

Unabhängige Zeitschrift für Personalverantwortliche.

[Bisher erschienen](#)

[Impressum](#)

[Mediadaten](#)

[Hinweise für AutorInnen](#)

[Aims and Scope](#)

[Buchreihe "Wirtschaftspsychologie"](#)

Aims & Scope

Perspektiven einer humanen, lebenswerten Arbeits- und Wirtschaftswelt

Die Wirtschaftspsychologie ist eine überwiegend deutschsprachige wissenschaftliche Zeitschrift; sie veröffentlicht aktuelle, praxisbezogene 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 Wirtschafts-Kontext etc.,
- der Personal- und Organisationspsychologie wie Themen der Personalauswahl, sowie Personal- und Organisationsentwicklung, Aus-, Fort- und Weiterbildung, Coaching,
- der Konsumentenpsychologie wie z. B. Psychologie des Online-Handels, 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 Beiträge in der Wirtschaftspsychologie haben neben dem inhaltlichen Ziel, wirtschaftspsychologisch aktuelle Fragestellungen praxisrelevant zu thematisieren, auch das Ziel, die Vielfalt psychologischer Forschungsmethoden zu fördern und Interventionen in Organisationen auszulösen. Dies geschieht, indem die Beiträge (neben dem Hinweis auf weitere Forschungsfragen) konkrete Handlungsempfehlungen für die Praxis ableiten.

Die Zeitschrift adressiert damit auch Themen, die für oder im deutschsprachigen Raum speziell sind bzw. im Rahmen von gesetzlichen (z. B. Mitbestimmung, Formen von Arbeitslosigkeit) oder gesellschaftlichen (Gender) Rahmenbedingungen interessieren.

Zielgruppen

Für WirtschaftspsychologInnen in der Praxis, an den 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 in der Praxis 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.

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
- Best-Practice-Beispiele
- Kurzinformationen und Nachrichten für die Praxis

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

Best-Practice-Beispiele und Case-Reports beschreiben 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 (Koordination) · lorenz.fischer@uni-koeln.de

PD Dr. Fabian Christandl · fabian.christandl@hs-fresenius.de

Prof. Dr. Michael Dick · michael.dick@ovgu.de

Prof. Dr. Annette Kluge · annette.kluge@rub.de

Prof. Dr. Theo Wehner · twehner@ethz.ch