Aktualisierte Literaturhinweise

Stand vom 12.4.2018

Das Wissen der Wirtschaftspsychologie entwickelt sich schnell weiter, und es ist ratsam, diese Entwicklung mitzuverfolgen. Doch das ist angesichts der Flut neuer Publikationen leichter gesagt als getan. Die folgende, von den Lehrbuchautoren gepflegte Liste soll Ihnen etwas Orientierung bieten.

Haben Sie etwas gelesen, das auf diese Liste gehört? Dann freuen wir uns über eine kurze Mitteilung von Ihnen. Bitte schicken Sie Ihren Literaturhinweis an [christian.fichter@kalaidos-fh.ch](mailto:christian.fichter@kalaidos-fh.ch). Herzlichen Dank!

Christian Fichter, Herausgeber

Denzler, R. E., & Schuler, E. (2017). *Krisen erfolgreich bewältigen.* Berlin: Springer. <http://doi.org/10.1007/978-3-662-54706-9>

Dieses angenehm zu lesende Buch ist hervorragend geeignet als Fortsetzung unseres Webexkurses „Konflikt, Moderation, Mediation“. Der Untertitel lautet „Wie Führungskräfte in Wirtschaft und Politik Schicksalsschläge überwinden“. Das Buch löst sein Versprechen ein, indem es zehn Gespräche mit Menschen wiedergibt, die selber Krisen durchlaufen haben, unter anderem Ex-Fifa-Präsident Sepp Blatter oder Ex-Privatbankier Konrad Hummler.

Bajwa, N. ul H., & König, C. J. (Hrsg.). (2018). *Karriereperspektiven in der Arbeits- und Organisationspsychologie.* Heidelberg: Springer. <http://doi.org/10.1007/978-3-662-54240-8>

Das Buch enthält eine Reihe von Interviews mit Arbeits- und Organisationspsychologen, die in den unterschiedlichsten Bereichen tätig sind: Von der Auswahl von Astronauten und Piloten, über die Entwicklung von Organisationen und Personal bis hin zu Usability und Human Factors.

Nelson, L. D., Simmons, J., & Simonsohn, U. (2018). Psychology’s Renaissance. *Annual Review of Psychology, 69,* 511-534. <http://doi.org/10.1146/annurev-psych-122216-011836>

Vielleicht braucht nicht die ganze Psychologie eine Renaissance, aber zumindest ihr Publikationsprozess. Denn in den vergangenen zehn Jahren wurde klar, dass viel zu viel psychologische Forschung als falsch-positiv bezeichnet werden muss. In Ihrem Review skizzieren die Autoren die Entwicklung zu dieser Erkenntnis, was seither geschah und was künftig getan werden muss, damit die psychologische Forschung gestärkt aus ihrer Methodenkrise hervorgeht.

Sunstein, C. R., Reisch, L. A., & Rauber, J. (2018) A worldwide consensus on nudging? Not quite, but almost. *Regulation & Governance, 12*, 3-22. <http://doi.org/10.1111/rego.12161>

Interventionen nach dem Ansatz des liberalen oder sanften Paternalismus – auch Stupser oder Nudges genannt – sind populär, werden aber auch kontrovers diskutiert (s. Kapitel 11.4 sowie 10.5.3). Die Studie untersucht die Akzeptanz des Ansatzes in der Bevölkerung in acht Ländern. Unter Einbezug der Ergebnisse früherer Studien identifizieren die Autoren drei Ländergruppen mit deutlich unterschiedlichen Akzeptanzmustern.

Cronqvist, H., Thaler, R. H., & Yu, F. (2018). When nudges are forever: Inertia in the Swedish Premium Pension Plan. Verfügbar bei SSRN: <https://ssrn.com/abstract=3099886> or <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3099886>

Die Studie berichtet über neuste Entwicklungen beim Anlegerverhalten im teilprivatisierten schwedischen Sozialversicherungssystem (vgl. Studie in Abschnitt 10.4 des Lehrbuchs, Finanzmarktregulierung). Nach der Einführung des Systems im Jahr 2000, als aktive Portfoliowahl von der Regierung intensiv beworben wurde und 67% ihr Portfolio selbst auswählten, stellte sich ein hohes Mass an Trägheit ein. Nur noch wenige Prozent der Neuversicherten wählten ihr Portfolio aktiv, und die aktiven Portfoliowähler veränderten ihr Portfolio in 16 Jahren nur ein einziges Mal (Medianwert).

Benartzi, S., Beshears, J., Milkman, K. L., Sunstein, C. R., Thaler, R. H., Shankar, M., … Galing, S. (2017). Should Governments Invest More in Nudging? *Psychological Science, 28*(8), 1041–1055. <http://doi.org/10.1177/0956797617702501>

Bisher ist noch wenig bekannt über die Wirksamkeit von psychologisch fundierten Ansätzen der Verhaltenssteuerung (Nudging) relativ zu finanziellen Anreizen (vgl. Kapitel 10.5.3, bezogen auf Vorsorgesparen). Die Studie von Benartzi und Kollegen berechnet und vergleicht erstmals die Kostenwirksamkeit (Wirkung pro Dollar Kosten) von zahlreichen Nudging-Interventionen und finanziellen Anreizen. Die Wirksamkeit des Nudgings ist in vielen Fällen hoch. Die Autoren schliessen aber, dass weitere Berechnungen erforderlich sind, um die relative Wirksamkeit zu beziffern.

Oishi, S., Kushlev, K., & Schimmack, U. (2018). Progressive taxation, income inequality, and happiness. *American Psychologist, 73*(2), 157-168. <http://dx.doi.org/10.1037/amp0000166>

Der Artikel bringt neue empirische Evidenz zum Zusammenhang von Steuerprogression, Einkommensungleichheit und Lebenszufriedenheit (vgl. Kapitel 12.3). US-Daten aus den Jahren 1962 bis 2014 zeigen, dass mehr Steuerprogression (d. h. höhere Steuersätze für Personen mit hohen Einkommen) die Einkommensungleichheit über Jahre hinaus senkt. Anhand von Daten aus dem General Social Survey finden die Autoren zudem, dass die ärmeren Amerikaner in Jahren mit höherer Steuerprogression glücklicher, die reicheren Amerikaner aber nicht signifikant unglücklicher waren.

Durante, K. M., & Griskevicius, V. (2018). Evolution and consumer psychology. *Consumer Psychology Review*, *1*(1), 4-21. <https://doi.org/10.1002/arcp.1001>

Die Autoren zeigen, wie aus einem evolutionären Ansatz Voraussagen für das Verbraucherverhalten abgeleitet werden können. Sie illustrieren dies anhand von vier Kernthemen: Risikopräferenz, Luxuskonsum, Selbstkontrolle sowie Konsumverhalten von Frauen und Familien. Stärken und Schwächen eines evolutionären Ansatzes für die Konsumpsychologie werden dargestellt.

Williams, L. E., & Poehlman, T. A. (2017). Conceptualizing consciousness in consumer research. *Journal of Consumer Research*, *44*(2), 231-251. <https://doi.org/10.1093/jcr/ucw043>

Das Zusammenspiel von bewussten und unbewussten Prozessen bleibt ein umstrittenes Thema in der Konsumpsychologie (und der Psychologie allgemein). Die Autoren weisen darauf hin, dass eine zu starke Fokussierung auf das Bewusstsein verhindert, weniger offensichtliche Einflüsse des Konsumverhaltens zu entdecken, und leiten daraus entsprechende Empfehlungen ab. In derselben Ausgabe des Journal of Consumer Research finden sich Reaktionen anderer Forscher zu den Forderungen dieses Artikels.

Pletzer, J. L., Nikolova, R., Kedzior, K. K., & Voelpel, S. C. (2015). Does Gender Matter? Female Representation on Corporate Boards and Firm Financial Performance - A Meta-Analysis. *PloS one, 10*(6), e0130005. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0130005>

Frauen sind in der Wirtschaft weniger häufig in Führungspositionen anzutreffen als Männer. Zu dieser Frage ist eine teilweise ideologisch und emotional aufgeladene Debatte im Gang. Dabei wird oft das Argument vorgebracht, dass Firmen erfolgreicher sind, wenn sie viele Frauen in Führungspositionen aufweisen. Die Metaanalyse von Pletzer et al. geht dieser Sache auf den Grund.

Cohn, A., Fehr, E., & Maréchal, M. A. (2017). Do professional norms in the banking industry favor risk-taking? *The Review of Financial Studies, 30*(11), 3801-3823. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0130005>

Soziale Normen spielen für unser tägliches Verhalten eine wichtige Rolle. Sie sind auch wichtiger Bestandteil unserer beruflichen Identität. Aber nicht immer wirken soziale Normen so, wie man es erwartet. In einer experimentellen Untersuchung zeigten Cohn und Kollegen, dass sich Banker (entgegen der landläufigen Meinung) eher weniger risikofreudig verhielten, wenn ihnen ihr Berufsstand salient gemacht wurde. Diese Studie ist ein gutes Beispiel dafür, dass man auch vermeintlich gesicherte Erkenntnisse (z. B. dass sich Banker eher risikofreudig verhalten) wissenschaftlich auf den Prüfstand stellen sollte.

Keuper, F., & Sommerlatte, T. (Eds.). (2016). *Vertrauensbasierte Führung: Devise und Forschung*. Heidelberg. <http://doi.org/10.1007/978-3-662-48499-9>

Vertrauen gilt als Kitt, welcher nicht nur Organisationen, sondern unsere gesamte Gesellschaft zusammenhält. Wie kann das Vertrauen in einem Unternehmen gestärkt werden? Eine Möglichkeit dazu besteht in der vertrauensbasierten Führung.