

Kongress für Wirtschaftspsychologie

17. bis 19. Mai 2004 in Hamburg

Personalverantwortliche, Unternehmensberater, Personaltrainer, Coachs, Marktforscher und Arbeitsschutzexperten trafen sich zum Praktikerkongress. - Das ganze Spektrum wirtschaftspsychologischer Tätigkeit wurde präsentiert. - 450 Teilnehmer.

Zum fünften Mal veranstaltete die Sektion Arbeits-, Betriebs- und Organisationspsychologie (ABO) im Berufsverband Deutscher Psychologinnen und Psychologen e.V. (BDP) den alle zwei Jahre statt findenden Kongress für Wirtschaftspsychologie. In diesem Jahr stand er unter dem Motto: „Wirtschaftspsychologie: Perspektiven für die Zukunft“.

In den mehr als 150 Kongressbeiträgen und Workshops ging es überwiegend um Berichte aus der beruflichen Praxis, die zur Diskussion anregen sollten. Da Wirtschaftspsychologen oft an Veränderungsprozessen in Unternehmen und Organisationen mitwirken und den Wandel an vorderster Front miterleben und gestalten, standen vor allem die Zukunftstrends im Fokus:

Organisationsentwicklung: In welche Richtung verändern sich Unternehmen und Organisationen - nicht zuletzt der Öffentliche Dienst? Wie müssen diese Veränderungsprozesse gestaltet werden, damit sie gelingen? Welche Stolpersteine gilt es, im Auge zu behalten?

Coaching: Die berufs- und arbeitsbezogene Beratung von Führungskräften hat sich in den letzten Jahren etabliert und bewährt. Auf dem Markt tummelt sich eine Vielfalt von Anbietern. Wie sollen Coachings gestaltet werden, damit sie effektiv die Kompetenzentwicklung sowie die Rollenklärung unterstützen? Woran erkennt man Qualität im Coaching?

Personalentwicklung: Nach einer Welle des Personalabbaus erkennen viele Unternehmen, dass ihre wichtigste Ressource die Mitarbeiter sind. Schon macht das Stichwort vom Fachkräftemangel die Runde. Wie können Unternehmen und Organisationen - auch mit knapperen Budgets - ihre Mitarbeiter fördern und fordern? Wie kann man den Bildungserfolg evaluieren?

Der Arbeitsmarkt für Psychologen in der Wirtschaft bietet weiterhin große Entwicklungschancen. Betriebswirtschaftliche Maßnahmen - das haben beispielsweise etliche wenig gelungene Fusionen gezeigt - lassen sich nur mit psychologischer Kompetenz angemessen und erfolgreich managen.

Weitere Kongressthemen waren unter anderem „Arbeit und Gesundheit“, „Markt- und Kommunikationspsychologie“, „Personalauswahl und -diagnostik“ sowie jeweils ein dreitägiger Veranstaltungsblock zum Thema „Europa“ und einer zu „Hochschule“.

„Der Berufsverband präsentierte damit alle Facetten und Arbeitsgebiete, in denen Psychologinnen und Psychologen im Wirtschaftsleben tätig sind, und machte anschaulich erlebbar, welchen spezifischen Beitrag Wirtschaftspsychologinnen und

Wirtschaftspsychologen in Beratung, Training, Coaching, Projektmanagement, Geschäftsführung oder in welcher Funktion auch immer leisten“, so Kongressleiter Mario Schmitz-Buhl.

Erstmalig integrierte der Kongress auch Themen aus der Markt- und Kommunikationspsychologie: Börse und Psychologie, psychologische Marktforschung, Werbepsychologie, Markenimage.

Die beiden BDP-Sektionen Arbeits-, Betriebs- und Organisationspsychologie (ABO) und Markt- und Kommunikationspsychologie (M+K) fusionierten auf diesem Kongress zur gemeinsamen Sektion „Wirtschaftspsychologie“. Damit wird fortan die ganze Bandbreite des wirtschaftspsychologischen Tätigkeitsfelds abgedeckt und repräsentiert.

Anlässlich der Sektionsfusion sprach Prof. Dr. Dr. h.c. Lutz von Rosenstiel (Ludwig-Maximilians-Universität, München) zum Thema „Zukünftige Entwicklungen der Wirtschaftspsychologie“. Er beschrieb einen historischen Bogen vom Gründer der Disziplin, Hugo Münsterberg (1863-1916), bis zur aktuellen Fusion der BDP-Sektionen. Besonderen Wert legte er dabei auf die Diskussion der historischen Brüche: 1933 - Aufstieg und Fall der „Wehrmachtpsychologie“ im Dritten Reich, 1945 - Neubeginn und Neuausrichtung durch die US-amerikanische Psychologie, 1968 - Anfeindung der Wirtschaftspsychologen als „Kapitalistenknechte“. Die Wirtschaftspsychologie habe unter den Anfeindungen weite Teilgebiete an andere Disziplinen (Arbeitswissenschaften, Volkswirtschaft) verloren. Diese Terrain gerate nun - in Zeiten, in denen die Menschen sich verstärkt als wirtschaftliche Handelnde, zugleich als interne als auch externe Kunden wahrnehmen würden - wieder vermehrt in den Blick. Daher gebe die Fusion zur neuen BDP-Sektion „Wirtschaftspsychologie“ Anlass zur Hoffnung, dass sich die in ihr organisierten Psychologen vermehrt ganzheitlich dem Wirtschaftsleben widmen. Das Erleben und Verhalten von Menschen als Produzenten und Konsumenten zugleich stehe damit im Fokus der Forschung und Anwendung in Beratung und Training.

Der Kongress wurde - in bewährter Art - durch ein interaktives Rahmenprogramm ergänzt.

Weitere Informationen/Programm: www.abo-psychologie.de
Presse-Kontakt: Thomas Webers, Tel./Fax: +49-228-631055,