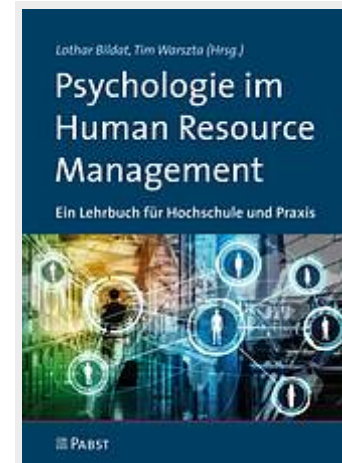


06-02-18

Wirtschaftspsychologie: Wie unbewusste Motive die Wirtschaft steuern

Wirtschaftspsychologie: Auch bei rational kalkulierbaren Fragestellungen fällen Menschen ihre Entscheidungen häufiger nach irrationalen - d.h. impliziten - Motiven. Daher ist Motivforschung bei der Personalauswahl im gleichzeitigen Interesse von Arbeitgeber und Arbeitnehmer, fordern die Professoren Lothar Bildat und David Scheffer in ihrem aktuellen Lehrbuch "Psychologie im Human Resource Management".



Beispielhaft reflektieren die Wirtschaftspsychologen die drei Motivgruppen Bindung/Affiliation, Leistung/Wettbewerb, Macht/Einfluss. Derartige Motive bilden sich früh in der Ontogenese - noch vor dem Spracherwerb - als affektives neuronales Netzwerk. Sie wirken als "starker Wahrnehmungsfilter, durch den nur gesehen wird, was zu einer aktuellen oder stabilen Motivlage passt." Motiv-kompatible Entscheidungen ergeben sich zwangsläufig, rational-kalkulierende Begründungen werden angepasst.

Wie eruiert der Personalentscheider die Motive? "Da sie nicht bewusst sind, können sie nicht durch explizite Maße abgefragt werden. Implizite Motive lassen sich nur indirekt durch selektive visuelle Wahrnehmungstendenzen erfassen. Wer beispielsweise ein sehr ausgeprägtes Machtmotiv hat, wird ein mehrdeutiges Bild mehrerer Personen vor allem vor dem Hintergrund von Hierarchie interpretieren. Hoch Bindungsmotivierte deuten genau dieselben Situationen im Sinn von Sympathie, Harmonie, Nähe. Leistungsmotivierte schließlich interpretieren die Situationen gar nicht in einem sozialen Rahmen, sondern vor dem Hintergrund einer Aufgabenstellung ..."

"Für die Personalauswahl ist die Messung dieser impliziten Motive eminent wichtig, um bessere Entscheidungen bei der Einstellung, Platzierung und Entwicklung von Fach- und Führungskräften zu erzielen. Als eine Daumenregel aus der Praxis kann gelten, dass Manager eine Kombination aus

hohem Macht-, mittlerem Leistungs- und geringerem Bindungs/Affiliationsmotiv haben sollten. Das hohe Machtmotiv hilft ihnen, Freude dabei zu empfinden, andere Menschen beeinflussen zu können. Das mittlere Leistungsmotiv lässt sie kompetent wirken, jedoch nicht alles bis ins Detail kontrollieren, d.h. sie können besser delegieren. Das geringe Bindungs- bzw. Affiliationsmotiv ermöglicht, einschneidende Entscheidungen zu treffen, ohne dabei durch persönliche Beziehungen beeinflusst zu werden."

20 WirtschaftspsychologInnen bieten in dem neuen Lehrbuch "Psychologie im Human Resource Management" einen wissenschaftlich fundierten, umfassenden Überblick, der sich unmittelbar in die Alltagspraxis der Personalarbeit umsetzen lässt.

Lothar Bildat, Tim Warszta (Hrsg.) Psychologie im Human Resource Management. Ein Lehrbuch für Hochschule und Praxis. Pabst, 2018, 576 Seiten. ISBN 978-3-95853-233-5