

# Psychologie und Wirtschaft unter einem Hut

**Wirtschaftspsychologie** Im Herbst 2019 schliessen an der Fachhochschule Nordwestschweiz (FHNW) die ersten Absolventinnen und Absolventen den Bachelor in Wirtschaftspsychologie ab, und in Luzern starten die ersten Studierenden ihr Studium in «Business Psychology». Was lernen diese jungen Leute eigentlich?

«Wir sind völlig überwältigt. Gerechnet haben wir mit 60 Studierenden, angemeldet haben sich 220», sagt Pius Muff, Vizedirektor der Hochschule Luzern – Wirtschaft. Sie alle werden im September 2019 das Studium in «Business Psychology» aufnehmen können, das dieses Jahr zum ersten Mal angeboten wird. Die Inhalte des dreijährigen Vollzeitstudiums verteilen sich wie folgt: je zwanzig Prozent Grundlagen der Ökonomie und der Psychologie, dreissig Prozent Methoden der Sozialforschung

und dreissig Prozent in der gewählten Vertiefung (Arbeits- und Organisationspsychologie oder Markt- und Konsumentenpsychologie). Die Absolventinnen und Absolventen sollen dereinst als Spezialisten in der Rekrutierung und Personalentwicklung, als Leadership-Trainerinnen, Brand-Management-Berater, Chatbot-Designerinnen oder User-Experience-Experten arbeiten. Im Vordergrund steht also die Ausbildung von Fachleuten für den HR-Bereich, die Unternehmenskommunikation und das Marketing.

Diese Fachleute benötige die Wirtschaft dringend, sagt Muff: «In Zeiten des Umbruchs der Arbeitswelt sind zunehmend Personen gefordert, die nicht nur eine betriebswirtschaftliche, sondern auch eine psychologische Ausbildung haben.» Es gehe um personelle Fragen. Aber auch im Marketing und in der Kommunikation ändere sich aufgrund der Digitalisierung sehr vieles. Auch da brauche es Leute, die beide Welten kennen, die Ökonomie und die Psychologie.

## Arbeitsfelder Marktforschung, Marketing und Kommunikation

Anders als in Luzern ist an der Fachhochschule Nordwestschweiz die Wirtschaftspsychologie nicht am Departement Wirtschaft, sondern an der Hochschule für Angewandte Psychologie angesiedelt. Die Wirtschaftspsychologie und die Arbeits-, Organisations- und Personalpsychologie sind in Olten getrennte Studienrichtungen, für die sich die Studierenden bereits bei der Anmeldung entscheiden. Dieses Jahr schliesst der erste Jahrgang den Bachelor of Science in Wirtschaftspsychologie ab.

Die Studieninhalte der Studienrichtung Wirtschaftspsychologie um-

schreibt Tanja Manser, Direktorin der Hochschule für Angewandte Psychologie FHNW, wie folgt: «Wirtschaftspsychologie ist ein Anwendungsfeld der Psychologie. Reine Wirtschaftsfächer stehen bei uns weniger im Vordergrund. Aber alles, was die Studierenden in der Psychologie lernen, ist unmittelbar im Wirtschaftskontext anwendbar.» Diese Anwendungsfächer heissen beispielsweise «Consumer Psychology», «Market Research», «Product Development» oder «Psychology and Behavioral Economics».

In Olten stehen für den Bachelor in Wirtschaftspsychologie pro Jahr vierzig Studienplätze zur Verfügung. Gemäss Studiengangleiter David Sprenger ist es erfreulicherweise eine bunte Mischung, die Wirtschaftspsychologie studiert: «Die Leute kommen aus der ganzen Schweiz. Sie sind bei Studienbeginn im Durchschnitt 25 Jahre alt, wobei die Bandbreite von 19 bis 50 Jahre reicht. Rund siebzig Prozent haben eine Berufsmatura. Viele kommen aus dem KV, aber auch aus sozialen Berufen, dem Gesundheitsbereich oder technischen Berufen. Wir hatten auch schon einen Koch, einen Maurer und einen Landschaftsgärtner.»

Und wo werden diese Leute nach ihrem Studienabschluss arbeiten? Tanja Manser: «Versicherungen, Banken und weitere grosse Firmen haben heute alle interne Marktforschungs- und Marketingabteilungen. Das ist sicher ein wichtiges Einsatzfeld. Aber auch in Bundesämtern besteht ein starker Bedarf, beispielsweise zur Konzeption von Präventionskampagnen zu den Themen Gesundheit oder Verkehr. Einige entscheiden sich dafür, ihre Kompetenzen im Masterstudium zu vertiefen, und andere kombinieren ihren Erstberuf mit neuen Aufgaben in der Marktforschung, dem Marketing oder der Unternehmenskommunikation.» **Stefan Krucker**



Ein mögliches Tätigkeitsfeld: die Präventionskampagne der Beratungsstelle für Unfallverhütung (bfu) «Wer trinkt, fährt nicht». Bild: bfu