

Vorwort

Psychologie ist die Wissenschaft vom menschlichen Erleben und Verhalten, Wirtschaftspsychologie kann demnach als Wissenschaft vom menschlichen Erleben und Verhalten in ökonomisch geprägten Kontexten definiert werden. Damit wird der Mensch in seinen Rollen als Produzent und als Konsument zum Fokus wirtschaftspsychologischer Analyse. Erika Spieß durchleuchtet in ihrem Lehrbuch der Wirtschaftspsychologie, das nun in zweiter Auflage vorliegt, die sich mit dieser Betrachtungsweise eröffnenden Blickwinkel ebenso stringent wie originell.

Den Ausgangspunkt ihrer Analysen bildet der Dreiklang Arbeit, Freizeit und Muße. Der Mensch in der Arbeit stellt natürlich den Kern der Wirtschaftspsychologie dar, verdienen sich doch die meisten Menschen mit Arbeit das lebensnotwendige Geld (!) – und das benennt den entscheidenden Aspekt des wirtschaftlichen Kontextes. In ihrer Freizeit schlüpfen Menschen dagegen – zumindest in unserer Gesellschaft – bevorzugt in die Rolle des Konsumenten und nehmen die verschiedensten Dienstleistungen in Anspruch: Hier sei nur auf die Tourismus- und allgemein die sogenannte Freizeitbranche und ihre Kundinnen und Kunden verwiesen. Die Gegenüberstellung von Arbeit und Freizeit ist nachgerade klassisch, im vorliegenden Buch wird diese aber noch mit dem wissenschaftlich gesehen neuen Konzept der Muße konfrontiert, was einen Blick auf die nicht ökonomisch geprägte menschliche Situation eröffnet und wiederum ein bezeichnendes Licht auf den wirtschaftlichen Kontext wirft.

Anschließend werden verschiedene Aspekte der Produzenten-Rolle näher beleuchtet. Dazu zählen die gravierenden Änderungen der Anforderungen, die mit dem Stichwort „Arbeit 4.0“ und der Digitalisierung im Allgemeinen verbunden sind. Die extreme Bedeutung der Arbeit für unser Leben wird dann am Verlust der Arbeit und dem Problem der Arbeitslosigkeit verdeutlicht. In krassem Kontrast dazu stehen das unternehmerische Handeln und der weite Bereich des selbstständigen Handelns, die motivational gesehen vom Wunsch nach Kontrolle geprägt sind und damit dem dominanten Gefühl des Arbeitslosen, der Hilflosigkeit, diametral entgegenstehen. Die Wirkungen der ökonomischen Umwelt im weiteren Sinne auf den produzierenden Menschen werden an den Beispielen der Entsendung ins Ausland, die interkulturelles Handeln erfordert, und den Folgen gravierender ökonomischer Entscheidungen – exemplarisch analysiert am Beispiel von Unternehmensfusionen – diskutiert.

Noch einen Schritt weiter geht die Analyse der Interaktion zwischen arbeitenden und konsumierenden Menschen, zwischen Dienstleister/-innen und Kund(inn)en, die am Beispiel der Beratung in wirtschaftsnahen Kontexten untersucht werden. Damit wird Wirtschaft nicht mehr nur als das Handeln umgebender Raum konzipiert, sondern auch noch als dessen Inhalt bezeichnet! Das öffnet schließlich den Blick auf den Kern des Konsums, das Kaufen, was wiederum – abgesehen von der Situation der Selbstbedienung – den tätigen Kontrapart, d. h. die Verkäuferin bzw. den Verkäufer, voraussetzt. Hier klingt wieder sehr deutlich an, worum sich im Kern wirtschaftliche Prozesse drehen: Geld! Dies steht natürlich auch im Zentrum der Finanzpsychologie,

deren Analyse folgerichtig den Abschluss der vorgelegten Wirtschaftspsychologie bildet.

Das Buch eröffnet vielfältige Blicke auf das menschliche Erleben und Verhalten in wirtschaftlichen Kontexten und kann deshalb sowohl von Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftlern wie von Studierenden und nicht zuletzt von allen Menschen, die sich für die Spezifika ihrer täglich eingenommenen Rollen als Produzent und Konsument interessieren, mit Gewinn gelesen werden. Dass dies möglichst häufig der Fall sein möge, ist auch der Wunsch, den ich diesem Werk mit auf den Weg gebe.

Rostock, März 2023
Friedemann W. Nerdinger