Job-Charakteristika	49
2.2.1 Das Entwicklungsquadrat	50
2.2.2 Verstand versus Gefühl	53

2.3	Die PSI-Theorie: Vier motivationale Erkenntnissysteme und deren Verschaltung	55
2.3.1	Die resultatorientierte Motivationsform (R)	67
2.3.2	Die entwicklungsorientierte Motivationsform (E)	69
2.3.3	Die intuitive Motivationsform (I)	71
2.3.4	Die wirkungsorientierte Motivationsform (W)	75
3	Anwendungsbeispiele: Die vier Motivationstypen in Aktion	79
3.1	Zusammenfassung der Motivationstypen	80
3.1.1	Welche Aufgaben motivieren Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter am meisten?	80
3.1.2	Was sind die Stärken der verschiedenen Motivationstypen?	81
3.1.3	Welche Managementmethode passt am besten?	86
3.1.4	Motivation und Führung	88
3.2	Die praktische Anwendung auf eine Berufsgruppe – Eine Verkäufertypologie	89
3.2.1	Allgemeine Beschreibung des resultatorientierten Verkäuferprofils (R-Typ)	89
3.2.2	Allgemeine Beschreibung des entwicklungsorientierten Verkäuferprofils (E-Typ) ...	91
3.2.3	Allgemeine Beschreibung des intuitiven Verkäuferprofils (I-Typ)	93
3.2.4	Allgemeine Beschreibung des wirkungsorientierten Verkäuferprofils (W-Typ)	96
4	Vertiefung der PSI-Theorie: Erkenntnissysteme, Affekte und Bedürfnisse	100
4.1	Die vier handlungsrelevanten Erkenntnissysteme	101
4.1.1	Intentionsgedächtnis (IG)	101
4.1.2	Intuitive Verhaltenssteuerung (IVS)	101
4.1.3	Extensionsgedächtnis (EG)	102
4.1.4	Objekterkennungssystem (OES)	103
4.2	Die Modulationsannahmen	104
4.2.1	Erste Modulationsannahme	104
4.2.2	Zweite Modulationsannahme	105
4.3	Bedürfnisse: Stimulation und Sicherheit	108
4.3.1	Das Bedürfnis nach Stimulation	110
4.3.2	Das Bedürfnis nach Sicherheit	115
4.4	Systemkonfigurationen im Berufsleben	119
4.4.1	Sensibilität und Interesse für Mitarbeiter-/Kundenbelange	122
4.4.2	Interesse an Kommunikation und Mitarbeiter-/Kundenkontakten	123
4.4.3	Zwischenmenschliche Anpassungsfähigkeit	123
4.4.4	Entscheidungsfreude	124

4.4.5	Interesse an der Kontrolle von Vorgaben	124
4.4.6	Interesse an Führungsverantwortung	125
4.4.7	Interesse an strategischer Planung	125
4.4.8	Interesse am Umsetzen von Projekten	126
4.4.9	Interesse an Struktur und Ordnung	126
4.4.10	Risikobereitschaft	126
4.4.11	Unternehmerische Orientierung und Übersicht über das Branchenumfeld	127
4.5	Die Wirkung von impliziten Motiven	127
4.5.1	Der Gestalter im Hintergrund (Resultatorientierter Stil)	128
4.5.2	Der personalisierende Gestalter (Intuitiver Stil)	129
5	Entwicklungsorientierte Systemdiagnostik (EOS)	132
5.1	Entwicklungsorientierte Systemdiagnostik (EOS): Die Suche nach dem Angelpunkt	134
5.1.1	Der Motiv-Umsetzungs-Test (MUT)	136
5.1.2	Der Operante Motiv-Test (OMT)	138
5.1.3	Skalen für die explizite und implizite Befindlichkeit (BEF und IPANAT)	141
5.1.4	Das Persönlichkeits-Stil-und-Störungs-Inventar (PSSI) und die Skalen für emotionale und kognitive Stile (SEKS)	143
5.1.5	Das Selbststeuerungs-Inventar (SSI)	145
5.2	Ausführliche Fallbeispiele	147
5.2.1	Fallbeispiel 1: Herr A., 65, Geschäftsführer im Ingenieurbereich (resultatorientierter Stil)	151
5.2.2	Fallbeispiel 2: Herr M., 24, Student (entwicklungsorientierter Stil)	159
5.2.3	Fallbeispiel 3: Frau B., 41, Unternehmensberaterin (intuitiver Stil)	168
5.3	EMOSCAN [®] : Ein objektives Verfahren	174
5.3.1	Leistungsmotivation	177
5.3.2	Machtmotivation	179
5.3.3	Beziehungsmotivation	181
5.3.4	Fallbeispiel 4: Herr S., 52, Unternehmer (wirkungsorientierter Stil)	182
6	Zusammenfassung: Motivation und Persönlichkeit in der Personalauswahl und -entwicklung	187
6.1	Ausblick: Wege nach vorne in einer VUCA-Welt	189
6.2	Die Herausforderung	191
Literatur	194

Stichwortverzeichnis	205
Zusatzmaterial zum Download	209