

Geleitwort des Präsidenten der GWPs

Unter dem Motto „Business Transformation – Science meets Practice“ treffen sich im März 2020 interessierte Wissenschaftler und Berufspraktiker, um sich über aktuelle Erkenntnisse und praktische Erfahrungen der Wirtschaftspsychologie auszutauschen. Dieses Treffen findet zum 24. Mal statt und verdeutlicht die Wichtigkeit der angewandten Wirtschaftspsychologie in Theorie und Praxis. Es ist zudem das Jahrestreffen der Mitglieder unserer Gesellschaft für angewandte Wirtschaftspsychologie (GWPs).

Die Wirtschaftspsychologie erfreut sich in den letzten Jahren einem großen Zuspruch. Das zeigen nicht nur die Studierendenzahlen und das vielfältige Angebot an Ausbildungsmöglichkeiten an deutschsprachigen Hochschulen. Die Relevanz des Fachgebietes für die Praxis zeigt sich auch eindrucksvoll an den vielen Kongressbeiträgen für die Praxis aus den unterschiedlichsten Bereichen der Wirtschaftspsychologie. Besonders stolz sind wir über die große Qualität der Bachelorarbeiten in diesem Tagungsband, die auch zum Bachelor Award der GWPs gemeldet wurden.

Dies alles verdeutlicht, dass die Wirtschaftspsychologie eine „lebendige“, nachgefragte Fach-disziplin mit einem klaren Anwendungsbezug für die Praxis ist. So ist es nur folgerichtig, dass die Ausrichter der Hochschule für Technik in Stuttgart die 24. Tagung mit ihrem Praktikertag verknüpft haben.

Ich darf mich an dieser Stelle bei den Organisatoren der Tagung herzlich bedanken. Man kann bei einer Kongressteilnahme nur erahnen wie viel Arbeit im Vorfeld zu entrichten ist und wieviel Helferinnen und Helfer sich nützlich gemacht haben. Der Dank der GWPs sei Ihnen sicher!

So wünsche ich Ihnen eine eindrucksvolle, kommunikative Tagung und viel Inspiration beim Nachlesen der Beiträge in diesem Band.

Ihr

Prof. Dr. Christian Dries

Präsident der Gesellschaft für angewandte Wirtschaftspsychologie e.V.

Vorwort der Herausgeber

Liebe Kongressteilnehmerinnen, liebe Kongressteilnehmer,

herzlich willkommen an der HFT Stuttgart! Wir freuen uns sehr, Sie bei der 24. Fachtagung der Gesellschaft für angewandte Wirtschaftspsychologie (GWPs) und beim 3. Tag der Wirtschaftspsychologie begrüßen zu können. Mit dem Tagungsthema „*Business Transformation – Science meets Practice*“ möchten wir gleichzeitig auf zwei aus unserer Sicht wichtige Themen Bezug nehmen. Zum einen sehen wir in unserer komplexen, unsicheren und hochveränderlichen Welt Wandel auf allen Ebenen des gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Lebens. Die Wirtschaftspsychologie kann für die daraus entstehenden Transformationsprozesse eine ganze Reihe von Impulsen und Lösungsansätzen bereitstellen. Zum anderen können solche rapiden Anpassungsprozesse besser gelingen, wenn wir in der Lage sind, die Problemstellungen der Praxis schneller in der Forschung abzubilden und die gewonnenen wissenschaftlichen Erkenntnisse zügig an die Praxis weiterzugeben. Beides gelingt nur durch einen intensiven Austausch zwischen Theorie und Praxis, was eines der Kernanliegen der GWPs im Allgemeinen und der Fachtagung im Besonderen ist. Aus diesem Grund haben wir erstmals in die Fachtagung einen Praxistag integriert. An diesem *Tag der Wirtschaftspsychologie* am 06.03.2020 werden zusätzlich zu den Teilnehmenden der GWPs-Fachtagung eine Vielzahl von Unternehmensvertreter vor Ort sein und es werden zusätzliche wirtschaftspsychologische Vorträge aus Sicht der Praxis angeboten. Wir hoffen auf viele spannende Interaktionen und Gespräche.

An den gesamten drei Tagen der Fachtagung erwartet Sie ein breites Spektrum an praxisorientierten wissenschaftlichen Beiträgen aus den vielfältigen Bereichen der Wirtschaftspsychologie: von der Arbeits-, Organisations- und Personalpsychologie über die Markt-, Konsumenten- und Medienpsychologie bis zu Themen der psychologischen Nachhaltigkeitsforschung. Freuen Sie sich auch auf ein attraktives Rahmenprogramm und interaktive Formate, die einen engen Austausch zwischen Forschung und Praxis zu aktuellen Herausforderungen rund um das Thema Veränderungsprozesse bieten.

Wir hoffen mit dieser Themensetzung und den unterschiedlichen Formaten für Sie ein interessantes und inspirierendes Programm zusammengestellt zu haben. Wir wünschen Ihnen interessante Vorträge, spannende Diskussionen und vielleicht auch die eine oder andere Idee für Kooperationen und neue Forschungsvorhaben. Wir wünschen Ihnen eine schöne Zeit an der HFT Stuttgart!

Thomas Bäumer & Patrick Müller

Studiendekane Wirtschaftspsychologie
im Namen des gesamten Organisations-Teams

Key Notes

The Meaning of Words

Anderson, Keith



Keith Anderson is a graduate in physics, electronics and computer technology. His 1984 Master thesis in computer speech recognition provided the basis for the development of a pioneering voice controlled room for the physically challenged. At the age of 23, he won several prizes for research and development and became one of England's youngest university lecturers specialising in microprocessor technology. A few years later, he co-founded IDT UK where he developed control systems for major international manufacturing companies.

In 1997, he moved to Germany as European IT Director for TRW Automotive Systems. In 2003, he joined Bosch where he now supports and facilitates teams around the world.

He is a highly sought after speaker, coach and consultant specialising in organisational development, transformation and change.

Unternehmenskultur zum Wettbewerbsvorteil machen

Berner, Winfried

Winfried Berner hat mehr als 30 Jahre Praxiserfahrung mit Change Management, insbesondere mit der strategischen Weiterentwicklung der Unternehmenskultur, Restrukturierungen und Post-Merger-Integration. Nach neun Jahren bei der Boston Consulting Group gründete der Diplom-Psychologe 1995 „Die Umsetzungsberatung“, mit der er Veränderungsprozesse in Industrie, Dienstleistung und Verwaltung unterstützt.

Seine Website www.umsetzungsberatung.de ist mit rund 360 Einzelartikeln die umfassendste deutschsprachige Wissensbasis zum Change Management und seinen Nachbargebieten und zählte 2019 ca. 2,7 Millionen Besucher und knapp 7,2 Millionen Seitenaufrufe. Er ist Autor u.a. der Bücher „Change!“, „Culture Change“, „Ermutigende Führung“ und „Systemische Post-Merger-Integration“ (alle Schäfer-Poeschel Verlag).



Wie sagen wir es nun? Der Mensch in der Transformation

Mentner, Peter



Peter Mentner studierte bis 1987 Kommunikationswissenschaften, Psychologie und Psycholinguistik an der Ludwig-Maximilians-Universität München. Nach dem Studium begann er seine Karriere in der Werbeabteilung der Deutschen Bank AG, bevor er in der Zeit von 1990-1995 als Leiter Werbung und Corporate Design bei der Bayerischen Vereinsbank im Rahmen der mehrheitlichen Übernahme der Vereins- und Westbank für den Konzernauftritt und die Markenführung der Bank verantwortlich zeichnete.

Als Geschäftsführer der Werbeagentur Lintas, als geschäftsführender Gesellschafter bei der PR Agentur Ahrens & Behrent, als Geschäftsführer der Werbeagentur Citigate sowie als Managing Partner in der strategischen Kommunikationsberatung Deekeling Arndt Advisors in Communications entwickelte er von 1995-2011 mit seinen Teams für zahlreiche Unternehmen (u.a. Vodafone, Aventis, DaimlerChrysler, Hypo-Vereinsbank, Barilla, O2, Mann + Hummel) in erfolgskritischen Situationen (z. B. M&A, Restrukturierung) Kommunikationsstrategien. Von 2011-2013 war er als Leiter Kommunikation und Strategie bei der HSH Nordbank u.a. für die kommunikative Begleitung der Transformation des Geschäftsmodells der Bank verantwortlich, bevor er von 2013-2017 als Direktor Kommunikation & Public Relations bei Telefónica Germany u.a. die Kommunikationsstrategie des Konzerns in der Merger- und Post-Merger-Situation entwickelte und umsetzte. Seit 2018 ist Peter Mentner als selbständiger Berater mit den Schwerpunkten Kommunikation in erfolgskritischen Situationen sowie Transformationskommunikation/ Digitalisierung tätig.

Business Transformation – Verantwortung der Führung

Harms, Jörg Menno

Jörg Menno Harms trat 1968 als frisch diplomierter Ingenieur der TH Stuttgart in die Hewlett Packard GmbH in Böblingen ein, arbeitete in Entwicklung und Fertigung und später in leitenden Aufgaben in Vertrieb und Marketing. Als Division Manager übernahm er 1981 weltweite Geschäftsverantwortung. Von 1993 bis 2000 leitete er die HP Deutschland GmbH als Vorsitzender der Geschäftsführung und erneut von 2002 bis Ende 2004.

Seit 2005 ist er Vorsitzenden des Aufsichtsrats der Hewlett Packard GmbH und mit verschiedenen Mandaten in der deutschen Wirtschaft und Wissenschaft engagiert. Er ist Mitbegründer des Vereins BW:connected und des BITKOM e.V., Gründer und Ehrenvorsitzender der Initiative Zukunftsfähige Führung (IZF) e.V. und lehrt seit 1993 als Honorarprofessor an der Universität Stuttgart. 2000 wurde ihm das Bundesverdienstkreuz und 2004 die Verdienstmedaille des Landes Baden-Württemberg verliehen.



Mit Daten und KI zu neuen Dienstleistungen – das Beispiel Logistik

Bienzeisler, Bernd

Es deutet vieles darauf hin, dass künftige Geschäftsmodelle stärker als heute auf der Grundlage von Daten basieren, denn Digitalisierung bedeutet, dass entlang von Prozessen eine Vielzahl neuer Datenpunkte generiert wird. Damit werden Prozesse auf der virtuellen Ebene „gespiegelt“, so dass bislang getrennte Abläufe und Arbeitsschritte miteinander verknüpft werden können. Im Zentrum dieser Entwicklung stehen Daten, die in immer größerer Menge anfallen. Sensordaten, Maschinendaten, Gesundheitsdaten oder Verkehrsdaten sind jedoch so umfangreich, dass sie kaum mit konventionellen Methoden analysiert und bearbeitet werden können. Hier kommt die Künstliche Intelligenz (KI) ins Spiel. Über KI-Verfahren können auch große Datenmengen interpretiert und genutzt werden. Im Zentrum von KI steht das Erkennen von Datenmustern durch den Einsatz von Algorithmen und neuronalen Netzen. Aber was bedeutet dies für Geschäftsmodelle? Am Beispiel der Logistikwirtschaft wird aufgezeigt, wie durch mehr Transparenz in den Prozessen neue, plattformbasierte Geschäftsmodelle entstehen können. Gehandelt werden dabei in erster Linie zu erwartende Transportkapazitäten in Abhängigkeit von Angebot und Nachfrage. Überspitzt formuliert lässt sich sagen: KI verändert die zeitliche Grundlage der Geschäftstransaktionen, denn Erfahrungswerte aus der Vergangenheit können über Mustererkennung in die Zukunft fortgeschrieben werden, wobei die Entscheidungen über sinnvolle Transaktionen immer stärker von Systemen und weniger von Menschen getroffen werden. Das bedeutet aber auch, dass bisherige Geschäfts- und Kundenbeziehungen in Frage gestellt werden, sich die Interaktion mit Kunden verändert und neue Wettbewerber auf den Plan treten. Wer hier als Transportunternehmen in der Wertekette nicht nach „unten“ durchgereicht werden möchte, ist gefordert, selber neue digitale Services zu entwickeln, die einen echten Mehrwert für die eigenen Kunden darstellen.



Dr. Bernd Bienzeisler, studierter Sozialwissenschaftler, promovierter Ökonom, seit 2003 bei Fraunhofer IAO in unterschiedlichen Funktionen im Bereich der Dienstleistungsforschung tätig, seit Mai 2018 Leiter der neuen Außenstelle von Fraunhofer IAO auf dem Bildungscampus in Heilbronn im Themenfeld „Kognitive Dienstleistungssysteme“. Forschungs- und Beratungsschwerpunkte liegen in den Bereichen Dienstleistungsentwicklung, datenbasierte Geschäftsmodelle und Transformation von Kundeninteraktionen durch Einsatz neuer Technologien.