

Informiert und vernetzt bleiben

Christian Fichter, Jörn Basel und Sarah Chiller Glaus

Um informiert und vernetzt zu bleiben, bieten sich Wirtschaftspsychologen verschiedene Möglichkeiten, insbesondere Fachzeitschriften, Fachgesellschaften und Fachtagungen und zunehmend auch fachspezifische Ressourcen im Internet, z. B. Blogs. Aufgrund der Fülle verfügbarer Informationen (die zudem ständiger Veränderung unterworfen sind) soll an dieser Stelle dazu angeregt werden, diese Ressourcen regelmäßig zu konsultieren. Ansonsten besteht spätestens nach dem Ende des Studiums die Gefahr, nicht mehr über die neuesten Entwicklungen informiert zu sein – und beruflich oder fachlich den Anschluss zu verlieren. Hat man aber einmal den Einstieg in die wirtschaftspsychologische Community geschafft, ergibt es sich fast von selbst, dass man über die relevanten Entwicklungen informiert bleibt.

Weil es sich bei der Wirtschaftspsychologie um ein Gebiet handelt, das andere Disziplinen einschließt und das sich seit einigen Jahren neu konturiert, ist zu beachten, dass wirtschaftspsychologisch relevante Fachressourcen oftmals nicht unter dem Namen „Wirtschaftspsychologie“ firmieren, sondern unter ihren etablierten Labels. Das ändert sich zwar (so wurde 2010 die Fachgruppe „Arbeits- und Organisationspsychologie“ der DGPs in „Arbeits-, Organisations- und Wirtschaftspsychologie“ umbenannt). Doch eine allgemeine Umbenennung bewährter und bekannter Zeitschriften oder Tagungen ist nicht zu erwarten.

Fachzeitschriften

Die wichtigste Quelle für wissenschaftliche Fachinformationen sind peer-reviewte **Journals**. Wer Wirtschaftspsychologie studiert, kommt normalerweise automatisch mit den wichtigsten Journals in Kontakt. Aber auch interessierte Berufsleute oder wirtschaftspsychologische Praktiker, deren Studium vielleicht schon eine Weile zurückliegt, finden in wissenschaftlichen Zeitschriften viele wertvolle Hinweise – im einen oder anderen Originalartikel, insbesondere aber in Reviews, welche den Stand des Wissens kompakt zusammenfassen. Dabei ist es eine willkommene Erleichterung, dass viele Fachartikel inzwischen unter einer Open Access-Lizenz kostenlos im Internet verfügbar sind. Um thematisch à jour zu bleiben, lohnt es sich, die Newsletter der für den eigenen Themenbereich relevanten Journals zu abonnieren. Die folgende Liste zeigt einige der wichtigsten fachspezifischen Journals, geordnet nach den in diesem Buch behandelten Gebieten:

Konsum, Markt, Werbung

- Journal of Consumer Research
- Journal of Marketing Behavior
- Journal of Consumer Psychology
- Psychology & Marketing
- Journal of Advertising

Arbeit, Organisation, Personal

- Journal of Applied Psychology
- Personnel Psychology
- Journal of Organizational Behavior
- Leadership Quarterly
- Journal of Occupational and Organizational Psychology
- Industrial and Organizational Psychology
- Journal of Business and Psychology

Geld, Gesellschaft, Entwicklung

- Journal of Economic Psychology
- Journal of Economic Behavior & Organization
- Economic Journal
- Journal of Behavioral Finance

Besonders hochkarätige Artikel oder substanzielle Überblicksartikel werden allerdings oft in allgemeineren Journals wie etwa im Journal of Applied Psychology, im Journal of Personality and Social Psychology oder im Annual Review of Psychology publiziert.

Nebst wissenschaftlichen Journals konnten sich einige wirtschaftspsychologisch relevante Fachpublikationen ohne Peer-Review etablieren, im deutschen Sprachraum insbesondere die Zeitschrift Wirtschaftspraxis aktuell. Darüber hinaus gibt es inzwischen mehrere Blogs, Online-Magazine, Youtube-Channels und Social-Media-Gruppen zu wirtschaftspsychologischen Themen. Eine Übersicht über einige dieser Quellen finden Sie auf der Begleitwebsite zu diesem Buch.

Fach- und Berufsverbände

Wie in den meisten Disziplinen werden auch die gemeinsamen Interessen der Wirtschaftspsychologen in **Fach- und Berufsverbänden** gebündelt. Diese vertreten die Inhalte und Anliegen der Wirtschaftspsychologie gegenüber Gesellschaft, Politik und Medien. Die Mitgliedschaft in einem Verband ist zwar nicht essenziell, aber mit verschiedenen Vorteilen verbunden, beispielsweise kostenlosen Fachzeitschriften, Fach- und Berufsinformationen oder Adressverzeichnissen. Manche Verbände stehen auch schon Studierenden offen. Einige nennenswerte Verbände sind:

- Fachgruppe Arbeits-, Organisations- und Wirtschaftspsychologie der Deutschen Gesellschaft für Psychologie (DGPs)
- Sektion Wirtschaftspsychologie des Berufsverbands Deutscher Psychologen (BDP)
- Arbeits-, Wirtschafts- und Organisationspsychologie des Berufsverbands Österreichischer Psychologen
- Gesellschaft für angewandte Wirtschaftspsychologie (GWPs)
- International Association for Research in Economic Psychology (IAREP)
- International Association of Applied Psychology (IAAP), Divisionen 1, 2, 9 und 16

Bevor man einem Verband beitrifft, sollte man prüfen, ob einem dessen Selbstverständnis entspricht und ob eine Mitgliedschaft für die eigene Tätigkeit den gewünschten Nutzen verspricht.

Fachtagungen und Fachkonferenzen

Es empfiehlt sich durchaus, schon während des Studiums **Tagungen und Konferenzen** zu besuchen. Diese finden oft im Jahres- oder Zweijahresrhythmus statt und werden meist von den einschlägigen Fach- und Berufsverbänden oder Fachverlagen organisiert. Dort bietet sich Gelegenheit, sich über die neusten Entwicklungen in Wissenschaft und Praxis zu informieren. Die inhaltlichen Beiträge wissenschaftlicher Konferenzen werden zu einem großen Teil von den Konferenzteilnehmern selber geleistet. Dazu verschickt der Veranstalter ungefähr ein Jahr im Voraus einen „Call for Papers“, mit dem er um Beiträge bittet. Diese werden dann meist im Peer-Review geprüft und an der Konferenz in Form von kurzen Vorträgen, Postern oder als Workshop präsentiert.

Natürlich darf dabei auch der soziale Aspekt nicht zu kurz kommen, deshalb sind solche Tagungen meist von einem gesellschaftlichen Rahmenprogramm begleitet. Das ist nicht nur eine willkommene Abwechslung vom studentischen, akademischen oder beruflichen Alltag, sondern ein guter Weg, um Bekanntschaft mit Seinesgleichen zu schließen und mit den führenden Vertretern der Disziplin in Kontakt zu treten. Einen Überblick über infrage kommende Tagungen verschafft man sich am besten auf den Websites der obengenannten Verbände oder auf den Websites von Fachverlagen, z. B. ►

<https://www.hogrefe.de/veranstaltungen/tagungen-und-kongresse>.

Neben den oft etwas länger dauernden und inhaltlich recht divers angelegten Konferenzen bietet es sich an, **Symposien** zu besuchen. Diese sind zeitlich und inhaltlich kompakter gehalten und stellen somit insbesondere für Praktiker eine zugänglichere Form der Wissensvermittlung dar. Häufig kann man an Symposien den Koryphäen des Faches lauschen – was allerdings den Nachteil einer höheren Teilnahmegebühr mit sich bringt.

Eine zunehmend beliebte Alternative zu Konferenzen und Symposien sind **informelle Treffen** interessierter Personen, die über Online-Plattformen wie Meetup, LinkedIn, Xing oder Facebook organisiert werden. Diese sind durchaus dazu geeignet, den fachlichen Austausch voranzutreiben. In diesem Kontext sind auch die **Alumni-Vereine** der Hochschulen zu nennen, in welchen sich auch die Absolventen wirtschaftspsychologischer Studiengänge austauschen können.

Kapitel im Lehrbuch: Fichter, C., Basel, J. & Chiller Glaus, S. (2018). Schlussbemerkungen. In: C. Fichter (Hrsg.), *Wirtschaftspsychologie für Bachelor* (S. 277-285). Berlin: Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-662-54944-5_13