

Wirtschaftspsychologie

Aims & Scope

Perspektiven einer humanen, lebenswerten Arbeits- und Wirtschaftswelt

Die *Wirtschaftspsychologie* ist eine überwiegend deutschsprachige wissenschaftliche Zeitschrift; sie veröffentlicht aktuelle, praxisbezogene, theoretisch und/oder empirisch fundierte Beiträge zu allen Bereichen ihres Fachs. Sie richtet sich an das expandierende Gebiet der Wirtschaftspsychologie als Teildisziplin der Angewandten Psychologie.

Die Zeitschrift publiziert Artikel wissenschaftlicher Forschung mit Bezug zu aktuellen Fragestellungen der Wirtschaftspsychologie z. B. aus

- der Arbeitspsychologie mit z. B. Themen der Wirkung und Gestaltung moderner Arbeitsformen, Arbeitssicherheit, Gesundheit im Arbeits- und Wirtschaftsleben, Zukunft der Arbeit etc.,
- der Personal- und Organisationspsychologie mit Themen der Personalauswahl, Organisations- und Personalentwicklung, Führung und Teamentwicklung, Aus-, Fort- und Weiterbildung, Beratung und Coaching,
- der Konsumentenpsychologie wie z.B. Marktforschung, Psychologie des Online-Handels, Werbung, nachhaltiger Konsum, Consumerism etc.,
- der Finanzpsychologie wie z. B. Anlegerverhalten und
- der ökonomischen Psychologie, wie z. B. Bürgersinn, Corporate Volunteering oder die Akzeptanz von Wirtschafts- und Sozialreformen.

Die Zeitschrift adressiert dabei bewusst gesellschaftliche, politische und kulturelle Themen mit speziellem Bezug zum deutschen Sprachraum.

Die Beiträge in der *Wirtschaftspsychologie* sollen neben dem inhaltlichen Ziel, aktuelle Fragestellungen praxisrelevant zu thematisieren, auch die Vielfalt psychologischer Forschungsmethoden fördern und Interventionen in Organisationen auslösen. Hierzu geben die Beiträge neben Hinweisen auf weiterführende Forschungsfragen Empfehlungen für die Praxis.

Die Wirtschafts- und Arbeitswelt bewegt sich in einem immer schwankenden Ungleichgewicht zwischen Lebensqualität der Akteure, gesellschaftlicher Verantwortung und ökonomisch-sozialem Ausgleich. WirtschaftspsychologInnen fragen nach Möglichkeiten, wie die unaufhebbaren Spannungen ausbalanciert und evtl. als Energiequelle genutzt werden können. Der „Gründer“ der wissenschaftlichen Psychologie, Wilhelm Wundt, reflektierte die Thematik in zentralen Untersuchungen und engagierte sich aktiv u.a. in der Bildungsarbeit für Arbeiter. Seine - nach heutigem Verständnis linksliberal-bürgerlich-deutschen - Positionen entsprachen seinem Verantwortungsbewusstsein, waren und sind umstritten, bleiben der Psychologie jedoch als aktuelle, immer wieder veränderte Aufgaben- und Fragestellung erhalten.

Zielgruppen

Für WirtschaftspsychologInnen in der Praxis, an Fachhochschulen und Universitäten ist die Zeitschrift ebenso relevant wie für Personal- oder Marketing-Verantwortliche, die in ihrer Arbeit psychologische Fach- und Methodenkompetenz nutzen wollen.

Die Zeitschrift unterstützt EntscheiderInnen bei der Rezeption wissenschaftlicher Fakten, bei der Reflexion von Standpunkten, bei der Abwägung von Argumenten, bei der Durchführung von Diagnosen, bei Interventionen, bei der Evaluation von Maßnahmen und bei der Kommunikation dieser Inhalte.

Sie bereitet für Studierende und DozentInnen aktuelle Themenschwerpunkte des Fachs auf, bevor diese Eingang in Lehr- und Handbücher finden.

Qualitätssicherung, Ethik

Wirtschaftspsychologie ist eine unabhängige Fachzeitschrift und ausschließlich ihrem eigenen fachlichen Anspruch verpflichtet. Sie kooperiert konstruktiv mit Akteuren ihres Fachgebiets. Neben Editors und einem Beirat trägt ein grundsätzlich doppelt-blindes Peer-Review-Verfahren zur Qualitätssicherung bei.

Alle Beteiligten orientieren sich an international gültigen Standards:

- Berufsethische Richtlinien der Deutschen Gesellschaft für Psychologie (www.dgps.de/index.php?id=85)
- Committee on Publication Ethics (www.publicationethics.org/guidance)
- DGPs-Richtlinien zur Manuskriptgestaltung, 5. Auflage 2019 (www.psychologie.uni-frankfurt.de/90080017/DGPs_Richtlinien_zur_Manuskriptgestaltung_2019.pdf)

Hinweise für die AutorInnen

Die eingereichten Texte sollen aus Theorien der Psychologie und ihrer Nachbardisziplinen hervorgehen. Die Beiträge beinhalten ein kontrolliertes methodisches Vorgehen, die Datenbasis ist transparent, und die Konsequenzen der Befunde werden kritisch mit Blick auf konkrete Praxisfelder und -aufgaben diskutiert.

Wirtschaftspsychologie veröffentlicht Texte verschiedener Formate – vorwiegend in Ausgaben mit thematischem Schwerpunkt:

- Übersichtsartikel und Sekundäranalysen
- empirische Originalia mit explorativer oder prüfender Ausrichtung (wir akzeptieren
- hochwertige quantitative und explizit auch theoriegeleitete, qualitative Arbeiten)
- Fallstudien und Best-Practice-Beispiele
- Debatten über aktuelle Themen im wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Zusammenhängen
- Kurzinformationen und Nachrichten für die Praxis

Überblicksartikel erschließen theoretisch, übersichtlich und anhand von anschaulichen Beispielen aktuelle Themenfelder, die (noch) nicht in Lehrbüchern enthalten sind.

Empirische Beiträge beantworten aktuelle Fragestellungen anknüpfend an wissenschaftliche Theorie und auf Basis kontrolliert erhobener und systematisch ausgewerteter Daten.

Best-Practice-Beispiele und Case-Reports beschreiben auf gut dokumentierter Basis eine Umsetzung wissenschaftlicher Methoden und Konzepte in den Organisationskontext.

Mit einer Idee für ein Schwerpunktheft, einen Überblicksartikel oder ein Best-Practice-Beispiel wenden Sie sich bitte zur Absprache an eine/n der Herausgeber/innen.

Prof. Dr. Lorenz Fischer (Editor in Chief) · lorenz.fischer@uni-koeln.de