

# Literatur

Alle Online-Quellen mit Datum 15.2.2012. Sie finden das Literaturverzeichnis auch aktualisiert online als Bonus-Material mit aktiven Links (s. Impressum) bzw. auf Anfrage bei den AutorInnen.

- Abele AE, Spurk D (2009) The longitudinal impact of self-efficacy and career goals on objective and subjective career success. *Journal of Vocational Behavior*, 74:53–62. Zit. nach einem Artikel in „Wirtschaftspsychologie aktuell“ (5.3.2009) [http://www.wirtschaftspsychologie-aktuell.de/lernen/lernen\\_20090305\\_Andrea\\_Abele\\_Einflussfaktoren\\_auf\\_die\\_Karriere.html](http://www.wirtschaftspsychologie-aktuell.de/lernen/lernen_20090305_Andrea_Abele_Einflussfaktoren_auf_die_Karriere.html)
- AFW (2009) Rechtliche Grundlagen Marketing. Studienbrief. AFW Wirtschaftsakademie Bad Harzburg GmbH
- Arden P (2008) Das beste Buch der Welt. Phaidon Press Limited, Berlin
- Bach R (2000) Die Möwe Jonathan. Ullstein TB Verlag, München
- Bartl G, Hager, B (2006) Unfallursachen bei PKW-Lenkern. Ein Forschungsprojekt in Kooperation mit der Bundesanstalt für Verkehr. <http://www.alles-fuehrerschein.at/publikationen.php>
- BDP Bundesverband deutscher Psychologen (Hrsg) (2010) Psychologische Expertise für erfolgreiches Unternehmertum in Deutschland. Pfad: [www.bdp-verband.de](http://www.bdp-verband.de) > aktuell > BDP-Bericht 2010 bzw. Link: [www.bdp-verband.de/aktuell/2010/bericht/BDP-Bericht-2010.pdf](http://www.bdp-verband.de/aktuell/2010/bericht/BDP-Bericht-2010.pdf)
- Beckenkamp M (2010) Unternehmenskultur und Unternehmenserfolg – Psychologie im Konflikt zwischen Wettbewerb und Vertrauen. 88–92. Siehe BDP-Quellenhinweis.
- Berckhan B (2002) Schluss mit der Anstrengung. Ein Reiseführer in die Mühelosigkeit. Kösel, München
- Bittner G, Schwarz E (2010) Emotion selling. Gabler Verlag, Wiesbaden
- BPtK (2011) Wie finde ich das richtige Krankenhaus? Erhebung und Checkliste. <http://www.bptk.de/publikationen/bptk-studie.html>
- Burandt MD, Kanzek T (2010) Unternehmertum – psychologische Aspekte eines volkswirtschaftlichen Themas. 20–33. Siehe BDP-Quellenhinweis
- Carroll L (1998) Alice im Wunderland. Gerstenberg Verlag, Hildesheim
- De Shazer S (1988) Clues. Investigating Solutions in Brief Therapy. Norton, New York

## Literatur

- De Waal H (2003) „Ratschläge“ für den zweifelnden Therapeuten. [www.la-sf.at/la-sf/upload/pdf/2003-03-03\\_deWaal.pdf](http://www.la-sf.at/la-sf/upload/pdf/2003-03-03_deWaal.pdf)
- Edlinger-Starr S (2011) Soziale Medien im Dienste des Networkings und Marketings für PsychologInnen. *Psychologie in Österreich*, Vol 31, März 2011:46–51
- Elbina A (2004) Was macht die Psychologie eigentlich so interessant? Psychologie im modernen alltäglichen Wahrnehmen, Erleben und Handeln; Entwurf einer qualitativen Kulturpsychologie zur Gestalt und Wirkungsweise des psychologischen Blicks. Dissertation Westfälische Wilhelms-Universität zu Münster. URN: urn:nbn:de:hbz:6-96699392963. URL: <http://nbn-resolving.de/urn:nbn:de:hbz:6-96699392963>.
- Elste F (2007) Marketing und Werbung in der Medizin. Erfolgreiche Strategien für Praxis, Klinik und Krankenhaus. Springer, Wien – Neuauflage 2012
- Elste R (2009) Markenbeurteilung bei einzigartigen Produkteigenschaften. Deutscher Universitäts-Verlag GWV Fachverlage, Wiesbaden
- Felser G (2007) bzw. (2001) Werbe- und Konsumentenpsychologie. Springer-Verlag, Berlin Heidelberg
- Fäh M (2007) Die 7 Todsünden der Psychotherapeut(inn)en im Umgang mit der Öffentlichkeit. *Psychotherapie Forum* 15:166–172
- Freud S (1937) Die endliche und unendliche Analyse. *GW Bd. 16*, S. 94
- Glasl F (2004) Konfliktmanagement. Freies Geistesleben GmbH, Stuttgart
- Gleißner W (2010) Psychologie unternehmerischer Entscheidungen – wie gehen Unternehmer mit Risiken um, und wie sollten sie Entscheidungen treffen? 77–87. Siehe BDP-Quellenhinweis
- Grafberger U, Hörner T (2009) Texten für das Internet. Deutscher Taschenbuch Verlag, München
- Grawe K (2005) Ich bin kein Anhänger von Wahrheiten. Interview. Informationsdienst Psychologie – IDP 3/2005. <http://www.bdp-verband.de/bdp/idp/2005-03/03.html>
- Greber T (1998) Marketing für Kleinunternehmer, Freiberufler und Selbständige: wie Sie sich und Ihr Business erfolgreich vermarkten. mvv-verlag Landsberg
- Grede A (2003) Texten für das Web. Carl Hanser Verlag, München Wien
- Grote S et al (2001) Unterschiedliche Berufsverläufe, Berufserfolg und Lebensbedingungen von Frauen und Männern in zwei hochqualifizierten Berufen. In: Hildebrand-Nilhon M (Hrsg) Berichte aus dem Bereich „Arbeit und Entwicklung“ am Institut für Arbeits-, Organisations-

- und Gesundheitspsychologie an der FU Berlin. Nr 16. Online: [http://www.ewi-psy.fu-berlin.de/einrichtungen/arbeitsbereiche/arbpsych/media/publikationen/forschungsberichte/fb\\_16.pdf?1286346759](http://www.ewi-psy.fu-berlin.de/einrichtungen/arbeitsbereiche/arbpsych/media/publikationen/forschungsberichte/fb_16.pdf?1286346759)
- Häusel HG (2011) Direkt ins Kundenhirn? Was Neuromarketing ist und kann. *Psychologie in Österreich*, Vol 31, März 2011:30–39
- Hausinger B (2008) In: Deutsche Gesellschaft für Supervision (Hrsg.) *Der Nutzen von Supervision. Verzeichnis von Evaluationen und wissenschaftlichen Arbeiten*. Kassel University Press. [www.uni-kassel.de/upress/publik/Der Nutzen von Supervision.pdf](http://www.uni-kassel.de/upress/publik/Der_Nutzen_von_Supervision.pdf)
- Hessel A et al (2004) Häufigkeiten somatoformer Beschwerden, Inanspruchnahme des Gesundheitssystems, Akzeptanz psychosozialer Kompetenzen – Ergebnisse bevölkerungsrepräsentativer Befragungen. 15–30. in: Plöttner G (Hrsg) *Psychotherapeutische Versorgung und Versorgungsforschung*. Leipziger Universitätsverlag
- Hessel A et al (2007) Körperbeschwerden bei niedergelassenen Psychologischen Psychotherapeuten. *Psychotherapeut*, 52:41–50
- Hessel A et al (2009) Einkommenssituation niedergelassener Psychologischer Psychotherapeutinnen. *Z Med Psychol* 18 (2009):180–188. Online: <http://christiane-eichenberg.de> > Publikationen > Zeitschriftenbeiträge (peer reviewed)
- Hilgers M (2007) Unseren täglichen Psychofritzen gib uns heute: oder fundiertes Fachwissen mit emanzipatorischem Anspruch. *Psychotherapie Forum* 15:151–156
- Hutterer-Krisch R (Hrsg) (2007) *Grundriss der Psychotherapieethik. Praxisrelevanz, Behandlungsfehler und Wirksamkeit*. Springer-Verlag, Wien New York
- IBT Institut für Beratung und Training (2002) *Mit mehr PEP an die Arbeit*. Campus Verlag, Frankfurt New York
- Jacobsen LK (2003) *Bestimmungsfaktoren für Erfolg im Entrepreneurship*. Dissertation FB Erziehungswissenschaft, FU Berlin. <http://www.studienforum-berlin.de/entrepreneurship.pdf>
- Jahoda M (1982) *Wieviel Arbeit braucht der Mensch? Marienthal-Studie*: <http://agso.uni-graz.at/marienthal/studie/00.htm>
- Kahneman D, Schmidt T (2012) *Ich denke, also irre ich: wie wir Entscheidungen treffen und was das mit Wirtschaft zu tun hat*. Siedler-Verlag, München
- Kanning UP (2007) *Wie Sie garantiert nicht erfolgreich werden! Dem Phänomen der Erfolgsgurus auf der Spur*. Düstri-Verlag, München

## Literatur

- Kaul C (2008) Aufbau eines Coaching-Pools, worauf Sie unbedingt achten sollten. *Coaching-Magazin* 2008-03:23–27. <http://www.coaching-magazin.de/download/>
- Kernstock-Redl H (2009) Artikel online auf [www.trainertreffen.de](http://www.trainertreffen.de) oder auf [www.emotionskompetenz.at](http://www.emotionskompetenz.at)
- Kernstock-Redl H (2010) Zoff, Zank und Zores. Amalthea-Signum Wirtschaftsverlag, Wien
- Kernstock-Redl H, Pall B (2009) *Gefühlsmanagement*. Ökotopia, Berlin
- Kernstock-Redl H, Sachsse U (2008) Was Menschen motiviert: Ein Koordinatensystem der Grundbedürfnisse. In: Berufsverband österreichischer Psychologen/innen (Hrsg.): *Psychologie in Österreich*. Heft 2/2008
- Kielholz A (2008) *Online-Kommunikation. Die Psychologie der neuen Medien für die Berufspraxis*. Springer Medizin Verlag, Heidelberg
- Kirchgeorg M (2012) *Definition Marketing*. Gabler Verlag (Hrsg) Gabler Wirtschaftslexikon, Stichwort Marketing, [www.wirtschaftslexikon.gabler.de/Archiv/1286/marketing-v8.html](http://www.wirtschaftslexikon.gabler.de/Archiv/1286/marketing-v8.html)
- Klein S (2002) *Die Glücksformel oder Wie gute Gefühle entstehen*. Rowohlt, Reinbek
- Klein U et al (1991) Zwischen Handwerk und Magie. Einladung zur Fehlerfreundlichkeit. Die psychodramatische Prozessanalyse als didaktisches Instrument. *Psychodrama*. Dez. 1991:290–303
- Kinauer PF (2010) *Das neue Denken zum Erfolg*. WKO-Wien
- Königswieser R, Hillebrand M (2007) *Einführung in die systemische Organisationsberatung*. Carl Auer, Heidelberg
- Laireiter AR (2003) Diagnostik in der Psychotherapie. *Report Psychologie*, 28, 1/2003:27–42
- Lauterbach M (2003) „Survival kit“ für die abenteuerlichen Reisen zwischen Familie und Beruf. [www.systemmagazin.de/bibliothek/texte/lauterbach\\_surival\\_art.pdf](http://www.systemmagazin.de/bibliothek/texte/lauterbach_surival_art.pdf)
- Löffler-Stastka H et al (2009) Das Bild der Psychotherapie(n) – ein Vergleich zwischen angehenden Psychotherapeuten und Laien. *Neuropsychiatrie*, Bd 23, 2/2009:1–10
- Loos W (2008) Interview – aus dem Job raus, ist genauso hart, wie rein zu kommen. *Coaching-Magazin* 2008-01:7–12 <http://www.coaching-magazin.de/download>
- Margraf J (2009) *Kosten und Nutzen der Psychotherapie. Eine kritische Literatúrauswertung*. Springer, Heidelberg

- Maywald F (2003) Einfach exzellent! Lustvoll zu Spitzenleistungen. Edition Vabene, Klosterneuburg
- Merath S (2009) Der Weg zum erfolgreichen Unternehmer. gabal-Verlag, Offenbach
- Moubarak G et al (2011) Facebook activity of residents and fellows and its impact on the doctor-patient relationship. *Journal Med Ethics*. 37(2):101–104, zit. nach <http://derstandard.at/1292462287632/Social-Network-Aerzte-im-Facebook-zu-sorglos-mit-Datenschutz>
- Müller GF (2010) Unternehmerische Eignung – Impuls- und Erfolgsfaktor für eine erfolgreiche berufliche Selbständigkeit. 66–71. Siehe BDP-Quellenhinweis
- Nübling R (2011) Psychotherapeutische Versorgungsforschung – Versorgungsforschung in der Psychotherapie. *Psychotherapeutenjournal* 1/2011:57–61
- O’Hanlon B (2010) ‚Unstuck‘ Keeping your soul alive as a therapist while working successfully with your most challenging clients. [www.billohanlon.com](http://www.billohanlon.com)
- Ölsböck N (2011) (Selbst-)Vermarktung für PsychologInnen. *Psychologie in Österreich*, Vol 31, März 2011:40–44
- Pelzmann L (2005) Wo Tauben sind, da fliegen Tauben zu. Das Gesetz der Wirkungsfortpflanzung. *mom® letter*, 11/05, 13. Jahrgang:161–177
- Priddat BP (2011) Wandlungen der Kommunikation in der Wirtschaft. *Psychologie in Österreich*, Vol 31, März 2011:7–13
- Purtschert R (2005) Marketing für Verbände und weitere Nonprofit-Organisationen. Haupt-Verlag, Wien Stuttgart
- Ratzkowski J (2007) Keine Angst vor der Akquise. Hanser Verlag, München Wien
- Regenthal G (2009) Ganzheitliche Corporate Identity. Gabler/GWV Fachverlage, Wiesbaden
- Reinsch U (2007) Psychotherapeuten in der Mediengesellschaft: genutzt oder benutzt? *Psychotherapieforum* 15:157–161
- Reiter M (2010) Klardeutsch. Neuro-Rhetorik nicht nur für Manager. Carl Hanser Verlag, München Wien
- Retzer A (2004) Systemische Paartherapie. Konzepte – Methoden – Praxis. Klett-Cotta, Stuttgart
- Retzer A (2005) Systemische Psychotherapie: theoretische Grundlagen, klinische Anwendungsprinzipien. 746–769. In Möller HJ et al (Hrsg.) *Psychiatrie und Psychotherapie*. Springer Medizin Verlag, Heidelberg

## Literatur

- Reynolds GR (2008) Zen und die Kunst der Präsentation. Addison-Wesley, München
- Robbins A (1996) Das Power-Prinzip. Wilhelm Heyne Verlag, München
- Röthlingshöfer B (2008) Werbung mit kleinem Budget, der Ratgeber für Existenzgründer und Unternehmen. Deutscher Taschenbuch Verlag, München
- Rother M (2009) Die Kata des Weltmarktführers: Toyotas Erfolgsmethoden. Campus Verlag Frankfurt New York
- Rosenstiel L, Kirsch A (1996) Psychologie der Werbung. Komar-Verlag, Rosenheim
- Sachsse U (2004) Traumazentrierte Psychotherapie. Schattauer, Stuttgart
- Scheibe-Jaeger A (2002) Modernes Sozialmarketing. Walhalla, Regensburg
- Scheuer S (2008) Weiße Schrift auf schwarzen Grund oder schwarze Schrift auf weißem Grund? [www.fit-fuer-usability.de/archiv/weisse-schrift-auf-schwarzem-grund-oder-schwarze-schrift-auf-weissem-grund/16.6.2008](http://www.fit-fuer-usability.de/archiv/weisse-schrift-auf-schwarzem-grund-oder-schwarze-schrift-auf-weissem-grund/16.6.2008)
- Schindele S (2007) CI – Auf der Suche nach der eigenen Identität. Ausg. 03, Juli/2007:20–21 [http://www.unternehmerweb.at/emagazin\\_pdf/Erfolgsmagazin\\_07\\_2007.pdf](http://www.unternehmerweb.at/emagazin_pdf/Erfolgsmagazin_07_2007.pdf)
- Schubert B et al (2009) Einführung in das Marketing. AFW Wirtschaftsakademie Bad Harzburg GmbH
- Schulz von Thun F (2007) Miteinander reden – Fragen und Antworten. Rowohlt Taschenbuch Verlag, Reinbek
- Schulz von Thun F (2003) Miteinander reden 1. Störungen und Klärungen. Rowohlt Taschenbuch Verlag, Reinbek bei Hamburg
- Schwarz M, Wulfestieg J (2003) Die Sehnsucht nach dem Meer wecken. Eichborn Verlag, Frankfurt am Main
- Seidler I (2011) „Die Mühen der Ebenen“ oder: Beziehung als Intervention. In la:sf (Hrsg.) Systemische Notizen Vol. 04/11: 20–30
- Spitzer M, Bertram W (2007) Braintertainment. Schattauer, Stuttgart
- Spreen S (2005) Die Darstellung von Psychotherapie in der Unterhaltungsserie „Dr. Maximilian Bloch“. Der Seelendoktor auf der Fernseh-Couch.“ Diplomarbeit Albert-Ludwigs-Universität Freiburg, <http://www.freidok.uni-freiburg.de/volltexte/2262/>
- Sprenger RK (2002) Vertrauen führt. Campus Verlag Frankfurt New York
- Suchanek A (2009) Zur Bedeutung von Leitbildern. In Bundesverband der Freien Berufe (Hrsg.) Der freie Beruf 3/2009: 29
- Ullrich M (2011) Intention und Nutzen von Unternehmensleitbildern für den Mittelstand. Master-Thesis, Hochschule für Wirtschaft und Umwelt Nürtingen-Geislingen. Download über [www.slogan.de/de/](http://www.slogan.de/de/)

- Warschburger P (2009) Beratungspsychologie. Springer, Berlin Heidelberg
- Watzlawick P et al (2011) Menschliche Kommunikation. Huber, Bern
- Watzlawick P et al (2009) Lösungen – Zur Theorie und Praxis menschlichen Wandels. Huber, Bern
- WCAG 2.0 (Web Content Accessibility Guidelines): <http://www.w3.org/Translations/WCAG20-de/>
- Wenzel M (2010) Worte wirken Wunder. Theseus Verlag, Berlin
- Westerhoff N (2006) Vermittlung psychologischer Fachthemen im medialen Kontext. Qualitative Evaluation eines Medientrainings für Psychologie-Experten. Dissertation FU Berlin. [http://www.diss.fu-berlin.de/diss/receive/FUDISS\\_thesis\\_000000002027](http://www.diss.fu-berlin.de/diss/receive/FUDISS_thesis_000000002027)
- Weyand G (2008) Sog-Marketing für Coaches. mangerSeminare Verlags GmbH, Bonn
- Wikipedia „Blog“: <http://de.wikipedia.org/wiki/Blog>
- Wikipedia „Entrepreneurship“: <http://de.wikipedia.org/wiki/Entrepreneurship>
- Wikipedia „Newsletter“: <http://de.wikipedia.org/wiki/Newsletter>
- Wikipedia „Social Media“: [http://de.wikipedia.org/wiki/Social\\_Media](http://de.wikipedia.org/wiki/Social_Media)
- WKO Wirtschaftskammer Österreich (Hrsg) (2011) Das verflixte dritte Jahr und weitere praktische Tipps für die Nachgründungsphase. Broschüre Wien
- Wüst P (2010) Profil macht Karriere. Mit SelfBranding zum beruflichen Erfolg. Orell Füssli Verlag AG, Zürich

## Literatur und Links nach Stichworten

### Gesetzestexte im Internet:

- [www.gesetze-im-internet.de/psychthg/](http://www.gesetze-im-internet.de/psychthg/)
- [www.gesetze-im-internet.de/heilmwerbgb/](http://www.gesetze-im-internet.de/heilmwerbgb/)
- [www.gesetze-im-internet.de/uwg\\_2004/](http://www.gesetze-im-internet.de/uwg_2004/)
- [www.ecommerce-leitfaden.de](http://www.ecommerce-leitfaden.de)
- [www.jusline.at](http://www.jusline.at) (Psychotherapie-, Psychologie-, HWG-, UWG-, E-Commerce-Gesetz etc.)
- [www.w3.org/Translations/WCAG20-de/](http://www.w3.org/Translations/WCAG20-de/)(Barrierefreiheit im europäisches Internet)

**Rechtslage Österreich** Literatur zu Kap. 2.5.3 Mag. Nikolaus Bauer

## Literatur

### **a. Rechtsquellen Österreich:**

Ärztegesetz 1998, BGBl. I. Nr. 169/1998 idF BGBl. I. Nr. 156/2005  
Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb, BGBl. Nr. 448/1984 idF BGBl. I.  
Nr. 79/2007  
Psychologengesetz 1990, BGBl. Nr. 360/1990  
Psychotherapiegesetz 1990, BGBl. Nr. 361/1990  
Richtlinie „Arzt und Öffentlichkeit“ vom 12.12.2003

### **b. Literaturangaben und -tipps**

Berufskodex für Psychotherapeutinnen und Psychotherapeuten. S. 169 ff,  
Psychotherapieforum 4/1996  
Ethikrichtlinie für klinische Psychologinnen und klinische Psychologen so-  
wie für GesundheitspsychologInnen und Gesundheitspsychologen des  
Bundesministeriums für Gesundheit  
Felnhofer A, Kothgassner OO, Kryspin-Exner I. (2011) Ethik in der Psycho-  
logie, Wien 2011, Verlag facultas.  
Firlel K, Kierein M, Kletecka-Pulker M (Hrsg.) (2001). Jahrbuch für Psy-  
chotherapie und Recht II., Verlag facultas Wien  
Kierein M, Pritz A, Sonneck, G (1991) Kommentar zum Psychologengesetz  
und Psychotherapiegesetz. Verlag Orac, Wien  
Kierein M, Leitner A (Hrsg.) (2011) Psychotherapie und Recht, Verlag fa-  
cultas Wien 2011  
Marko R, Hofmarcher D (2001). Werben im Internet – Ärzte ohne Gren-  
zen? Recht der Medizin 2001/62, Verlag Manz  
Richtlinie für Psychotherapeutinnen und Psychotherapeuten über das Ver-  
halten in der Öffentlichkeit (Werberichtlinie) des Bundesministeriums  
für Gesundheit 14.12.2010  
Wiltschek L (2003). UWG, 7. Auflage Verlag Manz, Wien

### **Selbständigkeit in Österreich:**

Infos über Sozialversicherung und Steuer von „Neuen Selbständigen“ bie-  
ten allgemein [www.wko.at](http://www.wko.at) oder [www.usp.gv.at](http://www.usp.gv.at);  
Spezielle Infos und Seminare bei vielen Berufsverbänden für Mitglieder, z. B.:  
[www.boep.or.at](http://www.boep.or.at) > Berufsverband > Mitgliederbereich > Selbständigkeit

### **Selbständigkeit in Deutschland:**

[www.freie-berufe.de](http://www.freie-berufe.de) > Existenzgründungshinweise > BMWi-Broschüre  
„Existenzgründung und freie Berufe“  
[www.freie-berufe.de/Abgrenzung-Freier-Beruf-oder.145.0.html](http://www.freie-berufe.de/Abgrenzung-Freier-Beruf-oder.145.0.html)



# Stichwortverzeichnis

## A

- ABC-Analyse 342
- Abgabe-Umfeld 82
- Absichtslosigkeit 127, 359
- Allgemeinwissen
  - Abgaben 322
  - Arbeitsfelder 31
  - Ausbildungen 29
  - Behandlung 30
- Arbeitsbuch 339
- Arbeitsraum
  - Home-Office 338
- Artikel 257, 285
  - Positionierung 93
  - schreiben 381
- Austauschbeziehung 10, 25, 82, 84, 100, 263

## B

- Barrierefreiheit 46, 271
- Bedarf 41
- Bedürfnisse
  - Kontakt 146
  - Kontrolle 146, 166
  - Sicherheit 146, 166
  - Thrill 147
  - Vertrauen 86, 147
- Bekanntheitsgrad Therapierichtungen 29
- Berufskleidung 339
- Beschaffungs-Umfeld 82
- Beschwerde 177

- -Management 86, 179
- No-Go 183
- Bildschirm 230
- Blog 277
- Buch 204
  - schreiben 257, 381
- Büro 334

## C

- Checkliste 2, 375–376
- Computer 334
- Content 224
  - Management-System 222, 266
- Controlling 91, 98, 125, 131, 309
- Corporate Identity 88, 94, 121, 132, 199, 371
  - Design, Behavior, Communication 199
  - Ihre Vorteile 135

## D

- Datenschutz 272
- Datensicherheit 338
- Dienstleistungen 345
- Domain 62, 153, 220–221, 262
- Drucker 335
- Druckerfarbe 335
- Drucksorten 94, 200, 210, 219

## E

- E-Commerce-Gesetz 262
- EDV 334
  - Betreuung 337

## Stichwortverzeichnis

Einpersonen-Unternehmen 75  
Eisbergmodell 224  
Eisenhower-Prinzip 343  
Empfehlungen 15, 100, 178, 250  
– von ÄrztInnen 43  
Endowment-Effekt 291, 294  
Erfolgswortbuch 340  
Erfolgsfaktoren 2, 15  
Ethik 11  
Ethisches Marketing  
– Definition 12  
– Inhalt 27  
Evaluation 182, 270  
ExpertInnenstatus 247, 280  
– Merkmale 140

## F

Feedback 82, 86, 91, 98, 103, 172, 182  
– Angst vor 109  
– Elemente, Inhalt 170  
– Marktforschung 105  
– Tipp Kreisdiagramm 176  
– Umgang damit 169  
– zur Optimierung 168, 173  
Fehlerfreundlichkeit 172, 176  
Fehlerlosigkeit  
– als Ideal 172  
– vermeiden 175  
Flyer 219, 257, 285

## G

Gedächtnis 163–164, 206, 227, 379  
Gesetze des Marktes 80  
– Äquivalenzprinzip 83  
Gesetzestexte im Internet 391

Grenzen  
– dieses Buches VII, 14

## H

Headline 227, 275  
Heuristik 40, 159, 167, 206–207, 255, 289, 318, 356  
– Abgaben 311  
– Honorar 313  
Homepage 205, 220, 234  
Honorar 62, 72, 284, 303, 310, 313, 317  
– Abgabenheuristik 311  
– Verhandlungen 318

## I

Ideenbuch 144  
Identität 118, 358  
– Vorteile 135  
implizite Botschaft 48, 203  
Impressum 236, 262, 272  
Inanspruchnahme 41  
– Medizin 42  
– Prozess 35  
Informationsverarbeitung 162  
– Überlastung 159  
Infostand 108, 259  
Inserat 50, 59, 63, 96, 255

## J

JournalistInnen 58, 282

## K

Kaizen 111, 173  
Kata 174, 177

- Keywords 232, 266–267, 269  
 Kompetenz 148, 205, 359  
 – als Teil der Identität 123  
 – ErfinderInnen Gehirn 143  
 – ExpertInnen-Wissen 146  
 – Mut 144  
 – Profil 142  
 – Schwierigkeiten beim Erkennen 123  
 Kongress 141, 249, 259  
 Konkurrenz 41, 56, 61, 92, 101, 244  
 Kontextinformationen 292  
 Kontext 159, 197, 201, 204, 293, 317  
 Kostenkalkulation 304  
 – Arbeitszeit 304, 377  
 – Einflussfaktoren Honorar 316  
 – Honorar 310  
 Kundenzeitschrift 258  
 KundInnenbindung 26, 96  
 – Newsletter 274  
 KundInnenorientierung 39, 78  
 – billig und wertvoll 78
- L**
- Lean-Administration 333  
 Logo 209
- M**
- Manipulation V, 24, 89  
 Marke 64, 81  
 Markenvertrautheit 290  
 Markenzeichen 47, 81, 208, 371  
 Marketing  
 – acht Aspekte 69  
 – Definition 11, 68  
 Marketing-Mix 219, 373  
 – die 5 Ps 91, 374  
 – Plan 90  
 – Stern 2, 5  
 Marketogramm 86, 100, 375  
 Marktanpassung 88  
 Marktforschung 102, 151, 270  
 – ErfinderInnen Gehirn 143  
 – Methoden 105  
 – Schwierigkeiten 109  
 – Ziel und Einsatzbereich 104  
 Marktführerschaft 245  
 Marktgestaltung 88  
 Marktnische, siehe Spezialisierung  
 Medienarbeit 30, 37, 280  
 Mentale Kontoführung 315  
 Menüleiste 233  
 Metatags 268
- N**
- Nachfrage 41, 316  
 Navigation 233  
 Neuropsychologie  
 – Thrill 147  
 Newsletter 273  
 Nonprofit-Organisation (NPO) 76  
 Nutzen 29, 185, 197, 226  
 – -Maximierung 78  
 – Beratung/Behandlung 43  
 – Hauptnutzen 189  
 – Perspektivenwechsel 34, 187  
 – Zusatznutzen 191  
 NutzerInnen-/Zielgruppe 83, 107, 367  
 – dieses Buches 10

**O**

- Office-Programme 335
- Onlinemarketing 65, 263, 265
- Open-Source-Software 335
- Organisation
  - Anfragen 331
  - Ordnung 333
  - Selbst- 341
- Orientierungs-Umfeld 82

**P**

- Paretoprinzip 342
- Perspektivenwechsel, siehe auch Nutzen
- Pitch 251, 256, 285, 376, 379
- Plakat 256
- Plan 64, 166
- Platzierung 92
- Positionierung 92
- Präpotenz 39
- Präsentation 92, 168–169, 178, 186
  - in den Medien 33
- Praxis-Software 336
- Praxisorganisation 329
- Pressemitteilung 285
- Prioritäten 341
- Profit-Organisation (PO) 76
- Psychohygiene 322
  - Die ideale Woche 372
- Psychologie des Preises 312
- Public Relation (PR) 96, 260

**Q**

- Qualitätssicherung 141, 183

**R**

- Rechtslage
  - allgemein 44
  - Ethik und Recht 53
  - für Österreich 53
  - Gesetze als Marketingvorteil 47
  - in Deutschland 48
  - Irreführung 46, 59
  - Schilderordnung 58
  - Schlussfolgerungen allgemein 64
  - Sittenwidrigkeit 46, 63
  - wichtige Gesetze 45
  - Zusammenfassung Deutschland 50
  - Zusammenfassung Österreich 63
- Rekonstruktionsheuristik 290
- Repräsentativitätsheuristik 291, 294
- Responseelement 153, 261, 286, 354
- Return of Investment 22, 98–99, 155, 191, 253
- Roll-up 256
- Rollentrennung 25, 27, 70–71, 96, 108, 330
  - Ähnlichkeiten 140
  - Psychohygiene 133, 323, 326, 339
  - Steve de Shazer 70

**S**

- Schlagzeile 275, 286
- Selbstpräsentation, siehe Pitch
- Signale bewusst gestalten 201
- Social Media Marketing 278

Software 335

Spezialisierung

- etwas Neues 149
- fachliche Tiefe 165
- konkretisieren 153, 370
- Kräftekonzentration 156
- mangelnde 34
- Risiko 154, 157, 165
- Suche 142
- Wirkung auf Wahrnehmung 157
- Wunsch danach 166, 267, 290

Startseite, siehe Homepage

Steuer und Sozialversicherung 300

- Marketing-Auswirkungen 303
- Prinzip 301

Suchmaschinenmarketing 266, 277

Sympathie 206

Synonyme 268

## T

Technische Grundausstattung 334

Technisierung der Kommunikation 260

Textgestaltung 224, 227

Titelschutz 48

Transfersicherung 141

## U

Überschätzung 33

Überzeugungen 19

Unique Selling Proposition (USP) 93, 160, 207, 372

Unternehmensstrategie 373

## V

Veränderungsneutralität 130

Veranstaltung 258–259

Verfügbarkeitsheuristik 163, 261, 289

Vertrauen 87, 183, 206

- Website 236

Virenschutz 337

Vision 94, 129, 131, 136, 340, 362

- Berufsverband 354
- dieses Buches VII

Visitenkarte 219, 257

Vortrag 259, 275

## W

Wahrnehmung 164

- Gesetze der 157

Wahrscheinlichkeiten, Heuristik 292

Website 220, 263

Webpace 220

- Webhost 220

Webtext 229

Werbebanner 59

Werbepsychologie, Heuristiken 288

Werte 121, 358

- sichtbar machen 122

Win-win-Situation 12, 27, 163

Wirksamkeit

- von psych. Hilfestellung 43

WLAN 337

## Z

Ziel 125, 131, 362

- -Diskussion 126
- egoistischer Anteil 130, 365

Zufriedenheit 178

- Erwartungshaltung 178

# Über die AutorInnen



## **Helga Kernstock-Redl,**

geb. 1964, verfügt als Klinische, Gesundheits- und Arbeitspsychologin, Systemische Psychotherapeutin, Supervisorin und Coach über mehr als 20 Jahre Erfahrung in der  $\phi$ -Arbeit, sowohl als Angestellte als auch in der Selbständigkeit. Sie spezialisierte sich auf die Unterstützung in emotional schwierigen Situationen und veröffentlichte vier Bücher dazu: [www.emotionskompetenz.at](http://www.emotionskompetenz.at). Dabei entstand das intensive Interesse am Thema Marketing samt entsprechenden Weiterbildungen (aktuell zur Marketing-Referentin). Sie bietet (neben ihrer  $\phi$ -Tätigkeit) Marketing-Vorträge und -Coachings: [www.empfehlungskultur.at](http://www.empfehlungskultur.at).



## **Florian Schultheiss,**

geb. 1963, PR- und Internet-Coach, langjährige Berufserfahrung in der sozialen Arbeit, Spezialist für barrierefreie Internet-Präsentation, Marktforschung und Online-Beratung. Internetpräsenz sieht er längst nicht mehr als rein technisch-graphische Präsentation, sondern diese muss vielmehr ein ganzheitliches und umfassendes Gesamtpaket aus Positionierung, Top-Texten sowie optisch klarer und ansprechender Darstellung liefern. Er hat sich auf die Internetpräsenz für psychosoziale Professionen und NGOs spezialisiert: [www.webbegleitung.at](http://www.webbegleitung.at).

© C. Lugmair



## **Eva Stühlinger,**

geb. 1964, Autorin und Wortspielerin aus Leidenschaft, (Web-)Texterin. Ihr Anspruch: Inhalte von Websites müssen in der Lage sein, einen echten Dialog aufzubauen, die Zuwendung zu den Bedürfnissen der LeserInnen hat Vorrang. Sie ist Autorin von Kabarettprogrammen und Songtexten, darstellende Künstlerin (Pseudonym Eva Poltrona, Frauenkabarett), Psychodrama-Rollenspielleiterin, Kommunikations-Traineeerin im Sozialbereich; bietet Ghostwriting für berufliche und private Texte sowie Text-Coachings an: [www.kreativ-text.eu](http://www.kreativ-text.eu).

© C. Lugmair