

# Hotel- und Barpsychologie

Psychologie für die Gastronomie

Bearbeitet von  
Claus Lampert

2013 2012. Taschenbuch. xvi, 156 S. Paperback

ISBN 978 3 8274 3029 8

Format (B x L): 15,5 x 23,5 cm

[Wirtschaft > Dienstleistungssektor & Branchen > Tourismuswirtschaft, Gastgewerbe](#)

schnell und portofrei erhältlich bei

  
DIE FACHBUCHHANDLUNG

Die Online-Fachbuchhandlung [beck-shop.de](http://beck-shop.de) ist spezialisiert auf Fachbücher, insbesondere Recht, Steuern und Wirtschaft. Im Sortiment finden Sie alle Medien (Bücher, Zeitschriften, CDs, eBooks, etc.) aller Verlage. Ergänzt wird das Programm durch Services wie Neuerscheinungsdienst oder Zusammenstellungen von Büchern zu Sonderpreisen. Der Shop führt mehr als 8 Millionen Produkte.

# Inhaltsverzeichnis

---

1	<b>Psychologische Erkenntnisgewinnung</b> .....	1
1.1	Alltagspsychologie versus wissenschaftlich fundierte Psychologie .....	2
1.2	Psychologische Statistik .....	4
2	<b>Allgemeine Hotel- und Barpsychologie</b> .....	7
2.1	<b>Wahrnehmung</b> .....	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	<b>Kognition</b> .....	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	<b>Lernen</b> .....	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	<b>Emotionen</b> .....	33
2.4.1	Das Kognitive Modell .....	34
2.4.2	Emotionale Intelligenz .....	36
2.5	<b>Motivation</b> .....	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	<b>Persönlichkeitspsychologie</b> .....	45
3.1	<b>Einleitung</b> .....	46
3.2	<b>Persönlichkeitstheorien</b> .....	46
4	<b>Biologische Grundlagen der Hotel -und Barpsychologie</b> .....	51
4.1	<b>Einleitung</b> .....	52
4.2	<b>Das Gehirn</b> .....	52

4.3	<b>Sucht</b> .....	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	<b>Schichtarbeit und Biorhythmik</b> .....	64
5	<b>Hotel- und Barsoziologie</b> .....	67
5.1	<b>Geschichte der Sozialpsychologie</b> .....	68
5.2	<b>Evolutionäre Sozialpsychologie</b> .....	68
5.3	<b>Die Bindungstheorie</b> .....	70
5.3.1	Einführung .....	70
5.3.2	Über die Bedeutung von Bindung in Hotel und Gastronomie .....	72
5.4	<b>Der Einstellungserwerb</b> .....	74
5.5	<b>Primacy-, Kontext- und Recency-Effekt</b> .....	75
5.5.1	Der Primacy-Effekt .....	75
5.5.2	Der Recency-Effekt .....	75
5.5.3	Der Kontexteffekt .....	77
5.6	<b>Menschliche Kommunikation</b> .....	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	<b>Diagnostik in der Gastronomie</b> .....	101
6.1	<b>Einleitung</b> .....	102
6.2	<b>Psychologische Diagnostik in der Gastronomie</b> .....	104
6.2.1	Wozu eine Arbeitsanalyse? .....	104
6.2.2	Arbeitszufriedenheit .....	104
6.2.3	Gästezufriedenheit .....	106
6.3	<b>Evaluation</b> .....	108
6.4	<b>Forschungsprojekte in der Hotel- und Barpsychologie</b> .....	109
7	<b>Das »A« und das »O« in der Gastronomie</b> .....	111
7.1	<b>Einleitung</b> .....	112
7.2	<b>Arbeitspsychologie und Gastronomie</b> .....	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	<b>Organisationspsychologie und Gastronomie</b> .....	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
<b>8</b>	<b>Klinische Hotel- und Barpsychologie .....</b>	<b>131</b>
8.1	<b>Einleitung .....</b>	<b>132</b>
8.2	<b>Der sorgenvolle Gast .....</b>	<b>132</b>
8.2.1	Depression.....	132
8.2.2	Angst.....	134
8.3	<b>Schwierige Persönlichkeiten .....</b>	<b>135</b>
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	<b>Übertragung und Gegenübertragung .....</b>	<b>141</b>
8.5	<b>Supervision .....</b>	<b>142</b>
8.6	<b>Ausblick .....</b>	<b>143</b>
	<b>Abschlussfragebogen .....</b>	<b>145</b>
	<b>Literatur .....</b>	<b>147</b>
	<b>Stichwortverzeichnis .....</b>	<b>151</b>