

SOZIALPSYCHOLOGIE

«Abseits der etablierten Trampelpfade»

Unsere Rubrik «Berufsporträt» ist als Anregung für die Berufsperspektive Studierender gedacht. Es soll aufgezeigt werden, welche vielfältigen Möglichkeiten mit einem Studium in (Angewandter) Psychologie offenstehen. Diesmal: Eric Eller, der Unternehmen bei der Verbesserung der Kundinnen- und Kundenerfahrung durch Anwendung psychologischer Erkenntnisse unterstützt.

Als ich vor etwa 15 Jahren mein Psychologiestudium an der Ludwig-Maximilians-Universität München begonnen hatte, waren es von Beginn an vor allem die sozialpsychologischen Erkenntnisse, die mich besonders faszinierten. Dass unser Erleben und Verhalten auch eine Funktion der Situation ist, in der wir uns aktuell befinden. Und davon untrennbar: dass wir durch die Gestaltung von Situationen menschliches Erleben, Entscheiden und Verhalten zum Besseren verändern können.

Dieser Gedanke ist so gross, dass daraus auch unweigerlich folgt, dass Psychologie überall dort, wo Menschen Entscheidungen treffen, einen enorm wichtigen Beitrag leisten kann: in jedem Lebensbereich also, in jeder Branche, in jeder Organisationsform, in jeder Unternehmensfunktion. Entsprechend war ich zum Ende meines Studiums enttäuscht, als ich feststellen musste, dass die Kontexte, in denen sich Psycholog:innen in der Praxis tatsächlich einbringen, häufig auf einige wenige Tätigkeitsfelder begrenzt sind. Wirtschaftspsycholog:innen tummeln sich beispielsweise immer noch vor allem im Personalwesen – ein sinnvolles Anwendungsfeld zwar, aber bei Weitem nicht das einzig wichtige.

Ich wollte psychologische Erkenntnisse in die Anwendung bringen – aber abseits der etablierten Trampelpfade. Und so zieht es mich bis heute in die Bereiche, in denen Psychologie zwar unbedingt gebraucht wird, aber in die sich bislang kaum Psycholog:innen einbringen. Die Liste dieser Bereiche scheint endlos – in meinem Fall umfasst sie bisher drei Stationen: Risikomanagement bei Munich Re, Innovationsmanagement bei Swiss Re und strategische Konzeption bei Elaboratum.

Risikomanagement bei Munich Re Die statistischen Modelle, mit denen Versicherer Risiken quantifizieren und zukünftige Entwicklungen vorhersagen, haben dieselben Limitationen wie die menschliche Intuition: Beide funktionieren nur in stabilen, regelmässigen Systemen gut und sofern ausreichend Erfahrungspunkte vorhanden sind. Trotzdem greifen Risikomanager vor allem dann auf Expert:innenschätzungen zurück, wenn ihre quantitativen Modelle an Grenzen stossen. Um die Güte von Wahrscheinlichkeitsschätzungen zu verbessern, haben wir im Bereich Emerging Risk Management Methoden und Prozesse zur Risikoeinschätzung entwickelt, die auf die menschliche Urteilsfähigkeit abgestimmt sind. So können beispielsweise soziale Verzerrungen durch individuelle Abfragen reduziert und Schätzungen durch geeignete Referenzpunkte verbessert werden.



Eric Eller

Dr., ist Sozialpsychologe und hat an der Ludwig-Maximilians-Universität München zu Entscheidungen promoviert. Bei der Unternehmensberatung Elaboratum treibt er den Ausbau der Behavioral Design Unit voran, die Unternehmen bei der Verbesserung der Kund:innenerfahrung durch Anwendung psychologischer Erkenntnisse unterstützt. Vorher war er als Innovationsmanager in internationalen Konzernen tätig. Er ist Dozent an verschiedenen Hochschulen und hält regelmässig Vorträge. Sein neues Fachbuch «VertrauensArchitektur» ist im Dezember 2021 im Vahlen Verlag erschienen. Es beschreibt, wie Vertrauen entsteht und wie Unternehmen Kund:innenerlebnisse gestalten können, die echtes Kund:innenvertrauen ermöglichen.

Innovationsmanagement bei Swiss Re Um neue Produkte und Services zu entwickeln, haben sich im Innovationsmanagement vor allem nutzer:innenzentrierte Methoden wie Design Thinking etabliert. Die grundsätzliche Idee ist, im ersten Schritt ein tiefes Verständnis der Zielgruppe zu entwickeln, bevor im zweiten Schritt Lösungsideen identifiziert, entwickelt und getestet werden. Für ein tiefgreifendes Nutzer:innenverständnis braucht es dabei nicht nur Kenntnisse zu den demografischen Eigenschaften der Nutzer:innen (zum Beispiel Alter, Geschlecht, Einkommen), sondern vor allem auch zu psychografischen Eigenschaften (zum Beispiel Werte, Bedürfnisse, Ängste). Um diese umfassend empirisch zu erschliessen und nutzbar zu machen, braucht es einen guten Mix aus qualitativen und quantitativen Methoden, also etwa Fragebögen, experimentelle A/B-Tests, Tiefeninterviews und UX-Tests.

Strategische Konzeption bei Elaboratum Der Wissenschaft von Sozialpsychologie und Verhaltensökonomie über die psychologischen Determinanten menschlicher Entscheidungen ist in den letzten Jahrzehnten explo-

Sozialpsychologie

diert. Allein die Anzahl psychologischer Heuristiken und Urteilsverzerrungen liegt weit im dreistelligen Bereich und steigt kontinuierlich weiter. Dieses Wissen ist besonders wertvoll, um die Interaktion zwischen Unternehmen und Kund:innen zu optimieren. Dafür haben wir bei Elaboratum die Behavioral Design Unit gegründet. Das mittlerweile 15-köpfige Team aus Psycholog:innen und Digital-Expert:innen konzipiert für internationale Konzerne, Mittelständler und Start-ups sowohl digitale Touchpoints (etwa E-Mails, Websites, Apps) als auch analoge Kommunikationspunkte (etwa Briefe und Service-Telefonate) – immer mit dem Anspruch, die Bedürfnisse der Kund:innen mit den Zielen der Unternehmen in Einklang zu bringen. In den allermeisten Fällen gelingt das durch die Vereinfachung von Entscheidungssituationen: Wenn Kund:innen beispielsweise sehr leicht das für sie passende Angebot erkennen, steigen sowohl ihre Zufriedenheit als auch der Umsatz. Zudem kann die Kund:innenerfahrung systematisch so gestaltet werden, dass echtes Vertrauen zwischen Kund:innen und Unternehmen entstehen kann.

Mein Plädoyer für Psychologie-Absolvent:innen: Einige der besonders spannenden Anwendungsfelder lassen sich auch links und rechts der etablierten Trampelpfade finden. Es lohnt sich, danach Ausschau zu halten.

Eric Eller



Jens Frost, [PraxisHunzikerAreal](#), Zürich mit dem [SDV MFT / MFA](#)

8. Grundkurs MFT/ MFA 2022–2023 in Zürich, Start 14. November 2022 Eia Asen, London / Jens Frost, Zürich & Sylvia Beuth, Berlin / Karin Bracht, Berlin & Petra Kiehl, Hanau / Katja Scholz & Maud Rix, Dresden

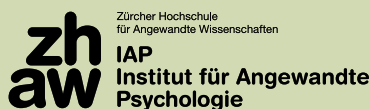
Refresher & Aufbaukurs MFT / MFA 2022 in Zürich,

1. Eia Asen, London & Jens Frost, Zürich: 22. & 23. Januar 2022
2. Karin Bracht, Berlin & Petra Kiehl, Hanau: 15. & 16. März 2022
3. Katja Scholz & Maud Rix, Dresden: 22. & 23. Juni 2022

2. Training «Kinder aus der Klemme» 01. & 02. & 04. Juli 07. 2022 in Zürich, mit Justine van Lawick, Amsterdam NL / Jens Frost, Zürich

Informationen und Online Anmeldung: www.multifamilientherapie.ch

Anerkennung durch FSP / SPAB / systemis / skjp



7. Zürcher Diagnostik-Kongress 2022

»» Diagnostik – zwischen neuen Möglichkeiten und Verantwortung

Digitalisierung, künstliche Intelligenz und virtuelle Realitäten schaffen neue Möglichkeiten, menschliches Verhalten zu analysieren und zu interpretieren. Damit einen ethischen Umgang zu finden, ist die nächste Herausforderung in der Psychologie.

Am Kongress setzen wir auf einen interaktiv ausgerichteten didaktischen Rahmen mit Keynotes, Referaten, Praxisinputs, Podiumsdiskussionen und regem Austausch.

Keynotes

- Keynote 1: Prof. Dr. Med. Dipl. Psych. Susanne Walitza
- Keynote 2: Prof. Dr. Peter A. Gloor
- Keynote 3: Prof. Dr. Sophie von Stumm
- Keynote 4: Richard Justenhoven
- Keynote 5: PD Dr. med. Dr. phil. Manuel Trachsel

Tracks

- A: Diagnostik bei Kindern, Jugendlichen und Familien
- B: Diagnostik in Berufs-, Studien- und Laufbahnberatung
- C: Diagnostik in Eignungsbeurteilung und Personalauswahl

Datum und Ort

29./30. Juni 2022 in Zürich
Wir freuen uns auf Ihre Teilnahme!

»» zhaw.ch/iap/diagnostik-kongress