



## Editorial

Wirtschaftspsychologische Fragestellungen decken ein breites Themenspektrum ab und gewinnen eine stetig fortschreitende Bedeutung für die Wissenschaft und die Praxis. Die ausgewählten Beiträge der vorliegenden Ausgabe 2/2013 verdeutlichen die Bedeutung und Vielfältigkeit psychologischer Erkenntnisse für wirtschaftliche Fragestellungen und weisen auf deren hohe Praxisrelevanz hin. Die ausgewählten Originalbeiträge in dieser Ausgabe, welche sich den wirtschaftspsychologischen Teildisziplinen der Arbeits- und Organisations- sowie der Markt- und Werbepsychologie zuordnen lassen, umfassen bedeutsame Themen wie Belastungs- und Beanspruchungsfaktoren im Beruf, Messung von organisationalem Commitment in verschiedenen Fremdsprachen sowie Subliminale Beeinflussung von Kaufentscheidungen.

Vor dem Hintergrund, dass 11% der 1.125 Befragten im Jahr 2012 angaben, mehrmals in der Woche wegen ihrer Arbeit zu wenig Zeit für die Familie gehabt zu haben (Statista, 2014a) und die Arbeit respektive das Studium als größter Stressfaktor gesehen wird (Statista, 2014b), leistet die Studie von Susanna M. Krisor und Jens Rowold „Effort-Reward Imbalance Theory and Irritation: The Important Role of Internal and External Work-Family Conflict“ einen interessanten Beitrag. Die Autoren beschäftigt sich mit einem in der Arbeitspsychologie etablierten Stressmodell (Siegrist, 1996) zur Erklärung von Gesundheitsbelastungen durch Arbeitsbedingungen sowie durch überhöhtes Commitment als Persönlichkeitsmerkmal (Overcommitment) und beantwortet die Frage nach individuellen Bedingungen von beruflichem Stress, daraus resultierenden Konflikten und Handlungsoptionen.

Der Beitrag von Uwe P. Kanning und Anka Hill „Validation of the Organizational Commitment Questionnaire (OCQ) in six Languages“ bietet eine wertvolle Hilfe für international tätige Unternehmen zur Messung des Commitment ihrer Mitarbeiter. Dazu übersetzten die Autoren den Organizational Commitment Questionnaire von Porter und Smith (1979) in die Sprachen Deutsch, Polnisch, Ungarisch, Spanisch und Malayisch. Vor dem Hintergrund der Erkenntnisse des ersten Beitrags ergeben sich daraus vielfältige Einsatzmöglichkeiten auch im Bereich der psychologischen Gesundheitsförderung in Unternehmen.

In der Rubrik Beiträge von Absolventen erscheint die Studie von Klaas Höpcke und Johannes Freyer, die ihren Bachelor in Wirtschaftspsychologie an der Hochschule Fresenius in Hamburg erworben haben. Sie beschäftigen sich mit der „Beeinflussung von Kaufentscheidungen – Effekte unterbewusster Manipulation der affektiven Einstellungskomponente“ und beziehen sich dabei auf die populären Befunde aus den 1950er Jahren, dass durch die subliminale Darbietung von Stimuli während eines Kinofilms das Kaufverhalten von Menschen beeinflusst werden könne. Mittels experimentellen Vorgehens untersuchten sie vergleichbare Konditionierungsprozesse und übertrugen die Befunde auf die Werbe- und Konsumentenpsychologie.

Wir hoffen, unseren Leserinnen und Lesern damit eine interessante und vielseitige Zusammenstellung von Beiträgen zu bieten.

Köln, im Dezember 2013

Wera Aretz & Dominic-Nicolas Gansen-Ammann

Porter, L. W. & Smith, F. J. (1970). *The etiology of organizational commitment*. Unpublished manuscript, University of California at Irvine.

Siegrist, J. (1996). Adverse health effects of high-effort/low-reward conditions. *Journal of Occupational Health Psychology*, 1, 27–41.

Statista (2014a). Wie oft ist es Ihnen innerhalb der letzten 3 Monate passiert, dass Sie wegen der Arbeit zu wenig Zeit für die Familie hatten? Verfügbar unter: <http://de.statista.com/statistik/daten/studie/279497/umfrage/wegen-der-arbeit-zu-wenig-zeit-fuer-familie/> (22.01.2014).

Statista (2014b). Größte Stressfaktoren in Deutschland nach Geschlecht im Jahr 2013. Verfügbar unter: <http://de.statista.com/statistik/daten/studie/282578/umfrage/umfrage-zu-den-groessten-stressfaktoren-im-alltag-nach-geschlecht/> (22.01.2014).