

Editorial

„Dank, Neuigkeiten, Dank“ oder „Das A & O des Editorials“

Anja Göritz

Zum Oktober 2016 gab es personelle Änderungen im Herausbergerteam der Zeitschrift für Arbeits- und Organisationspsychologie A & O. Friedemann Nerdinger wurde als geschäftsführender Herausgeber von mir, Anja Göritz, abgelöst. Friedemann Nerdinger und seinem Redaktionsassistenten Erko Martins möchte ich, auch im Namen der übrigen Herausgeber, herzlich für ihr Engagement für die ZAO danken! Friedemann Nerdinger hat die Zeitschrift in den letzten vier Jahren auf hohem Niveau geführt und richtungsweisende Neuerungen eingeleitet. Meilensteine auf dem Weg zu einer international bedeutsamen Zeitschrift sind die Einführung des englischen Untertitels „German Journal of Work and Organizational Psychology“ und die verstärkte Veröffentlichung englischsprachiger Manuskripte. Da abgedruckte Manuskripte einen Vorlauf haben, der mit der redaktionellen Vorprüfung beginnt, über Begutachtung(en) sowie Überarbeitung(en) verläuft und mit der Produktion endet, haben sämtliche Originalia, der Kurzbeitrag und die Buchbesprechung ihren Weg in dieses Heft noch unter der Ägide von Friedemann Nerdinger gefunden. Und es werden in künftigen Heften weitere Beiträge abgedruckt werden, die noch von Friedemann Nerdinger betreut wurden. Wir werden sie mit einer Fußnote kenntlich machen.

Auch im Kreis der Mitherausgebenden fand ein Personalwechsel statt. Eva Bamberg schied zum Oktober 2016 nach erfolgreicher Tätigkeit aus dem ZAO-Herausbergerteam aus. Sie hat die ZAO seit dem Jahr 2001 mit herausgegeben. Für ihren langjährigen Einsatz und für ihre stetige Unterstützung gilt ihr unser größter Dank! Ihren Platz nimmt meine wertvolle Kollegin Annette Kluge ein. Mit ihr haben wir eine ebenso schaffenskräftige wie vielseitige Mitherausgeberin gewinnen können. Wir freuen uns auf die Zusammenarbeit!

Eine weitere gute Nachricht: Unser ehemaliger geschäftsführender Herausgeber und aktueller Mitherausgeber Conny Antoni ist amtierender Präsident der Deutschen Gesellschaft für Psychologie. Zu dieser Ehre möchten wir herzlich gratulieren! Wir sind zuversichtlich, dass hieraus Chancen für unser Fach erwachsen.

Insgesamt freuen wir uns darüber, dass das neu formierte Herausbergerteam mit seinen Köpfen einen wichtigen Teil des angestrebten Themenspektrums der Zeitschrift personell abdeckt. Außerdem hat sich der Frauenanteil verdoppelt, nämlich von 1 auf 2 von 6.

Als geschäftsführende Herausgeberin sehe ich es als meine übergeordnete Aufgabe an, die Attraktivität der Zeitschrift und deren Rezeption mindestens aufrechtzuerhalten und – wo möglich – zu steigern. Zu diesem Zweck werde ich in meiner Amtszeit drei grundlegende Ziele verfolgen:

(1) Ich fühle mich verpflichtet, die von meinen Vorgängern erreichte hohe Qualität der Zeitschrift zu garantieren. Dadurch soll sichergestellt werden, dass Wissenschaftler wie Praktiker nach wie vor auf die Güte der in der ZAO veröffentlichten Erkenntnisse vertrauen können. Nicht zuletzt soll die Zeitschrift damit auch einer ihrer Bestimmungen treu bleiben: der Transfer von wissenschaftlichen Erkenntnissen in die Praxis.

(2) Trotz des Bekanntheitsgrads der ZAO im deutschsprachigen Raum kann angesichts des Aufstiegs des Englischen zur globalen Wissenschaftssprache das wissenschaftliche Renommee der ZAO meines Erachtens nur durch eine Stärkung ihrer internationalen Wahrnehmung gehalten beziehungsweise gesteigert werden. Ich werde – unterstützt von meinem editorielle Helfer Johannes Blum – versuchen, den von Friedemann Nerdinger eingeschlagenen Weg der Internationalisierung fortzuführen, um damit zur Attraktivität und Reichweite der Zeitschrift beizutragen. Durch einen zukünftig größeren Anteil englischsprachiger Beiträge soll ein breiteres Publikum angesprochen und so der „Impact“ der ZAO gesteigert werden. Deutsche wie internationale KollegInnen erhalten die Möglichkeit, in englischer Sprache in unserer Zeitschrift zu publizieren. Auf diese Weise kann im deutschsprachigen Bereich durchgeführte Forschung international und internationale Forschung hierzulande Früchte tragen. Natürlich kann es nicht darum gehen, die Wurzeln und den Auftrag der ZAO zu vergessen, maßgebendes Organ der deutschsprachigen wirtschaftspsychologischen Forschung zu sein. Es soll und wird deshalb weiterhin

deutschsprachige Artikel geben: sei es, weil ein Manuskript in der Muttersprache manchmal schneller und präziser geschrieben ist; sei es, weil eine Abfassung in deutscher Sprache dem Ziel und Gegenstand eines Beitrags besonders gerecht wird. Beispiele sind die Besprechung eines deutschsprachigen Instruments oder Forschungsarbeiten, die auf besondere Verhältnisse der deutschen Arbeitswelt abzielen, welche dann auch primär von deutschsprachigen Lesern rezipiert werden oder sich an im deutschsprachigen Raum tätige Praktiker richten. Durch ihre Zweisprachigkeit bieten sich der ZAO mit Blick auf die Breite und Tiefe ihrer Beiträge Chancen, die einsprachigen Zeitschriften verwehrt bleiben.

(3) In Bezug auf die in der Zeitschrift dargebotenen Inhalte ist es mir ein Anliegen, die Repräsentation von markt- und konsumentenpsychologischer Forschung zu stärken. Obwohl aufgrund des hohen Forschungsaufkommens in der Arbeits- und Organisationspsychologie der größere Teil der ZAO-Beiträge auch künftig arbeits- oder organisationpsychologisch sein wird, wünsche ich mir mehr als bisher markt- und konsumentenpsychologische Manuskripte. Ich verstehe die „Zeitschrift für Arbeits- und Organisationspsychologie A & O“ als Organ der *Wirtschaftspsychologie* – hier und von mir stets gemeint als übergreifende Fachbezeichnung, die in Anlehnung an Günter Wiswede die Psychologie der Produktion und die Psychologie des Verbrauchs umfasst. Die Bezeichnung *Wirtschaftspsychologie* hat nicht zuletzt unter Praktikern und in der Öffentlichkeit Kon(junk)tur, was sich u. a. im Namen der Sektion „Wirtschaftspsychologie“ des vergleichsweise praxisnahen BDP und jüngst im Prosperieren wirtschaftspsychologischer Studiengänge widerspiegelt. Gerade für ein angewandtes Fach ist es wünschenswert, in und von der Praxis leicht erkannt zu werden. Als es beispielsweise darum ging, meine Professur an der Universität Freiburg von „Arbeits- und Organisationspsychologie“ in „Wirtschaftspsychologie“ umzubenennen, gestand mir die gestandene Sekretärin, dass sie sich nun darunter viel mehr vorstellen könne.

Um den breiten, wirtschaftspsychologischen Abdeckungsanspruch der ZAO auszudrücken könnte man erwägen, an unseren Zeitschriftennamen ein W anzuhängen, wie in der Bezeichnung unserer Fachgruppe in der Deutschen Gesellschaft für Psychologie „Arbeits-, Organisations- und Wirtschaftspsychologie“ verwirklicht. Nun weiß aber jede Marktpsychologin, dass man an einem eingeführten Markennamen besser nicht herumspielt. Außerdem wird die Aneinanderreihung der drei Buchstaben AOW dem sammelbegrifflichen Charakter der Wirtschaftspsychologie nicht gerecht. Ein neuer Zeitschriftentname mit nur dem W hingegen würde den Wiedererkennungswert unserer traditionsreichen Zeitschrift vernichten und ist überdies anderweitig vergeben. Schließlich erscheint mir das umgreifend ultimative „A & O“ im Namen unserer Zeitschrift ganz unverzichtbar. So bleibt es bis auf Weiteres bei der altbekannten „Zeitschrift für Arbeits- und Organisationspsychologie A & O“ und dem Aufruf an potentielle AutorInnen, dennoch Forschungsarbeiten zur Psychologie des Verbrauchs einzureichen.

Dieses Editorial wurde mit Danksagungen eingeleitet und so soll es auch enden: Die ZAO profitiert von der Mithilfe und Expertise ihres wissenschaftlichen Beirats. Den Mitgliedern des Beirats sind wir zu Dank verpflichtet! Ein hochwertiger, kritischer, aber auch fairer Prozess der Begutachtung von Manuskripten bildet das Fundament einer lesenswerten Zeitschrift mit soliden Erkenntnissen und praktischer Relevanz. Allen Gutachtenden sei summarisch gedankt! Eine namentliche Würdigung der Gutachtenden des jeweils vergangenen Zeitschriften-Jahres gibt es weiterhin im ersten Heft eines jeden Jahres. Last, but not least gilt mein Dank allen AutorInnen. Ohne ihre Einreichungen zu den verschiedenen Rubriken gäbe es keine Zeitschrift.

Ich freue mich auf *Neue Erkenntnisse aus der Wissenschaft* und *Innovative Beiträge aus der Praxis!*

Anja Göritz