

Inhaltsverzeichnis

1	Psychologische Erkenntnisgewinnung	1
1.1	Alltagspsychologie versus wissenschaftlich fundierte Psychologie	2
1.2	Psychologische Statistik	4
2	Allgemeine Hotel- und Barpsychologie	7
2.1	Wahrnehmung	8
2.1.1	Einführung	8
2.1.2	Sehen	9
2.1.3	Hören	13
2.1.4	Riechen	15
2.1.5	Schmecken	18
2.1.6	Tasten/Fühlen	19
2.2	Kognition	21
2.2.1	Aufmerksamkeit	22
2.2.2	Das Erinnern	23
2.2.3	Urteilen	25
2.2.4	Probleme lösen	26
2.3	Lernen	28
2.3.1	Die klassische Konditionierung (Pawlow 1927)	28
2.3.2	Operante Konditionierung	30
2.3.3	Lernen am Modell	31
2.4	Emotionen	33
2.4.1	Das Kognitive Modell	34
2.4.2	Emotionale Intelligenz	36
2.5	Motivation	36
2.5.1	Einleitung	36
2.5.2	Die Triebtheorie von Sigmund Freud	37
2.5.3	Die Triebtheorie von Clark Hull	38
2.5.4	Das Risikowahlmodell von Neil Atkinson	39
2.5.5	Die Feldtheorie von Kurt Lewin	39
2.5.6	Die Theorie der kognitiven Dissonanz von Leon Festinger	39
2.5.7	Die Zwei-Faktoren-Theorie von Frederick Herzberg von Leon Festinger	40
2.5.8	Die Grundbedürfnisse nach Robert Epstein	41
2.5.9	Motivation und die symbolische Funktion von Konsum	42
2.5.10	Demotivation	42
3	Persönlichkeitspsychologie	45
3.1	Einleitung	46
3.2	Persönlichkeitstheorien	46
4	Biologische Grundlagen der Hotel -und Barpsychologie	51
4.1	Einleitung	52
4.2	Das Gehirn	52

4.3	Sucht	55
4.3.1	Nicht stoffgebundene Süchte	55
4.3.2	Alkohol	56
4.3.3	Tabak	62
4.3.4	Illegale Drogen	62
4.4	Schichtarbeit und Biorhythmik	64
5	Hotel- und Barsoziologie	67
5.1	Geschichte der Sozialpsychologie	68
5.2	Evolutionäre Sozialpsychologie	68
5.3	Die Bindungstheorie	70
5.3.1	Einführung	70
5.3.2	Über die Bedeutung von Bindung in Hotel und Gastronomie	72
5.4	Der Einstellungserwerb	74
5.5	Primacy-, Kontext- und Recency-Effekt	75
5.5.1	Der Primacy-Effekt	75
5.5.2	Der Recency-Effekt	75
5.5.3	Der Kontexteffekt	77
5.6	Menschliche Kommunikation	78
5.6.1	Die Körpersprache	78
5.6.2	Die Beziehung zwischen Körper- und Lautsprache	83
5.6.3	Die Kommunikationstheorie von Paul Watzlawick	85
5.6.4	Die Kommunikationstheorie von Friedemann Schulz v. Thun	87
5.6.5	Die Kommunikationstheorie von Eric Berne	90
5.6.6	Das Arbeiten in der Gruppe: Teampsychologie	96
5.6.7	Das gastronomische Kommunikationsnetzwerk	97
5.6.8	Die »Bar« in der Bar	99
6	Diagnostik in der Gastronomie	101
6.1	Einleitung	102
6.2	Psychologische Diagnostik in der Gastronomie	104
6.2.1	Wozu eine Arbeitsanalyse?	104
6.2.2	Arbeitszufriedenheit	104
6.2.3	Gästezufriedenheit	106
6.3	Evaluation	108
6.4	Forschungsprojekte in der Hotel- und Barpsychologie	109
7	Das »A« und das »O« in der Gastronomie	111
7.1	Einleitung	112
7.2	Arbeitspsychologie und Gastronomie	112
7.2.1	Die psychische Regulation des Handelns	112
7.2.2	Arbeitsfehler	114
7.2.3	Die positive Wirkung von Arbeit	116
7.2.4	Stress in der Gastronomie	117
7.3	Organisationspsychologie und Gastronomie	121
7.3.1	Einleitung	121
7.3.2	Wie findet man das geeignete Personal?	121

7.3.3	Das Mitarbeitergespräch	123
7.3.4	Innere Kündigung	124
7.3.5	Das Team	125
8	Klinische Hotel- und Barpsychologie	131
8.1	Einleitung	132
8.2	Der sorgenvolle Gast	132
8.2.1	Depression	132
8.2.2	Angst	134
8.3	Schwierige Persönlichkeiten	135
8.3.1	Paranoide Persönlichkeitsstörung	136
8.3.2	Schizoide Persönlichkeitsstörung	136
8.3.3	Schizotype Störung	137
8.3.4	Dissoziale Persönlichkeitsstörung	137
8.3.5	Emotional instabile Persönlichkeitsstörung	137
8.3.6	Histrionische Persönlichkeitsstörung	138
8.3.7	Anankastische (zwanghafte) Persönlichkeitsstörung	138
8.3.8	Ängstliche (vermeidende) Persönlichkeitsstörung	139
8.3.9	Abhängige (<i>asthenische</i>) Persönlichkeitsstörung	139
8.3.10	Narzisstische Persönlichkeitsstörung	139
8.3.11	Passiv-aggressive Persönlichkeit	140
8.4	Übertragung und Gegenübertragung	141
8.5	Supervision	142
8.6	Ausblick	143
	Abschlussfragebogen	145
	Literatur	147
	Stichwortverzeichnis	151

Hotel- und Barpsychologie

Psychologie für die Gastronomie

Lampert, C.

2013, XVI, 156 S. 66 Abb., Softcover

ISBN: 978-3-8274-3029-8