

1 Einführung

Christian Fichter

- 1.1 **Ein erster Überblick** – 2
 - 1.1.1 Psychologie – 2
 - 1.1.2 Wirtschaft – 4
 - 1.1.3 Wirtschaftspsychologie – 5
- 1.2 **Geschichte der Wirtschaftspsychologie** – 9
 - 1.2.1 Das Ziel allen Wirtschaftens – 10
 - 1.2.2 Frühgeschichte und Antike: Weisheiten für Haushalt und Handel – 10
 - 1.2.3 Mittelalter: Der Handel blüht auf – 12
 - 1.2.4 Neuzeit: Die Wirtschaft wird zur Wissenschaft – 13
 - 1.2.5 Die Anfänge der Wirtschaftspsychologie – 14
 - 1.2.6 Endlich: Die Wirtschaftspsychologie wird begründet – 16
- Literatur** – 26

© Springer-Verlag GmbH Deutschland 2018
 C. Fichter (Hrsg.), *Wirtschaftspsychologie für Bachelor*
https://doi.org/10.1007/978-3-662-54944-5_1

Als der ehemalige deutsche Bundeskanzler Ludwig Erhard (immerhin der Vater des deutschen Wirtschaftswunders) sagte, dass fünfzig Prozent der Wirtschaft Psychologie seien, befand sich die Wirtschaftspsychologie im Dornröschenschlaf. Zu dieser Zeit (Mitte des 20. Jh.) war es höchst unorthodox, Psychologie und Wirtschaft nur schon im selben Atemzug zu nennen. Es entsprach einfach nicht dem damaligen Weltbild. Doch das Weltbild hat sich geändert.

Inzwischen ist klar: Ohne Psychologie kann man die Wirtschaft nicht verstehen. Denn wirtschaftliches Handeln ist Teil der menschlichen Natur. Es ist nicht erst einige dutzende oder hunderte Jahre alt, sondern zehntausende, denn Teilen, Tauschen und Handel treiben haben sich im Laufe der Menschheitsgeschichte herausgebildet und bewährt. Wirtschaft – das ist nichts anderes als ein Ensemble nützlicher Verhaltensweisen, die einen effizienten Umgang mit Zeit, Energie und überlebenswichtigen Ressourcen ermöglichen. Wer diese Verhaltensweisen verstehen will, braucht Psychologie. Ob beim Konsumieren, beim Arbeiten, beim Sparen oder bei irgendeinem anderen wirtschaftlichen Vorgang: Praktisch immer ist eine psychologische Betrachtungsweise hilfreich oder gar unabdingbar.

Definition

Wirtschaftspsychologie befasst sich mit dem Erleben und Verhalten des Menschen beim wirtschaftlichen Handeln.

► Definition

Wirtschaftspsychologie

1.1 Ein erster Überblick

Lernziele

- Die wichtigsten Disziplinen der Psychologie kennen und wissen, womit sich diese befassen.
- Betriebswirtschaftslehre und Volkswirtschaftslehre unterscheiden können.
- Erklären können, weshalb das Zusammenspiel von Wirtschaft und Psychologie bedeutsam ist.
- Die zentralen Themenfelder der Wirtschaftspsychologie überblicken.

Wirtschaftspsychologen befassen sich mit Menschen, mit der Wirtschaft und mit dem Zusammenspiel von beidem. Das ist eine ganze Menge, und man könnte leicht die Orientierung verlieren. Deshalb beginnen wir mit einem Überblick über einige zentrale Stichwörter der Psychologie, der Ökonomie und der Wirtschaftspsychologie. Die so gewonnene Perspektive wird es uns erlauben, die vertiefenden Darstellungen in den übrigen Kapiteln im Gesamtzusammenhang zu sehen.

1.1.1 Psychologie

Menschen finden sich selber sehr interessant. Das ist keine Selbstverständlichkeit: Es setzt voraus, sich seiner selbst bewusst zu sein. Nur wenige andere Arten haben diese Fähigkeit, und wenn, dann limitiert. Aus dem menschlichen Interesse am eigenen Funktionieren entstand letzten Endes die Psychologie. Diese besteht inzwischen aus einigen Haupt- und mehreren Nebendisziplinen.

Allgemeine Psychologie

Die Allgemeine Psychologie umfasst die **Grundlagen des menschlichen Erlebens und Verhaltens**, die alle Menschen betreffen. Dazu gehört zu allererst der Körper, denn ohne Körper gibt es keinen Geist. Dazu gehören auch die Sinne, mit denen Menschen ihre Umwelt wahrnehmen und angemessen auf deren Reize reagieren können. Diese Reize werden vom menschlichen Gehirn verarbeitet und mit inneren Sollwerten verglichen. So entstehen Gefühle und Antriebe, von denen die wichtigsten mithilfe des Denkens verfolgt und umgesetzt werden. Dieser Prozess wiederholt sich, so dass Menschen mit der Zeit immer mehr können und immer mehr wissen.

Sozialpsychologie

Die Sozialpsychologie befasst sich in erster Linie mit dem menschlichen **Erleben und Verhalten in Bezug auf die soziale Umgebung**. Menschen sind aufeinander angewiesen, deshalb unterstützen sie sich und helfen einander, so gut es geht. Dazu schließen sie sich zu Gruppen zusammen und gehen Freundschaften und Paarbindungen ein. An all diesen Vorgängen sind ebenso interessante wie vielschichtige Prozesse beteiligt: Menschen nehmen sich gegenseitig mit feinen Sinnen wahr. Oft ordnen sie diese Wahrnehmungen in vereinfachende, manchmal zu negative Kategorien. Aus den Regeln und Normen ihrer Gruppe lernen Menschen viel Nützliches. Zugleich zeigen sie den Anderen und sich selber, dass sie dazugehören. Mit der Zeit bilden sie aus Wahrnehmungen, Normen und Lernerfahrungen eigene Meinungen über ihre

Allgemeine Psychologie umfasst **Aspekte** des menschlichen Erlebens und Verhaltens, **die allen Menschen gemein sind**.

Sozialpsychologie befasst sich mit dem menschlichen **Erleben und Verhalten in Bezug auf die soziale Umgebung**.

Umwelt. Oft versuchen sie dann, andere von ihren Meinungen zu überzeugen – manchmal auch mit Gewalt. Überhaupt geht es beim Zusammenleben nicht immer ganz harmonisch zu – auch, weil in unserer Welt Milch und Honig nicht einfach so fließen. So kommt es im Wettstreit um Ressourcen zu Situationen, die Kooperation erfordern, die aber zugleich für Ausbeutung anfällig sind. Wenn Sie in diesen Ausführungen elementares Wissen für Wirtschaftspsychologen vermuten, so liegen Sie richtig: Die Sozialpsychologie gilt als Fundament der Wirtschaftspsychologie.

Persönlichkeitspsychologie

Die Allgemeine Psychologie und die Sozialpsychologie sehen der Einfachheit halber meist über persönliche Unterschiede hinweg. Doch jeder weiß: **Menschen haben unterschiedliche psychologische Eigenschaften.** Dies ist das Thema der Persönlichkeitspsychologie. Im Laufe der Zeit entwickelten sich unterschiedliche Vorstellungen darüber, wie Persönlichkeitseigenschaften erklärt werden können. Inzwischen ist man sich weitgehend einig, welche charakterlichen Eigenschaften für Menschen typisch sind und wie diese gemessen werden können. Doch neben den Charaktereigenschaften unterscheiden sich Menschen auch in ihren kognitiven Fähigkeiten und in so profanen Dingen wie ihrem Aussehen. Es mag unfair erscheinen, dass sich Unterschiede in diesen Bereichen – für die man ja nichts kann – auf das ganze Leben auswirken, auch auf das Berufsleben. Doch damit ist das letzte Wort nicht gesprochen: Was Menschen nämlich glücklich macht (was ein Ziel der meisten Menschen sein dürfte), hängt von viel mehr ab als von bloßer Rechenleistung und von Oberflächlichkeiten (► Abschn. 12.3).

Weitere psychologische Disziplinen

Mit Wissen über Allgemeine Psychologie, Sozialpsychologie und Persönlichkeitspsychologie lässt sich in der Wirtschaftspsychologie schon ziemlich viel anfangen. Aber auch die anderen psychologischen Disziplinen offenbaren für wirtschaftspsychologische Betrachtungen bedeutsame Zusammenhänge. Zum Beispiel zeigt die **Entwicklungspsychologie** nicht nur, wie sich Kinder entwickeln, sondern dass sich die menschliche Entwicklung über die gesamte Lebensspanne zieht. Diese Erkenntnisse müssen von Wirtschaftspsychologen bei der Gestaltung von Arbeit ebenso wie bei der Gestaltung von Konsumgütern oder finanziellen Anlagen berücksichtigt werden. Ebenso sollten sie berücksichtigen, dass man menschliches Erleben und Verhalten nicht vollständig anhand abstrakter, geistiger Begriffe erklären kann, sondern dass dazu der Körper, das Gehirn und die sich darin abspielenden physikalischen und chemischen Prozesse Berücksichtigung finden müssen. Diese sind Gegenstand der **Biologischen Psychologie**. Über die Entstehung all dieser physiologischen und psychologischen Eigenschaften im Laufe der Entwicklungsgeschichte gibt die **Evolutionäre Psychologie** Auskunft. Sie basiert auf einer der wichtigsten Einsichten der Wissenschaft überhaupt: dass sich alles Leben stets optimal an seine Umwelt anzupassen versucht. Die Konsequenzen dieser Einsicht für die Wirtschaftspsychologie sind so weitreichend, dass sie bisher erst in Umrissen erkennbar sind. (Ein Beispiel dafür ist die menschliche Präferenz für Süßes, Fettiges und Salziges, auf welcher der Erfolg von Schokolade,

Persönlichkeitspsychologie befasst sich mit den **psychologischen Unterschieden zwischen den Menschen.**

Es gibt eine ganze Reihe **weiterer Disziplinen innerhalb der Psychologie**, die für wirtschaftspsychologische Betrachtungen interessant sind.

 **Webexkurs**
»Wann spricht man von
Wirtschaftspsychologie?«

Pizza und Chips beruht.) Daneben gibt es eine Reihe von anwendungsorientierten Teildisziplinen, die sich unter dem Oberbegriff **Angewandte Psychologie** subsumieren lassen, insbesondere **Pädagogische Psychologie, Medienpsychologie, Klinische Psychologie, Rechtspsychologie, Sportpsychologie** oder **Verkehrspsychologie**. Aufgrund ihrer hohen Anwendungsorientierung lässt sich auch die Wirtschaftspsychologie als Teil der Angewandten Psychologie verstehen.

Mehr zur Einordnung der Wirtschaftspsychologie finden Sie im
► Webexkurs »Wann spricht man von Wirtschaftspsychologie?«.

1.1.2 Wirtschaft

Wer die Wirtschaft verstehen will, braucht Kenntnisse der Psychologie. Aber es ist für Wirtschaftspsychologen unabdingbar, auch die Grundbegriffe der Ökonomie zu verstehen. Studierenden der Wirtschaftspsychologie ist deshalb zu empfehlen, sich die entsprechenden Grundkenntnisse der Ökonomie und ihrer Teilbereiche Betriebs- und Volkswirtschaftslehre anzueignen.

Die Begriffe »Ökonomie« und »Wirtschaft« werden nicht immer einheitlich verwendet. Oft ist aber mit »Wirtschaft« das wirtschaftliche System gemeint und mit »Ökonomie« Lehre und Forschung dazu. In unserem Zusammenhang ist vor allem die Unterscheidung der Ökonomie in Betriebs- und Volkswirtschaftslehre von Bedeutung. Diese beiden Disziplinen werden z. B. an den Hochschulen unterrichtet und bieten das traditionelle Handwerkzeug zur Gestaltung der Wirtschaft, auf betrieblicher oder gesamtwirtschaftlicher Ebene.

Betriebswirtschaftslehre (BWL)

Die Betriebswirtschaftslehre befasst sich mit den ökonomischen Prozessen aus der Perspektive der einzelnen Betriebe. Wichtige Themen der BWL sind z. B. **Produktion, strategische Unternehmensführung** und **Finanzen**. Dabei ergeben sich je nach Unternehmensmodell und Unternehmensgröße ganz unterschiedliche Notwendigkeiten. Die Betriebswirtschaftslehre befasst sich auch mit Fragen zu Organisation, Marketing oder Personal. Ein Blick ins Inhaltsverzeichnis dieses Buches zeigt, dass es insbesondere (aber nicht nur) in diesen Bereichen sinnvolle Verbindungen zwischen BWL und Wirtschaftspsychologie gibt.

Volkswirtschaftslehre (VWL)

Die Volkswirtschaftslehre abstrahiert von den Strukturen und Prozessen innerhalb der einzelnen Betriebe. Sie untersucht das Verhalten von Wirtschaftssubjekten wie Haushalten und Unternehmen sowie deren Interaktion auf Märkten (**Mikroökonomik**). Sie analysiert auch die Rolle des Staates in der Wirtschaft und widmet sich Themen, die für die Gesellschaft als Ganzes von Bedeutung sind, etwa der gesamtwirtschaftlichen Leistung, der Konjunktur, der Geldpolitik oder der Arbeitslosigkeit (**Makroökonomik**). Besondere Bedeutung kommt auch der Analyse der **Außenwirtschaft** zu, gerade im Lichte der zunehmend kontrovers diskutierten Globalisierung (► Abschn. 11.5).

1.1.3 Wirtschaftspsychologie

Das zentrale **Postulat der Wirtschaftspsychologie** lässt sich in einer Kurzformel zusammenfassen: »Wirtschaft wird von Menschen gemacht.« Damit ist gemeint, dass es »die Wirtschaft« nur deshalb gibt, weil Menschen zu einem System gemeinschaftlich organisierter Austauschprozesse gefunden haben, die ihnen das Überleben in einer Welt knapper Ressourcen erleichtern. Die psychologischen Aspekte dieser Austauschprozesse werden in diesem Buch in drei Teilen dargelegt: zunächst aus der Perspektive des **Verbrauchs** der ausgetauschten Güter (► Sektion I), dann aus der Perspektive ihrer **Herstellung** (► Sektion II) und schließlich im Hinblick auf gesamtwirtschaftliche **Rahmenbedingungen**, gesellschaftliche Faktoren und deren Entwicklung (► Sektion III).

Konsum, Markt, Werbung (Sektion I)

Wären die Menschen wunschlos glücklich, so gäbe es die Wirtschaft nicht. Aber sie sind es nicht: Sie haben Hunger, daher wollen sie Nahrung. Ihnen ist kalt, daher wollen sie Kleider. Sie sind neugierig, also wollen sie Informationen. Und sie langweilen sich, deshalb suchen sie Unterhaltung. Solche menschlichen **Bedürfnisse bilden die Basis allen Wirtschaftens** (► Abschn. 2.1).

Nun geben sich Menschen aber nicht mit irgendwelcher Nahrung oder irgendwelcher Kleidung zufrieden, sondern sie streben nach optimaler Versorgung. Für viele Konsumenten ist das gleichbedeutend mit »mehr« und »besser«. Manche haben aber andere Einstellungen zum Konsum, sie entscheiden sich daher bewusst für fair und umweltschonend hergestellte Güter. Solchen Kaufentscheidungen geht eine intensive Informationssuche voraus, aber andere fallen spontan. Manches wird auch aus Gewohnheit gekauft (► Abschn. 2.3). Letzteres wünschen sich natürlich die Anbieter von Gütern, so dass diese immer und immer wieder gekauft werden. Deshalb orientieren sich die Hersteller an den Bedürfnissen der Konsumenten und versuchen, diese durch hohe Qualität (► Abschn. 4.3) zufriedenzustellen – in der Hoffnung, sich so deren Treue zu sichern (► Abschn. 3.1).

Woher aber wissen die Menschen, welche Güter sie gut finden sollen? Konsumieren sie vielleicht manchmal Güter, die qualitativ minderwertig oder eigentlich zu teuer sind? Ja, denn Konsum hat **nicht nur eine reine Nutzenfunktion**, sondern dient auch dazu, Identität auszudrücken, Zugehörigkeit zu erleben und sich von anderen abzugrenzen (► Abschn. 2.2 und ► Abschn. 4.2). Das wissen die Hersteller von Gütern, deshalb achten sie bei der Produktentwicklung nicht nur auf Merkmale wie Qualität und Preis, sondern auch auf Zusatzwerte, die sich vermarkten lassen (► Abschn. 4.1).

Um zu erfahren, welche Merkmale Güter haben müssen, damit sie sich gut verkaufen, werden im Rahmen der Marktforschung (► Kap. 5) aufwendige Studien durchgeführt. Dabei zeigt sich immer wieder, dass der Verkaufserfolg nicht nur vom eigentlichen Produkt abhängt, sondern auch davon, wie es von den Konsumenten wahrgenommen wird (► Abschn. 6.11). Deshalb machen die Anbieter mit Werbung auf sich aufmerksam – manchmal mit mehr, manchmal mit weniger Wirkung (► Kap. 6); manchmal auch mit falschen Versprechungen, vor denen man die Konsumenten schützen muss. Deshalb stellt sich die

Wirtschaft wird **von Menschen gemacht**.

Die menschlichen Bedürfnisse sind die **Basis allen Wirtschaftens**.

Konsumenten haben **spezifische Konsumwünsche**.

Die Hersteller **richten ihr Angebot entsprechend aus**.

Um ihre **Bedürfnisse befriedigen** zu können, **arbeiten** die Menschen.

Dazu **finden sie sich in Organisationen** zusammen.

Die Wirtschaft **wandelt sich**, und mit ihr **die Arbeit**.

Menschen sind zur Arbeit **motiviert**.

Unternehmen sollten **gut organisiert sein**.

Organisationen **lassen sich entwickeln**.

 **Webexkurs**
»Kulturelle Unterschiede und interkulturelle Kompetenz«

 **Webexkurs**
»Konflikt, Moderation, Mediation«

Frage: Was darf Werbung? (► Abschn. 6.7). Ob sich am Ende Anbieter und Konsument einig werden, hängt also von vielen verschiedenen Faktoren ab – nicht zuletzt auch vom Preis eines Produktes, oder besser: von seiner subjektiv wahrgenommenen Höhe (► Abschn. 2.4).

Arbeit, Organisation, Personal (Sektion II)

Nun liegen aber die Güter, die sich Menschen zur Befriedigung ihrer Bedürfnisse wünschen, nicht einfach so herum. **Fast alles außer Luft ist knapp** und muss entweder gesammelt, angebaut oder fabriziert werden. Zu diesem Zweck haben Menschen Einrichtungen geschaffen, in denen sie die nachgefragten Güter durch Arbeit herstellen können. Arbeit ist anstrengend, denn sie erfordert Zeit, Energie und Überlegung. Deshalb bekommt man Geld dafür und kann dieses wiederum für den Kauf der fabrizierten Güter verwenden. So schließt sich der wirtschaftliche Kreislauf.

Es ist kein Zufall, dass sich die ersten Schriften der Wirtschaftspsychologie mit Arbeit befassten, denn die Menschen verbringen sehr viel Zeit damit (► Kap. 7). Früher war Arbeit meist körperlich anstrengend und auf dem Feld, beim Handwerk oder in Fabriken oft sogar gefährlich. Das hat sich gewandelt: Viele Arbeitstätige verbringen ihre Zeit im Büro und sitzen den ganzen Tag am Computer. Muskelkraft wird immer mehr durch Maschinen abgelöst, daher wird sie auf dem Arbeitsmarkt weniger nachgefragt und weniger hoch bezahlt – was manchem falsch erscheinen mag. Aber auch Wissensarbeiter leisten vollen Einsatz: Sie investieren viel Zeit und Geld in Aus- und Weiterbildung, riskieren körperliche Schäden durch zu wenig Bewegung und sind großen psychischen Belastungen ausgesetzt. Kein Wunder, dass Arbeitsanalyse und Arbeitsgestaltung (► Abschn. 7.1), Beanspruchung und Stress (► Abschn. 7.3) sowie Arbeitssicherheit (► Abschn. 7.4) wichtige Themen der Arbeitspsychologie sind, ebenso wie Arbeitszufriedenheit und Arbeitsmotivation (► Abschn. 7.2).

Obwohl Arbeit anstrengend ist, sind die meisten Menschen von sich aus dazu motiviert. Dies zeigt sich beispielsweise daran, dass viele Menschen freiwillig arbeiten und dass Arbeitslosigkeit belastend ist – unter anderem, weil dann der Kontakt zu den Kollegen abreißt, mit denen man zusammengearbeitet hat (► Abschn. 7.5). Arbeit bietet Gelegenheit, innovativ und kreativ zu sein und dadurch die Erfahrung von Selbstwirksamkeit zu machen. In besonderem Maß gilt dies für diejenigen, die sich an Unternehmertum und Selbstständigkeit (► Abschn. 7.6) wagen. Dazu ist neben Motivation, Fachwissen und gutem Selbstmanagement (► Abschn. 7.7) auch die Bereitschaft erforderlich, eine Organisation (► Kap. 8) aufzubauen, die sich zur Umsetzung der Geschäftsidee eignet.

Im Idealfall floriert das Geschäft. Dann wächst die Organisation und muss sich anpassen, wobei die Organisationsentwicklung (► Abschn. 8.2.1) hilft. Auch das Wissen wächst und muss erhalten werden (► Abschn. 8.4). Immer neue Herausforderungen ergeben sich, etwa bei der interkulturellen Kommunikation (► Webexkurs »Kulturelle Unterschiede und interkulturelle Kompetenz«) oder wenn es gilt, Konflikte zu schlichten (► Webexkurs »Konflikt, Moderation, Mediation«). Und natürlich werden, wo gearbeitet wird, auch Fehler gemacht. Zwar bemühen sich alle, die an der Unternehmung beteiligt sind (► Abschn. 8.5), die Arbeit so zu gestalten, dass die Arbeitssicherheit (► Abschn. 7.4) gewährleistet ist. Dennoch kann es zu größeren oder kleineren Krisen

kommen, die bewältigt werden müssen (► Webexkurs »Krisenmanagement und Krisenkommunikation«), etwa, wenn bei einer Pharmafirma ein Fass mit Chemikalien umkippt oder in einer Großbäckerei die Hausmaus in die Teigmaschine gerät.

Es ist die Aufgabe der Führung (► Abschn. 8.3), eine Organisation für all diese Herausforderungen fit zu machen. Dazu gehört auch ein Klima der Wertschätzung, Offenheit und Angstfreiheit unter den Mitarbeitern (► Abschn. 8.1). Doch selbst in einem guten Klima kommen Mitarbeiter oder Führungskräfte manchmal an ihre persönlichen Grenzen. Dann kann Coaching (► Webexkurs »Coaching«) helfen, diese neu auszuloten. Das Wichtigste im Betrieb ist sowieso das richtige Personal (► Kap. 9). Deshalb müssen Mitarbeiter sorgfältig ausgewählt und beurteilt werden (► Webexkurs »Leistungsbeurteilung«). Stimmen die Leistungen, so sollten Mitarbeiter die Möglichkeit haben, sich weiterzuentwickeln. Dies bedingt Investitionen in die Personalentwicklung (► Abschn. 9.2). Davon profitieren nicht zuletzt auch ältere Mitarbeiter (► Webexkurs »Ältere Mitarbeiter«), von denen es in westlichen Gesellschaften aufgrund der demografischen Entwicklung künftig mehr geben wird.

Geld, Gesellschaft, Entwicklung (Sektion III)

Die beiden Teilgebiete »Markt, Konsum und Werbung« sowie »Arbeit, Organisation und Personal« betreffen mikroökonomische Prozesse: Sie haben einen vergleichsweise schmalen Fokus, bei dem die einzelnen Marktteilnehmer im Zentrum stehen. Doch **Psychologie spielt auch bei makroökonomischen Themen eine wichtige Rolle**, etwa beim Geld, bei der gesellschaftlichen Einbettung der Wirtschaft und allgemein bei ökonomischen Zusammenhängen, die einen größeren Betrachtungsmaßstab erfordern. Diesen widmen wir uns in Sektion III.

Geld (► Abschn. 10.1) ist eine geniale Erfindung: **Es speichert Wert** und ermöglicht so wirtschaftliche Transaktionen ohne den sofortigen Austausch gleichwertiger Güter (► Kap. 10). Die Bedeutung von Geld geht aber über seine Funktion als universales Tauschmittel hinaus. Es dient als Lohn (► Abschn. 10.6), kann an der Börse (► Abschn. 10.3) angelegt oder für später zur Seite gelegt werden (► Abschn. 10.5). Weil die wenigsten Menschen das Gefühl haben, im Geld zu schwimmen, versuchen sie, ihren Umgang mit Geld zu optimieren. Dabei zeigen sich sehr interessante Phänomene, die sich nur mit Psychologie erklären lassen – beispielsweise im Bemühen, einen als angemessen wahrgenommenen Lohn zu bekommen, oder im Bestreben, möglichst wenig Steuern (► Abschn. 10.7) bezahlen zu müssen.

Gerade das Thema Geld führt uns vor Augen, dass **wirtschaftliche Prozesse oft sehr komplex** sind und eine bedrohliche Eigendynamik entwickeln können. Weil vom Funktionieren dieser Prozesse das Wohl der ganzen Gesellschaft (► Kap. 11) abhängt, wurden trotz ihrer großen Komplexität wirtschaftliche Modelle formuliert. Dank diesen ist es möglich, Phänomene wie Konjunktur (► Abschn. 11.1), Arbeitslosigkeit (► Abschn. 11.2) oder auch Globalisierung (► Abschn. 11.5) zumindest in ihren Grundzügen zu verstehen. Dieses Verständnis erlaubt es, beispielsweise durch Regulierung (► Abschn. 11.4) lenkend in das Geschehen einzugreifen.

Damit ist ein zentraler politischer Streitpunkt angesprochen: Manche fordern weniger Regeln für die Wirtschaft, andere mehr. Aus wirtschafts-

Webexkurs »Krisenmanagement und Krisenkommunikation«

Organisationen sollten **gut geführt werden**.

Webexkurs »Coaching«

Webexkurs »Leistungsbeurteilung«

Webexkurs »Ältere Mitarbeiter«

Geld ermöglicht **Transaktionen ohne sofortigen Austausch** gleichwertiger Güter.

Die Wirtschaft ist ein **komplexes System**. Um es zu verstehen, bilden Ökonomen dessen Funktionsweise in **Modellen** ab.

Wirtschaft kommt nicht ohne **Regeln** aus. Diese sollten **weder zu locker noch zu eng** sein.

Wirtschaftspsychologie ist eine **nützliche** und **leistungsfähige** Disziplin, die **verantwortungsvoll** gehandhabt werden will.

 **Webexkurs**
»Wann spricht man von
Wirtschaftspsychologie?«

psychologisch aufgeklärter Sicht ist klar: Wie alles andere Zwischenmenschliche kommt auch die Wirtschaft nicht ohne Regeln aus. Diese zum Wohle aller zu formulieren, ist allerdings ein Kunststück, denn sie müssen einerseits streng genug sein, um rücksichtsloses, unkooperatives und gemeingefährliches Verhalten zu unterbinden, andererseits müssen sie locker genug sein, um unternehmerische Initiative und privaten Konsum nicht über Gebühr zu beschränken. Gelingt dies, so darf eine wirtschaftliche Entwicklung (► Kap. 12) erwartet werden, die zum **Erhalt oder gar zur Vermehrung des allgemeinen Wohlstands** führt.

Hier tritt der vielbeschworene Wertewandel (► Abschn. 12.2) zutage: Moderne Menschen, so scheint es, definieren ihren Wohlstand nicht mehr alleine über den Wert der Güter, die sie besitzen, sondern legen Wert darauf, ein gutes Leben zu haben (► Abschn. 12.3). Kann die Wirtschaftspsychologie hierzu beitragen? Und soll sie das überhaupt?

Ja – Wirtschaftspsychologie kann und soll in Forschung, Lehre und Anwendung wichtige Beiträge für ein gutes Leben leisten. Wir werden in diesem Buch immer wieder auf entsprechende Gestaltungsmöglichkeiten zu sprechen kommen, denn Wirtschaftspsychologie ist ein machtvolles Gestaltungswerkzeug. Allerdings, wie Spider-Man sagte: **Mit großer Macht kommt große Verantwortung.** Wirtschaftspsychologie kann (wie viele andere Wissenschaften auch) sowohl zum Wohl als auch zum Schaden der Menschen eingesetzt werden. Deshalb befassen wir uns am Schluss dieses Buches mit der Frage: Was kann und darf Wirtschaftspsychologie (► Abschn. 13.2)?

Wann spricht man von Wirtschaftspsychologie? Die Antwort auf diese Frage finden Sie im gleichnamigen Webexkurs auf
► <http://www.lehrbuch-psychologie.springer.com>

Exkurs

Räumen wir zwei verbreitete Missverständnisse aus dem Weg

Wirtschaftspsychologie handelt nicht nur vom Irrationalen Dieses Image hat die Wirtschaftspsychologie deshalb, weil sie von Medien und Politik meist dann zu Hilfe gerufen wird, wenn das Boot aus dem Ruder läuft, und weil die Forschung manchmal dazu tendiert, die Fehleranfälligkeit ökonomischen Verhaltens auszuleuchten. Das gibt zwar gute Schlagzeilen, greift aber zu kurz. Denn Wirtschaftspsychologie erklärt nicht nur, warum etwas schief läuft, sondern auch, warum etwas gelingt. Das vorliegende Buch vermeidet eine einseitig defizitäre Sichtweise.

Irrationales Verhalten kann gute Gründe haben Zwar verhalten sich Menschen bei wirtschaftlichen Entscheidungen nicht immer ökonomisch rational. Aber es wäre falsch zu sagen, sie handelten dabei nicht in ihrem besten Interesse.

Dieser scheinbare Widerspruch wird sich bei der Lektüre dieses Buches auflösen. Vorweg eine Erklärung in Kurzform: Menschen wollen z. B. nicht möglichst viel verdienen, sondern mehr als ihre Nachbarn. Oder sie suchen zwar das absolut beste Produkt, nehmen dann aber doch das erstbeste. Menschen sind eben letzten Endes nicht an den Belohnungen interessiert, die sie in verhaltensökonomischen Laborexperimenten zur Freude der Versuchsleiter regelmäßig verwerfen (meist Kleingeld oder Kekse). Worauf sie wirklich aus sind ist: im Kampf um knappe Ressourcen mit möglichst wenig Aufwand möglichst gut dazustehen. Deshalb versuchen wir in unseren Ausführungen stets, nicht nur die naheliegenden Ursachen des Verhaltens zu erwägen (das »Wie?«), sondern auch die Letztursachen (das »Wozu?«) – die tieferliegenden Gründe, die sich nicht so leicht offenbaren.

? Kontrollfragen

1. Nennen Sie drei psychologische Hauptdisziplinen, die zu den Grundlagen der Wirtschaftspsychologie gehören.
2. Womit befasst sich die Betriebswirtschaftslehre, womit die Volkswirtschaftslehre?
3. Was bedeutet das zentrale Postulat der Wirtschaftspsychologie: »Wirtschaft wird von Menschen gemacht«?
4. Was versteht man unter Angewandter Psychologie?
5. Spricht die Wirtschaftspsychologie nur mikroökonomische oder auch makroökonomische Themenbereiche an, und warum?
6. In welchem Verhältnis stehen Wirtschaftspsychologie, Arbeits- und Organisationspsychologie sowie Konsumpsychologie zueinander?

Wiswede, G. (2012). *Einführung in die Wirtschaftspsychologie* (5. Aufl.). Stuttgart: UTB.

► **Weiterführende Literatur**

1.2 Geschichte der Wirtschaftspsychologie

Lernziele

- Die Vorgeschichte der Wirtschaftspsychologie kennen.
- Wissen, wann und vor welchem Hintergrund die Wirtschaftspsychologie begründet wurde.
- Gründe für die Stagnation der Wirtschaftspsychologie nach dem Zweiten Weltkrieg kennen.
- Die Umstände kennen, die mit der Wende zum 21. Jahrhundert zum Aufschwung der Wirtschaftspsychologie beigetragen haben.
- Die Pioniere der Wirtschaftspsychologie und deren zentrale Werke kennen.

Edmund Lysinski, einer der frühen Wirtschaftspsychologen, schrieb 1923 in seiner »Psychologie des Betriebes« in Bezug auf Geschlechtsunterschiede beim Kaufverhalten dies:

»Dem Manne ist der Beruf Lebenszweck. Er wird deshalb bei beruflichen Käufen mit peinlicher Genauigkeit, ja mit der dem männlichen Geschlecht eigenen Pedanterie alle Waren prüfen. Der natürliche Beruf der Frau ist der des Weibes, als Geliebte, Ehefrau oder Mutter. Sie wird deshalb, selbst wenn sie einen bürgerlichen Beruf hat, beruflichen Einkäufen viel weniger Interesse entgegenbringen als privaten. Bei Privatkäufen wird dagegen wieder der Mann gleichgültiger sein, abgesehen von solchen Dingen, für die er ein ganz besonderes Interesse hat (z. B. Zigaretten). Die Frau wird Privatkäufen, besonders solchen, die ihre Person und ihr Äußeres betreffen, das Hauptinteresse entgegenbringen. Dazu kommt bei der Frau eine leichtere Beeinflussbarkeit durch Gefühle; ferner eine gewisse Habsucht, Gegenstände zu besitzen, auch wenn man sie nicht braucht, und schließlich eine große Empfänglichkeit für kleinliche Vorteile.« (Lysinski, 1923, S. 213)

Heute mögen wir über solche Zeilen schmunzeln – aber damals waren sie geradezu fortschrittlich. Gemeinsam mit ähnlichen Schriften markierten sie den Beginn einer neuen Weltsicht, die Ausdruck eines Brückenschlags zwischen zwei Disziplinen war, die bis dahin kaum voneinander Notiz genommen hatten: Psychologie und Ökonomie.

Zwar wussten schon die frühen Ökonomen, dass es keine Wirtschaft ohne Menschen gibt. Und Psychologen war klar, dass wirtschaftliche

Wirtschaftspsychologie schlägt eine Brücke zwischen Ökonomie und Psychologie.