



Wieso **BSP**? – Wirtschaftspsychologie 2023

Aufgaben und Besonderheiten des Bachelor-Studiengangs ‚Wirtschaftspsychologie‘ an der **BSP**



"Es ist nicht unwahrscheinlich, dass gerade in dem Gebiet der Wirkungen wirtschaftlicher Faktoren auf die Psyche der Persönlichkeiten die ... Wirtschaftspsychologie künftiger Zeiten ein besonders fruchtbares Feld finden wird."
Hugo MÜNSTERBERG 1912

Unsere Gegenwarts-Kultur ist aktuell mehr denn je durch verschiedene Umbrüche, diverse Krisen und mannigfache Herausforderungen geprägt. Und da sowohl die meisten Krisen ‚menschengemacht‘ sind wie auch die damit einhergehenden Herausforderungen und anstehenden Aufgaben uns alle betreffen, ist insbesondere die Wirtschaftspsychologie gegenwärtig wie in Zukunft in hohem Maße (nach-)gefragt.

Denn immer dann, wenn es um (Ver-)Änderungen geht, ist ein gleichermaßen breit angelegtes wie differenziertes ‚Know-How‘ um die Grundlagen und Funktionsweisen des menschlichen Erlebens und Verhaltens unabdingbare Voraussetzung. Gutgemeinte Appelle, bloße Absichtserklärungen, Gebote oder Aufrufe etwa zu Einschränkungen oder Verzicht greifen in aller Regel zu kurz oder bewirken das Gegenteil und sind wenig geeignet, wirksame und damit wirkliche Umstellungen und Verhaltens-Änderungen anzustoßen und umzusetzen.

Die aber braucht es mehr denn je, und dafür bedarf es wiederum einer Wirtschaftspsychologie, die in der Lage ist, die Zusammenhänge des Erlebens und Verhaltens in ihrer Vielfältigkeit, Komplexität und Wandelbarkeit angemessen wie umfassend zu erfassen und verstehbar zu machen.

Und Wirtschaftspsychologie an der BSP ist mehr als nur *Wirtschaftspsychologie*. Sie bietet eine wirtschaftlich ausgerichtete *Perspektive* auf *sämtliche* Bereiche unseres alltäglichen Lebens, die allesamt und stets ökonomischen Bedingungen unterliegen bzw. in all ihren Erscheinungs-Formen unter einem *wirtschaftspsychologischen* Blickwinkel betrachtet werden können.



Michel DE MONTAIGNE (1533-1592)

Es ist, wie es ist (... , aber es könnte auch anders sein.)

Denn die Zusammenhänge des Erlebens und Verhaltens der Menschen sind in *allen* Lebenslagen und Alltagsbereichen immer auch ein durch wirtschaftliche Rahmenverhältnisse bedingtes Erleben und Verhalten. Und Wirtschaftspsychologie macht das Erleben und Verhalten verstehbar *und* behandelbar, indem sie für ein ausgewogenes Verhältnis von ökonomischen Erfordernissen und menschlichen Belangen Sorge trägt. ‚Mensch‘ und ‚Menschliches‘ stehen somit so oder so im Mittelpunkt, denn auch wirtschaftliche Erfolge basieren letztlich auf einer hinreichenden Beachtung ‚menschlicher‘ Belange in ihren Chancen und Begrenzungen.

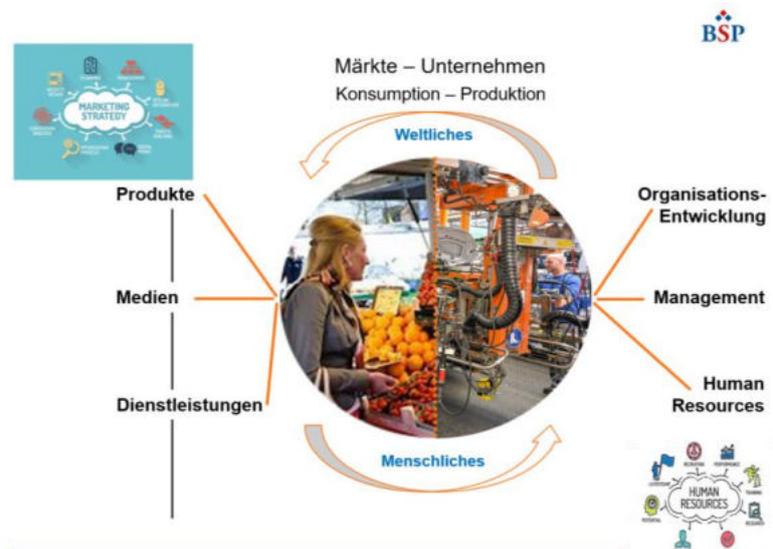
Der Bachelorstudiengang ‚Wirtschaftspsychologie‘ ist an den meisten Hochschulen ein Kombinationsstudium, je etwa zur Hälfte zusammengesetzt aus Wirtschaftswissenschaften und Psychologie. An der BSP dagegen ist dieser Bachelorstudiengang ein ‚100-prozentiges‘ Psychologie-Studium – wenn auch von Beginn an mit der Ausrichtung auf eine anschließende *psychologische* Tätigkeit in den vielfältigen (Aufgaben-)Bereichen der Wirtschaft:

Ziel unseres Bachelorstudienganges ‚Wirtschaftspsychologie‘ ist es, den Studierenden auf Basis eines differenzierten Bildes von ökonomischen Strukturen und Prozessen gleichermaßen wissenschaftlich fundiert wie praxis-bezogen orientiert die notwendigen Kompetenzen für eine erfolgreiche Tätigkeit in einem der zahlreichen Anwendungen der Wirtschaftspsychologie zu vermitteln.

Unsere ‚Formel‘ dafür lautet: Wirtschaftspsychologie an der BSP meint nicht ‚Wirtschaft + Psychologie‘, sondern bietet eine

Psychologie für die Wirtschaft

– d.h. eine Psychologie, die umfassend, konsequent und praxisorientiert an den Aufgaben und (aktuellen) Herausforderungen der Wirtschaft – und damit auch der gegenwärtigen Kultur – orientiert ist und dabei das ‚Menschliche‘ und das ‚Wirtschaftliche‘ im Alltag in all ihren jeweiligen Ausprägungen in einer angemessenen und beiden ‚Seiten‘ rechnertragender Weise vermittelt.



Der Anteil *psychologischer* Themen im Bachelorstudium Wirtschaftspsychologie an der BSP ist entsprechend höher als in den Curricula anderer Hochschulen. Wirtschaftspsychologie an der BSP ist deshalb weniger geeignet für Interessierte, die sich nicht zwischen einem BWL- oder Psychologie-Studium entscheiden mögen oder beide Fächer in einem ‚gleich-berechtigten‘ Verhältnis zueinander studieren wollen. Auch wer spezifischere Kenntnisse in betriebs- bzw. volkswirtschaftlichen Kompetenzen wie etwa Rechnungswesen und Bilanzierung erwartet, ist andernorts wahrscheinlich besser aufgehoben. Ein entsprechender Blick in die Angebote anderer Anbieter sei deshalb sehr empfohlen – zumal ein gewichtiger Unterschied auch darin besteht, dass einige Hochschulen bereits im Bachelor-Studiengang für die Anwendungsbereiche der Wirtschaftspsychologie *Wahlmöglichkeiten* eröffnen, wohingegen die Wirtschaftspsychologie an der BSP im Bachelor das gesamte Spektrum an Berufsfeldern ohne eine solche frühzeitige Schwerpunkt-Bildung umfasst.

Vor diesem Hintergrund zeichnet sich die ‚Wirtschaftspsychologie‘ an der BSP durch **drei** weitere Besonderheiten, in denen sich dieser Bachelorstudiengang von den gleichnamigen Angeboten an anderen Hochschulen unterscheidet:

a) Berufspraktische Ausrichtung statt praxisferner ‚Grundlegungen‘

Der Bachelorstudiengang ‚Wirtschaftspsychologie‘ an der BSP ist vom ersten Tag des Studiums an auf die spätere berufliche Praxis der Wirtschaftspsychologie ausgerichtet. Dem gegenüber ist der Psychologie-Bachelor zumal an den *Universitäten* in der Regel sehr viel abstrakter ‚grundlagen‘bezogener und damit praxisferner; eine anwendungsorientierte Spezialisierung wird dort im Regelfall erst ab einem entsprechenden Master-Programm angeboten. Dem breiten Spektrum an Einsatz-Möglichkeiten der Wirtschaftspsychologie entspricht eben auch, dass alle zentralen Anwendungs-Bereiche an der BSP im Curriculum verankert, im Studiengang vorgestellt und berufsqualifizierend behandelt werden.

b) Spezifisch-individuelle Analysen statt theoretischer Verallgemeinerungen

In der Berufspraxis des Wirtschaftspsychologen geht es uns in erster Linie um die Umsetzung konkreter Aufgabenstellungen in ihrer je markt- oder unternehmensspezifischen Besonderheit und erst in zweiter Linie um die bloße Umsetzung theoretischer ‚Wissensbestände‘, die man sich im Studium in klassisch lernender Weise angeeignet hat. Im Mittelpunkt des Studiums steht deshalb die Entwicklung von grundlegenden und breit einsetzbaren Forschungs- und Beratungskompetenzen und deren konkrete Einübung. ‚Unsere‘ Wirtschaftspsychologen lernen von Beginn ihres Studiums an, anspruchsvolle psychologische Projekte und empirische Untersuchungen zu konzipieren und durchzuführen. Methodisch und theoretisch begründet und fundiert, zugleich gezielt ausgerichtet an den spezifischen Belangen der Praxis. Unser Anspruch an die Eigenverantwortung und die Empathie-Bereitschaft der Studierenden ist entsprechend hoch und wird im Zuge einer umfassenden Entwicklung der Persönlichkeit der Studierenden ausdrücklich gefördert.

c) Geisteswissenschaftlicher Schwerpunkt: Verstehen statt Erklären

Ein weitere zentrales Alleinstellungsmerkmal der Wirtschaftspsychologie an der BSP ist, dass wir die gängige naturwissenschaftliche Orientierung der Psychologie ergänzen um eine wirtschaftspsychologische Auffassung, die konsequent in einer *geisteswissenschaftlichen* Tradition steht, die sich als eine autonome Auffassung bereits ab Ende des 19. Jahrhunderts bei der Einrichtung der Psychologie als eine eigenständige Wissenschafts-Disziplin etabliert hat und bis in die Gegenwart weiterentwickelt wurde. Beide Auffassungen von Wirtschaftspsychologie werden – in ihrem Umfang und in ihrer Systematik im deutschsprachigen Raum einzigartig – im Bachelorstudiengang vermittelt, wobei der geisteswissenschaftliche Ansatz ausdrücklich einen Schwerpunkt der Wirtschaftspsychologie an der BSP bildet.

An der BSP erwartet Sie also ein Studiengang, in dem **zwei unterschiedliche Auffassungen** von Wirtschaftspsychologie vorgestellt und behandelt werden. Ihnen überlassen ist dabei, für welche Sichtweise Sie sich im Laufe Ihres Studiums entscheiden.



Wilhelm DILTHEY (1833-1911)

Natur erklären wir, Seelisches verstehen wir.

Da diese dritte Besonderheit – nämlich ein geisteswissenschaftlich-verstehender Ansatz – das Bachelorstudium der Wirtschaftspsychologie an der BSP in besonderem Maße profiliert und von anderen Hochschulen deutlich absetzt, möchten wir diesen Punkt noch ein wenig genauer betrachten. Immerhin müssen sich unsere Studierenden mit zwei recht unterschiedlichen Sichtweisen auseinandersetzen, um sich im Verlaufe des Studiums schließlich der Wirtschaftspsychologie anzuschließen, die ihnen und ihren Vorstellungen, Erfahrungen und Überzeugungen am besten entspricht bzw. entgegenkommt.

Worin unterscheidet sich also eine geisteswissenschaftlich ausgerichtete Wirtschaftspsychologie von einer naturwissenschaftlich geprägten Auffassung? Wir sehen hier insbesondere zunächst **drei** Merkmale, die diesen Ansatz charakterisieren und prägen:

- **qualitativ**: die zentrale und angemessene Methode, seelische Prozesse zu erfassen und zu analysieren, ist hier – der Argumentation W. DILTHEY folgend – das *Beschreiben*;
- **kulturpsychologisch**: die Verwendung von Produkten und Marken, die Rezeption von Medien oder die Arbeit in einem Unternehmen, findet immer im Alltag und damit in einem – auch gerade *kulturell* geprägten – *Kontext* statt, der von Beginn an und durchgehend einbezogen werden muss;
- **tiefenpsychologisch**: menschliches Erleben und Verhalten wird maßgeblich von *unbewussten* Wirksamkeiten und Mustern determiniert. Zu all diesen Punkten im Folgenden Genaueres:

1. Qualitative statt quantitative Methodik

Eine naturwissenschaftlich orientierte Psychologie ist bestrebt, psychologische Sachverhalte zu (ver-)messen, Daten in diesem Sinne zu erheben (etwa durch Befragungen oder Experimente) und diese dabei in Zahlenwerte zu übersetzen (= quantitativ), die dann mittels statistischer Verfahren weiter bearbeitet und ausgewertet werden. Statistik spielt hier also bereits im Studium eine zentrale Rolle. Ebenso wie die biologischen bzw. physiologischen Grundlagen der Hirnforschung oder sonstiger neurowissenschaftlicher Disziplinen, in denen menschliches Erleben und Verhalten in aller Regel mittels *physiologischer* Strukturen und Prozesse begründet bzw. unterlegt werden.

Die *geisteswissenschaftlich* ausgerichtete Psychologie dagegen arbeitet konsequent mit *psychologischen* Konstrukten, Kategorien und Modellen. Sie beschreibt ihre Untersuchungsgegenstände mit den Mitteln und im Medium der Sprache (= qualitativ). Diese beschreibende Methode zieht sich von der Datenerhebung (Interviews, Gruppendiskussionen u.a.) über die Datenanalyse bis hin zur Entwicklung von Funktions-Modellen durch, welche die jeweils untersuchten Zusammenhänge des menschlichen Erlebens und Verhaltens in ihrer Sinnhaftigkeit *verstehbar* machen.

Ein solches Beschreiben erfordert intensive Einübungs-Prozesse. Die Studierenden sind dabei auch gefordert, sich mit den eigenen Alltagserfahrungen auseinanderzusetzen. Im Unterschied zur naturwissenschaftlichen Ausrichtung ist das *selbstreflexive* Moment deutlich ausgeprägter. Wird die Person des Forschers normalerweise gerne als verzerrende oder subjektive Variable (ab-)gewertet, so ist das *persönliche* Erleben des Forschers – nicht zu verwechseln mit subjektiv-individueller Beliebigkeit – im Rahmen eines qualitativen Ansatzes ein zentrales Instrument der wirtschaftspsychologischen Arbeit.

Wer also eine Neigung zum Medium ‚Sprache‘, aber auch zu Kunst, Musik oder Philosophie hat, dem kommt das Bachelorstudium der Wirtschaftspsychologie an der BSP entgegen, auch wenn wir uns ebenfalls hinreichend mit Statistik und quantitativen Verfahren beschäftigen (wenn auch in einem weniger exponierten Umfang als gemeinhin üblich). Wer sich allerdings von Beginn des Studiums an eher zu Mathematik und zu den naturwissenschaftlichen Fächern hingezogen bzw. einem rational-logischem Denken verpflichtet fühlt und es dabei belassen möchte, der sollte sich überlegen, ob er damit an der BSP in seinem Sinne ‚gut aufgehoben‘ ist.

2. Kulturpsychologie statt experimentelle Forschungs-Logik

Eine an den Naturwissenschaften ausgerichtete Wissenschafts-Kultur zerlegt komplexe Sachverhalte auch in der Wirtschaftspsychologie in aller Regel in einzelne ‚Elemente‘ oder ‚Bausteine‘ (etwa Funktions-Bereichen bis hin zu vereinzelt Variablen), isoliert diese Faktoren nach Möglichkeit unter alltagsfernen Umständen (etwa im Labor) und überprüft sie in experimentellen Settings oder mit den Mitteln standardisierter Erhebungsformen.

Die geisteswissenschaftliche Auffassung betreibt eine Wirtschaftspsychologie *als* Kulturpsychologie und ist dagegen der Überzeugung, dass das Erleben und Verhalten von Konsumenten, Rezipienten oder Arbeit-Nehmern immer nur unter Einbeziehung seiner alltäglichen Zusammenhänge betrachtet und analysiert werden kann. Solche Alltagssituationen (in denen beispielsweise ein Produkt verwendet wird) sind darüber hinaus immer auch geprägt von einer jeweiligen Gegenwarts-Kultur, die sich ihrerseits ‚natürlich‘ einem ständigen Wandel unterliegt. Ein solcher *ideographischer* – auf die spezifischen Besonderheiten des Einzelfalls ausgerichteter – Ansatz unterscheidet sich von einer *nomothetischen* Position, die – wie in den Naturwissenschaften üblich – auf universale, allgemeingültige (d.h. situativ- und zeit-unabhängige) Gesetzmäßigkeiten angelegt ist.

Das Bachelorstudium der Wirtschaftspsychologie an der BSP hat deshalb (auch) eine konsequent kulturpsychologische Perspektive in ihrem Angebot, die damit v.a. auch in der Lage ist, Veränderungen in ihren Voraussetzungen und Notwendigkeiten zu untersuchen und kompetent zu begleiten. Eine Kompetenz, die gerade in Zeiten, in denen umfassende Veränderungen, Zusammenhalt und ein umfassendes ‚Gemeinwohl‘ von zunehmender Bedeutung sind und überkommene Sinn-Stiftungen (wie stetes Wachstum und bloße Rendite) durch neue Bedeutungskreise ersetzt werden müssen, gefragt und gefordert sein wird.

Somit entspricht die Entwicklung einer solchen Kompetenz auch dem häufig geäußerten Interesse von Studierenden Menschen und Unternehmen zu *verändern*, zu *bewegen* und zu *beeinflussen*, da dies bedeutet bzw. voraussetzt, von ihrem Studium her auch in der Lage zu sein, solche Veränderungs-Prozesse anzuregen, in Gang zu setzen, zu steuern resp. wirkungsvoll und nachhaltig zu unterstützen und begleiten.



Aldous HUXLEY (1884-1963)

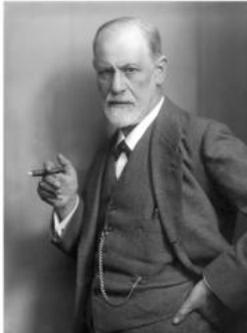
*Experience is not what happens to you.
It is what you do with what happens to you.*

„Kultur“ in ihrer Ganzheitlichkeit, Komplexität, in ihren Wandelbarkeiten und in ihrem Veränderungs-Potential ist somit ein *Schlüsselbegriff* für künftige und tragfähige Entwicklungen und steht sowohl in einem grundlegenden wie grundsätzlichen Sinne für Kulturen

- „im Großen“ (nationale und regionale Kulturen einschließlich inter-kulturelle Fragestellungen) sowie
- „im Kleinen“ (z.B. Arbeits-, Wohn-, Mobilitäts-, Freizeit-, Ernährungs-Kulturen)

und bedarf einer Wirtschaftspsychologie, die mit ihren Konzepten und Methoden – gerade in Zeiten von „Zeitenwenden“, aktuellen Krisen, Umbrüchen und notwendigen Veränderungen – in der Lage ist, den damit verbundenen Aufgaben und Herausforderungen gewachsen zu sein und diesen professionell zu begegnen.

3. Tiefenpsychologie statt Bewusstseins-(Er-)Forschung



Sigmund FREUD (1856-1939)

Die Menschen haben es jetzt in der Beherrschung der Naturkräfte so weit gebracht, daß sie es mit deren Hilfe leicht haben, einander bis auf den letzten Mann auszurotten. Sie wissen das, daher ein gut Stück ihrer gegenwärtigen Unruhe, ihres Unglücks, ihrer Angststimmung. ... Man kann sich des Eindrucks nicht erwehren, daß die Menschen gemeinhin mit falschen Maßstäben messen, Macht, Erfolg und Reichtum für sich anstreben und bei anderen bewundern, die wahren Werte des Lebens aber unterschätzen (1930).

Die an der BSP gelehrt und angebotene qualitativ-kulturpsychologische Auffassung von & für Wirtschaftspsychologie vertritt gemäß ihrem Bild von Wirklichkeit die Ansicht, dass das Erleben und Verhalten des Menschen vorwiegend und maßgeblich durch *unbewusste* Wirksamkeiten und Muster motiviert ist. Sie arbeitet also auf Grundlage eines Menschen-Bildes, welches davon ausgeht, dass uns die die Gründe wie zum Beispiel eine bestimmte Marke zu präferieren oder Gründe, die unser Verhalten am Arbeitsplatz prägen, oftmals nicht nur nicht bewusst, sondern – ganz im Sinne der FREUDschen Psychoanalyse – unbewusst sind.

Und „unbewusst“ meint „unbewusst“ und nicht (wie oftmals gerne gleichgesetzt) bloß „nicht bewusst“. Allerdings muss die von FREUD in die Welt gebrachte Einsicht, dass „das Ich nicht Herr im eigenen Haus ist“ in Krisenzeiten wie diesen nicht unbedingt mehr in erster Linie als eine – nach KOPERNIKUS und DARWIN – *dritte* narzisstische Kränkung betrachtet werden, indem man nämlich das Wirken *unbewusster* Wirksamkeiten als wegweisende Hinweise auf *Strukturelles* begreift, an denen man ansetzen kann bzw. muss, um die als notwendig erachteten Veränderungen wirksam in die Wege leiten zu können.

D.h. (nur) eine Wirtschaftspsychologie, die im FREUDSchen Sinne als eine Psychologie (auch) des Unbewussten betrieben, verfügt letztlich, umfassend wie nachhaltig über die Einsichten und Behandlungsmöglichkeiten, die (meist unbewussten) Widerstände, die sich gegen einen wirklichen Wandel stellen, zu ent-decken und eine wirkmächtige – da die zugrunde liegenden *Strukturen* aufgreifend und einbeziehend – Veränderungen, die für viele Lebensbereiche und Alltagsformen dringend wie drängend notwendig sind, anzuregen, zu begleiten und somit entscheidend wie maßgeblich mitzugestalten. ‚Maßgeblich‘ im Besonderen auch deshalb, wenn es bei all den anstehenden Umbildungsprozessen nicht in erster Linie um einen zu schlicht gedachten ‚Verzicht‘, sondern viel-mehr um die Entwicklung angemessenerer Lebensformen geht, die sich in vielfältiger Hinsicht als rücksichtsvoll erweisen können, die andere Sinnstiftungen bereitstellen und neue Möglichkeiten eröffnen.

Für ein zukunftsfähiges Studium der Wirtschaftspsychologie steht somit die Entwicklung einer *Forschungs-* (Schwerpunkt im Bachelor) und *Beratungskompetenz* (vgl. dazu die drei Masterprogramme in Wirtschaftspsychologie an der BSP) im Mittelpunkt, in der den Studierenden auf Basis der notwendigen *theoretischen* Grundlagen insbesondere eine intensive *methodische* Einübung in die Durchführung und Auswertung von Tiefeninterviews und Gruppendiskussionen vermittelt wird.

Denn ‚Selbst-Auskünfte‘ oder ‚Meinungs-Bekundungen‘ machen als Befragungsform meist (zu) wenig Sinn, da sie nur ein oberflächliches Bild bieten und mit zurechtgemachten Erklärungen vorlieb nehmen müssen. Um jedoch den Alltag unserer Gegenwartskultur in seinen Entwicklungen adäquat erkunden zu können, ist es viel wichtiger, die Phänomene des Erlebens und Verhaltens in seinen Alltagszusammenhängen ausführlich und differenziert beschreiben zu lassen, um daraus dann die zugrunde liegenden Gesetzmäßigkeiten abzuleiten. Damit verbunden ist unser Anspruch, dass eine wirtschaftspsychologische Studie ‚mehr‘ und ‚Anderes‘ herausfinden muss als das, was wir auf Basis eines ‚gesunden Menschenverstands!‘ im Alltag immer schon wussten.

Hinzu kommt, dass insbesondere Veränderungs-Prozesse und deren nachhaltige Gestaltung den ausdrücklichen Einbezug von unbewussten Wirksamkeiten zu Voraussetzung haben, so sie sich nicht in ‚gut gemeinten‘ Absichten, schwungvoll angekündigten ‚Vorhaben‘ und oftmals wirkungslosen Vernunft-Appellen erschöpfen wollen. Denn Seelisches funktioniert nicht nach logischen Gesetzen, vielmehr nach psycho-logischen Prinzipien, bei denen Unbewusstes eine zentrale Rolle spielt.

Eine Wirtschaftspsychologie als eine Psychologie des Unbewussten entspricht somit nicht zuletzt dem Wunsch vieler, die sich für einen solchen Studiengang interessieren, einmal einen profunden Blick ‚hinter die Kulissen‘ des Seelenbetriebs zu werfen.

Zusammenfassend lässt sich also sagen, dass das Bachelorstudium ‚Wirtschaftspsychologie‘ in dieser Form, Ausprägung und Systematik an keiner anderen Hochschule geboten wird:

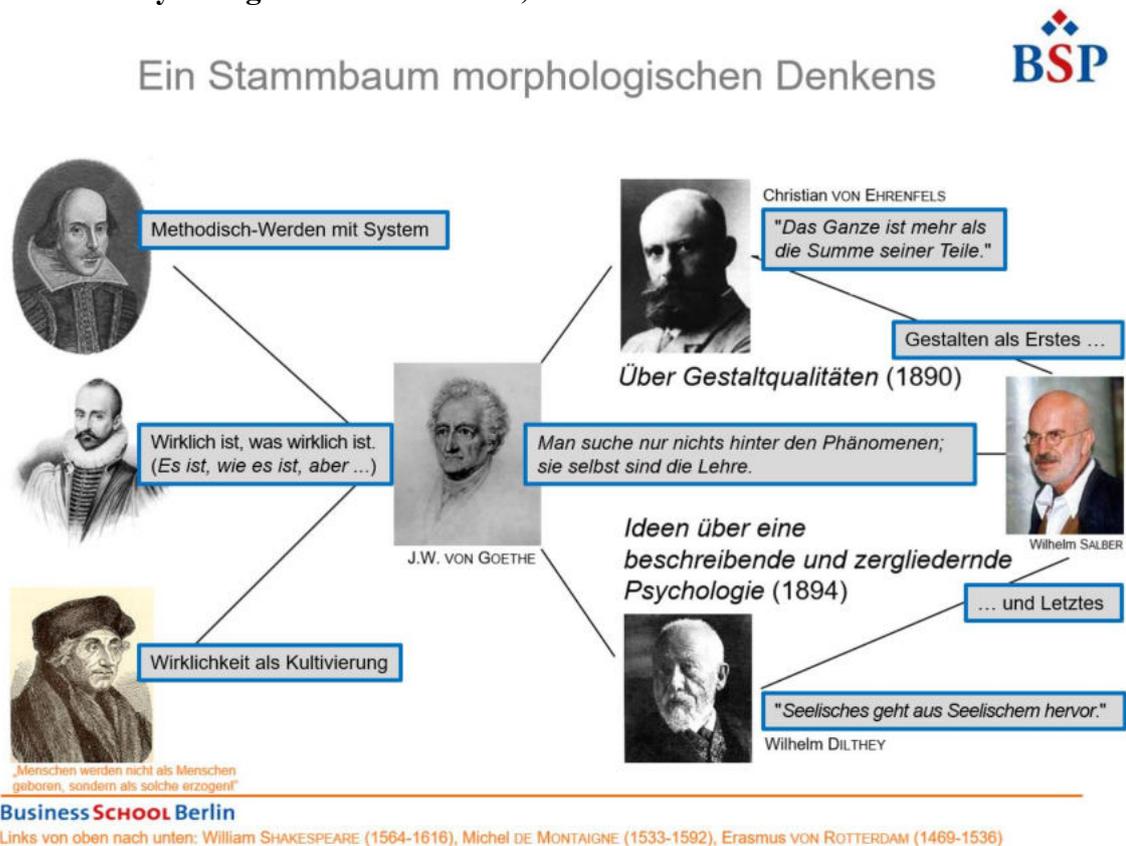
- Der Bachelorstudiengang Wirtschaftspsychologie an der BSP ist ein ‚100-prozentiges‘ *Psychologie*-Studium und keine Kombination aus BWL und Psychologie. Das Studium ist vom ‚ersten Tag an‘ anwendungsorientiert und praxisbezogen. Eine Psychologie *für* die Wirtschaft.
- Im Mittelpunkt des Bachelorstudiums steht die Entwicklung von universell einsetzbaren Forschungs- und Beratungskompetenzen. Auf der soliden Grundlage von differenzierten Bildern und Modellen für das ‚Funktionieren‘ der Zusammenhänge menschlichen Erlebens und Verhaltens (Theorie) vermittelt ein Studium an der BSP in seinen

breit angelegten Angebots-Spektrum an *methodischen* Fertigkeiten, wobei insbesondere auch die Lehre in *Qualitativer* Methodik die andernorts beklagte diesbezügliche ‚Leere‘ zu erfüllen vermag. Weiterhin bezeichnend ist eine selbstreflexive Auseinandersetzung mit der eigenen Person und dem eigenen Alltag, so dass das Studium auch einer umfassenden *persönlichen* Entfaltung und Entwicklung den dazu erforderlichen Raum bereitstellt.

Und wie bereits vorgestellt: Das Bachelorstudium der Wirtschaftspsychologie an der BSP umfasst zwei psychologische Sichtweisen: eine naturwissenschaftlich ausgerichtete sowie eine (Wirtschafts-)Psychologie in geisteswissenschaftlicher Orientierung. Diese Richtung, die sonst an keiner anderen Hochschule in diesem Umfang und in einer vergleichbaren Systematik angeboten wird und die in einer in der Praxis bewährten und geschichtlich ausgewiesenen Tradition steht

- arbeitet **qualitativ** (also beschreibend),
- betreibt Wirtschaftspsychologie konsequent in einer **kulturpsychologischen** Perspektive (d.h. sie beschreibt und analysiert Marken, Maßnahmen und Medien stets in ihrem jeweiligen alltäglichen – und damit kulturell geprägten – **Kontext**),
- ist entschieden **tiefenpsychologisch** fundiert (d.h. sie betrachtet menschliches Erleben und Verhalten als maßgeblich von **unbewussten Mustern** organisiert und geprägt),
- und – diese drei Charakteristika schließlich in einem Konzept vereinheitlicht – versteht sich in ihrer Übertragung und Umsetzung einer *morphologischen* Wissenschafts-Programmatik als (eine) **Morphologische Psychologie**.

4. Gestalt-Psychologie statt Elementen-,Denke‘



Die Morphologie – ab Ende des 18. Jahrhunderts von keinem Geringeren als Johann Wolfgang VON GOETHE als ein Programm zum Betreiben empirischer Wissenschaften zur Beschreibung

und Analyse *lebendiger Zusammenhänge* (= Gestalten [altgriech. *morphé*] = Morphologie = Lehre von den Gestalten) konzipiert – steht u.a. in der Tradition des HUMANISMUS und bietet in ihren Grundannahmen und einer dem entsprechenden Forschungs-Logik seitdem eine Alternative zu einem elementaristisch-mechanistischem Welt- und Menschen-Bild, das mittlerweile unbenommen seiner respektablen Errungenschaften (auch) an seine Grenzen und Verkehrbarkeiten stößt.

Eine morphologisch geprägte Wissenschafts-Kultur spielt seit dem 19. Jahrhundert in einer Vielzahl von Wissenschaftsdisziplinen eine bedeutsame Rolle und wurde ab der 50er Jahre an der Universität zu Köln von Wilhelm SALBER unter Einbezug und Weiterentwicklung von den Entwürfen F. NIETZSCHES, S. FREUDS sowie der GESTALTTHEORIE auf die Psychologie übertragen. Wesentliche Anwendungsgebiete der Psychologischen Morphologie finden sich in der Alltags-, Kultur-, Medien- sowie Markt- und Konsumforschung. Zusammen mit W. Ernest FREUD wurde ab der 80er Jahre auch ein eigenständiges morphologisches Behandlungskonzept entwickelt, welches in der Klinischen Psychologie sowie in verschiedenen Formen der Unternehmens-Beratung sowie des Coachings Anwendung findet.

Einen weiteren und differenzierten Einblick in die Morphologische Psychologie in ihrem breiten Themenspektrum und den sich daraus ergebenden beruflichen Umsetzungen gibt auch eine Fachzeitschrift, die seit kurzem in enger Kooperation mit der BSP erneut im Online-Format erscheint: <https://www.zwischenschritte.de/>



Nähere Informationen zu diesem besonderen Ansatz finden Sie auch über die Links zu einigen Instituten und Beratungsgesellschaften, die mit dieser besonderen Wirtschaftspsychologie arbeiten:



<https://www.rheingold-marktforschung.de/>



<https://www.rheingold-salon.de/>



<https://conceptm.eu/>



<https://www.evolog.de/>

Ein Fazit: Sowohl in ihrer gleichberechtigten Vermittlung von Wissenschaftlichkeit und Praxisbezug als auch in ihrer Verankerung in bewährten Traditionen bei gleichzeitiger Ausgestaltung einer zeitgemäßen wie zukunftsfähigen – also: modernen – Wirtschaftspsychologie bietet ein Studium an der BSP eine trage- wie ausbaufähige Grundlage für eine in Wirtschaft und Kultur nachgefragte berufliche Tätigkeit als Wirtschaftspsychologin bzw. Wirtschaftspsychologe.



Und so Sie sich von diesen hier vorgestellten Ausführungen und Überlegungen zu einem Studium der Wirtschaftspsychologie an der BSP angesprochen fühlen und an weiteren Informationen

interessiert sind, würden wir uns freuen, Sie für ein ausführlicheres sowie persönliches Beratungsgespräch an der BSP begrüßen zu dürfen.



Prof. Armin Schulte
Departmentleitung
Wirtschaftspsychologie