

03|2025

report**psychologie**

Das Spiel mit der Angst



**Wahrnehmung von
Psychologinnen und
Psychologen in den
Medien**

S. 16

**»Therapie sollte
ein Safe Space sein«**

S. 25

Unsere Buchtipps

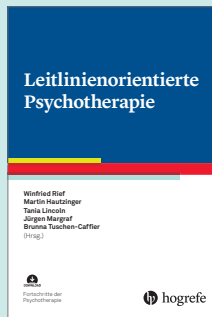


American Psychiatric Association

Diagnostisches und Statistisches Manual Psychischer Störungen – Textrevision – DSM-5-TR®

Deutsche Ausgabe herausgegeben von Peter Falkai und Hans-Ulrich Wittchen, mit herausgegeben von Manfred Döpfner, Wolfgang Gaebel, Wolfgang Maier, Winfried Rief, Henning Saß und Michael Zaudig

2025, XCVIII/1.526 Seiten, € 189,00 (DE)/€ 194,30 (AT)/CHF 213.00, ISBN 978-3-8017-3217-2
Dieser Titel ist auch als eBook erhältlich.

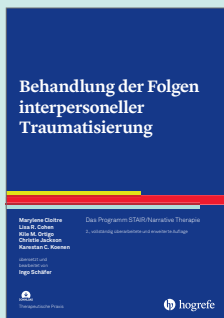


Winfried Rief / Martin Hautzinger / Tania Lincoln / Jürgen Margraf / Brunna Tuschen-Caffier (Hrsg.)

Leitlinienorientierte Psychotherapie

Reihe: Fortschritte der Psychotherapie – Band 93

2024, VI/158 Seiten, inkl. Online-Materialien, € 19,95 (DE)/€ 20,60 (AT)/CHF 27.90, im Reihenabo € 15,95 (DE)/€ 16,40 (AT)/CHF 22.50, ISBN 978-3-8017-3287-5
Dieser Titel ist auch als eBook erhältlich.



Marylene Cloitre / Lisa-R. Cohen / Kile M. Ortigo / Christie Jackson / Karestan C. Koenen

Behandlung der Folgen interpersoneller Traumatisierung

Das Programm STAIR/Narrative Therapie

Reihe: Therapeutische Praxis

2., vollständig überarbeitete und erweiterte Auflage 2024, 401 Seiten, Großformat, inkl. Online-Materialien, € 69,95 (DE)/€ 72,00 (AT)/CHF 90.00, ISBN 978-3-8017-3220-2
Dieser Titel ist auch als eBook erhältlich.



Janine Borowski / Marylene Cloitre / Thanos Karatzias / Ingo Schäfer

Komplexe Traumafolgestörungen

Die erweiterte STAIR-Gruppentherapie (ESTAIR)

Reihe: Therapeutische Praxis

2025, 209 Seiten, Großformat, inkl. Online-Materialien, € 54,95 (DE)/€ 56,50 (AT)/CHF 71.00, ISBN 978-3-8017-3311-7
Dieser Titel ist auch als eBook erhältlich.



Anke Ehlers

Posttraumatische Belastungsstörungen

Reihe: Fortschritte der Psychotherapie – Band 8

2., überarbeitete Auflage 2025, VIII/112 Seiten, € 19,95 (DE)/€ 20,60 (AT)/CHF 27.90, im Reihenabo € 15,95 (DE)/€ 16,40 (AT)/CHF 22.50, ISBN 978-3-8017-3041-3
Dieser Titel ist auch als eBook erhältlich.



Thomas Hensel

Praxishandbuch EMDR mit Kindern und Jugendlichen

2025, 664 Seiten, inkl. Online-Materialien, € 54,95 (DE)/€ 56,50 (AT)/CHF 71.00, ISBN 978-3-8017-2715-4
Dieser Titel ist auch als eBook erhältlich.

AUGUST 2025



Foto: privat

Liebe Kolleginnen und Kollegen,

erinnern Sie sich? Im »report psychologie« 11/2023 hatten vier Kollegen über »gesellschaftlichen Zusammenhalt« geschrieben. Damals waren der Ukraine-Krieg und unser Eindruck eines starken Zusammenhalts der dortigen Bevölkerung Anstoß gewesen für unser gemeinsames Nachdenken über die Situation hierzulande. Wir hatten auf die bisher »nie da gewesene Möglichkeit zur individuellen Entfaltung« mit der Gefahr des Egoismus hingewiesen.

Seither treibt mich die Frage nach dem gesellschaftlichen Zusammenhalt um. Leider sammeln sich fast täglich Beispiele für dessen Verletzung: Polizist*innen und Rettungskräfte werden angegriffen, Bauarbeiter*innen werden bei Straßensperrungen attackiert, es gibt Übergriffe gegenüber Mitarbeitenden der Deutschen Bahn, man sieht rücksichtslose Verkehrsteilnehmer*innen, es kommt zu sinnlos erscheinenden Sachbeschädigungen und massiven Gewalthandlungen selbst unter Heranwachsenden. Dabei nicht zu vergessen: die oft harschen Umgangsweisen von Politiker*innen mit- oder besser gegeneinander oder das beobachtbare egozentrische und menschenverachtende Agieren auf der politischen Weltbühne.

Wohin driften unsere Gesellschaften? Was wird aus unserer Demokratie ohne Zusammenhalt? Oder anders gefragt: Kann Psychologie, können wir als Psycholog*innen an irgendeiner Schraube drehen, um Zusammenhalt zu erhalten und zu fördern?

Teilantworten mögen sich in Artikeln dieser Ausgabe entdecken lassen. So sind Angst, Vorurteile und Tabus doch immer wieder Grundlage für die Abwendung von anderen oder deren Aussonderung und Stigmatisierung, wie Dr. Steve Ayan verdeutlicht. Aus einem Verständnis für den Trend »nach rechts« lassen sich Konzepte für Gegenmaßnahmen ableiten, was Prof. Dr. Eva Walther und Prof. Dr. Tobias Rothmund im Interview erläutern. Und wer wie Dr. Christoph Abels Fake News und Desinformation besser versteht, kann besser mit Menschen umgehen, die solche strategisch verwenden.

Einen etwas anderen Schwerpunkt hat der Artikel von Kimberly Van Faassen zu psychologischen Reaktionen auf Schwankungen am Aktienmarkt. Aber ich kann Sie auch auf andere Fachthemen neugierig machen. Schauen Sie in das Inhaltsverzeichnis.

Zu guter Letzt ein Salto rückwärts: Das Präsidium hat seinen »Arbeitskreis Gesellschaftlicher Zusammenhalt« neu belebt. Lust zur Mitarbeit? Dann senden Sie eine Mail an kommunikation@bdp-verband.de.

Ich wünsche Ihnen viel Freude bei der Lektüre!

Ihr Roland Raible

Psychologischer Psychotherapeut, klinischer Psychologe, Supervisor und Notfallpsychologe

FOKUS

- 2** »Rechtsradikalisierung ist ein Wechselspiel von Über- und Unterlegenheitsgefühlen«
- 6** Fehlinformationen bedrohen die Demokratie – Wie die Psychologie dieser Herausforderung begegnen kann
- 10** Erst crashen die Aktienkurse, dann die Gedanken – Die Psychologie hinter Finanzpanik
- 13** »Rechtspopulismus verschwindet nicht, wenn wir ihn aussperren.« – Über identitäre Sprache und Tabus

FACHWISSENSCHAFTLICHER TEIL

- 16** Wahrnehmung von Psychologinnen und Psychologen in den Medien

PSYCHOTHERAPIE

- 25** »Therapie sollte ein Safe Space sein« – Was Kultursensibilität in der Psychotherapie bedeutet

PSYCHOLOGIE UND RECHT

- 28** Wir fordern ein Psycholog*innen-Gesetz

SPEKTRUM

- 31** Vorschriften und Pflichten: Qualitätsmanagement, Dokumentation und Aufbewahrung in der psychologischen Praxis
- 35** Verkehrspsychologische Evaluation eines Fahrsicherheitstrainings für Radfahrende

PERSONALIA

- 38** Wir trauern um Prof. Dr. Eberhard Ulich

INTERN

- 39** Aus den Sektionen und Landesgruppen

ANDERE RUBRIKEN

- 45** Marktplatz/Fort- und Weiterbildung
- 46** BDP-Termine
- 48** Impressum

E-Paper-Ausgabe

BDP-Mitglieder können die aktuelle Ausgabe sowie das Archiv des »report psychologie« kostenfrei im Mitgliederbereich der BDP-Website abrufen: www.bdp-verband.de

Das E-Paper der Ausgabe ist zudem im Shop des Deutschen Psychologen Verlags erhältlich: www.psychologenverlag.de

Wer nur noch das E-Paper lesen und auf die Print-Version verzichten möchte, teile dies dem BDP bitte unter report@bdp-verband.de mit. Ab der nächstmöglichen Ausgabe erreicht der »report psychologie« Sie dann auf digitalem Wege.



»Rechtsradikalisierung ist ein Wechselspiel von Über- und Unterlegenheitsgefühlen«

Foto: Sunnychika – Adobe Stock

Interview mit Prof. Dr. Eva Walther (EW; Universität Trier) und Prof. Dr. Tobias Rothmund (TR; Universität Jena)

Was kennzeichnet eine radikale politische Orientierung?

TR: In der Wissenschaft sprechen wir weniger von einem radikalen als von einem extremen oder extremistischen politischen Standpunkt. Dieser ist gegen die verfassungsrechtliche Grundordnung gerichtet. Den Begriff der Radikalisierung verwenden wir eher, um den *Prozess* hin zu einer extremistischen oder extremen politischen Position zu beschreiben.

EW: Die meisten Radikalisierungstheorien kommen aus der Terrorismusforschung und beschreiben das Verhalten von Einzelnen oder kleineren Gruppen. Aktuell sind aber eher Radikalisierungsprozesse ganzer Kollektive bzw. ganzer Gesellschaften relevant, die diesen Begriff der Radikalisierung durchaus positiv verstanden haben

wollen. Von daher müssen wir uns immer fragen, was wir mit dem Begriff beschreiben wollen.

Wie läuft der Prozess der Radikalisierung ab?

TR: Aus psychologischer Sicht unterscheiden wir zwischen der kognitiven Ebene (z. B. extreme Einstellungen) und der Verhaltensebene (z. B. Gewaltbereitschaft zur Erreichung politischer Ziele). Diese beiden Radikalisierungswege können synchron passieren und aufeinander aufbauen; sie können aber auch unabhängig voneinander sein. Die Radikalisierungsdynamik, die wir heute in Teilen der Bevölkerung beobachten, vollzieht sich eher im Denken und äußert sich noch nicht notwendigerweise im Verhalten. Tatsächlich ist politische Gewalt kein Phänomen der breiten Masse, aber sie kann sich auf der Zustimmung einer breiten Masse legitimie-

ren. Die beiden Dynamiken können sich somit gegenseitig bedingen.

Gibt es Unterschiede zwischen der Radikalisierung in rechte oder linke Richtung?

TR: Die Unterschiede zwischen links und rechts liegen vor allem in der ideologischen Ausrichtung. Die Motivation, aus der heraus Menschen nach extremen Antworten suchen, muss sich nicht zwingend unterscheiden.

EW: Dem möchte ich ein bisschen widersprechen. Es gibt laut zahlreichen Studien schon Persönlichkeitsstrukturen, die eher eine Hinwendung nach rechts und weniger eine nach links begünstigen, beispielsweise eine autoritäre Disposition, also die Bejahung von autoritären hierarchischen Strukturen. Rechts- und Linkspopulismus haben zwar grundlegende Gemeinsamkeiten: Beide Ideologien teilen das Bild einer korrupten Elite, gegen die es sich aufzulehnen gilt. Beim Rechtspopulismus geht es im Kern aber auch um die Abgrenzung nach unten und die Ablehnung von Minderheiten und Migrant*innen als Sündenböcke für Misere.

Spielen Emotionen wie Angst für Rechtsradikalisierung eine Rolle?

TR: Die Emotionsforschung zeigt uns, dass der Antrieb für politische Radikalisierung eher in Wut als in Angst begründet ist. Wut führt uns zu dem Kern dessen, was wir als Antriebsquelle für Radikalisierungsprozesse ausmachen: Erfahrungen von Deprivation, Benachteiligung oder Ungerechtigkeit. Man hat das Gefühl, nicht das zu bekommen, was einem zusteht. Entscheidend für dieses Empfinden ist jedoch nicht ein objektiver Maßstab, sondern die subjektive Einschätzung.

Es können sich also auch wohlhabende Leute als depriviert wahrnehmen, weil sie es als unfair erleben, etwas von ihrem Wohlstand abgeben zu müssen. Natürlich empfinden aber auch sehr häufig Menschen so, die tatsächlich marginalisiert sind, weil es ihnen an finanziellem Auskommen oder gesellschaftlicher Anerkennung mangelt.

Deprivationserfahrungen gehen vor allem mit Unzufriedenheit, Ärger und Wut einher. Auch Angst halte ich im Zusammenhang mit Zukunftssorgen für relevant. Bei Deprivation geht es ja nicht nur um den Ist-Zustand, sondern auch um die Befürchtung, in Zukunft nicht mehr das zu haben, was man glaubt, verdient zu haben – als Person, aber auch als Gruppe und als Gesellschaft.

EW: Daraus ergibt sich ein Geschäftsmodell von Rechtsaußengruppierungen. Gerade globale Krisen wie Pandemien, Kriege und Inflation nähren Zukunftsängste, die politisch instrumentalisiert werden. Rechtsaußenparteien schüren gezielt Ängste vor der Zukunft, vor ökonomischem Verfall, und propagieren, man müsse alles anders machen und sich von der nicht mehr funktionalen Demokratie verabschieden. Rechtsradikalisierung ist ein Wechselspiel von Über- und Unterlegenheits-

gefühlen: Während Wut oft mit einem situativen Überlegenheitsgefühl oder zumindest einer Kontrollillusion einhergeht, spürt man zugleich Angst und Unterlegenheit aufgrund gesellschaftlicher Machtverschiebungen im Kontext der Moderne und der oft herbeigeredeten Krisen. Auf Basis dieser Emotionen können dann Narrative der Rechten wie die Selbstviktimsierung (z. B. als Opfer widerfahrenen Unrechts) wie auch die Selbsttheorisierung (z. B. als Retter der deutschen Nation) große Wirkung entfalten.

Wie passt es zusammen, dass sich Rechtsextreme gegen Veränderungen wehren, zugleich aber großen Veränderungen wie der Abschaffung der Demokratie zugeneigt sind?

TR: Diese Frage wird auch in der Forschung sehr kontrovers diskutiert. Meiner Lesart nach ist die Form der Veränderung, die von ultrakonservativen oder rechtsradikalisierten Gruppen gefordert wird, eigentlich eine Veränderung hin zu einem Zustand, wie er früher war. Das ist keine progressive Veränderung, sondern eine reaktionäre Form des Ultrakonservatismus, die die Uhr zurückdrehen will.

EW: Diese »Retrotopie« ist deshalb wirksam, weil wir in Krisen merken, dass unsere Routinen zur Zielerreichung nicht mehr funktionieren. Die Entwicklung neuer Routinen fällt Menschen gerade in solchen Unsicherheitskontexten nicht leicht. Zudem zeigt die Forschung, dass politischer Konservatismus mit geringerer kognitiver Offenheit einhergeht. Somit fällt Transformation noch schwerer. Da kommen die rückwärtsgewandten Ideologien sehr gelegen, weil sie suggerieren, es brauche keine Neuerungen und der Rückgriff auf Vergangenes sei ausreichend. Die simplifizierten und verschönerten Skizzen der Vergangenheit sind ungemein tröstlich, auch wenn sie oft mit der wirklichen Vergangenheit nichts zu tun haben.

Welche individuellen Merkmale lassen Menschen empfänglich werden für rechtsradikales Denken?

TR: Ein wichtiges Merkmal ist die Opfersensibilität, also die Neigung, sich selbst als Opfer von Ungerechtigkeit und Deprivation wahrzunehmen. Opfersensible Personen neigen eher zu Selbstjustiz, also zur Legitimation von aggressivem, antisozialem Verhalten, um die erlebte oder befürchtete Benachteiligung zu verhindern oder zu kompensieren.

EW: Das Geschlecht ist auch relevant. Zum Beispiel finden wir aktuell weltweit den »Radical Right Gender Gap«, insbesondere bei jungen Leuten: Junge Männer wählen eher rechts außen, junge Frauen eher links. Ein Erklärungsansatz dafür ist, dass Männer historisch begründet mehr zu verlieren haben als Frauen, weil ihr Status in der Gesellschaft bislang höher war. Derzeit untersuchen wir, wie sich Veränderungen im Zuge der gesellschaftlichen Modernisierung auf Einstellungen zur Demokratie auswirken. Den ersten Ergebnisse nach entwickeln sich Männer eher von der Demokratie weg, weil sie das System für ihren Machtverlust verantwortlich



Foto: Eva Walther

Prof. Dr. Eva Walther ist Professorin für Sozialpsychologie an der Universität Trier und forscht zum Thema Rechtsradikalisierung. 2024 gab sie zusammen mit Prof. Dr. Tobias Rothmund das Buch »Psychologie der Rechtsradikalisierung« heraus.



Foto: Eva Walther

Prof. Dr. Tobias Rothmund ist Professor für Kommunikations- und Medienpsychologie an der Friedrich-Schiller-Universität Jena und seit 2024 auch Direktor am dortigen Zentrum für Rechtsextremismusforschung, Demokratiebildung und gesellschaftliche Integration.

machen. Bei Frauen ist das genau umgekehrt: Sie unterstützen die Demokratie, auch weil diese ihnen mehr Rechte ermöglicht hat.

Menschen unterstützen die Demokratie also nur, wenn sie aus ihr Vorteile ziehen?

TR: Das kann man so pauschal nicht sagen; der Anteil derer, die Demokratie für die beste Staatsform halten, ist überwältigend hoch. Allerdings sind viele Menschen mit der Art und Weise, wie die Demokratie in Deutschland umgesetzt wird, unzufrieden. Dieser Anteil ist insbesondere bei AfD-Wähler*innen hoch, aber auch andere Parteianhänger*innen äußern sich derart.

EW: Ich glaube, dass die Leute mitunter nicht unterscheiden zwischen der lebenswirklichen Politik und dem System Demokratie. Sie sind generell unzufrieden mit der Regierung und stellen deshalb die Demokratie als solche in Frage. An dieser Stelle ist erneut die erlebte Deprivation bedeutsam. Zwar gibt es in unserer Gesellschaft große Ungleichheit, aber je nachdem, welche Erzählung zur Rechtfertigung dieser Ungleichheit herangezogen wird, sind die Menschen mehr oder weniger unzufrieden. Gemäß dem meritokratischen Narrativ wird reichen Leuten unterstellt, dass sie ihren Wohlstand erarbeitet und verdient haben. Ungleichheit kann so gerechtfertigt erscheinen. Werden jedoch Migrant*innen oder andere Minderheiten für Ungleichheit verantwortlich gemacht – eine Denkfigur, die zum Kernelement von Rechtsaußenideologien gehört –, wächst die Unzufriedenheit.

Das bringt uns zu der Frage, warum Rechtsradikalisierung oft mit Feindbildern, Hass und Gewaltbereitschaft einhergeht.

TR: Rechtsradikalisierung hat eine Selbstermächtigungs- und selbstwerterhöhende Funktion: Durch die Abwertung und Erniedrigung anderer erhöht man sich selbst und kompensiert dadurch das Gefühl, abgewertet und depriviert zu werden. Selbstermächtigung gibt Menschen ein Gefühl von Macht und Status.

EW: Es geht auch um die Rechtfertigung von Gewalt: Werden Bedrohungsszenarien gezeichnet, z. B. durch Verschwörungserzählungen wie »The Great Replacement«, oder die Befürchtung, dass die Grünen den Industriestandort Deutschland abschaffen, empfinden Menschen gewaltsame Gegenwehr als legitim, da es sich nach ihrer Wahrnehmung um Notwehr gegen existenzielle Bedrohungen handelt.

Wie kommt es, dass Menschen davon ausgehen, in einer rechtsextremen Gruppe ihre Bedürfnisse erfüllen zu können, in einer Demokratie, die Vielfalt lebt, aber nicht?

TR: Dem Rechtsextremismus liegt eine Ungleichwertigkeitsideologie zugrunde, also die Idee, dass Menschen unterschiedlich viel wert sind. Die Kernlogik ist: Die Stärkeren setzen sich gegenüber den Schwächeren durch. Das ist kein demokratisches, sondern ein darwinistisches Grundprinzip. Schwäche wird zum Rechtfertigungs-

grund für Ausgrenzung. Nicht die Schwächeren sollen ermächtigt werden, sondern die Stärkeren.

EW: Sozialdarwinismus spielt in Rechtsaußenideologien eine zentrale Rolle, da er soziale Ungleichheit und Ausgrenzung als »natürlichen« Selektionsprozess rechtfertigt. Durch die Übertragung biologischer Kategorien auf gesellschaftliche Gruppen werden die Abwertung und Diskriminierung von Minderheiten ideologisch legitimiert.

Welche Rolle spielt die Digitalisierung für die Verbreitung rechtsradikalen Denkens?

TR: Über Veränderungen der politischen Kommunikationskultur durch die Digitalisierung kann man sehr viel sagen. Ein paar große Linien lassen sich dabei ziehen: Zum einen erleichtert das Internet die Bildung von Gruppen und Kommunikationsräumen. Zum anderen geht es um Aufmerksamkeit: Wut, Negativität, provokante Aussagen stehen medial mehr im Fokus als Konsens oder Dialogorientierung.

EW: Außerdem bekommt man im Netz sehr einfach Bestätigung für die eigene Meinung, was bei Menschen immer ein kleines Glücksgefühl auslöst.

Wie werden radikale Standpunkte normalisiert?

EW: Normalisierung und Mainstreaming folgen bei Rechtsaußengruppierungen einer klaren Choreografie. Zuerst gibt es eine Grenzüberschreitung, danach rudert man zurück und kontextualisiert die Aussage, bis die nächste Grenzüberschreitung passiert. Greifen Medien dies auf, nimmt die Normalisierung zu, was weiteren Grenzüberschreitungen den Weg ebnet.

Wie können Menschen erreicht werden, die sich radikalisiert haben?

EW: Das ist die Eine-Million-Euro-Frage. Wichtig ist vor allem Prävention, z. B. durch Bildungsarbeit und grundlegende Wertvermittlung in Schulen und Kitas. Was meinem Eindruck nach nicht mehr gut funktioniert, sind Vernunftappelle an das demokratische Bewusstsein. Vielmehr müssen wir die Emotionen adressieren, aus denen sich radikales Denken speist, und Schutzfaktoren wie Zusammenhalt und Solidarität stärken. Dafür eignet sich die Kultur: Theater und Kunst können positive gesellschaftliche Emotionen sehr gut evozieren. Von der Kultur kann die Wissenschaft auch lernen, wie Bedürfnisse nach Solidarität und Gemeinschaft positiv besetzt werden können, indem Grundgefühle geschaffen werden, die mit positiven demokratischen Werten assoziiert sind.

TR: Die politische Bildung spielt für die langfristige Resilienz von Demokratien eine große Rolle und wird aktuell in manchen Bundesländern vernachlässigt. Zum Beispiel hat in Thüringen eine Schülervertretung mit einem offenen Brief an die Landesregierung mehr politische Bildung eingefordert, weil diese sehr dünn aufgestellt war. Junge Menschen sollten früh lernen, wie Demokratie funktionieren kann. Geht es hingegen um kurzfristige Dynamiken, aus denen rechtsextreme Parteien Nutzen

Zum Weiterlesen:
Rothmund, T. & Walther, E. (Hrsg.). (2024). *Psychologie der Rechtsradikalisierung: Theorien, Perspektiven, Prävention*. Kohlhammer Verlag.

ziehen, braucht es spezifische Maßnahmen, die konkret auf das entsprechende Thema abzielen.

Was kann die Politik tun, um Menschen wieder mehr abzuholen?

TR: Je besser Demokratie funktioniert, desto weniger anfällig sind Menschen für grundsätzliche Kritik und Skepsis ihr gegenüber. Die Frage ist also auch: Wie kann Demokratie so weiterentwickelt werden, dass Menschen mit ihr zufrieden sind und ihre Bedürfnisse repräsentiert sehen? Sei es die Verwendung von Geldern oder die Dauer von bürokratischen Abläufen – es gibt viele Quellen für Unzufriedenheit, die nicht primär mit der Radikalisierungsneigung von Menschen zu tun haben. Demokratische Strukturen sind mit einer Anpassungsnotwendigkeit verbunden, weshalb die Politik Veränderungen innerhalb unseres politischen Systems anleiten und vorantreiben muss.

EW: In jedem Falle sollte sich die Politik selbst an rechtsstaatliche Normen halten. Aktuell werden diese leider an den deutschen Außengrenzen nicht beachtet, da Asylsuchende zurückgewiesen werden. Man kann sich mit juristischen Spitzfindigkeiten herausreden, aber bei den Leuten kommt an: »Die halten sich selbst nicht an Abkommen und rechtsstaatliche Normen.« Dies signalisiert, dass man Regeln nicht mehr beachten müsse, und unterminiert die Demokratie.

Wie blicken Sie auf die gegenwärtige politische Situation in Deutschland und Europa?

EW: In weiten Teilen Europas haben Rechtsaußenparteien großen Zulauf. Über den Demokratieverdross sollten wir aber nicht die großen Errungenschaften der letzten Jahrzehnte übersehen, die uns viel Wohlstandszugewinn beschert haben. Problematisch ist das Auseinanderdriften zwischen Reich und Arm gerade im Hinblick auf Deprivationserfahrungen. Aber auch die die Fragilität der Demokratien: Als Netanjahu gewählt wurde, war ich in Israel und habe mitbekommen, wie schnell sich das politische System verändert hat und wie schnell versucht wurde, demokratische Prinzipien abzubauen. Ähnliches lässt sich gerade auch im Zeitraffer in den USA beobachten. Im Kontext dieser schnellen Hinwendung zu illiberalen Demokratien ist es wichtig, dass wir das Problem nicht nur aus individueller, sondern auch aus globaler Perspektive besser verstehen.

TR: Derzeit wird auch viel über ein AfD-Verbot diskutiert, da es uns vor ein Dilemma stellt: Einerseits würde man durch das Verbot einer Partei, die breite Zustimmung in der Gesellschaft hat, vielen Menschen vermitteln, ihre Meinung sei nicht in Ordnung. Dies würde den Zusammenhalt der Gesellschaft und die Demokratie-Unterstützung gefährden. Andererseits besteht die Gefahr, dass eine weiter erstarkende AfD die Demokratie von innen heraus beschädigt und zurückbaut, wie es in anderen Staaten bereits zu sehen ist. Es gibt dazu noch kaum Forschung, aber wir müssen klären: Wie geht die Gesellschaft mit dem verfassungsrechtlichen Rahmen um, der für solche Fälle gedacht ist?

EW: Persönlich habe ich meine Meinung geändert. Anfangs war ich gegen ein AfD-Verbot, jetzt bin ich dafür, um die Demokratie zu schützen. Dafür ist das Grundgesetz vorgesehen. Nichtsdestotrotz bleibt es eine sehr schwierige Gemengelage.

Welche offenen Forschungsfragen hinsichtlich Rechtsradikalisierung sind Ihrer Ansicht nach besonders wichtig zu klären?

TR: Grundsätzlich existiert viel Nachholbedarf bei der Forschung zu den Vorstellungen, die wir von Demokratie haben, und deren Implikationen. Zum Beispiel sagen über 90 % der Menschen, dass Demokratie die beste aller Regierungsformen sei. Gleichzeitig haben viele auch Einstellungen, die den demokratischen Vorstellungen zuwiderlaufen. Ich glaube, diese Diskrepanz zwischen dem Denken über Demokratie im Verhältnis zu den normativen Vorstellungen ist noch nicht ausreichend verstanden.

EW: Neben den zahlreichen ungelösten Fragen, z. B. was man gegen Rechtsradikalisierung tun und wie man gesplante Gesellschaften wieder zusammenbringen kann, möchte ich auch die Art und Weise der Forschung erwähnen. Es erscheint mir dringend geboten, dass die Psychologie interdisziplinär forscht, auch wenn dies nicht ihrer Tradition entspricht. Die Wechselwirkung zwischen psychologischen, soziologischen und politikwissenschaftlichen Phänomenen zu verstehen, das sollte für die Zukunft ein zentrales Ziel sein.

Das Gespräch führte Isabelle Bock.



Carolin Fischer, Jens Heider
Angstfrei Auto fahren
 Ein kognitiv-verhaltenstherapeutisches
 Behandlungsmanual
 2024, 96 Seiten, Broschur,
 ISBN 978-3-942761-84-0,
 39,00 EUR

Zu beziehen über den Buchhandel
 oder direkt beim Verlag.

djpv Deutscher Psychologen
 Verlag GmbH

Autofahrangst erfolgreich behandeln

Das Therapiemanual mit
 Arbeitsmaterialien zum Download

Deutscher Psychologen Verlag GmbH · Am Köllnischen Park 2 · 10179 Berlin · verlag@psychologenverlag.de

WWW.PSYCHOLOGENVERLAG.DE



Fehlinformationen bedrohen die Demokratie

Wie die Psychologie dieser Herausforderung begegnen kann

Pandemie, Klimakrise, internationale Konflikte – wir befinden uns in einer Zeit, die gern mit dem Schlagwort »Polykrise« überschrieben wird (Henig & Knight, 2023; Lawrence et al., 2024). Mehrere Krisen treffen aufeinander, verstärken sich gegenseitig und sind häufig nicht individuell lösbar. Diese großen Herausforderungen machen kollektives Handeln unumgänglich. Doch ausgerechnet in diesen Momenten breiten sich Fehlinformationen besonders schnell aus – und erschweren die gemeinsame Suche nach Lösungen.

Fehlinformationen, also Informationen, die entweder absichtlich (*Desinformation*) oder unabsichtlich (*Misinformation*) in die Irre führen (Wardle & Derakshan, 2017), beeinflussen unsere Gesellschaft in immer größerem Maße. Bereits während der COVID-19-Pandemie wurde deutlich, wie Fehlinformationen die gesellschaftliche Antwort auf das Coronavirus erschweren können. Neben Angst um mögliche gefährliche Nebenwirkungen der Impfungen wurden verschiedene Verschwörungsmythen befeuert, beispielsweise zur Virusverbreitung durch 5G-

Mobilfunkmasten (Jolley & Paterson, 2020) oder zu einer gezielten Planung der Pandemie (Kearney et al., 2020).

Diese als Infodemie (engl. *infodemic*) bezeichnete Flut an Fehlinformationen (McGinty & Gyenes, 2020) traf zudem auf eine gesellschaftliche Phase, die von vielen Autor*innen als Post-Truth-Zeitalter beschrieben wird (vgl. Lewandowsky et al., 2017; McIntyre, 2018). Der Begriff verweist auf eine Entwicklung, in der die Bedeutung von Fakten als Grundlage öffentlicher Debatten zunehmend in Frage gestellt wird. Ein prägnantes Beispiel hierfür lieferte Trumps damalige Beraterin Kellyanne Conway, die die nachweislich falschen Aussagen des Pressesprechers Sean Spicer zur Zuschauerzahl bei Trumps Amtseinführung 2017 als »alternative Fakten« verteidigte (Blake, 2017). Donald Trump setzte sein problematisches Verhältnis zu den Fakten während seiner Amtszeit fort: Nach Berechnungen der »Washington Post« kam er bis zum Ende seiner ersten Präsidentschaft auf insgesamt 30.573 falsche oder irreführende Aussagen (Kessler et al., 2021), im Durchschnitt also etwa 21 fragwürdige Behauptungen pro Tag.

Seitdem hat sich die Situation weiter zugespitzt. Noch zu Jahresbeginn hat das Weltwirtschaftsforum Fehlinformationen als einen der Top-5-Risikofaktoren benannt, die nicht nur demokratisches Regieren erschweren, sondern auch die Kooperation verhindern, die für die Bewältigung der großen Krisen unserer Zeit notwendig ist (Elsner et al., 2025).

Fehlinformationen gefährden die Stabilität der Demokratie

Fehlinformationen erschweren nicht nur die kollektive Krisenbewältigung; sie gelten auch als eine der treibenden Kräfte, die die Fundamente unseres demokratischen Systems erodieren.

Wie Kolleg*innen und ich in einem aktuellen Artikel argumentieren, fördern Fehlinformationen, gemeinsam mit Risikofaktoren wie Populismus, sozioökonomischer Ungleichheit und Polarisierung, die Erosion demokratischer Prozesse und Strukturen, indem sie die Verletzung demokratischer Normen durch politische Eliten erleichtern (Abels et al., 2024). Dieser schleichende Prozess hin zur Autokratie wird in der Literatur als »*democratic backsliding*« bezeichnet (Bermeo, 2016; Druckman, 2024; Haggard & Kaufman, 2021) – übersetzt etwa »demokratischer Rückschritt«.

Wie unsere Untersuchung zeigte, sind Normverletzungen durch politische Eliten, also insbesondere autoritär gesinnte und machtorientierte Politiker*innen, für diesen Rückbau der Demokratie maßgeblich, da sie schrittweise mit bestehenden Normen brechen. Normen sind für die Stabilität unseres demokratischen Systems jedoch essenziell, da sie Regelungslücken in Verfassungen schließen, die es immer gibt, denn nicht jede Alltagssituation kann durch kodifiziertes Recht abschließend geregelt werden.

In der Literatur werden zwei Normen als besonders relevant angesehen (Levitsky & Ziblatt, 2018):

1. **Gegenseitige Toleranz:** Politische Gegner*innen werden grundsätzlich als legitime Akteur*innen anerkannt. So müssen Politiker*innen akzeptieren, wenn ihre Partei weniger Stimmen erhält als andere.
2. **Institutionelle Rücksicht:** Man muss auf Maßnahmen verzichten, die zwar formal legal sind, aber dem Geist fairer demokratischer Prozesse widersprechen. Diese Rücksicht fehlt z. B. in den USA unter Donald Trump, wenn politische Ämter nicht nach fachlicher Eignung, sondern nach persönlicher Loyalität vergeben werden (Brinkbäumer & Havertz, 2024), Forschungsgelder für unliebsame Forschung (z. B. zu Fehlinformation) gestrichen werden (Dannecker, 2025; Fazio, 2025) oder der Wunsch nach Generälen geäußert wird, wie Hitler sie hatte (Goldberg, 2024).

Normen sind nicht stabil und können sich verändern, teilweise sehr schnell. Beispielsweise gibt es Hinweise, dass soziale Normen wie die generelle Ablehnung offen rassistischer Äußerungen nach der Wahl Donald Trumps schnell erodieren, da Teilnehmende einer Studie nach dem Wahlsieg Trumps fremdenfeindliche Ansichten bereitwilliger artikulierten (Bursztyn et al., 2020). Normverletzungen auf Ebene der politischen Entscheidungsträger*innen können also dazu führen, dass es auch in der Bevölkerung zu Verschiebungen dessen kommt, was gesagt und getan werden kann.

Durch Fehlinformationen werden Normverletzungen eher geduldet und unterstützt

Normverletzungen geschehen nicht im luftleeren Raum. Vielmehr agieren autoritär auftretende Politiker*innen stets in einem Wechselverhältnis mit der Wählerschaft – insbesondere in frühen Phasen demokratischen Rückschritts, in denen sie weiterhin auf demokratische Legitimation durch Wahlen angewiesen sind. Lehnt die Öffentlichkeit solche normabweichenden Handlungen ab, besteht das Risiko, bei der nächsten Wahl sanktioniert zu werden.

Daraus ergibt sich ein Anreiz für Politiker*innen, Regelbrüche rhetorisch zu legitimieren, etwa indem sie diese als alternativlos oder funktional darstellen. Entscheidend ist, wie diese Normverletzungen im öffentlichen Diskurs wahrgenommen werden: Gelingt es, sie als notwendig oder harmlos zu rahmen, sinkt die Wahrscheinlichkeit politischer Kosten. Genau hier setzen Fehlinformationen an, die gezielt dazu eingesetzt werden können, diese Wahrnehmung zu steuern. Wird beispielsweise die politische Opposition mit Hilfe von Fehlinformationen als Bedrohung für den Staat dargestellt, lässt sich deren Bekämpfung durch exekutive Maßnahmen öffentlich rechtfertigen, ohne größeren gesellschaftlichen Widerstand befürchten zu müssen. Politisch motivierte Ermittlungen durch Strafverfolgungsbehörden oder Steuerfahndung sind nur einzelne



Dr. Christoph M. Abels ist Post-Doctoral Fellow im Department Psychologie der Universität Potsdam und Gastwissenschaftler am Max-Planck-Institut für Bildungsforschung in Berlin. Er forscht zu psychologischen Ursachen der Erosion demokratischer Prozesse und Strukturen, dem Einfluss von Fehlinformationen, unterschiedlichen Wahrheitsverständnissen und der Rolle von KI.

Beispiele für diese Maßnahmen. Auch das Vertrauen der eigenen Anhängerschaft in demokratische Wahlen kann erheblich beschädigt werden, wenn deren Legitimität wiederholt öffentlich in Zweifel gezogen wird (Clayton et al., 2021).

Zudem spielt politische Polarisierung in diesem Zusammenhang eine zentrale Rolle. Sie kann dazu führen, dass zuvor inakzeptable Verhaltensweisen schrittweise normalisiert werden (Mettler & Lieberman, 2020). In stark polarisierten Gesellschaften, in denen jede Seite ihre Sichtweise als einzig legitim ansieht und die politische Gegenseite nicht als Konkurrenz, sondern als existenzielle Bedrohung wahrnimmt, erscheint jedes Mittel gerechtfertigt, solange es die eigene Machtposition sichert (Somer et al., 2021).

Besonders problematisch wird dies, wenn Verschwörungsnarrative weitverbreitet sind oder gezielt von politischen Eliten befeuert werden. In solchen Fällen steigt die Wahrscheinlichkeit, dass destruktive Formen politischen Engagements an Zustimmung gewinnen, etwa Gewalt gegen Politiker*innen, Sicherheitskräfte oder staatliche Institutionen (Imhoff et al., 2021). Wer überzeugt ist, dass »das System« oder die politische Opposition die eigene Existenz bedroht, sieht in politischer Gewalt womöglich kein moralisches Tabu mehr, sondern eine notwendige Verteidigung der eigenen Lebensgrundlage.

Fehlinformationen und Polarisierung sind vor diesem Hintergrund entscheidende Risikofaktoren, durch die Normverletzungen durch politische Entscheidungsträger*innen wahrscheinlicher werden, da nicht länger mit einer Abwahl durch die Wählerschaft zu rechnen ist. Damit wird Schritt für Schritt – Normverletzung für Normverletzung – das demokratische System autokratisiert. Wann der Kippunkt erreicht ist, an dem die Demokratie in die Autokratie abgleitet, ist nicht vorherzusagen: Jede Normverletzung kann eine zu viel sein.

Psychologische Interventionen gegen Polarisierung und Fehlinformation

Gerade deshalb ist es entscheidend, wirksame Maßnahmen gegen diese Risikofaktoren zu ergreifen. Um Fehlinformationen zu begegnen, steht mittlerweile eine Vielzahl psychologischer Interventionen zur Verfügung (eine Übersicht bieten Kozyreva et al., 2024). Dazu zählen etwa Maßnahmen, die auf der Inokulationstheorie basieren: Sie zielen darauf ab, Menschen dafür zu sensibilisieren, wie manipulative Informationen funktionieren, und ihnen Strategien an die Hand zu geben, diese frühzeitig zu erkennen (van der Linden et al., 2023). Bereits kurze Videos – etwa auf Plattformen wie YouTube – können solche Kompetenzen wirksam vermitteln (Roozenbeek et al., 2022). Weitere Ansätze wie das sogenannte laterale Lesen stärken die Fähigkeit, die Vertrauenswürdigkeit von Online-Quellen einzuschätzen. Dabei öffnen Nutzer*innen gezielt weitere

Browserfenster, um unabhängige Informationen über eine Quelle zu recherchieren – ein Vorgehen, das professionellen Fact-Checking-Praktiken nachempfunden ist (McGrew, 2020; Wineburg & McGrew, 2019).

Auch im Kampf gegen politische Polarisierung und Feindseligkeit liegen inzwischen fundierte Studien vor, die konkrete Interventionsansätze benennen. Eine besonders umfassende Untersuchung testete 25 unterschiedliche Maßnahmen zur Verringerung politischer Polarisierung (Voelkel et al., 2024). Viele dieser Interventionen stützen sich auf die Theorie des Intergruppenkontakts (Pettigrew, 1998) und setzen an der Beziehung zwischen Eigen- und Fremdgruppe an. Sie verfolgen dabei unterschiedliche Strategien: etwa ein realistischeres Bild der politischen Gegenseite zu vermitteln, gemeinsame Werte hervorzuheben oder Kompetenzen zu fördern, die einen respektvollen Austausch trotz politischer Differenzen ermöglichen (Hartman et al., 2022).

Eine aktuelle Studie von Hall et al. (2025) zeigt zudem, dass bereits kurze, skalierbare Interventionen wirksam dazu beitragen können, politische Feindseligkeit zu reduzieren, und das nicht nur gegenüber abstrakten Mitgliedern der politischen Gegenseite, sondern auch im direkten persönlichen Umfeld. In einem groß angelegten Panel-Experiment erhielten Teilnehmende über eine Woche hinweg drei kurze Videobeiträge, die auf bewährten psychologischen Mechanismen basierten: Sie zeigten positive Interaktionen zwischen Anhänger*innen verschiedener Parteien, korrigierten überzogene Stereotype und betonten gemeinsame Werte. Die Ergebnisse zeigen, dass diese Interventionen nicht nur unmittelbar zu einer signifikanten Verringerung der Feindseligkeit führten, sondern dass dieser Effekt auch Wochen später noch nachweisbar war.

Besonders bemerkenswert ist, dass die Wirkung nicht nur gegenüber abstrakten Gruppen anhielt, sondern auch gegenüber konkreten Kolleg*innen oder Bekannten mit anderer politischer Meinung, also Personen, mit denen politische Differenzen im Alltag erfahrbar werden. Während die Effekte auf die allgemeine politische Feindseligkeit im Verlauf leicht abnahmen, blieben sie im zwischenmenschlichen Bereich deutlich stabiler. Damit liefert die Studie einen wichtigen empirischen Beleg dafür, dass sich psychologische Interventionen nicht nur im Labor, sondern auch im Alltag wirkungsvoll einsetzen lassen, etwa in Schulen oder am Arbeitsplatz.

Demokratische Resilienz im Alltag stärken

Die Psychologie verfügt über das nötige Handwerkszeug, um den Herausforderungen durch Fehlinformation wirkungsvoll zu begegnen. Das eigentliche Problem besteht darin, entsprechende Interventionen weitflächig umzusetzen. Maßnahmen wie das laterale Lesen lassen sich zwar gut im schulischen Kontext vermitteln, erreichen dort aber nur eine begrenzte Zielgruppe – oftmals junge Menschen, die zudem (noch) nicht wahlberechtigt sind.

Literatur:

Die Literaturliste kann per E-Mail beim Verlag angefordert werden: i.bock@psychologenverlag.de

Weitaus wichtiger wäre es, die breite Bevölkerung über die Folgen von Fehlinformation und Polarisierung für die Demokratie aufzuklären. Doch viele Maßnahmen – etwa solche, die auf der Theorie des Intergruppenkontakts basieren – setzen häufig tatsächliche Begegnung und Austausch voraus. Damit eignen sich insbesondere Kontexte, in denen Menschen auf natürliche Weise zusammenkommen, etwa in Ausbildungseinrichtungen wie Hochschulen und Berufsschulen, in Vereinen oder am Arbeitsplatz. Gerade Letzterer spielt dabei eine zentrale Rolle: An kaum einem anderen Ort außerhalb der eigenen vier Wände verbringen Menschen so viel Zeit wie in ihrem beruflichen Umfeld, auch wenn flexible Homeoffice-Regelungen diesen Umstand heute teilweise relativieren.

Umso wichtiger ist es, dass Unternehmen sich als integralen Bestandteil des demokratischen Systems verstehen und sich ihrer Verantwortung für dessen Stabilität bewusst sind – insbesondere dann, wenn sie eine Organisationskultur fördern, die den offenen Diskurs stärkt und auf einen Abbau von Polarisierung innerhalb der Belegschaft abzielt. In vielen Fällen geht diese Rolle mit einer umfassenden Transformationsaufgabe einher. Die Arbeits- und Organisationspsychologie kann hierbei einen zentralen Beitrag leisten, indem sie wissenschaftlich fundierte Strategien zur Förderung von Dialog, Resilienz und gesellschaftlichem Zusammenhalt bereitstellt.

Fazit und Ausblick

Demokratien weltweit geraten zunehmend unter Druck: Gesellschaftliche Polarisierung, populistische Bewegungen und die sich verbreitenden Fehlinformationen unterminieren demokratische Prozesse und Institutionen. Inzwischen leben 72 % der Weltbevölkerung in autoritären Systemen – ein Wert, der zuletzt 1978 beobachtet wurde (Nord et al., 2025). Die psychologische Forschung hat in den vergangenen Jahren verstärkt auf diese Entwicklungen reagiert: Sie beschreibt nicht nur die zugrunde liegenden Dynamiken, sondern entwickelt und erprobt auch konkrete Maßnahmen, um demokratische Resilienz zu stärken.

Jedoch gibt es noch viel zu tun, denn die gesellschaftlichen Herausforderungen wachsen. So ist davon auszugehen, dass die kommenden Jahre uns vor weitere Herausforderungen stellen, die unsere demokratische Gesellschaft zunehmend belasten werden – von den wirtschaftlichen Herausforderungen der Klimakrise über die wachsende sozioökonomische Ungleichheit bis hin zu den geopolitischen Spannungen, die sich auch innenpolitisch niederschlagen werden.

Um diesen gesellschaftlichen Herausforderungen gerecht zu werden, müssen wir mehr tun, als nur reaktiv auf Probleme wie Fehlinformationen zu antworten. Eine resiliente Gesellschaft braucht nicht nur materielle und institutionelle Ressourcen – denn ohne ökonomische Spielräume lässt sich Politik kaum gestalten –, sondern auch psychologische Ressourcen, die es den Menschen ermöglichen, mit Unsicherheit, Wandel und gesellschaftlicher Komplexität konstruktiv umzugehen.

Zentral ist dabei ein ausgeprägtes kritisches Denkvormögen, um Informationen einordnen, Quellen prüfen und argumentative Zusammenhänge durchdringen zu können. Ebenso bedeutsam ist ein Gefühl von Selbstwirksamkeit, denn wo das Vertrauen fehlt, selbst einen Unterschied bewirken zu können, schwindet das Engagement, und politische Teilhabe wird durch Resignation ersetzt. Um solchen Dynamiken vorzubeugen, braucht es emotionale Resilienz, sodass Frustration, Angst und Überforderung nicht in Rückzug oder Radikalisierung münden, sondern sie in produktives, demokratisches Handeln überführt werden.

Resilienz ist allerdings keine Individualaufgabe, sondern setzt eine gemeinsame Zukunftszuversicht voraus, also eine Überzeugung, dass sich kollektive Anstrengungen lohnen und Wandel möglich ist. Gerade in krisenhaften Zeiten wirkt diese Zuversicht als emotionaler Anker. Und nicht zuletzt kommt es auf Vertrauen an: in Mitmenschen, in Institutionen, in demokratische Prozesse. Wo dieses Vertrauen erodiert, entsteht Raum für Mistrauen, Verschwörungserzählungen und gesellschaftliche Polarisierung.

Um solchen Entwicklungen vorzubeugen, reicht es nicht, allein an institutionellen Stellschrauben zu drehen. Es braucht zugleich eine gezielte Stärkung dieser psychologischen Ressourcen, die demokratisches Zusammenleben überhaupt erst möglich machen. Ihre Förderung ist keine Nebenaufgabe, sondern eine zentrale Herausforderung der kommenden Jahre. Strukturen tragen die Demokratie – psychologische Ressourcen halten sie lebendig. Beides muss zugleich gestärkt werden.

Christoph M. Abels

Hinweis: Am 19. Juni 2025 erschien »The Anti-Autocracy Handbook« unter Mitwirkung des Autors. Es befasst sich mit wissenschaftlichem Arbeiten angesichts autoritärer Entwicklungen und ist online frei abrufbar: <https://zenodo.org/records/15510834>.



Erst crashen die Aktienkurse, dann die Gedanken

Die Psychologie hinter Finanzpanik

Wie wirkt sich ein Crash an der Börse psychologisch auf Investor*innen aus, und warum sind weitaus mehr Menschen betroffen, als Sie vielleicht denken? In unserer wirtschaftlich turbulenten Gegenwart beleuchtet dieser Artikel die Psychologie hinter der Finanzpanik.

Als Trump am 10. April ankündigte, die geplanten hohen Einfuhrzölle um 90 Tage aufzuschieben, seufzte Europa erleichtert auf. Trumps Plan, einigen Staaten hohe Zölle aufzuerlegen, hatte im Vorfeld zu Kurseinbrüchen geführt und Ökonom*innen das Worst-Case-Szenario befürchten lassen. Da Trump weiterhin mit hohen Zöllen droht, bleibt die Lage in Europa angespannt.

Diese ökonomische Unsicherheit wirkt sich nicht nur auf Investor*innen aus, sondern auch auf deutsche Normalverbraucher*innen. Sie verursacht starke negative Emotionen, die das Verhalten maßgeblich steuern können (Avdic & Kamhöfer, 2021). Die Folgen sind allerdings nicht einheitlich und können je nachdem, ob man als Normalverbraucher*in oder als aktive*r Investor*in am Markt teilhat, variieren.

Wie Angst das Finanzverhalten prägt

Das Zusammenbrechen der Aktienkurse löst Gefühle finanzieller Ungewissheit aus, die das mentale Wohlbefinden erheblich beeinflussen können (Avdic & Kamhöfer, 2021). Neben kurzfristiger Angst (z. B. vor Arbeitslosigkeit oder Einkommensenkungen) kann es

zu anhaltenden Sorgen um die zukünftige finanzielle Stabilität kommen. Investor*innen fürchten dabei v. a. Investitionsverluste durch rapide kollabierende Märkte, während Normalverbraucher*innen in der Geldentwertung eine Gefahr für ihr finanzielles Auskommen sehen.

Die heutzutage allzeit verfügbaren Medien können diese Angst steigern. Dafür ist die Schlagzeile der Tageschau (7. April 2025) »Historischer Crash an den Börsen« ein gutes Beispiel.

Studien zeigen, dass negative Nachrichten nicht nur Klickraten erhöhen, sondern auch häufiger auf Social Media geteilt werden (Boukes et al., 2024; Joo et al., 2023). In der Tat steigert jedes zusätzliche negative Wort in einer Schlagzeile die Klickrate um 2,3 %, während positive Wörter die Klickrate eher senken (Joo et al., 2023). Negative Schlagzeilen sind somit gut für die mediale Reichweite.

Im Kontext von Börsencrashes kann diese Dynamik öffentliche Angst steigern. Durch kognitive Verzerrungen wie *Negativity Bias*, *Verfügbarkeitsheuristik* und *erregungsbedingte Gedächtnisverbesserung* nimmt das Angsterleben weiter zu.

Angst kann sich schnell verstärken, weil man sich besser und lebhafter an negative Informationen erinnert als an positive Informationen (Baumeister et al., 2001). Dieser

als *Negativity Bias* bekannte Effekt lässt sich evolutionär erklären, denn früher verbesserte das schnelle Erkennen von Bedrohungen die Überlebenschancen. Negatives prägt sowohl die Wahrnehmung als auch die Erinnerung, weshalb Menschen negativen Erfahrungen mehr Aufmerksamkeit schenken und sie klarer und länger im Gedächtnis speichern (Baumeister et al., 2001). Demnach hinterlassen negative Schlagzeilen lang anhaltende psychologische Eindrücke.

Die *Verfügbarkeitsheuristik* wiederum beschreibt, wie Menschen die Wahrscheinlichkeit eines Ereignisses in Abhängigkeit davon einschätzen, wie schnell ihnen Beispiele für dieses Ereignis einfallen (Tversky & Kahneman, 1973). Ist ein Ereignis lebhaft, relativ neu oder emotional aufgeladen, ist es mental besser verfügbar, weshalb man überschätzt, wie oft solch ein Ereignis tatsächlich passiert. Stellen Sie sich beispielsweise vor, Sie hören in den Nachrichten von einem Flugzeugabsturz und wollen von nun an nur noch mit dem Auto verreisen, obwohl Autofahren statistisch gesehen riskanter ist (European Transport Safety Council, 2022). Da Flugzeugabstürze heftig und folgenreich sind und über sie weithin berichtet wird, werden sie besser erinnert, und man überschätzt ihre Häufigkeit.

In wirtschaftlichen Kontexten führt folglich die häufige mediale Verwendung von Begriffen wie »Börsencrash« oder »Kursabschwung« gleichermaßen dazu, dass diese Vorkommnisse wahrscheinlicher wirken, als sie eigentlich sind, und entsprechend viel Angst auslösen.

Zudem werden Reize, die starke emotionale Reaktionen hervorrufen, oft akkurater erinnert und sind daher einflussreicher für das Verhalten (Kensinger & Schacter, 2006). Diesen Effekt nennt man *erregungsbedingte Gedächtnisverbesserung* (*arousal-enhanced memory*). Angstausslösende Schlagzeilen haben folglich langfristige psychologische Effekte. Die erhöhte Abrufbarkeit eindrucklicher Finanznachrichten kann ein kontinuierliches Risikogefühl nähren, welches einen ebenso wie der *Negativity Bias* und die *Verfügbarkeitsheuristik* zurückhaltender in zukünftigen ökonomischen Entscheidungen werden lässt (Huber et al., 2021).

Aber wie genau verhalten sich Menschen in finanziell turbulenten Zeiten?

Angstgetriebenes Verkaufen und Herdenverhalten bei Börsencrashes

Angst kann Aktienmärkte beeinflussen, wenn Menschen in Panik ihre Vermögenswerte verkaufen. Eine Erklärung bietet die *Prospect Theory* von Kahneman und Tversky (1979), die beschreibt, wie Menschen Entscheidungen in Bezug zu einem Referenzpunkt treffen.

Der *Prospect Theory* zufolge sind Menschen empfindlicher für Verluste als für Gewinne, da Verluste einen stärkeren psychologischen Einfluss haben als äquivalente Gewinne. Ursprünglich wurde erklärt, dass Verluste etwa 2,5-mal mehr Wirkung hinterlassen als vergleich-

bare Gewinne. Eine aktuelle Metaanalyse hat hingegen herausgefunden, dass das Verhältnis bei ca. 1,3 liegt (Walasek et al., 2024). Das bedeutet, dass ein Gewinn von 130 Euro nötig ist, um einen Verlust von 100 Euro psychologisch auszugleichen und zu dem emotionalen Zustand von vor dem Verlust zurückzukehren. Gemäß dieser Verlustaversion versuchen Menschen, den Schmerz nach einem Verlust zu minimieren, indem sie positive Ergebnisse anstreben.

Die Theorie besagt ebenfalls, dass Menschen unter bestimmten Bedingungen risikobereiter sind, was Verluste angeht. Sie gehen also lieber ein Risiko ein, als einen sicheren Verlust hinzunehmen. In sehr unsicheren Situationen wie einem Börsencrash allerdings, in denen Ergebnisse uneindeutig sind und das Angstlevel hoch ist, bevorzugen Menschen meist die sichere Option (Asgharian et al., 2023). Somit neigen Menschen zum Verkauf ihrer Aktienanteile, wenn sie dies als die sicherste Option wahrnehmen, um ihre Gewinne zu schützen. Diese Form des Vermeidungsverhaltens soll den emotionalen Einfluss weiterer finanzieller Verluste so klein wie möglich halten.

Eine andere Erklärung, warum Menschen bei einem Crash in Panik ihre Anteile verkaufen, kann von den psychologischen Konzepten *Social Proof* und *Herdenverhalten* abgeleitet werden: Wenn Investor*innen sehen, dass viele Menschen ihr Geld vom Aktienmarkt zurückziehen, folgen sie diesem Beispiel. So kann eine Art Dominoeffekt entstehen.

Social Proof beschreibt, wie Menschen das Verhalten anderer als Indikator für situativ adäquate Verhaltensweisen nutzen, v. a. in ungewissen Situationen (Cialdini, 2009). In ähnlicher Weise beschreibt *Herdenverhalten* eine Form des Sozialverhaltens, bei dem man sich an das Denken und Verhalten anderer anpasst, ohne dies zu planen (Raafat et al., 2009). *Herdenverhalten* steht in enger Verbindung mit *Social Proof*, da es ebenfalls erklärt, warum Menschen oft der Masse folgen. Der Unterschied ist jedoch, dass *Herdenverhalten* nicht nur die Abhängigkeit von anderen beschreibt, sondern auch die aktive Nachahmung von Handlungen, ohne dass die Situation selbst vollständig beurteilt wird. Es ist häufig irrational und emotional getrieben und weniger reflektiert.

Wenn man bei einem Börsencrash mitbekommt, wie andere ihr Geld im großen Maßstab abziehen, nimmt man vermutlich an, dass die betreffenden Investor*innen über Informationen verfügen, die man selbst nicht hat. Daher tut man es der Masse gleich und zieht die eigenen Investitionen ab, was eine Feedbackschleife in Gang setzt, in der immer mehr Menschen der Masse folgen.

Unterschiedliche Reaktionen auf Börsencrashes

Obwohl jede Person in einem gewissen Ausmaß von einem Börsencrash betroffen ist, können die Reaktionen und die emotionalen Auswirkungen zwischen Gruppen variieren.



Foto: privat

Kimberly van Faassen
ist Masterstudentin der
Wirtschafts- und Konsum-
psychologie in Leiden,
Niederlande.

Literatur:
Die Literaturliste kann per E-Mail
beim Verlag angefordert werden:
i.bock@psychologenverlag.de

Investor*innen

Investor*innen nehmen aktiv am Aktienmarkt teil und werden typischerweise am härtesten von einem Crash getroffen. Sie sind nicht nur mit unmittelbaren finanziellen Verlusten konfrontiert, sondern auch wahrscheinlicher von akuten psychologischen Folgen betroffen, z. B. Stress, Angst und Entscheidungsschwierigkeiten (Engelberg & Parsons, 2016). Diese mentalen Folgen können in ihrer Schwere davon abhängen, wie viel Geld eine Person investiert hat und über welche finanziellen Rücklagen sie verfügt.

Studien haben eine Verbindung zwischen der Höhe des finanziellen Risikos und den subjektiven Auswirkungen auf die psychische Gesundheit festgestellt. Beispielsweise berichteten 2008 während des Börsencrashes in den USA Investor*innen mit größeren Anteilen von mehr depressiven Symptomen als solche, die weniger Geld investiert hatten (McInerney et al., 2013). Das legt nahe, dass bei höheren finanziellen Einsätzen die psychologischen Folgen durch einen Kurssturz stärker ausfallen.

Normalverbraucher*innen

Die Mehrheit der Normalbevölkerung hält keine Anteile am Aktienmarkt und ist daher möglicherweise nicht direkt von Börsencrashes betroffen. Allerdings informieren Nachrichtenkanäle Normalverbraucher*innen tagtäglich über Börsenabschwünge und nähren dadurch Gefühle von Angst (Guan et al., 2022).

Angst kann Sorgen um die finanzielle Sicherheit aufkommen lassen. Sicherheit befindet sich in Maslows Bedürfnishierarchie auf der zweithöchsten Stufe (Maslow, 1943). Laut dieser Hierarchie sind menschliche Bedürfnisse nach Priorität geordnet.

Maslow selbst hat seine Bedürfnishierarchie tatsächlich nie als Pyramide dargestellt (Bridgman et al., 2019). Dies ist nur eines von mehreren Missverständnissen, die über die Jahre bezüglich seiner Theorie entstanden sind. So wird oft fälschlicherweise erklärt, dass man Bedürfnisse auf höheren Ebenen nicht verfolgen könne, solange niederrangigere Bedürfnisse nicht vollständig befriedigt worden seien. Tatsächlich ging Maslow jedoch davon aus, dass wir über Hierarchiestufen hinweg teils erfüllte und teils unerfüllte Bedürfnisse haben können. Tatsächlich legen Menschen großen Wert auf Sicherheit, insbesondere auf finanzielle Sicherheit, auch ungeachtet der Befriedigung fundamentaler Bedürfnisse (Maslow, 1943).

Ein weiterer Stressor für die deutschen Verbraucher*innen sind die seit der COVID-19-Pandemie allgegenwärtigen wirtschafts- und energiepolitischen Herausforderungen (OECD, 2021). Ein Marktcrash würde folglich bereits vorhandene finanzielle Sorgen vermutlich noch erhöhen.

Sich unentwegt mit finanzieller Unsicherheit und Sorge zu beschäftigen, kann die mentale Gesundheit stark

belasten. Bei einer instabilen Wirtschaftslage liegt z. B. mehr Aufmerksamkeit auf finanziellen Bedenken. Das fördert Kurzschlussreaktionen und einen entsprechenden »Tunnelblick«, in dem man nur noch die Senkung finanzieller Bedenken im Blick hat (Hilbert et al., 2022). Zugleich bleibt wenig Raum für offenes, strategisches Denken, wenn man ununterbrochen mit Geldsorgen beschäftigt ist. Der verengte Fokus kann das umsichtige Abwägen von Entscheidungen behindern und Menschen dadurch impulsiv handeln lassen, sodass sie schnelle finanzielle Belohnungen vorziehen, anstatt sich auf die potenziell größeren Vorteile einer langfristigen Planung zu konzentrieren (Hilbert et al., 2022).

Es wird deutlich, dass Investor*innen und Normalverbraucher*innen beide durch Markteinbrüche beeinflusst werden, wobei Erstere oft mit direkten finanziellen Verlusten und akutem Stress durch die sinkenden Anlagewerte konfrontiert sind, wohingegen Letztere eher indirekte Auswirkungen erleben: Angst und finanzielle Unsicherheit durch das sich verschlechternde ökonomische Klima führen zu einem zurückhaltenden Konsumverhalten und einer erhöhten Sorge um die finanzielle Zukunft.

Emotions- und Verhaltensregulation bei Marktunsicherheit

Die Psychologie zeigt, dass *präventive Selbstverpflichtung* (*pre-commitment strategies*) Impulsivität reduzieren und Selbstkontrolle steigern kann (Duckworth et al., 2019). Indem Investor*innen im Vorhinein entscheiden, unter welchen Bedingungen sie ihre Aktien verkaufen würden, verhindern sie impulsive, gefühlsgesteuerte Entscheidungen, wenn es tatsächlich zu einem Börsencrash kommt.

Eine Sonderform von *präventiver Selbstverpflichtung* ist die Verwendung von konkreten Wenn-dann-Plänen, auch bekannt als Implementationsabsichten (Duckworth et al., 2019). Zu diesen gehört es, klare Handlungen zu formulieren, bevor es zu bestimmten Situationen kommt. Ein Beispiel: »Wenn in mir bei einem plötzlichen Crash Angst aufsteigt, dann werde ich erst einmal einen Spaziergang machen, anstatt impulsiv irgendetwas zu unternehmen«.

Auch wenn kurzliche Maßnahmen wie die temporäre Senkung der Einfuhrzölle in den USA auf zehn Prozent den Markt etwas stabilisiert haben, bleibt die Situation ungewiss. Solange Trump keine finale Entscheidung verkündet hat, können wir nur abwarten, wie sich die Ereignisse entwickeln. Bis dahin sollten Sie sich klarmachen, dass viele Menschen die Gefühle, die Sie womöglich erleben, teilen. Nutzen Sie diese Information, nicht nur, um Ihre eigenen Gefühle besser zu verstehen, sondern auch, um anderen zu helfen, geerdet zu bleiben.

Kimberly van Faassen

»Rechtspopulismus verschwindet nicht, wenn wir ihn aussperren.«

Über identitäre Sprache und Tabus

Foto: Freepik.com

Herr Ayan, was ist ein Tabu?

Das Wort Tabu bedeutet »verboten« und »heilig« zugleich und stammt aus Polynesien. Der Weltumsegler James Cook brachte es von dort mit nach Europa, wo man es lange für eine Eigenart »primitiver Völker« hielt. Bestimmte Handlungen oder Orte sind verpönt, ohne dass man genau weiß, weshalb. Tabus *sind* einfach. Sie werden nicht begründet, sondern stumm befolgt, denn sie schweißen die Gemeinschaft zusammen. Wer Tabus achtet, beweist dadurch Loyalität und Unterordnung. Gesetze dagegen werden in der Regel diskutiert und von einer Mehrheit im Parlament beschlossen. Sie sind transparent, zweckorientiert und können modifiziert oder abgeschafft werden.

Wie entstehen Tabus?

Das ist nicht leicht nachzuvollziehen. Früher, in autoritär organisierten Gesellschaften, wurden sie von einer Machtelite, einem Herrscher oder dem Papst gesetzt. Beispielsweise durfte man das ptolemäische Weltbild nicht anzweifeln. In neuerer Zeit entstanden Tabus eher im Zusammenspiel verschiedener sozialer, ökonomischer und weltanschaulicher Faktoren. Das große Tabu des 19. Jahrhunderts – die Sexualität – hatte z. B.

seine Wurzeln im christlichen Moralkodex. Heutzutage hingegen sprechen wir oft von Tabus, die eigentlich keine sind.

Wie meinen Sie das?

Die Sprachregeln von heute werden vielfach diskutiert und begründet. Das würde man bei Tabus nicht machen, denn das ist der erste Schritt zur Enttabuisierung. Wird heute über »Tabuthemen« gesprochen, geht es eigentlich um Identifikation. In einer vielfältigen Kultur wie unserer ist das Bedürfnis groß, sich selbst und anderen zu zeigen, wer man ist, v. a. durch die Sprache. Wenn man z. B. gendert, gibt man sich anderen als progressiv denkende Person zu erkennen. Dieses Signalisieren von Tugendhaftigkeit nennt die Psychologie »Virtue Signaling«.

Zugleich gibt es auch viel Widerstand gegen das Gendern.

Das stimmt. Menschen sind verwirrt und frustriert, weil es nicht die eine richtige Art des Genderns gibt. Sie steigen aus dem Spiel aus, obwohl sie die Intention des Genderns nicht per se ablehnen. Zugleich befürchten sie, als reaktionär, rechts oder chauvinistisch angesehen



Foto: Hardy Müller

Steve Ayan ist Psychologe und Wissenschaftsjournalist mit einem Schwerpunkt auf Neuropsychologie und Bewusstseinsforschung.

zu werden, wenn sie nicht gendern. Das erzeugt starke Emotionen, die sich gegen die Genderbewegung insgesamt richten.

Sind Tabus in demokratischen Gesellschaften notwendig?

Sie sind insofern folgerichtig, als es in der Demokratie darauf ankommt, Mehrheiten zu organisieren. Ich kann für meine Sichtweise nicht nur durch Argumente überzeugen, sondern auch dadurch, dass ich andere Sichtweisen diskreditiere und aus der Diskursarena hinausdränge. Ich muss nur glaubhaft den Eindruck vermitteln: »Das geht gar nicht!« Wenn z. B. jemand einen Karenztag bei Krankschreibung vorschlägt, dann werfe ich der Person »Kahlschlag am Sozialsystem« vor.

Wer es mit dem Tabuisieren jedoch übertreibt, erzeugt Widerstand, was zur Polarisierung von Debatten führt. Es geht dann nur noch darum, wer was wie aussprechen oder fordern darf, um auf der Seite der »Guten« zu stehen. So kann die Identifikation durch Sprache zu einer Ersatzhandlung werden, z. B. wenn Gendern gleichgesetzt wird mit tatsächlicher Gleichberechtigung der Geschlechter.

Was braucht es, um Tabus zu brechen?

In erster Linie Mut. Man muss anderen zumuten, dass man Dinge ausspricht, die sie nicht hören wollen, oder Dinge tut, die sich angeblich »nicht gehören«. Entscheidend ist, worum es dabei geht. Als Mann zu weinen oder als Frau über die Ungerechtigkeit der Mutterrolle zu sprechen, ist etwas anderes, als wenn jemand die NS-Zeit verharmlost. Tatsächlich stellen Rechte populistische Aussagen oder Hetze oft als Widerstand gegen auferlegte Tabus des »woken« Bürgertums dar, obwohl sie nachweislich falsche Informationen verbreiten oder sogar gegen Gesetze verstoßen. Wer Nazi-Jargon nutzt, als wäre nichts dabei, versucht, das zu normalisieren und das Bedürfnis der Menschen nach einem Schlussstrich und guten Gewissen anzusprechen. Umso wichtiger ist es, solchen Äußerungen mit Aufklärung zu begegnen, damit die Menschen verstehen, woher das Vokabular kommt und was beabsichtigt wird.

Sind Tabubrüche ein Grund für den Zulauf, den Rechte aktuell erfahren?

Der Soziologe Jan Phillip Reemtsma hat die Legitimation von Gewalt, aber auch von verbalen Grenzüberschreitungen, wie sie für Populist*innen typisch sind, einmal als »das große ,Du darfst!« bezeichnet. So etwas kommt bei rechten Wähler*innen häufig gut an. Dabei darf in unserer Gesellschaft eigentlich fast alles gesagt werden, was nicht gegen das Gesetz verstößt. Ich finde es richtig, dass wir die gesetzlichen Schranken hoch ansetzen, damit zunächst der Diskurs selbst und nicht Gerichte entscheiden, wie wir uns auseinandersetzen. Natürlich wäre eine Welt ohne Anfeindung und Gehässigkeit schön, aber das werden wir nicht per Dekret erreichen.

Warum sind Debatten über kontroverse Themen oft aufgeheizt und unsachlich?

Infolge der emotional aufgeladenen digitalen Kommunikation schlagen provokante Aussagen schnell große Wellen. Die Reichweite steigt, wenn Inhalte mit starken Gefühlen und moralischen Ansprüchen verknüpft sind, weshalb Themen emotionalisiert werden, statt sie sachlich zu diskutieren.

Damit Meinungsverschiedenheiten nicht zu verhärteten Fronten führen, braucht es gegenseitiges Verständnis. Oft wollen wir jedoch bloß die andere Seite von unserer Meinung überzeugen. Aus der Diskursarena vertreiben lassen sich unliebsame Ansichten allerdings auch nicht, wie der Erfolg der AfD zeigt. Rechtspopulismus verschwindet auch dann nicht, wenn wir ihn aussperren, etwa durch ein AfD-Verbot. Ich glaube, dass wir darüber sprechen müssen, was Wahrheit und Debatte im digitalen Zeitalter bedeuten und weshalb gerade Rechte so erfolgreich auf Social-Media-Plattformen sind. Man muss eine Diskussionskultur pflegen, in der man andere nicht unnötig skandalisiert und ins Abseits stellt, zugleich aber auch Gegenpositionen klarmachen.

Um Vorurteile abzubauen, ist persönlicher Kontakt mit Menschen anderer sozialer oder ethnischer Herkunft besonders wichtig. Es hat einen Grund, warum in Regionen mit sehr homogener Bevölkerung oft die größten Vorurteile anzutreffen sind. Begegnungen, z. B. in Sportvereinen oder Nachbarschaftstreffs, fördern den Zusammenhalt und wirken der Ghettoisierung und dem identitären Denken entgegen.

Wie kann eine diverse Gesellschaft entspannter kommunizieren?

Reibung und Dissens sind notwendige Folgen von Vielfalt und gehören zur Demokratie dazu. Der Eindruck, die Sitten würden immer weiter verrohen, speist sich zum Teil aus gewachsener Sensibilität. Aber Demokratie heißt eben nicht, alle haben sich lieb und suchen einen Konsens, sondern sie bedeutet Streit und Auseinandersetzung. Leider stützt sich diese zu selten auf Argumente; häufig zählt nur, was im Netz die meisten Klicks bekommt. Wenn man sich den Zulauf gerade junger, online-affiner Menschen zu den Extremen ansieht, stimmt das schon pessimistisch. Hinzu kommt, dass im Zuge der KI-Entwicklung die Verwirrung darüber, was echt ist und was nicht, rasant zunimmt. Es droht eine Art digitales Proletariat zu entstehen, das für alles, was länger als ein TikTok-Clip dauert, kaum mehr empfänglich ist. Doch bevor ich in Kulturpessimismus versinke: Es gibt aus meiner Sicht drei wichtige Tugenden, die uns weiterhelfen: Mut, Klarheit und Ironie. Mut zur Zumutung, auch der eigenen; Klarheit im Denken und Aussprechen dessen, was man meint; und Humor, mit dem sich allzu offensichtliche Selbstinszenierungen als »Ego-Show« entlarven lassen.

Das Interview führte Isabelle Bock.

Zum Weiterlesen:
Ayan, S. (2023). *Was man noch sagen darf. Die neue Lust am Tabu.* Carl-Auer, Heidelberg, 2. Auflage.

Vertieftes Update mit Spezialzeitschriften

FORENSISCHE PSYCHIATRIE
UND PSYCHOTHERAPIE

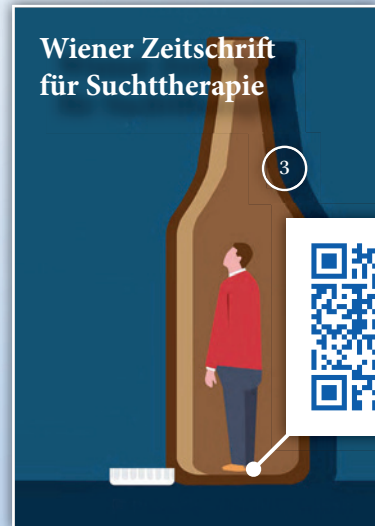


PSMR



rausch

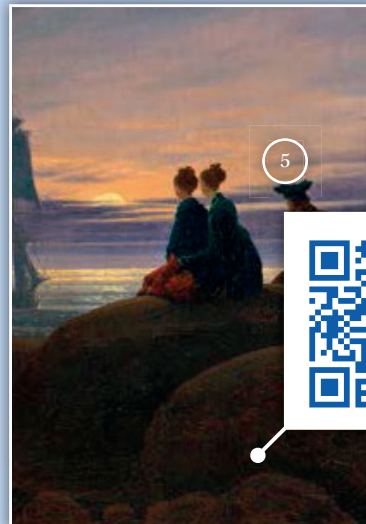
Wiener Zeitschrift
für Suchttherapie



VERHALTENSTHERAPIE
& VERHALTENSMEIZIN



Musik-, Tanz- & Kunsttherapie



¹ Forensische Psychiatrie und Psychotherapie: www.psychologie-aktuell.com/journale/forensische-psychiatrie.html

² Psychosoziale und Medizinische Rehabilitation: www.psychologie-aktuell.com/journale/praxis.html

³ rausch · Wiener Zeitschrift für Suchttherapie: www.psychologie-aktuell.com/journale/rausch.html

⁴ Verhaltenstherapie & Verhaltensmedizin: www.psychologie-aktuell.com/journale/verhaltenstherapie.html

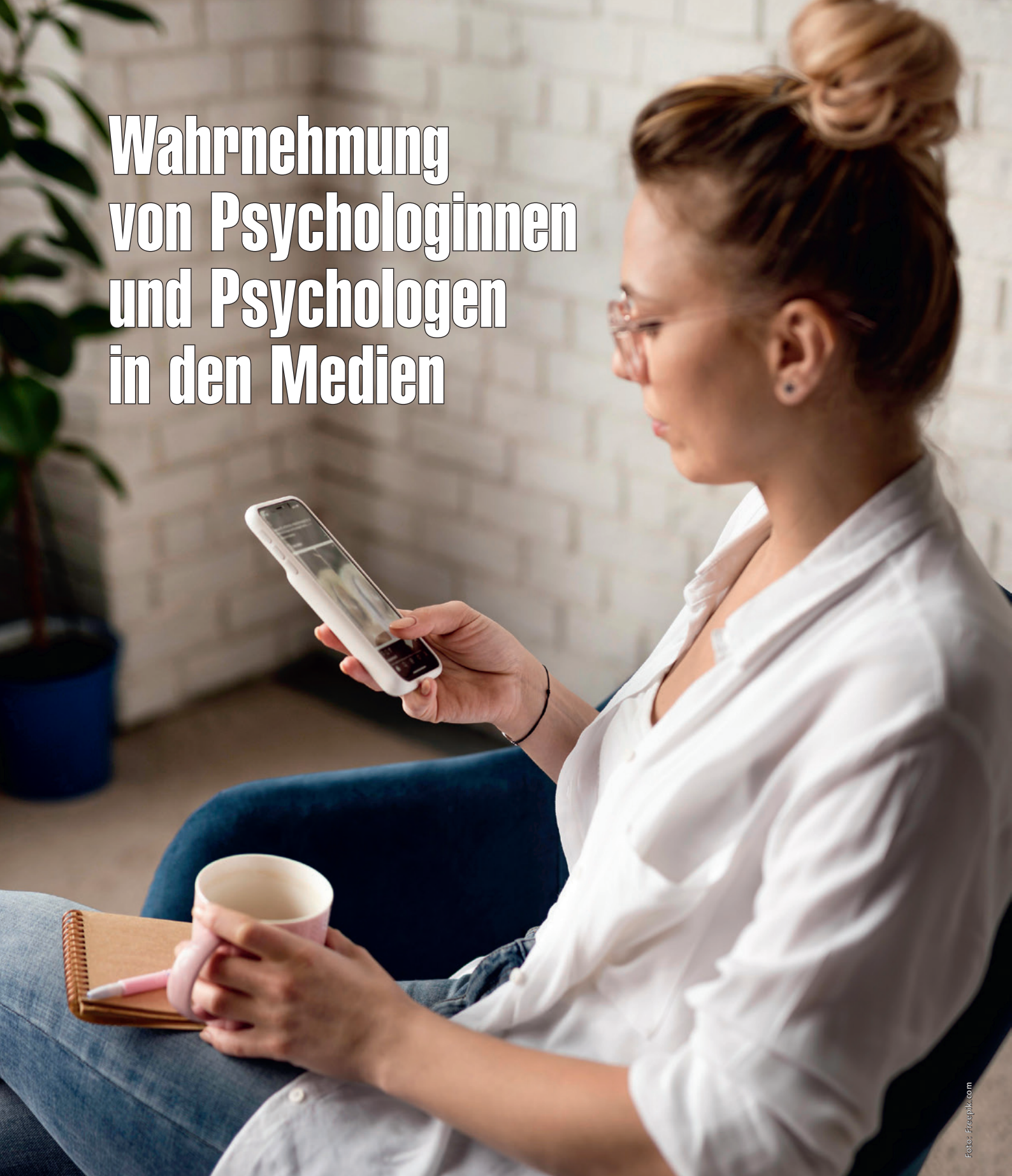
⁵ Musik-, Tanz- und Kunsttherapie: www.psychologie-aktuell.com/journale/mtk.html



PABST SCIENCE PUBLISHERS
Eichengrund 28
D-49525 Lengerich/Westfalen

+49 (0) 5484-308
pabst@pabst-publishers.com
www.pabst-publishers.com | www.psychologie-aktuell.com

Wahrnehmung von Psychologinnen und Psychologen in den Medien



Prof. Dr. Uwe Kanning, Marieke Zink

Hochschule Osnabrück

Einleitung

Das Image der Psychologie als Wissenschaft bzw. das Image von Psychologinnen und Psychologen ist immer wieder Gegenstand unterschiedlichster Studien gewesen (Überblick: Rietz et al., 1999; von Sydow, 2007). In älteren Publikationen ging es dabei sehr oft um das größte Anwendungsfeld – die Klinische Psychologie –, wobei hier nicht selten die Abgrenzung zu benachbarten Disziplinen, wie etwa der Psychiatrie, im Fokus der Aufmerksamkeit stand (z. B. von Sydow, 2007). Studien, die das zweitgrößte Anwendungsfeld der Psychologie – die Wirtschaft bzw. das Personalwesen – thematisieren, sind demgegenüber eher selten (Jiménez & Raab, 1999; Kanning, 2014a). Insgesamt zeigen viele Studien, dass die Psychologie unter dem Strich ein positives Image hat (z. B. Jiménez & Raab, 1999; Kanning, 2014a, 2014b; von Sydow, 2007). Dies bedeutet jedoch nicht, dass man Psychologinnen und Psychologen auch in der tatsächlichen Breite unserer Anwendungsfächer stets sehr positive Eigenschaften zuschreibt (Kanning 2014a; Sander, 1998). So ergab beispielsweise die Studie von Kanning (2014a), dass Menschen, die BWL studiert haben, als signifikant organisierter wahrgenommen wurden als Absolventinnen und Absolventen der Wirtschaftspsychologie. Letztere werden – wenn auch auf einem niedrigen Niveau – als skrupelloser erlebt im Vergleich zu Psychologinnen und Psychologen insgesamt. Die Tatsache, dass die Psychologie auch Beiträge zum Arbeitsschutz oder zur Verkehrssicherheit leistet, ist weitaus weniger bekannt als die Arbeitsfelder der Klinischen Psychologie (Kanning, 2014b).

Wer aus einer Vogelperspektive auf derartige Studien schaut, mag sich die Frage stellen, welchen Zwecken die Studien dienen. Sorgen sich die Autorinnen und Autoren um das Image der Psychologie? Haben sie vielleicht den Eindruck, die Psychologie wird in der Öffentlichkeit zu wenig oder falsch wahrgenommen? Ist es einfach nur Neugierde, oder geht es um Selbstvergewisserung? – Wie auch immer diese Fragen zu beantworten sind, das Image der Psychologie erfüllt jenseits des reinen Strebens nach Erkenntnis potenziell mindestens drei Funktionen (Kanning, 2001):

Da ist zunächst der *Aufklärungsgedanke*. Wenn wir davon ausgehen, dass die Psychologie in den fast 150 Jahren ihres Bestehens als akademische Disziplin Erkenntnisse generiert hat, von denen die Gesellschaft profitieren kann, so sollte es uns wichtig sein, dass die Gesellschaft hiervon erfährt. Dies müsste dann auch Spuren im Image der Psychologie hinterlassen. Ist beispielsweise weiten Teilen der Öffentlichkeit bekannt, dass psychologisches Know-how dazu beiträgt, Angststörungen zu beseitigen, den Straßenverkehr sicherer zu gestalten und in einem großen Bewerbungspool gezielt die geeignetsten Personen zu identifizieren? Und wenn dies so ist, werden psychologische Methoden und Erkenntnisse dann auch tatsächlich zur Lösung entsprechender Probleme herangezogen? Die Auseinandersetzung mit dem vielfach belegten Science-Practice-Gap zeigt, dass hier noch viel Nachholbedarf besteht (z. B.

Kanning, 2023a). Ein aktives Bemühen darum, etwaige Imagelücken oder -schwächen in der Öffentlichkeit zu beseitigen, kann dabei helfen, den Aufklärungsgedanken effektiver zu verfolgen, um den Science-Practice-Gap ein Stück weit zu schließen.

Darüber hinaus mag das Image der weiteren *Entwicklung der Psychologie* dienlich sein. In einer Zeit, in der Forschende darauf angewiesen sind, Forschungsgelder aktiv zu akquirieren und im Wettbewerb mit anderen Disziplinen beispielsweise gegenüber einer Hochschulleitung oder einem Ministerium ihren »Wert« zu verdeutlichen, könnte ein positives Image die Arbeit deutlich erleichtern. Dies gilt wohl umso mehr, als dass die Personen, welche die Entscheidungen über die Zuweisung von Ressourcen treffen, selbst wahrscheinlich aus einer Laienperspektive auf unser Fach schauen.

Die dritte Funktion bezieht sich auf die *Entwicklung des Arbeitsmarktes* für Psychologinnen und Psychologen. Die meisten Kundinnen und Kunden psychologischer Dienstleistungen haben selbst nicht Psychologie studiert. Dies kann weitreichende Konsequenzen haben. Wer beispielsweise vor der Frage steht, welche Person das Coaching für die Führungskräfte eines Unternehmens übernehmen soll, hat eine große Auswahl, angefangen beim Schamanen-Coaching über Menschen, die Philosophie, BWL, Pädagogik, Psychologie, Architektur, Ökotropologie oder Lehramt studiert haben, bis hin zu Personen, deren Qualifikation allein darin besteht, dass sie sich selbst für gute Menschenkenner halten (Kanning, 2023b). Wenn in einem solchen Umfeld die Psychologie ein positives Image hat, fördert dies Arbeitsplätze für Absolventinnen und Absolventen.

Wenn wir davon ausgehen, dass ein positives Image der Psychologie nicht nur im Sinne der eigenen Disziplin ist, sondern auch in vielen Bereichen der Gesellschaft eine nützliche Wirkung entfalten kann, so stellt sich die Frage nach den Prozessen, die ein positives Image fördern. Es erscheint plausibel, dass die meisten Menschen, die ein Bild der Psychologie in sich tragen, niemals in ihrem Leben wissenschaftliche Fachliteratur gelesen haben. Zum Teil dürfte ihr Fremdbild der Psychologie nicht viel mehr sein als ein Stereotyp, das durch bisweilen karikierende Darstellungen von Psychologinnen und Psychologen in Romanen, Krimis oder Spielfilmen erzeugt wurde (vgl. von Sydow, 2007). Auch wenn inzwischen mehr als 100.000 Menschen im deutschsprachigen Raum in unterschiedlicher Form Psychologie studieren (Bühner, 2022), dürften die meisten aus ihrem Privatleben Psychologinnen oder Psychologen kaum kennen. Fundierte Berührungspunkte zur Psychologie könnten sich für viele Menschen allerdings aus dem *Auftreten von Psychologinnen und Psychologen in den Medien* ergeben. Wenn beispielsweise in einem Fernsehbeitrag über Angststörungen eine Psychologische Psychotherapeutin zu Wort kommt oder ein Wirtschaftspsychologe in einem Podcast erläutert, warum es nicht sinnvoll ist, Menschen nach ihrer Persönlichkeit

in vier Farbtypen einzuordnen, so sind dies immer auch mögliche Quellen einer positiven Imagegestaltung für die Psychologie (Kanning, 2001). Wottawa (2010) vermutet, dass in der Öffentlichkeit kaum zwischen dem Auftreten von Psychologinnen und Psychologen auf der einen Seite und der Psychologie als Disziplin auf der anderen Seite differenziert wird. Zumindest erscheint es aber höchst plausibel, dass ihr Auftreten Einfluss auf das Image der Psychologie nimmt.

An diesem Punkt setzt unsere Studie an. Wir untersuchen zum einen, wie häufig Psychologinnen und Psychologen in verschiedenen Medien mit unterschiedlichen Themenfeldern wahrgenommen werden. Zum anderen untersuchen wir die Frage, wie diese Wahrnehmung Einfluss nimmt auf das Image von Psychologinnen und Psychologen, das Image der Psychologie insgesamt sowie das Bedürfnis, in Zukunft häufiger Psychologinnen und Psychologen in den Medien zu sehen.

Fragestellungen

Da zu diesem Themenfeld weder Theorien noch abgesicherte empirische Erkenntnisse existieren, wird im Folgenden explorativ vorgegangen. Untersucht werden die folgenden Fragen:

Frage 1: Wie häufig werden Psychologinnen und Psychologen in verschiedenen Medien wahrgenommen?

Frage 2: Bezogen auf welche Themen werden Psychologinnen und Psychologen in verschiedenen Medien wahrgenommen?

Frage 3: Welches Image vermitteln Psychologinnen und Psychologen in den Medien?

Frage 4: Inwieweit nimmt die Häufigkeit, mit der sich Psychologinnen und Psychologen in Medien zu verschiedenen Themenfeldern äußern, Einfluss auf ihr Image?

Frage 5: Inwieweit nimmt die Häufigkeit, mit der sich Psychologinnen und Psychologen in Medien zu verschiedenen Themenfeldern äußern, Einfluss auf das Image der Psychologie?

Frage 6: Inwieweit nimmt die Häufigkeit, mit der sich Psychologinnen und Psychologen in Medien zu verschiedenen Themenfeldern äußern, Einfluss auf das Interesse von Menschen an einem häufigeren Auftreten von Psychologinnen und Psychologen in den Medien?

Frage 7: Inwieweit nimmt das Image von Psychologinnen und Psychologen, das mit ihrem Auftritt in Medien einhergeht, Einfluss auf das Image der Psychologie?

Frage 8: Inwieweit nimmt das Image von Psychologinnen und Psychologen, das mit ihrem Auftritt in Medien einhergeht, Einfluss auf das Interesse von Menschen an einem verstärkten Auftreten, von Psychologinnen und Psychologen in den Medien?

Methode

Untersuchungsdesign und Messinstrument

Unsere Studie folgte einem korrelativen Design. Alle Daten wurden im Querschnitt erhoben. Der eingesetzte Fragebogen gliederte sich in fünf Abschnitte. Nach der Instruktion wurde in *Abschnitt 1* zunächst die Frage gestellt, ob die Teilnehmenden der Studie in der Vergangenheit in folgenden Medien Psychologinnen und Psychologen wahrgenommen haben: TV, Print, Radio, soziale Medien, Podcast (Auswahlfrage). In *Abschnitt 2* wurden bezogen auf jedes Medium, in dem eine entsprechende Wahrnehmung stattgefunden hat, nach inhaltlichen Themen sowie nach dem erlebten Image der aufgetretenen Psychologinnen und Psychologen gefragt. Bezogen auf 15 Themenfelder musste jeweils auf einer fünfstufigen Skala eingeschätzt werden, wie häufig man Psychologinnen und Psychologen in einem Medium wahrgenommen hat (1 = »weniger als 1 x pro Jahr oder nie«, 2 = »ca. 1 x pro Jahr«, 3 = »ca. 1 x pro Monat«, 4 = »ca. 1 x pro Woche«, 5 = »häufiger«). Vorgelegt wurden die folgenden Themenfelder: Gesundheit/Wohlbefinden, Psychotherapie, Wirtschaft/Personalwesen/Finanzen, Beratung, Wissenschaft, Technik, Politik/Weltgeschehen, Umwelt/Natur/Klima, Justiz/Recht, Bildung/Lernen, Erziehung, Partnerschaft, Kommunikation, Kunst/Kultur, Unterhaltung/Prominente. Über alle Themenfelder hinweg ergab sich für den Gesamtfaktor der Häufigkeit eine Reliabilität (Cronbachs Alpha) zwischen 0,92 (soziale Medien) und 0,94 (Print). Zur Überprüfung des Images der Psychologinnen und Psychologen, wurde ein semantisches Differenzial bestehend aus 12 Items eingesetzt (siebenstufige Skala von 1 = z. B. »unheimlich« bis 7 = z. B. »vertrauenswürdig«). Der rechte Pol (Stufe 7) der Skala bezog sich dabei auf die folgenden Aspekte: vertrauenswürdig, glaubwürdig, wissenschaftlich, fachlich kompetent, warm, hilfreich, offen, rational, intelligent, wissensstark, naturwissenschaftlich, praktisch. Über alle Facetten des Images hinweg ergab sich für den Gesamtfaktor des Images eine Reliabilität (Cronbachs Alpha) zwischen 0,87 (TV) und 0,91 (Radio). Die Auswahl der Items erfolgte in Anlehnung an Kanning (2014b). *Abschnitt 3* erfasste das Image der Psychologie. Zum Einsatz kamen acht Items (Beispiele: »Die Psychologie ist eine wichtige Wissenschaft«, »Die Psychologie hilft dabei, menschliches Verhalten besser zu verstehen«), die auf einer fünfstufigen Zustimmungsskala bearbeitet werden mussten (1 = »stimme überhaupt nicht zu« bis 5 = »stimme voll und ganz zu«). Die Auswahl der Items erfolgte in Anlehnung an Kanning (2014b). Faktorenanalytisch ergaben sich über die Items hinweg zwei Faktoren, die im Folgenden als »Wissenschaftlichkeit« (Cronbachs Alpha = .81) und »Nützlichkeit« (Cronbachs Alpha = 0,78) bezeichnet werden. In *Abschnitt 4* wurden die Teilnehmenden danach gefragt, inwieweit sie in Zukunft die fachliche Meinung von Psychologinnen und Psychologen bezogen auf bestimmte Themenfelder in den Medien häufiger hören möchten. Vorgelegt wurden dieselben 15 Themenfelder wie in Abschnitt 2. Die Einschätzung erfolgte auf einer fünfstufigen Skala (1 = »Ich möchte nicht häufiger etwas hören« bis 5 = »Ich möchte deutlicher häufiger etwas

hören«). In *Abschnitt 5* wurden schließlich demografische Daten erhoben (Alter, Geschlecht, Bildung, Studium der (Wirtschafts-)Psychologie). Mit einer letzten Frage wurde erfasst, ob die Befragten ihre Antworten zur Datenauswertung freigeben wollten (»ja« vs. »nein«).

Datenerhebungen

Die Datenerhebung erfolgt in Form einer Online-Studie. Der Link zum Fragebogen wurde dabei über soziale Medien (Instagram, Snapchat, WhatsApp, Survey Circle, Reddit, LinkedIn, u. a.) verbreitet. Die Teilnahme an der Studie war freiwillig und unentgeltlich.

Stichprobe

Personen, die Psychologie studierten oder ihre Daten nicht freigeben wollten, wurden aus dem Datensatz entfernt. Die resultierende Stichprobe umfasste 146 Personen (34,9 % männlich, 63,7 % weiblich, 1,4 % divers). Der Altersdurchschnitt lag bei 37,6 Jahren ($SD = 16,87$; Range = 19–88 Jahre). In der Stichprobe überwogen Personen mit einem höheren Bildungsabschluss (1,5 % Realschulabschluss, 34,8 % (Fach-)Abitur, 19,3 % Bachelorabschluss, 40,4 % Masterabschluss/Diplom, 3,7 % Promotion).

Ergebnisse

In einem ersten Schritt wurde der Frage nachgegangen, wie häufig Psychologinnen und Psychologen von den Befragten in verschiedenen Medien wahrgenommen

wurden (*Frage 1*, fünfstufige Skala von 1 = »weniger als einmal pro Jahr oder nie« bis 5 = »ca. einmal pro Woche oder häufiger«). Unabhängig vom Thema, über das gesprochen wurde, ergaben sich für alle fünf untersuchten Medien jeweils Mittelwerte in einem Bereich um die Stufe 2 (= »ca. einmal pro Jahr«; Tab. 1 unterste Zeile). Psychologinnen und Psychologen wurden mithin selten in den Medien wahrgenommen. Dabei zeigten sich systematische Unterschiede zwischen verschiedenen Medien. Am seltensten begegneten den Befragten Psychologinnen und Psychologen im Radio ($M = 1,93$, $SD = 0,74$) und am häufigsten in sozialen Medien ($M = 2,59$, $SD = 0,81$). Alle übrigen Medien unterschieden sich nicht signifikant voneinander (t-Tests für verbundene Stichproben).

Im Hinblick auf *Frage 2* (»Mit welchen Themen wurden Psychologinnen und Psychologen in verschiedenen Medien wahrgenommen?«) zeigte sich über die verschiedenen Medien hinweg ein sehr ähnliches Muster (Tab. 1). Die jeweils höchsten Werte erzielten in der Regel die Themen Gesundheit/Wohlbefinden sowie Erziehung und Partnerschaft. In sozialen Medien galt dies zusätzlich für das Thema Kommunikation (M zwischen 2,19 und 3,61). Auch in Bezug auf die niedrigsten Werte konnten zwischen den Medien keine Unterschiede verzeichnet werden. Die niedrigsten Werte ergaben sich für die Themen Technik sowie Kunst/Kultur (M zwischen 1,25 und 1,62). Die beiden größten Anwendungsfelder

Tabelle 1.

Wahrgenommene Häufigkeit des Auftretens von Psychologinnen und Psychologen differenziert nach Medien und Themen

Thema	Medium				
	TV $n = 105$	Print $n = 75$	Radio $n = 48$	Soziale Medien $n = 92$	Podcast $n = 73$
Gesundheit/Wohlbefinden	2,62 (1,01)	2,73 (1,02)	2,50 (,95)	3,61 (1,07)	2,84 (1,12)
Psychotherapie	2,17 (0,83)	2,20 (0,87)	1,79 (0,97)	2,95 (1,17)	2,51 (1,23)
Wirtschaft/Personal/Finanzen	1,94 (1,13)	2,07 (1,08)	1,79 (0,94)	2,17 (1,26)	1,59 (0,91)
Beratung	2,12 (1,04)	2,12 (1,01)	1,92 (1,01)	2,75 (1,23)	2,18 (1,11)
Wissenschaft	2,31 (1,12)	2,17 (1,01)	1,88 (1,00)	2,53 (1,14)	2,16 (1,12)
Technik	1,46 (0,92)	1,33 (0,74)	1,27 (0,64)	1,52 (0,98)	1,25 (0,70)
Politik/Weltgeschehen	2,26 (1,12)	2,24 (1,16)	2,10 (1,33)	2,14 (1,14)	1,63 (0,99)
Umwelt/Natur/Klima	2,00 (1,20)	1,92 (1,10)	1,94 (1,21)	2,21 (1,21)	1,67 (0,93)
Justiz/Recht	1,93 (0,99)	1,85 (1,00)	1,71 (0,92)	1,88 (1,03)	1,55 (0,90)
Bildung/Lernen	2,53 (1,08)	2,68 (1,08)	2,31 (1,11)	2,87 (1,18)	2,32 (1,19)
Erziehung	2,64 (1,05)	2,79 (1,00)	2,19 (1,18)	2,98 (1,21)	2,22 (1,19)
Partnerschaft	2,46 (1,05)	2,73 (1,11)	2,19 (1,10)	3,08 (1,22)	2,45 (1,28)
Kommunikation	2,25 (1,06)	2,45 (1,12)	2,02 (1,06)	3,04 (1,14)	2,44 (1,25)
Kunst/Kultur	1,50 (0,87)	1,56 (0,90)	1,48 (0,90)	1,62 (1,02)	1,48 (0,97)
Unterhaltung/Prominente	1,91 (1,05)	1,85 (1,14)	1,69 (0,99)	2,18 (1,32)	1,90 (1,18)
insgesamt	2.21 ^a (0,73)	2.21 ^a (0,80)	1.93 ^b (0,74)	2.59 ^c (0,81)	2.06 ^a (0,83)

Erläuterung: Dargestellt werden jeweils das arithmetische Mittel und in Klammern die Standardabweichung; Wertebereich der Skala von 1 = »weniger als einmal pro Jahr oder nie« bis 5 = »ca. einmal pro Woche oder häufiger«. Für die unterste Zeile gilt: Zwei Mittelwerte unterscheiden sich signifikant, wenn sie vollständig unterschiedliche Indizes aufweisen, $p \leq 0,05$

der Psychologie – Psychotherapie und Wirtschaft – belegten jeweils Plätze im mittleren Feld, und das mit ähnlichen Werten in den Medien TV, Print und Radio. In sozialen Medien sowie in Podcasts wurde das Thema Psychotherapie hingegen deutlich häufiger wahrgenommen ($M = 2,95$, $SD = 1,17$ bzw. $M = 2,51$, $SD = 1,23$) als das Thema Wirtschaft/Personal/Finanzen ($M = 2,17$, $SD = 1,26$ bzw. $M = 1,59$, $SD = 0,91$).

Frage 3 beschäftigte sich mit dem Image, das Psychologinnen und Psychologen durch ihr Auftreten in Medien vermittelten. Untersucht wurden zwölf verschiedene Aspekte des Images. Tabelle 2 gibt die Ergebnisse für die fünf untersuchten Medien wieder. Je höher der dargestellte Mittelwert ausfällt, desto positiver ist das Image auf der jeweiligen Dimension (Skala von 1 bis 7). Über alle Imagedimensionen und Medien hinweg betrachtet, ergaben sich Werte oberhalb der mittleren Stufe (4) der Skala. Es ließ sich eine deutliche Tendenz zu einem positiven Image belegen. Im Mittelwert über alle Imagedimensionen hinweg ging das Auftreten von Psychologinnen und Psychologen in sozialen Medien mit dem geringsten positiven Image einher ($M = 4,43$, $SD = 0,94$), während für Podcasts der höchste Wert erzielt wurde ($M = 5,06$, $SD = 0,83$; t-Tests für verbundene Stichproben). Die übrigen Medien bewegten sich dazwischen (Tab. 2, unterste Zeile). Bezogen auf die einzelnen Image-Items ergaben sich die höchsten Werte in der Regel für die Fachkompetenz sowie die wahrgenommene Intelligenz. Am unteren Ende der Skala bewegt sich die Wahrnehmung der Psychologie als naturwissenschaftlich und praktisch nützlich. In Abgrenzung zu anderen Medien vermittelten Podcasts in

besonderer Weise den Eindruck einer hohen Vertrauenswürdigkeit von Psychologinnen und Psychologen ($M = 5,45$, $SD = 1,07$). In sozialen Medien war der höchste Image-Wert für das Attribut »warm« zu verzeichnen ($M = 5,14$, $SD = 1,00$).

In einer tiefergehenden Analyse wurde der Frage nachgegangen, inwieweit die Häufigkeit, mit der sich Psychologinnen und Psychologen in den Medien zu verschiedenen Themenfeldern äußerten, Einfluss auf ihr Image nahm (Frage 4). Hierzu wurde getrennt für jedes Medium eine stufenweise Regressionsanalyse berechnet. Als Prädiktoren dienten dabei die Wahrnehmung der Präsenz von Psychologinnen und Psychologen bezogen auf die 15 Themenfelder und als Kriterium der Gesamtfaktor des Images. In Tabelle 3 werden aus Gründen der Übersichtlichkeit nur die signifikanten Prädiktoren dargestellt. Während bezogen auf Printmedien keine Einflüsse von wahrgenommenen Äußerungen zu bestimmten Themenfeldern belegt werden konnten, zeigte sich bei den übrigen Medien jeweils in mindestens einem Fall ein signifikanter Einfluss. In den meisten Fällen galt dies für das Themenfeld Unterhaltung/Prominente. In all diesen Fällen war der Einfluss negativ. Je häufiger sich Psychologinnen und Psychologen im TV, in sozialen Medien oder Podcasts zum Thema Unterhaltung/Prominente äußerten, desto negativer war ihr Image. Positive Effekte ließen sich hingegen in zwei Fällen verzeichnen, wobei beide das Thema Gesundheit/Wohlbefinden betrafen. Je häufiger sich Psychologinnen und Psychologen im Radio oder in Podcast zu Gesundheit/Wohlbefinden äußerten, desto positiver war ihr Image.

Tabelle 2.

Image von Psychologinnen und Psychologen differenziert nach Medien und Imagedimensionen

Imagedimension	Medium				
	TV <i>n</i> = 105	Print <i>n</i> = 75	Radio <i>n</i> = 48	Soziale Medien <i>n</i> = 92	Podcast <i>n</i> = 73
vertrauenswürdig	4,97 (1,11)	4,95 (1,15)	5,10 (1,29)	4,65 (1,18)	5,45 (1,07)
glaubwürdig	4,98 (1,29)	4,99 (1,13)	5,00 (1,17)	4,34 (1,49)	5,36 (1,10)
wissenschaftlich	4,66 (1,44)	4,80 (1,35)	5,15 (1,22)	4,11 (1,31)	5,18 (1,18)
fachkompetent	5,15 (1,17)	5,09 (1,22)	5,23 (1,10)	4,51 (1,11)	5,44 (1,13)
warm	4,49 (1,28)	4,61 (1,17)	5,02 (1,25)	5,14 (1,00)	5,29 (1,09)
hilfreich	4,57 (1,18)	4,95 (1,31)	4,81 (1,21)	4,68 (1,33)	5,16 (1,19)
offen	4,75 (1,23)	4,79 (1,15)	5,00 (1,09)	4,89 (1,29)	5,14 (0,99)
rational	4,84 (1,32)	4,77 (1,24)	4,65 (1,31)	4,09 (1,35)	4,53 (1,12)
intelligent	5,35 (0,99)	5,21 (1,11)	5,31 (1,21)	4,93 (1,16)	5,47 (0,97)
wissensstark	4,64 (1,45)	4,76 (1,33)	4,77 (1,21)	4,10 (1,40)	4,88 (1,20)
naturwissenschaftlich	3,86 (1,27)	3,84 (1,28)	3,77 (1,36)	3,64 (1,22)	4,08 (1,24)
praktisch	3,67 (1,30)	3,97 (1,47)	4,00 (1,24)	4,24 (1,44)	4,48 (1,33)
insgesamt	4,64 ^{a,b} (0,78)	4,75 ^a (0,87)	4,81 ^a (0,85)	4,43 ^b (0,94)	5,06 ^c (0,83)

Erläuterung: Dargestellt werden jeweils das Arithmetische Mittel und in Klammern die Standardabweichung; Wertebereich der Skala der semantischen Differenziale von 1 bis 7. Für die unterste Zeile gilt: Zwei Mittelwerte unterscheiden sich signifikant, wenn sie vollständig unterschiedliche Indizes aufweisen, $p \leq .05$

Tabelle 3.

Ergebnisse von Regressionsanalysen zur Vorhersage des Images von Psychologinnen und Psychologen über die wahrgenommene Häufigkeit ihres Auftretens in verschiedenen Medien

Medium	In die Regressionsgleichung aufgenommene Variablen	Standardisiertes Beta	Änderung in R^2	p
TV	Unterhaltung/Prominente	-0,21	0,04	0,035
Print	-	-	-	-
Radio	Gesundheit/Wohlbefinden	0,34	0,12	0,017
Soziale Medien	Unterhaltung/Prominente	-0,25	0,06	0,017
Podcast	Unterhaltung/Prominente	-0,42	0,14	<0,001
	Gesundheit/Wohlbefinden	0,24	0,06	0,033

Erläuterung: Darstellt werden nur solche Prädiktoren, die in die Regressionsgleichung aufgenommen wurden.

Frage 5 bezieht sich auf mögliche Einflüsse der Themenfelder, zu denen sich Psychologinnen und Psychologen in den Medien äußern, auf das Image der Psychologie insgesamt. Dabei wurden die beiden Imagedimensionen »Wissenschaftlichkeit« und »Nützlichkeit« unterschieden. Für beide Dimensionen ergaben sich sehr positive Mittelwerte, wobei die Imagedimension »Wissenschaftlichkeit« auf der fünfstufigen Skala (1= »stimme überhaupt nicht zu« bis 5 = »stimme voll und ganz zu«) positiver ausgeprägt war als die Dimension »Nützlichkeit« ($M = 4,55$, $SD = 0,53$ bzw. $M = 4,01$, $SD = 0,65$,

$t(145) = 10,95$, $p < 0,001$). Zur Berechnung des Einflusses der Themenfelder, zu denen sich Psychologinnen und Psychologen in den Medien äußerten, wurden erneut für jedes Medium getrennt zwei Regressionsanalysen (stepwise) berechnet. Als Prädiktoren dienten die wahrgenommene Präsenz von Psychologinnen und Psychologen bezogen auf die 15 Themenfelder und als Kriterium nacheinander die wahrgenommene Wissenschaftlichkeit sowie die wahrgenommene Nützlichkeit der Psychologie. Bezogen auf die Imagedimension der Wissenschaftlichkeit konnten keine Effekte des Auftretens von

Tabelle 4.

Ergebnisse von Regressionsanalysen zur Vorhersage des Images der Psychologie sowie eines verstärkten Interesses an Äußerungen von Psychologinnen und Psychologinnen in den Medien über die wahrgenommene Häufigkeit ihres Auftretens in verschiedenen Medien

Medium	In die Regressionsgleichung aufgenommene Variablen	Standardisiertes Beta	Änderung in R^2	p
Kriterium: Image der Psychologie – Wissenschaftlichkeit				
TV	-	-	-	-
Print	-	-	-	-
Radio	-	-	-	-
Soziale Medien	-	-	-	-
Podcast	-	-	-	-
Kriterium: Image der Psychologie – Nützlichkeit				
TV	Gesundheit/Wohlbefinden	0,38	0,14	<0,001
Print	Wirtschaft/Personal/Finanzen	0,29	0,81	0,013
Radio	Beratung	0,38	0,15	0,007
Soziale Medien	Bildung/Lernen	0,23	0,05	0,026
Podcast	Erziehung	0,46	0,12	<0,001
	Beratung	-0,48	0,12	<0,001
	Gesundheit/Wohlbefinden	0,29	0,06	0,017
Kriterium: Interessen an einer verstärkten Äußerung von Psychologinnen und Psychologen in den Medien				
TV	Justiz/Recht	0,23	0,06	0,016
Print	-	-	-	-
Radio	Beratung	0,49	0,13	0,014
	Gesundheit/Wohlbefinden	-0,55	0,11	0,014
	Kunst/Kultur	0,37	0,09	0,020
Soziale Medien	Beratung	0,25	0,06	0,018
Podcast	Psychotherapie	0,34	0,12	0,003

Erläuterung: Darstellt werden nur solche Prädiktoren, die in die Regressionsgleichung aufgenommen wurden.

Psychologinnen und Psychologen in den Medien belegt werden (Tab. 4). Bezogen auf die Imagedimension der Nützlichkeit zeigten sich fast ausschließlich positive Effekte. Dies galt je nach Medium für die Themenfelder Gesundheit/Wohlbefinden, Erziehung, Bildung/Lernen sowie Wirtschaft/Personal/Finanzen (Tab. 4). Darüber hinaus zeigte sich auch ein signifikant negativer Effekt bezogen auf Podcasts. Je häufiger Psychologinnen und Psychologen in Podcasts über das Thema Beratung sprachen, desto negativer wurde das Image der Psychologie als nützliche Wissenschaft eingestuft. Der gegenteilige Effekt ließ sich verzeichnen, wenn der Auftritt nicht im Podcast, sondern im Radio erfolgte.

Frage 6 bezieht sich auf den Einfluss des Auftretens von Psychologinnen und Psychologen auf das Interesse nach häufigeren Äußerungen von Psychologinnen und Psychologen in den Medien. Insgesamt betrachtet bewegte sich das Interesse auf einem mittleren Niveau der fünfstufigen Skala ($M = 2,86$, $SD = 0,74$). Die Analysen erfolgten analog zu den vorherigen Fragen. Diesmal wurde als Kriterium der Regressionsanalysen jedoch das Interesse an häufigeren Äußerungen von Psychologinnen und Psychologen in den Medien eingesetzt. Im Ergebnis zeigten sich bei den meisten Medien positive Effekte (Tab. 4). Eine Ausnahme bildeten die Print-

medien, bei denen keine Effekte verzeichnet werden konnten. Das Interesse an einer häufigeren Äußerung von Psychologinnen und Psychologen in den Medien stieg an, wenn sie sich zu den Themen Beratung (Radio und soziale Medien), Kunst/Kultur (im Radio), Justiz/Recht (TV) oder Psychotherapie (Podcast) äußerten. Ein gegenteiliger Effekt ergab sich jedoch, wenn sich Psychologinnen und Psychologen im Radio häufiger zu den Themen Gesundheit/Wohlbefinden äußerten (Tab. 4).

Frage 7 beschäftigt sich mit dem möglichen Einfluss des Images von Psychologinnen und Psychologen auf das Image der Psychologie. Zur Beantwortung der Frage wurden erneut Regressionsanalysen berechnet. Als Prädiktoren dienten die einzelnen Imagedimensionen in Bezug auf jedes Medium, als Kriterium zum einen die wahrgenommene Wissenschaftlichkeit und zum anderen die wahrgenommene Nützlichkeit der Psychologie. Bezogen auf das Kriterium der Wissenschaftlichkeit, ließ sich für jedes Medium mindestens ein signifikant positiver Einfluss des Images von Psychologinnen und Psychologen nachweisen (Tab. 5). Je stärker Psychologinnen und Psychologen in den Medien selbst den Eindruck von Wissenschaftlichkeit, Fachkompetenz, Wärme und Glaubwürdigkeit vermittelten, desto stärker wurde auch das Image der Psychologie im Sinne

Tabelle 5.

Ergebnisse von Regressionsanalysen zur Vorhersage des Images der Psychologie sowie eines verstärkten Interesses an Äußerungen von Psychologinnen und Psychologinnen in den Medien über die Bewertung ihres Auftretens in den Medien

Medium	In die Regressionsgleichung aufgenommene Variablen	Standardisiertes Beta	Änderung in R^2	p
Kriterium: Image der Psychologie – Wissenschaftlichkeit				
TV	wissenschaftlich	0,27	0,07	0,006
Print	fachkompetent	0,26	0,07	0,027
Radio	warm	0,37	0,14	0,009
Soziale Medien	glaubwürdig	0,25	0,07	0,014
Podcast	warm	0,28	0,16	<0,001
	glaubwürdig	0,26	0,05	0,034
Kriterium: Image der Psychologie – Nützlichkeit				
TV	offen	0,20	0,04	0,041
Print	wissenschaftlich	0,29	0,08	0,011
Radio	warm	0,31	0,09	0,034
Soziale Medien	offen	0,41	0,17	<0,001
Podcast	hilfreich	0,34	0,11	0,004
Kriterium: Interessen an einer verstärkten Äußerung von Psychologinnen und Psychologen in den Medien				
TV	praktisch	0,23	0,06	0,016
Print	hilfreich	0,32	0,08	0,017
	warm	-0,45	0,09	0,007
	praktisch	0,34	0,09	0,005
Radio	hilfreich	0,34	0,12	0,018
	wissenschaftlich	-0,58	0,20	<0,001
Soziale Medien	wissenschaftlich	0,27	0,07	0,011
Podcast	vertrauenswürdig	0,30	0,09	0,009

Erläuterung: Darstellt werden nur solche Prädiktoren, die in die Regressionsgleichung aufgenommen wurden.

einer höheren Wissenschaftlichkeit beeinflusst. Bezogen auf die wahrgenommene Nützlichkeit der Psychologie finden sich ähnliche Ergebnisse. Je wissenschaftlicher, offener, wärmer und hilfreicher Psychologinnen und Psychologen in den Medien wahrgenommen wurden, desto nützlicher erschien die Psychologie insgesamt.

Zu guter Letzt wurde auch *Frage 8* (»Inwieweit nimmt das Image von Psychologinnen und Psychologen, das mit ihrem Auftritt in Medien einhergeht, Einfluss auf das Interesse von Menschen an einem verstärkten Auftreten von Psychologinnen und Psychologen in den Medien?«) mit Hilfe mehrerer Regressionsanalysen untersucht. Im Ergebnis zeigten sich sowohl positive als auch negative Effekte, wobei die positiven Effekte zahlreicher waren (Tab. 5): Je praktischer (TV, Print), hilfreicher (Print, Radio), wissenschaftlicher (soziale Medien) und vertrauenswürdiger (Podcast) Psychologinnen und Psychologen in den Medien wahrgenommen wurden, desto größer war das Interesse daran, sie auch in Zukunft häufiger in Medien zu hören. Entgegengesetzt verhielt es sich, wenn Psychologinnen und Psychologen in Printmedien als besonders warm und im Radio als besonders wissenschaftlich erlebt wurden.

Diskussion

Psychologinnen und Psychologen werden in den verschiedenen Medien insgesamt betrachtet *nur selten wahrgenommen* – ca. einmal pro Jahr. Unterschiede zwischen verschiedenen Medien – häufiger in sozialen Medien und seltener im Radio – mögen auf die unterschiedliche Intensität der Nutzung der verschiedenen Medien zurückzuführen sein. Möglicherweise bewegen sich die befragten Personen häufiger auf Social-Media-Plattformen, als sie Radio hören. Die Wahrnehmung von Psychologinnen und Psychologen spiegelt dabei sicherlich nicht eins zu eins die tatsächliche Auftretenshäufigkeit wider. So könnte es beispielsweise sein, dass Psychologinnen und Psychologen in den Medien nicht immer als solche gekennzeichnet oder bisweilen sogar falsch – beispielsweise als Psychiaterinnen oder Psychiater – bezeichnet werden. Umgekehrt ist nicht auszuschließen, dass mitunter auch Personen als Psychologinnen oder Psychologen bezeichnet werden, die in Wirklichkeit nicht Psychologie studiert haben. Für die Frage, welches Image Psychologinnen und Psychologen in der Öffentlichkeit haben, ist dieser Punkt jedoch nachrangig. Das Image von Psychologinnen und Psychologen bzw. der Psychologie wird letztlich von den Personen geprägt, die in der Öffentlichkeit (ggf. fälschlicherweise) als Psychologinnen und Psychologen wahrgenommen werden.

Insgesamt betrachtet, bewegt sich das *Image von Psychologinnen und Psychologen* (leicht) im positiven Bereich. Bezogen auf einzelne Imagedimensionen fällt auf, dass Psychologinnen und Psychologen nicht sehr klar als »naturwissenschaftlich« wahrgenommen werden, obwohl das Selbstbild unseres Faches – etwa vor dem Hintergrund der quantitativen Forschungstradition oder bedingt durch den Aufstieg der Neuropsychologie – für

die meisten Absolventinnen und Absolventen sehr wohl naturwissenschaftlich geprägt sein dürfte. Allerdings ist unklar, was sich die Befragten unter Begriffen wie »naturwissenschaftlich« oder »wissenschaftlich« vorstellen. Dies könnte eine nachfolgende Studie analysieren. Noch mehr schmerzen dürfte, dass Psychologinnen und Psychologen auf der Imagedimension »praktisch« bei den meisten Medien (TV, Print, Radio) nur Werte um den mittleren Skalenpunkt herum erzielen.

Unsere Ergebnisse zum *Einfluss des Auftretens von Psychologinnen und Psychologen in den Medien auf ihr eigenes Image* zeigen, dass es sich hierbei um ein zweischneidiges Schwert handelt. Auf der einen Seite lässt sich durch ein Thema wie Gesundheit/Wohlbefinden in manchen Medien ein positives Image fördern, gleichzeitig gehen Äußerungen zum Thema Unterhaltung/Prominente mit einem negativen Image einher – vielleicht auch deshalb, weil Äußerungen zu diesem Thema eher Alltagsplausibilität oder Meinungen, nicht aber fundiertes Wissen widerspiegeln. Nicht jede Äußerung in den Medien trägt mithin zu einem positiven Image der Berufsgruppe bei.

Jenseits der Frage, ob Auftritte in Medien das Image von Psychologinnen und Psychologen beeinflussen, wurde untersucht, inwieweit sie das *Image der Psychologie als Disziplin* beeinflussen. Hier zeigte sich ebenfalls ein geteiltes Ergebnis. Während die wahrgenommene Wissenschaftlichkeit der Psychologie durch Auftritte von Psychologinnen und Psychologen in den Medien in keiner Weise beeinflusst wird, ergeben sich im Hinblick auf die wahrgenommene Nützlichkeit der Psychologie zahlreiche positive Effekte. Wenn sich Psychologinnen und Psychologen zu klassischen Themen wie etwa Gesundheit/Wohlbefinden, Erziehung, Bildung, Beratung oder Wirtschaft/Personal/Finanzen äußern, so fördert dies auch das Image der Psychologie als nützliche Disziplin – vielleicht deshalb, weil sich die Betroffenen in den Medien zu sehr praktischen Fragen äußern. Auch hier gilt jedoch, dass das Auftreten in Medien kein Selbstläufer ist. So zeigt sich beispielsweise bezogen auf Podcasts ein negativer Einfluss, wenn Psychologinnen und Psychologen über Beratungsthemen sprechen. Dies mag damit zusammenhängen, dass Beratung heute eng mit Coaching in Verbindung gebracht wird und es sich beim (Life-)Coaching um ein extrem breites Feld handelt, in dem sich nicht wenige Scharlatane tummeln (Kanning, 2023b). Dabei ist entscheidend, in welchem Medium Psychologinnen und Psychologen auftreten. Während sich bei Podcasts ein negativer Effekt verzeichnen lässt, findet sich bezogen auf das Radio ein positiver Effekt. Dies wiederum mag darauf zurückzuführen sein, dass Radiosender mit professionellen Journalistinnen und Journalisten arbeiten, während sich in Podcasts auch Personen ohne jeden Qualitätsanspruch ein Forum verschaffen können. Überdies zeigen die Ergebnisse, dass zwischen dem Image von Psychologinnen und Psychologen, die in den Medien wahrgenommen werden, und dem Image der Psychologie insgesamt durchaus Unterschiede bestehen. Die meisten Image-Facetten aus dem



Foto: privat

Prof. Dr. Uwe Peter Kanning ist Professor für Wirtschaftspsychologie an der Hochschule Osnabrück. Der Experte für Personal-diagnostik engagiert sich für den Einsatz evidenz-basierter Methoden in der Personalauswahl und im Personalmanagement und ist Autor und Herausgeber zahlreicher Fachbücher und Testverfahren. 2016 wurde Kanning zum »Professor des Jahres« (»UnikumBeruf«), 2025 unter die »40 führenden HR-Köpfe« (»Personal-magazin«) gewählt.



Foto: privat

Marieke Zink, B. Sc. Wirtschaftspsychologie, Hochschule Osnabrück. Derzeit Studentin im Masterstudiengang International Marketing & Psychology.

E marieke_z@yahoo.de

Kontakt

Prof. Dr. Uwe P. Kanning
Hochschule Osnabrück
Fakultät Wirtschafts- und Sozialwissenschaften
Caprivistraße 30a
49076 Osnabrück
E U.Kanning@hs-osnabrueck.de

persönlichen Bereich nehmen keinen Einfluss auf das Image der Psychologie insgesamt. Zudem liegt die Varianzaufklärung meist in einem überschaubaren Bereich (4 bis 34 %). Absolut gesehen bewegt sich das Image der Psychologie auf beiden Dimensionen – Wissenschaftlichkeit und Nützlichkeit – auf einem sehr hohen Niveau. Dies gilt insbesondere für die Imagedimension der Wissenschaftlichkeit.

Ein ebenfalls recht differenziertes Ergebnis zeigte sich bei der Frage, ob das Auftreten von Psychologinnen und Psychologen in den Medien dazu führt, dass man von ihnen in Zukunft mehr hören möchte. Das Image von Psychologinnen und Psychologen wirkt sich nicht durchgängig positiv auf diesen Wunsch aus. Hierin spiegeln sich möglicherweise unterschiedliche Erwartungen der Rezipierenden verschiedener Medien wider. Während beispielsweise ein wissenschaftliches Image der auftretenden Personen in sozialen Medien einen positiven Einfluss auf den Wunsch nach mehr Psychologie weckt, gilt für das Radio das Gegenteil. Viel Wärme wirkt sich in Printmedien negativ aus, während sie in anderen Medien gar keinen Einfluss hat. Die zukünftige Forschung muss zeigen, ob sich derartige Befunde stabil absichern lassen. Hieraus ließen sich dann ggf. Empfehlungen für das differenzierte Auftreten von Psychologinnen und Psychologen in verschiedenen Medien ableiten.

Die Interpretation der vorliegenden Ergebnisse sind durch folgende *Limitationen* eingeschränkt: Unsere Stichprobe ist nicht repräsentativ für die Rezipierenden

verschiedener Medien in Deutschland. Dies gilt insbesondere im Hinblick auf das hohe Bildungsniveau. Zukünftige Studien müssen zeigen, inwieweit Bildungseinflüsse in diesem Kontext eine Rolle spielen. Zukünftige Studien sollten zudem erfassen, wie häufig die Befragten die verschiedenen Medien insgesamt nutzen. Hierdurch wäre es möglich, den relativen Anteil des Auftretens von Psychologinnen und Psychologen in den jeweiligen Medien zu erfassen. So ließe sich beispielsweise klären, ob das häufigere Erscheinen in sozialen Medien allein darauf zurückzuführen ist, dass die Befragten das entsprechende Medium häufiger nutzen. Zudem sollte erfasst werden, wie sicher sich die Befragten sind, dass es sich bei den Personen um Psychologinnen bzw. Psychologen handelt.

Welches Fazit lässt sich trotz dieser Einschränkungen ziehen? Insgesamt betrachtet treten Psychologinnen und Psychologen nur selten als solche wahrnehmbar in den Medien in Erscheinung. Dies ist ebenso erstaunlich wie bedauerlich. Zwar ist die Vielfalt der Themenfelder, mit denen sie sich in den Medien beschäftigen, erfreulich groß, aber selbst bei den beiden größten Anwendungsfeldern der Psychologie bewegt sich die Wahrnehmung auf einem eher niedrigen Niveau. Dieser Umstand ist nicht nur deshalb unbefriedigend, weil er unseren kollektiven Selbstwert bedroht, sondern weil hierdurch wichtige Erkenntnisse, die Menschen in ihrem Leben weiterhelfen würden und unsere Gesellschaft optimieren könnten, zu wenig genutzt werden. Hier gibt es noch viel zu tun.

ZUSAMMENFASSUNG

Im Rahmen einer Online-Studie wird untersucht, wie häufig Psychologinnen und Psychologen in verschiedenen Medien (TV, Radio, Print, soziale Medien, Podcasts) auftreten, zu welchen Themen sie sich äußern, welches Image sie dabei verbreiten und wie sich dies auf das Image der Psychologie insgesamt sowie auf den Wunsch nach mehr Präsenz von Psychologinnen und Psychologen in den Medien auswirkt. Die zentralen Ergebnisse zeigen, dass Psychologinnen und Psychologen vergleichsweise selten in den Medien als solche wahrgenommen werden. Das Image von Psychologinnen und Psychologen bewegt sich in einem positiven Bereich. Das Image der Psychologie als Disziplin ist sehr positiv. Dabei kann das Auftreten von Psychologinnen und Psychologen in den Medien das Image positiv beeinflussen, vereinzelt lassen sich aber auch negative Effekte belegen. Die Ergebnisse deuten darauf hin, dass in verschiedenen Medien ein unterschiedliches Auftreten von Vorteil sein könnte.

ABSTRACT

An online study is investigating how often psychologists appear in various media (TV, radio, print, social media, podcasts), what topics they comment on, what image they spread and how this affects the image of psychology as a whole and the desire for more presence of psychologists in the media. The central results show that psychologists are rarely perceived in the media. The image of psychologists is in a positive area. The image of psychology as a discipline is particularly positive. The appearance of psychologists in the media can have a positive influence on the image, but negative effects can also be proven. The results suggest that a different appearance in different media could be beneficial.

LITERATUR

- Bühner, M. (2022). Zur Lage der Psychologie. *Psychologische Rundschau*, 74, 1–20.
 Jiménez, P. & Raab, E. (1999). Das Berufsbild von Psychologen im Vergleich mit anderen Berufen. *Psychologische Rundschau*, 50, 26–32.
 Kanning, U. P. (2001). *Psychologie für die Praxis: Perspektiven einer nützlichen Forschung und Ausbildung*. Göttingen: Hogrefe.
 Kanning, U. P. (2014a). Zwischen Psychologie und Wirtschaft: Das Image der Wirtschaftspsychologie. *Wirtschaftspsychologie aktuell*, 1, 9–12.
 Kanning, U. P. (2014b). Über das Image der Psychologie. *Report Psychologie*, 1, 8–17.
 Kanning, U. P. (2023a). Science-Practice Gap – Welchen Nutzen können Metaanalysen für die Praxis der Personalauswahl haben und welchen Informationen sollten sie hierfür liefern? *Wirtschaftspsychologie*, 25(2), 131–140.

- Kanning, U. P. (2023b). *Wider alle Vernunft – Coaching und HR-Management auf Abwegen*. Lengerich: Pabst.
 Rietz, I., Kliche, T. & Wahl, S. (Hrsg.). (1999). *Das Image der Psychologie: Empirie und Perspektiven zur Fachentwicklung*. Lengerich: Pabst.
 Sander, D. M. (1998). Das Image der Diplom-Psychologinnen und Diplom-Psychologen in der Bundesrepublik. *Report Psychologie*, 23, 437–442.
 von Sydow, K. (2007). Das Image von Psychologen, Psychotherapeuten und Psychiatern in der Öffentlichkeit. *Psychotherapeut*, 52, 322–333.
 Wottawa, H. (2010). Image und Öffentlichkeitsarbeit. In U. P. Kanning, L. v. Rosenstiel und H. Schuler (Hrsg.), *Jenseits des Elfenbeinturms – Psychologie als nützliche Wissenschaft* (S. 299–312). Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht.

»Therapie sollte ein Safe Space sein«

Was Kultursensibilität in der Psychotherapie bedeutet

Foto: N. Lawrenson – Adobe Stock

Ein Gespräch mit Sema Akbunar, Leiterin der Interkulturellen Psychologischen Praxis in Berlin.

In Ihrer Praxis haben Sie einen interkulturellen Schwerpunkt. Was zeichnet kultur- und diskriminierungssensible Psychotherapie aus?

Optimalerweise wird in einer kultur- und diskriminierungssensiblen Psychotherapie ein gewisses Verständnis für Diskriminierungsformen mitgebracht. Diskriminierung ist ja nicht nur die direkte Ansprache aufgrund von optischen Merkmalen; sie kann auch strukturell oder institutionell sein. Es ist wichtig, dass man als Therapeut*in eine Sensibilität und ein Wissen darüber hat, damit Betroffene ihre Erfahrungen besprechen können.

Kultur, Ethnie oder Herkunft werden in der kultursensiblen Therapie auch nicht wegnoriert. Manchmal sagen Therapeut*innen: »Ich sehe gar keine Hautfarben« – in der Literatur spricht man von *Colorblindness* – oder: »Für mich sind alle Patient*innen gleich«. Das ist bestimmt ein gut gemeinter Ansatz und berufsethisch kann man sagen, ich behandle alle gleich von dem her, was ich anbiete. Aber nicht alle Patient*innen sind gleich. Dass man sich die Einflüsse der Kultur auf die Identität klarmacht, finde ich sehr wichtig. Wir brau-

chen ein ganzheitliches Verständnis zu der behandelnden Person.

Auch unsere eigenen kulturellen Erfahrungen, die wir mitbringen, beeinflussen unseren Blick auf die Welt. Auch innerhalb Deutschlands: Ich komme z. B. aus dem Ruhrgebiet und habe einen Kulturschock erlebt, als ich nach Berlin gezogen bin. Dafür versuche ich auch in meinen Seminaren zu sensibilisieren: Wie bin ich eigentlich aufgewachsen? Mit wem bin ich zur Schule gegangen? Wie sahen meine Lehrer*innen aus? Was haben mir meine Eltern über die Welt vermittelt? Daraus entwickeln Menschen allgemein und auch wir als Therapeut*innen eine gewisse Norm, wie Dinge zu sein hätten. Man sollte sich als Therapeutin aber unbedingt davon lösen, dass es »die eine richtige« Kultur oder Lebensweise gibt. Es gibt so viele! Dadurch, wie wir aufgewachsen sind, können wir auch Stereotype internalisieren. Die haben wir im Übrigen alle! Wir sind alle rassistisch sozialisiert. Das ist erstmal ein Fakt, ohne dass wir Rassist*innen wären. Aber diese internalisierten Stereotype können Vorurteile im Kopf verankern, die ich als Therapeut*in aufdecken und aufarbeiten sollte.

Noch kein Mitglied der Sektion VPP?

Dann einfach eine E-Mail mit Beitrittswunsch und Mitgliedsnummer senden. Bitte die Regelungen zu Primär- und Sekundärsektion sowie den Sektionsbeitrag beachten.

NEU: Studierende und PiA sind – unabhängig von der Primärmitgliedschaft – vom VPP-Sektionsbeitrag befreit.

E info@vpp.org
Informationen unter:
www.vpp.org/cms/service/vorteile-mitgliedschaft

Das klingt so, als sei Selbsterfahrung an der Stelle ganz wichtig.

Genau. Ich leite Selbsterfahrung für angehende Psychotherapeut*innen und lasse den Aspekt auch immer mit einfließen. Gerade am Anfang, wenn es um das therapeutische Ich und die Biografie geht, frage ich ganz oft: Wie bin ich eigentlich sozialisiert? Bei schwarzen Therapeut*innen oder Therapeut*innen of Colour schauen wir: Ist meine Diversität ein Thema? Tatsächlich ist es sehr oft Thema, wenn jemand eine Diversität mitbringt. Die anderen Therapeut*innen, die das hören, entwickeln fast schon ein Schuld- oder Schamgefühl, weil sie sagen: »Ich merke gerade, ich habe nie etwas damit zu tun gehabt.« Dafür sollte man sich nicht schuldig fühlen. Ich kann ja nichts dafür, wie ich aufgewachsen bin. Aber ich kann mich damit auseinandersetzen! Das wäre dann auch kultursensibel: Sich damit auseinanderzusetzen und sich darüber bewusstzuwerden, welche Diskriminierungsformen existieren, und keinem, der etwas in die Richtung erzählt, die Erfahrungen absprechen. Das höre ich von Patient*innen, die vorher eine Therapie abgebrochen haben und dann zu uns in die Praxis kommen, leider immer wieder.

Welchen Erfahrungen machen Patient*innen im Behandlungssystem?

Leider sehr schlechte... Natürlich nicht alle. Die mit guten Erfahrungen bleiben ja da, wo sie sind und sich gut fühlen. Aber die mit den schlechten Erfahrungen kommen oft zu uns, weil unser Label »Interkulturelle Psychotherapie« ihnen den Zugang erleichtert. Ganz viele sagen: »Ich hatte den Eindruck, meine Therapeutin glaubt mir nicht« und manche hören auch: »Das kann doch nicht so schlimm gewesen sein!« Ich denke mir jedes Mal, ich will das eigentlich nicht glauben, aber es ist die Realität. Ich höre das in der Praxis sehr oft und auch die neueste Studie von NaDiRa bestätigt dies. Wir haben viele BIPoC (*Black People, Indigenous People and People of Colour*) und auch schwarze Aktivist*innen, die zu uns in die Praxis kommen, die sich des Themas sehr bewusst sind und besondere Antennen haben, wenn Therapeut*innen ihnen nicht glauben oder Erfahrungen absprechen. Was ich noch schwieriger finde, ist, wenn sich diskriminierende und rassistische Erfahrungen in der Therapie wiederholen und Patient*innen z. B. kontextunabhängig ausgefragt werden. Was Patient*innen viel erzählen, ist das sogenannte *Othering*: »Wie ist denn das bei euch so?« Die Patient*innen haben dann das Gefühl, ganz anders zu sein als die Therapeut*in. Dabei sind wir zwar häufig anders als unsere Patient*innen, und dennoch gibt es ein »Wir« in der therapeutischen Beziehung. Die therapeutische Beziehung geht durch das »Ihr« und »Wir« verloren. Dadurch kann eine Blockade entstehen.

Natürlich soll keiner Person das Thema aufgezwungen werden, wenn das Thema Diskriminierung nicht ihr Anliegen ist, aber man kann es offen anbieten: »Ich bin sensibel für das Thema Diskriminierung und Rassismus, weil wir in einer Gesellschaft leben, in der das passieren kann. Und wenn Sie da belastende Erfahrung

gemacht haben, die Sie besprechen möchten, bin ich offen dafür.« Das ist ein Angebot und das können Patient*innen annehmen. Ich habe viele Supervisor*innen, die das so ausprobieren und damit gute Erfahrungen machen. Die Patient*innen trauen sich häufig nicht, Erfahrungen anzusprechen, weil sie nicht wissen, ob Therapeut*innen eine Sensibilisierung dafür haben. Ich denke an eine junge Patientin, die viel rassistische Diskriminierung erlebt hat und für die das auch ein Thema war. Sie hat zwei Jahre lang in der Therapie nicht über das Thema Rassismus gesprochen, weil sie Angst hatte, dass ihr nicht geglaubt wird oder die Therapeutin sie nicht versteht und denkt, sie würde übertreiben. Das ist dramatisch, weil das eine verlorene Beziehungsmöglichkeit ist.

Was kann ich tun, damit mein Therapieraum ein Safe Space wird?

Es hilft, Wissen aufbauen, z. B. in Form von Seminaren oder Büchern. Es gibt auch tolle Podcasts oder informative Accounts bei Instagram. Man kann auch über verschiedene Kulturen lesen und seinen Horizont erweitern. Wichtig ist, die Patient*innen nicht als Informationsquelle zu nutzen; das Wissen sollte ich mir selbst aneignen, kontextabhängig kann ich meinen Patient*innen auch inhaltlich zu ihrem Background Fragen stellen.

Sie müssen mit Schwierigkeiten auch nicht allein bleiben und können Supervision oder Intervision zum Austausch nutzen. Ein ärztlicher Kollege mit vielen Jahren Berufserfahrung ist jetzt mit seiner Praxis in Berlin-Neukölln. Das ist ein Bezirk, in dem viele türkisch- und arabischsprachige Menschen wohnen. Er sagt: »Ich habe den Standort gewechselt und habe auf einmal eine Barriere. Ich komme mit meinen Patient*innen nicht mehr klar. Ich möchte, das aber gerne ändern!« Das ist so wertvoll, dass er dafür Supervision bei mir in Anspruch nimmt. Wir machen das ja auch bei anderen Themen, bei denen wir merken, wir kommen an unsere Grenzen.

Es ist sehr wichtig, das eigene Verhalten zu reflektieren. Was Patient*innen erzählen, ist z. B., dass sie geduzt werden und sich dann denken: »Das stört mich zwar nicht... aber macht er das bei den anderen auch?« Manche Patient*innen haben auch das Gefühl, das Gegenüber mustere sie. Sie fühlen sich oft viel mehr beobachtet. Das sind so unmessbare Dinge, aber weil wir das in der Masse hören, greife ich das auch in meinen Seminaren auf. Ein sehr plakatives Beispiel: Ein schwarzer Mann hat berichtet, dass er bei einem Therapeuten in die Praxis reinkam und dieser ihn begrüßt hat mit: »Hey yo! Schön, dass Sie da sind!« Der Patient hat den Therapeuten dann gefragt: »Warum sagen Sie jetzt ‚Hey yo‘ zu mir? Sagen Sie das zu dem Patienten davor auch? Oder denken Sie, dass jeder schwarze Mann irgendwie ein Rapper ist?« Das sind so Momente, die einem wahrscheinlich unbewusst rausrutschen und die viel über den Therapeuten in dem Moment zeigen können.

Ich finde es sehr wichtig, sich damit auseinanderzusetzen und sich auch mal als Therapeut*in zu fragen: Wie sieht eigentlich meine Patient*innenliste aus? Wie divers ist die? Warum habe ich bestimmte Menschen nicht in Therapie? Grenze ich selbst jemanden aus? Habe ich Ängste oder Unsicherheiten? Ich frage das auch in meinen Seminaren: Was habt ihr für Patient*innen? Gibt es Menschen, die sehr religiös sind? Habt ihr Menschen mit Behinderungen in der Therapie? Haben die euch einfach nicht gefunden oder habt ihr die vielleicht nicht zurückgerufen? Ich hatte mal eine Kollegin im Seminar, die meinte, wenn der Name schon so kompliziert ist und sie nicht weiß, wie er ausgesprochen wird, will sie auch nicht anrufen, aus der Sorge heraus, sie sage den Namen falsch.

Ist die Angst, etwas falsch zu machen, häufiger ein Thema?

Ja, oder auch die Sorge: »Ich bin vielleicht gar nicht die Richtige dafür, weil ich selbst keinen anderen Background habe«. Das höre ich v. a. bei Psychotherapeut*innen in Ausbildung. Oder sie kommen in Supervision und sagen: »Ich bin zu dir gekommen, weil ich glaube, allein kann ich das nicht.« Ich glaube schon, dass das viel mit Unsicherheiten und Ängsten zu tun hat. Manche sagen auch: »Ich habe Angst, etwas falsch zu fragen, deswegen frage ich danach lieber gar nicht«, »Ich könnte ins Fettnäpfchen treten« oder »Ich möchte nichts reproduzieren«. Ich versuche dann, ihnen die Unsicherheit zu nehmen. Nichts zu fragen, kann auch etwas reproduzieren.

Wie bei der Patientin, die sich nicht traut, von ihren Erfahrungen zu erzählen...

Genau. Was total schade ist, weil wir als Therapeut*innen in Offenheit und Empathie geschult werden. Wir brauchen auch mehr Schulung in Kultur- und Diskriminierungssensibilität. Ich bin bei einem Institut, da ist »Interkulturalität in der Psychotherapie« ein Wahlfach. Ich würde mir wünschen, dass es ein Pflichtfach ist. Nur weil ich einen anderen Background als den weißen, deutschen Background habe, heißt das nicht, dass ich besser bin in dem Bereich oder sensibler. Nur türkisch sozialisiert zu sein, reicht nicht als Therapeut*in, um kultursensibel zu arbeiten. Auch ich muss mich schulen und mir Dinge bewusst machen. Ich würde mir wünschen, dass sich auch weiße Therapeut*innen mehr trauen. Sie können das genauso gut, wenn sie sich öffnen und weiterbilden.

Jetzt grade ist z. B. Ramadan (Anm. d. Red.: zum Zeitpunkt des Interviews). Ganz viele Menschen in Deutschland sind damit beschäftigt. Wenn ich weiß, ich habe eine muslimische Patientin, und wenn sie offensichtlich ein Kopftuch trägt, könnte es sein, dass sie fastet. Dann ist es gut, etwas darüber zu wissen, z. B. dass man dann vor Sonnenuntergang nicht trinkt und isst. Was dann ganz oft von Therapeut*innen kommt, ist: »Nicht zu trinken, ist doch nicht gesund.« Das kann sein, aber die Äußerung kommt überheblich und unsensibel rüber. Die Person kann selbst entscheiden, wie gesund oder

ungesund das ist. Aber es hat eine andere Bedeutung für den Menschen, wenn er sich dafür entscheidet. Wir haben hier bei uns in der Praxis auch einen interkulturellen Kalender hängen und kriegen dadurch mit, wann z. B. auch andere Feiertage sind. Ich muss Patient*innen nicht darauf reduzieren und das direkt ansprechen, aber ich habe es zumindest im Hinterkopf. Orthodox-christliche Menschen feiern Weihnachten zum Beispiel im Januar. Dann habe ich im Blick, dass ich nicht im Dezember schöne Feiertage wünsche. Das musste ich auch erst lernen. Da eine Offenheit zu behalten, finde ich hilfreich.

Was würden Sie sagen, wie kultursensibel ist die therapeutische Landschaft?

Ich bin tendenziell sehr positiv gestimmt, aber es muss auch noch viel passieren. Ich finde, in den letzten fünf Jahren ist das Thema viel sichtbarer geworden, obwohl es kein neues Thema ist – vor allem nicht in der Welt von Menschen, die Diskriminierung und Rassismus erfahren. Aber ich freue mich sehr darüber, dass es immer mehr Interesse erfährt. So ein Interview ist ein Beweis dafür, dass es immer mehr gehört und gesehen wird. Aber insgesamt sind es noch sehr wenige Praxen, die sich offiziell damit beschäftigen.

Ich glaube auch, wenn interkulturelle Psychotherapie schon im Studium ein Pflichtfach wäre, würde es wahrscheinlich mehr Menschen geben, die sich damit beschäftigen. Ich kann mich dafür entscheiden, mit Süchten zu arbeiten oder nicht. Dann kann ich das Seminar zu Süchten vielleicht auch skippen. Aber das Thema Rassismussensibilität und Diskriminierung aufgrund von Herkunft, Kultur, Sexualität oder Behinderung kann man nicht skippen. Weil wir mit Menschen arbeiten! Da finde ich es auch berufsethisch schwierig zu sagen: »Der stammt aus Nigeria, den nehme ich nicht«, wenn ich die Störung an sich behandeln könnte. NaDiRa hat in einer Studie gesehen, dass v. a. nigerianisch und türkisch-arabisch klingende Namen nicht zurückgerufen werden. Das finde ich traurig. Alle Menschen sollen Therapie bekommen. Solche Ausgrenzungserfahrungen kennen sie schon aus anderen Kontexten und Therapie sollte ein Safe Space sein.

Was möchten Sie psychotherapeutischen Kolleg*innen noch mit auf den Weg geben?

Ich würde mir wünschen, dass der Mut dazu da ist, sich dem Thema zu öffnen, weil es sehr wichtig ist. Es ist ethisch gesehen unsere Aufgabe, alle zusammen an dem Thema zu arbeiten. Offenheit haben und Ängste abbauen, sich fortbilden, sensibilisieren und vor allem die Machtverhältnisse, die ich mit Patient*innen habe, zu reflektieren. Das ist, glaube ich, eine gute Basis.

Das Gespräch führte Natalie Falkenberg.

Dies ist eine leicht abgeänderte Version eines Interviews, das am 30.05.2024 im Online-Magazin psyllife erschienen ist (<https://psyllife.de/magazin/ich-hatte-den-eindruck-meine-therapeutin-glaubt-mir-nicht>).

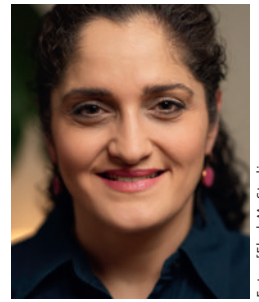


Foto: FlashWeStudio

Sema Akbunar ist Diplom-Psychologin, psychologische Psychotherapeutin, Supervisorin und Dozentin. Sie leitet die Interkulturelle Psychologische Praxis Berlin.

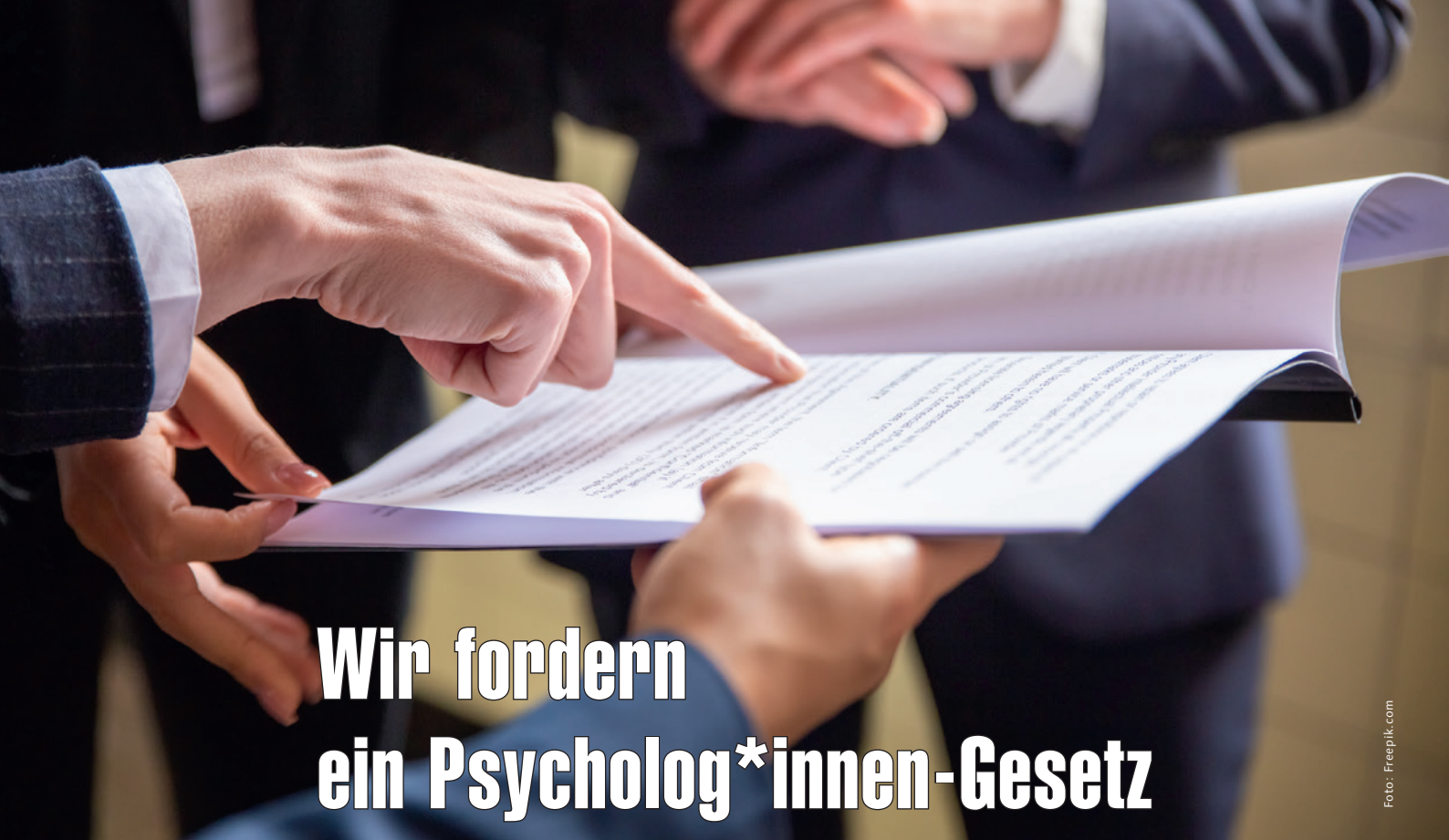


Foto: privat

Natalie Falkenberg ist Kinder- und Jugendlichen-psychotherapeutin, freiberufliche Redakteurin, u. a. für psyllife, und Autorin.

Diskussionsbedarf?

Wir interessieren uns für Ihre Meinung. Mitglieder können sich gerne an info@vpp.org wenden.



Wir fordern ein Psycholog*innen-Gesetz

Foto: Freepik.com

Anlässe der Überlegungen im BDP für ein weiteres Berufsgesetz bildeten die Entwicklungen der psychologischen Profile in den vergangenen 20 Jahren und die Novellierung des Psychotherapeutengesetzes 2019. Nach dem Diplom-Standard von 1987 folgten mehrere Rahmenordnungen und Empfehlungen zum Psychologiestudium, die psychologische Inhalte in geringerem Maße enthielten. Die Entwicklung nach Bologna erzeugte eine weitere Diversifizierung möglicher Berufsprofile und Anwendungskompetenzen sowohl in Deutschland als auch in Europa. Mit dem neuen Psychotherapeutengesetz ist eine Regulierung für einen Teil der Berufsgruppe entstanden, die für die anderen ebenfalls sensiblen Anwendungsfelder Fragen fachlicher und ethisch-rechtlicher Standards und damit auch des Verbraucherschutzes aufwirft.

Bei den weiteren psychologischen Fachgebieten wie Wirtschafts-, Sport- und Gesundheitspsychologie, Klinischer Psychologie oder bei Dienstleistungen wie Diagnostik, Beratung bzw. Coaching usw. ist für Verbraucher*innen die fachliche Expertise und Kompetenz oft schwer zu identifizieren.

Nur wer einen Diplom- oder Bachelor- und Masterstudiengang in Psychologie erfolgreich abgeschlossen hat, darf sich Psycholog*in nennen. Immer häufiger werben andere Anbieter*innen aber ebenfalls mit Bezeichnungen rund um den Begriff »psychologisch«. Eine unrechtmäßige Verwendung kann für Verbraucher*innen dramatische Folgen haben, wenn Fehldiagnosen oder falsche Behandlungen einen negativen Einfluss auf eine mögliche Genesung und die gesamte Lebenssituation von Betroffenen haben. Der BDP geht in bekannt gewordenen Einzelfällen juristisch gegen die unrechtmäßige Verwendung des Titels vor.

Für eine bundesweit geschützte Verwendung der Bezeichnung braucht es aber eine gesetzliche Regelung. Nur so können Verbraucher*innen geschützt werden und auf die Berufsbezeichnung Psycholog*in vertrauen.

Ein Psycholog*innen-Gesetz könnte dies regeln und Verbraucher*innen künftig vor »Scharlatanerie« und pseudopsychologischen Angeboten schützen. Aus diesem Grund beauftragte die Delegiertenkonferenz 2019 den Verbandsvorstand, ein Gesetz zur Berufsbezeichnung von Psycholog*innen als Entwurf vorzubereiten und dieses politisch einzufordern.

Expert*innenkommission erarbeitet grundlegenden Entwurf

Zur konzeptuellen Entwicklung eines Gesetzesvorschlages wurde eine Arbeitsgruppe eingerichtet, die aus Meltem Avci-Werning, Anja Kannegießer, Christoph Steinbach, Stefan Dutke und Jan Frederichs bestand und im dritten Jahr ihrer Tätigkeit durch Thordis Bethlehem und Fredi Lang verstärkt wurde.

Allerdings erwartete die Expert*innengruppe des BDP auf der Ebene der Bundesländer bei intensiven Regelungen und entsprechenden Verwaltungskosten hohe Widerstände gegen ein solches Gesetzesvorhaben. Daher waren zwar Register bzw. Kammern in der Überlegung, in der Diskussion ergab sich jedoch die Präferenz für ein Modell des geringeren Aufwands in Form einer »Selbstverantwortung in freiberuflicher Selbstorganisation«. Verfolgt wird der Ansatz eines »schlanken« Entwurfes, der für die Berufsangehörigen kaum Verwaltungsaufwand oder administrative Berufskontrolle vorsieht. Auch eine Bundes- oder Bundesländerverwaltung soll vermieden werden. Deshalb ist auch kein Register für Berufsangehörige vorgesehen. Gleichwohl



wird unter Hinweis auf die Bundesgesetzgebungskompetenz bezüglich der Wirtschaft und des Verbraucher*innenschutzes vorgeschlagen, den Beruf und seine Voraussetzungen bundesrechtlich zu regulieren. Eine Kontrolle fände bei Missbrauch über die Strafverfolgung und ggf. die Anrufung der Gerichte statt. Flankiert werden soll die eventuell angebrachte Verfolgbarkeit durch die Pflicht zur Transparenz über die Qualifikation (§ 6 Abs. 2).

Zum Gesetzentwurf gehören auch Änderungen bestehender Gesetze, z. B. werden ein strafprozessuales Zeugnisverweigerungsrecht, die steuerrechtliche Festigung des Status »freier Beruf« und Angleichungen im Sozialrecht vorgeschlagen.

Nach zahlreichen innerverbandlichen Diskussionen und ersten Gesprächen mit Vertreter*innen der Politik beschloss die Delegiertenkonferenz des BDP am 27. April 2024 den Entwurf und die Umsetzung des Auftrags nach einer Verständigung in der Föderation deutscher Psychologinnenvereinigungen.

Psycholog*innenschaft tritt gemeinsam für ein Berufsgesetz ein

Ein zentrales Anliegen bestand darin, mit einer Stimme zu sprechen und die Deutsche Gesellschaft für Psychologie (DGPs) von dem gemeinsamen Anliegen zu überzeugen. In der Folge begann zunächst auf der Ebene des Föderationsvorstands und anschließend in einer gemeinsamen Arbeitsgruppe eine Reihe von Gesprächen zum Vorhaben und zu dem vorgeschlagenen Standard im Hinblick auf Inhalte und Dauer. In der gemeinsamen Arbeitsgruppe waren Thordis Bethlehem, Jan Frederichs und Fredi Lang seitens des BDP, Jörn Sparfeldt, Cornelius König, Markus Bühner für die DGPs sowie Conny Antoni und Momme von Sydow für den Fakultätentag vertreten. Für eine breite Vorstellung des Ansatzes auf dem Fakultätentag am 20. Februar 2025 wurden vom BDP Erläuterungen und Antworten auf potenzielle Fragen und Missverständnisse im Entwurf erarbeitet und bereitgestellt.

Anschließend an die Konsultation wurden in einer Mini-Arbeitsgruppe aus Momme von Sydow und Fredi Lang die Wünsche und Vorstellungen aus der DGPs und dem BDP intensiv diskutiert, was in verschiedene Vorlagen für die Delegiertenkonferenz des BDP im Mai 2025 mündete. Unterschiede bestanden insbesondere in der Frage der Kulanzgrenzen bei den Grundlagenfächern und im Hinblick auf die Gesamtsumme an Psychologie, die für alle gefordert wird.

Integrativer Ansatz mit hoher Qualität, die weiter steigt

Das grundsätzliche Anliegen des Gesetzesentwurfes, das sich im vorgeschlagenen Gesetzestext niederschlägt, besteht in der Integration aller bisher von der DGPs und vom BDP anerkannten Abschlüsse. In den vergangenen 20 Jahren haben sich auf der Basis unterschiedlicher Empfehlungen kleinere Unterschiede in den Ab-

solvent*innenkohorten ergeben, die sich auch auf die Gestaltung von Studiengängen privater Hochschulen ausgewirkt haben. Der BDP hat auf diese Entwicklung mit integrativen Maßnahmen und Satzungsänderungen, z. B. zur Aufnahme von Fachhochschulabsolvent*innen und zu Profilen in der Schulpsychologie, reagiert.

Die Idee des Gesetzesvorschlags besteht nun darin, einen Schutz der Berufsbezeichnung auf der Basis eines gemeinsamen Kernprofils in Psychologie zu gewährleisten. Vor diesem Hintergrund wurde ein unverzichtbarer Kern definiert mit Methodenkompetenzen, Wissen und Kompetenzen in Grundlagen- und Anwendungsfächern, Praktika und wissenschaftlicher Thesis, der allen Profilen gemeinsam ist. Ein entsprechendes Profil wurde bereits vor zehn Jahren in den Berufsethischen Richtlinien formuliert und bildet die Grundlage für die Anerkennung und Aufnahme als Vollmitglied im BDP. In diesem Maßstab sind Kulanzgrenzen eingebaut, die aus Vorgaben der EU-Richtlinie 2005/36 zur Anerkennung von Berufsqualifikationen zwischen europäischen Staaten und der Rechtsprechung dazu resultieren. Als unterste Anerkennungsgrenze und damit quasi Mindestmaß weichen sie von den hohen Anforderungen in der verbindlichen Diplom-Rahmenprüfungsordnung bezüglich psychologischer Inhalte und Lernumfänge deutlich ab. Sie sind allerdings im Hinblick auf die Integration verschiedener Profile mit unterschiedlichem Zuschnitt rechtlich erforderlich sowie fachlich sinnvoll und dennoch gut begründbar, da sie noch über den Anforderungen der neuen Approbationsordnung für Psychotherapeut*innen liegen.

Zentrales Ziel: Schutz der Berufsangehörigen und Verbraucher*innen

Das Hauptziel des vorliegenden Entwurfs liegt in der Sicherung von Berufsrechten, insbesondere dem Führen der Berufsbezeichnung, und damit auch im Schutz der Verbraucher*innen schulpсихологischer, gesundheitspsychologischer, wirtschaftspsychologischer, gutachterlicher und anderer Dienstleistungen und alle weiteren außerhalb der heilkundlichen Psychotherapie.

Der Kern des Entwurfes zielt insofern darauf ab, einen Standard für das Führen der Berufsbezeichnung einzuführen, der von Politik und Gesellschaft angenommen wird. Dazu bedarf es einer schlanken, kostenarmen Regelung, die wenig Aufwand für Bundesländer und Bundesbehörden enthält, die den Zwecken genügt, ohne größeren Aufwand zu erzeugen, auch nicht für die Berufsangehörigen selbst.

Bei der Suche nach Lösungsmodellen entstand daher die Fokussierung auf zwei zentrale Elemente des Gesetzes: den Schutz der Berufsbezeichnung und damit auch den Verbraucherschutz in Verbindung mit geringer Bürokratie mittels der Selbstorganisation der Qualitätssicherung durch die Berufsgruppe. Hintergrund dieses Ansatzes ist die seit Jahrzehnten bestehende Beobachtung, dass unsere Berufsgruppe in der Regel mit Werbestrategien zurückhaltend ist und das aus Gerechtigkeitsempfin-



Fredi Lang ist Referatsleiter Fach- und Berufspolitik, Mitglied der BDP-Präsidiumskommission »Berufsethik«, Sprecher der »Föderativen Richtlinienkommission Ethik« der Föderation Deutscher Psychologinnenvereinigungen und deutscher Repräsentant im »Board of Ethics« des europäischen Dachverbands EFPA.

den auch von anderen Berufsangehörigen erwartet und verlangt. Insofern erscheint die Selbststeuerung durch den Einzelnen und als Korrektiv die Kontrolle durch die Berufsgruppe sowie durch Klient*innen als eine tragfähige Lösung.

Die Erfahrungen mit Werbung und Titelschutz im BDP der vergangenen 25 Jahre zeigen ein sehr geringes Maß an werblichen Übertreibungen und bei Studienabsolvent*innen keine erkennbaren Ambitionen, sich unrechtmäßig zu bezeichnen. Es wird sehr defensiv und passiv für die eigene Kompetenz geworben, und man vermeidet in der Wortwahl mit der Schere im Kopf alle denkbaren Risiken.

Da sich Hochstapelei auch mit Kammern und staatlichen Aufsichtsbehörden nicht gänzlich verhindern lässt, erscheint im Verhältnis zwischen Regelungserfordernis und Kontrollaufwand das Modell der freiwilligen Selbstkontrolle für unsere akademische Berufsgruppe sinnvoll und tragfähig. Allerdings wird es nicht einfach werden, einen solch innovativen Entwurf der Politik und Verwaltung als tragfähige Regelung zu verdeutlichen.

Das Gesetz soll eine transparente Veröffentlichung des akademischen Weges vorsehen, sodass alle Personen, die die in der Anlage dargestellten inhaltlichen Vorgaben nicht erfüllen, einfach abgemahnt bzw. mit einem raschen Gerichtsentscheid von weiterer Werbung mit der Berufsbezeichnung abgehalten werden können. Um hier Fairness und Sicherheit sowie Akzeptanz sowohl in der Berufsgruppe als auch in der Politik zu erzielen und zu sichern, wird im ersten Schritt der bisherige Standard aus den Berufsethischen Richtlinien (BER) weitergeführt. Nach einer Übergangszeit von fünf Jahren wird dann der alte fünfjährige Standard für alle wiederhergestellt.

Fairness für Studienanfänger*innen und Kolleg*innen aus anderen Ländern

Neben der Integration der bisherigen Profile gibt es eine integrative Regelung für aktuell Studierende und somit einen Übergang auf Basis der Regelungen in den aktuellen Berufsethischen Richtlinien in Verbindung mit europarechtlichen Kulanzregeln.

Die Rechtsprechung des Europäischen Gerichtshofes und die nachfolgenden Regelungen in der Richtlinie zur Anerkennung von Berufsqualifikationen wurden berücksichtigt. Dies insbesondere deshalb, weil ein Berufsgesetz immer auch die Anerkennung europäischer Profile enthalten muss und dort bezüglich der in der Richtlinie formulierten Grenzen zur Diskriminierung faire Regelungen vorgesehen sein müssen, um potenzielle Vertragsstrafen zu vermeiden.

Das in der Anlage des Gesetzes vorgeschlagene Modell mit einer höheren Summe in Psychologie als in den aktuellen BER wird erst fünf Jahre nach Verabschiedung rechtlich gültig für die Berufsbezeichnung. Dadurch werden Studierende und Hochschulen frühzeitig dar-

über informiert, ob der Studiengang zu Anerkennung im Beruf führt oder nicht. Unfaire Diskriminierung und böse Überraschungen werden so vermieden.

Auch für Absolvent*innen mit einem Berufstitel aus anderen Ländern enthält der Vorschlag eine innovative Regelung, die Verbraucherschutz und Fairness im Hinblick auf Berufstätigkeit verbindet. So enthält der Entwurf zusätzlich zur Berufsbezeichnung Psycholog*in auch eine Regelung für Berufsbezeichnungen aus dem Herkunftsland. Die rechtliche Vorgabe zur Titelführung beim akademischen Grad wird um eine Regel zur Berufsbezeichnung (*professional title*) erweitert, sodass die im Herkunftsland verwendete Berufsbezeichnung als ein Kompetenzmerkmal genutzt werden kann, das im Kulturkreis bekannt und eingeführt ist.

Die Berufsgruppe muss sich bei der Politik zu Wort melden

Der vorliegende Entwurf ist ein innovatives Strukturmodell für die Regulierung akademischer Berufe in sensiblen Bereichen. Es zielt auf eine moderne Form der Steuerung durch öffentliche und gesellschaftliche Aufmerksamkeit ab, die bürokratische Strukturen und aufwendige Prozesse der Kontrolle und Überwachung abzulösen vermag. Der Psycholog*innen-Beruf, der sich in vielfältige Bereiche weiter hineinentwickelt, benötigt einerseits Freiraum für die fachlichen Entwicklungen in neuen Anwendungsfeldern, andererseits aber auch gewissen Schutz für die beruflichen Tätigkeiten und für das Vertrauen der Klient*innen.

Es wird nun in den kommenden Jahren wesentlich sein, Politiker*innen und Entscheider*innen auf Bundes- und Landesebene von dem Vorhaben und dessen Notwendigkeit und Umsetzbarkeit zu überzeugen. Der BDP und die DGPs werden hierzu Kontakte zu Politiker*innen aufnehmen und Anforderungen vortragen. Auf der Website des BDP werden entsprechende Informationen zum Gesetzentwurf und zu seiner Notwendigkeit eingestellt. Im Hinblick auf den Fortgang und weitere Aktivitäten wird im »report psychologie«, auf der Website und im Newsletter kontinuierlich informiert. Sofern Kontakte in die Politik bestehen, die für dieses Anliegen nutzbar sind, freut sich das Referat Fach- und Berufspolitik über Ihren Anruf bzw. Ihre Mail. Für die Gespräche mit den Ministerien und die politische Arbeit stehen die Vorstände des BDP und der DGPs in den Startlöchern; die politische Arbeit beginnt erst, muss in Gang gebracht und verstärkt werden. Da das Vorhaben keine größeren Kosten erzeugt, könnten die Chancen für eine Umsetzung unter der Maßgabe, dass die Politik von der Notwendigkeit einer Regelung überzeugt wird, recht gut ausfallen. Schließlich ist der Schutz der Verbraucher*innen vor ungenügender psychologischer Dienstleistung bzw. das Heben des Nutzens guter psychologischer Dienstleistung schon im Hinblick auf Bildungs- und Gesundheitschancen eine lohnenswerte gesellschaftliche Aufgabenstellung.

Fredi Lang, Jan Frederichs



Jan Frederichs ist Syndikusrechtsanwalt und Justiziar des BDP, berät hauptsächlich die Mitglieder zu berufsrechtlichen Fragen und unterstützt den Verband in diversen Gremien und Angelegenheiten.



Vorschriften und Pflichten

Qualitätsmanagement, Dokumentation und Aufbewahrung in der psychologischen Praxis

Foto: Vitaly Gariy – unsplash.com

Auch bei den Themen Qualitätsmanagement und Dokumentation zeigt sich ein gravierender Unterschied zwischen einer psychologischen und einer psychotherapeutischen (Kassen-)Praxis: Während es in der nicht klinisch arbeitenden Psychologie-Praxis zwar auch Vorschriften für die Dokumentation von Beratungssitzungen und die Aufbewahrung von Klient*innenakten gibt, sind diese sehr viel weniger streng als in der psychotherapeutischen Praxis – vor allem bei Vorhandensein einer Kassenzulassung. Denn Psychotherapeut*innen müssen sich am Qualitätsmanagement orientieren.

Qualitätsmanagement

Kaum jemand liebt es, und trotzdem kommt das Qualitätsmanagement (QM) auf viele Inhaber*innen einer psychotherapeutischen Praxis zu. Für alle kassenzugelassenen Psychotherapeut*innen, die in der Regelversorgung mit gesetzlichen Krankenkassen abrechnen, ist QM inzwischen verpflichtend. Seit Januar 2005 ist vom

Gesetzgeber vorgeschrieben, dass alle Praxisinhaber*innen mit KV-Zulassung (sowohl Ärzt*innen als auch Psychotherapeut*innen) ein sogenanntes praxisinternes Qualitätsmanagementsystem einführen und fortlaufend pflegen müssen. Für den medizinischen und psychotherapeutischen Bereich hat der Gemeinsame Bundesausschuss (G-BA) schon im Jahr 2005 Richtlinien für ein praxisinternes Qualitätsmanagement festgelegt. Danach muss jede ärztliche und psychotherapeutische Praxis innerhalb von drei Jahren nach Gründung ein QM-System implementieren. In der Richtlinie zur Einrichtung eines Qualitätsmanagementsystems des Gemeinsamen Bundesausschusses vom 17. Dezember 2015 heißt es dazu:

»Die Kassenärztlichen Vereinigungen fordern mindestens 2,5 % zufällig ausgewählte Vertragsärztinnen und Vertragsärzte zu einer schriftlichen Darlegung des erreichten Umsetzungsstandes des einrichtungswirtschaftlichen Qualitätsmanagements ihrer Praxis auf.« (S. 9)

Dabei geht es z. B. im Bereich der Patient*innenversorgung um die Ausrichtung der Versorgung an fachlichen Standards und Leitlinien, aber auch um die Strukturierung von Behandlungsabläufen sowie um die Orientierung, Mitwirkung und Sicherheit von Patient*innen. Es handelt sich bei QM um verschiedene organisierte Maßnahmen, die die Verbesserung von Prozessen oder Leistungen zum Ziel haben. Dadurch soll ein qualitativ hochwertiges ärztliches und psychotherapeutisches Angebot für die Bevölkerung geschaffen werden.

Man kann sagen, dass QM-Systeme in der Psychotherapie umfassende Anleitungen und Instrumente sind, zur Führung und fortlaufenden Optimierung psychotherapeutischer Praxen oder Einrichtungen in Bezug auf deren Struktur-, Prozess- und Ergebnisqualität.

Im Einzelnen versteht man darunter:

1. Strukturqualität:

Die Strukturqualität bezieht sich auf Bereiche wie die Personalausstattung oder materielle Rahmenbedingungen des Therapiesettings. Darunter fallen z. B.:

- *fachliche Voraussetzungen:* Ausbildung der Praxisinhaber*innen und Mitarbeitenden, entsprechende Qualifikationsnachweise wie Approbation, Kassenzulassung etc.
- *Praxisvoraussetzungen/Therapierahmen:* räumliche und materielle Ausstattung, Lage, Betriebsablauf und Praxisorganisation, Kooperation, Erreichbarkeit etc.

2. Prozessqualität

Die Prozessqualität bezieht sich auf die Durchführungsbedingungen von Diagnostik und Therapie, gewissermaßen darauf, wie ein*e Patient*in durch die Psychotherapiepraxis läuft: von der telefonischen Kontaktaufnahme über Erstgespräch und Diagnostik bis zur Durchführung und Beendigung der Psychotherapie.

Relevante Aspekte sind dabei z. B. Supervision, theoretische Reflexion, Fort- und Weiterbildung, d. h. Bedingungen, die geeignet sind, eine hohe Qualität im Prozess der psychotherapeutischen Versorgung zu gewährleisten (vgl. z. B. §§ 15,16 Berufsordnung sowie Fortbildungsordnung der Psychotherapeutenkammer Berlin).

3. Ergebnisqualität

Die Ergebnisqualität beschreibt, inwieweit die Therapie die Erreichung der gewünschten Ziele ermöglicht oder dazu beigetragen hat. Im Bereich Evaluation bietet es sich an, auf Vorlagen bzw. Vorschläge der Kammern, der einzelnen Berufs- bzw. Fachverbände, einschlägige Fachliteratur oder auf selbst entwickelte Vorlagen zurückzugreifen.

Im Bereich Praxisführung/Mitarbeitende/Organisation sollen die Verantwortlichkeiten klar geregelt werden.

Das Praxismanagement soll ebenso optimiert werden wie die internen und externen Kommunikationsprozesse. Dazu werden Qualitätsziele festgelegt, umgesetzt und überprüft. Prozess-/Ablaufbeschreibungen und Durchführungsanleitungen werden erstellt. Außerdem soll es Patient*innenbefragungen, Beschwerde- und Notfallmanagement, u. v. a. geben, was alles umfassend dokumentiert wird. Alle, die vor dem 1. Januar 2006 eine Niederlassung hatten, müssten inzwischen ein sogenanntes »praxisinternes Qualitätsmanagementsystem« eingeführt haben. Trotzdem ist der Anteil der Praxen, die ein QM-System wirklich eingeführt haben, noch relativ gering. In der Musterberufsordnung der Bundespsychotherapeutenkammer heißt es dazu:

»§ 16 Qualitätssicherung

- (1) *Psychotherapeuten sind dafür verantwortlich, dass ihre Berufsausübung aktuellen Qualitätsanforderungen entspricht. Hierzu haben sie angemessene, qualitätssichernde Maßnahmen zu ergreifen.*
- (2) *Dies schließt gegebenenfalls entsprechende Maßnahmen für Mitarbeiter ein.*
- (3) *Psychotherapeuten müssen diese Maßnahmen gegenüber der Kammer nachweisen können.*«

In den Richtlinien des Gemeinsamen Bundesausschusses wurde zudem festgelegt, dass ein solches System fortlaufend aktualisiert bzw. korrigiert oder angepasst werden soll. Alle neu niedergelassenen Kolleg*innen haben ab dem Zeitpunkt der Niederlassung drei Jahre Zeit, sich mit den Fragen rund um QM vertraut zu machen, sich für ein System zu entscheiden und dieses praxisintern umzusetzen und dann kontinuierlich weiterzuentwickeln.

Dabei wird von folgenden Phasen der Umsetzung ausgegangen:

1. *Planung*
2. *Umsetzung*
3. *Überprüfung*

Daran schließt sich die Phase der fortlaufenden Weiterentwicklung des praxisinternen Qualitätsmanagements an. Mehr dazu unter: www.g-ba.de/richtlinien/87/.

In Qualität steckt für viele Kolleg*innen auch das Wort »Qual«. Und so kann man schon jetzt viele, die sich in einer psychotherapeutischen Praxis niederlassen wollen, stöhnen hören. Aber keine Sorge: Es ist nicht so schlimm, wie es sich anhört, und es wird nicht so heiß gegessen, wie es gekocht wird. Es ist nicht einfach, aber es ist handhabbar. Und wenn man QM ernst nimmt und nicht nur formal abhakt, lernt man, die eigene Praxis aus einem anderen Blickwinkel anzuschauen und angemessene Strukturen und Lösungen zu entwickeln. Außerdem gibt es inzwischen eine Vielzahl verschiedener QM-Systeme, die zum Teil für Psychotherapie-Praxen umgestrickt wurden. Die bekanntesten sind:

- *QEP – Qualität und Entwicklung in Praxis (KBV)*
www.kvhessen.de/qualitaetsmanagement/qep
- *KPQM – KV-Westfalen-Lippe*
www.kvwl.de/kpqm
- *EFQM: Basismodell von QM*
www.efqm.org/de/

Qualitätsmanagement ist für psychotherapeutische Privatpraxen und für den nicht klinischen Bereich derzeit nur empfohlen, also noch nicht verpflichtend. Natürlich sollte auch dort die Praxis hohen Qualitätsstandards entsprechen, und Inhaber*innen sollten qualitätssichernde Maßnahmen ergreifen.

Dokumentation und Aufbewahrung

Ein Unterpunkt zu dem Thema Qualitätsmanagement ist der Bereich Dokumentation und Aufbewahrung. Er trifft allerdings nicht nur für KV-Behandelnde zu, sondern auch für psychotherapeutische Privatpraxen und für Praxen im nicht-klinischen Bereich.

Für manche mag es banal klingen, aber es gibt immer wieder Verstöße gegen diese Grundregel: Psycholog*innen und Psychotherapeut*innen müssen ihre Arbeit dokumentieren. Die Dokumentationspflicht (§ 630f Bürgerliches Gesetzbuch) findet sich in allen Berufsordnungen (§ 10) ebenso wie in den Bundesmantelverträgen (§ 57).

Allerdings bewegt man sich mit der Dokumentation in einem Spannungsfeld: Einerseits müssen alle ihre Arbeit dokumentieren, andererseits ist der Datenschutz zu beachten. Somit ist von der Datenerhebung über die Verarbeitung, Speicherung der Patient*innen- oder Klient*innendaten und deren Weitergabe bis hin zur Löschung der bzw. die Praxisinhaber*n verantwortlich.

Die Dokumentation hat folgende Funktionen:

- Die Wichtigste ist die Informationsgrundlage im Behandlungsprozess.
- Außerdem wichtig ist Gewährleistung des Einsichtsrechts für Patient*innen.
- Die Dokumentation bietet Informationen für Nachbehandlungen.
- Zuletzt hat die Dokumentation Beweisfunktion (z. B. bei einer Wirtschaftlichkeits-/Plausibilitätsprüfung oder einem Gerichtsprozess).

Dokumentation konkret

Abhängig von Ihrer konkreten Arbeit ist es sinnvoll, ggf. folgende Bereiche zu dokumentieren:

- *Anfangsdiagnostik* (Anamnese, Diagnose, Tests): Im PT-Bereich notwendig für die Antragsstellung
- *Verlaufsdiagnostik* (Stundenprotokolle): Für die Erstellung von Verlängerungsberichten ist das unabdingbar. Dazu zählen Berichte zu
 - therapeutischen Maßnahmen, Verlauf, Ergebnis,

- therapeutischen »Anordnungen«: Hausaufgaben,
 - ggf. Zwischenfällen, Verweigerungen, Beschwerden und sonstigen Befunden
- Außerdem ist meist eine *Abschlussdiagnostik* ratsam.

Im KV-Bereich ist für gewöhnlich eine Abschlussmeldung bei der Krankenkasse nötig oder zumindest sinnvoll. Manche Kolleg*innen führen nach einem gewissen Zeitraum sogar eine Katamnese durch.

Aufbewahrungspflichten

Praxisinhaber*innen müssen die Daten so aufbewahren, dass Unbefugte keinen Zugang dazu haben. Das sollte z. B. in einem abschließbaren Schrank geschehen. (Ein Stahlschrank ist nicht zwingend, obgleich er natürlich in der Regel sicherer als ein Holzschrank ist.) Die Aufbewahrungspflicht betrifft auch alle elektronisch abgespeicherten Daten, die ebenfalls vor dem Zugriff Unbefugter geschützt werden müssen.

Es gibt bestimmte Zeiten, wie lange Daten aufbewahrt werden müssen:

- Bei objektiven Daten sind es in der Regel zehn Jahre nach Beendigung der Behandlung, im Einzelfall auch länger (z. B. aus therapeutischen Gründen bei bestimmten Krankheitsbildern oder auf Wunsch der Patient*innen).
- Danach ist eine Vernichtung datenschutzrechtlich geboten. Die Daten (auch die elektronischen) dürfen dann nicht mehr rekonstruierbar sein.

In der Musterberufsordnung der Bundespsychotherapeutenkammer (www.api.bptk.de/uploads/Muster_Berufsordnung_der_B_Pt_K_412a6bcb36.pdf) kann dies im Detail nachgelesen werden.

Besonders ist darauf zu achten, dass eine zeitnahe Dokumentation stattfindet, sodass die weitere Behandlung der Patient*innen erfolgen kann. Schon ein Zeitraum zwischen Behandlung und Dokumentation von mehreren Tagen kann bedenklich sein. Im Fall, dass eine Dokumentation erst Wochen oder gar Monate später stattgefunden hat, ist damit zu rechnen, dass eine Beweislastumkehr zugunsten der Patient*innen erfolgt. Das hieße, dass der bzw. die Psychotherapeut*in beweisen müsste, dass die Behandlung tatsächlich entsprechend der »verspäteten« Dokumentation erfolgt ist.

Werner Gross

Im 6. Teil der Serie »Gründung und Führung einer psychologischen Praxis« geht es um die Themen Steuern und Versicherungen.



Foto: privat

Werner Gross ist Psychologischer Psychotherapeut, in freier Praxis niedergelassen, führt seit vielen Jahren Praxisgründungsseminare für Psycholog*innen durch. Unter seinen diversen Buchveröffentlichungen ist auch das Buch »Erfolgreich selbstständig – Wie gründe und führe ich eine psychologische Praxis« (Springer).



Best.-Nr. 01 553 01
Test komplett
€ 1.879,00 (zzgl. USt.)

Volker Mall / Günter Esser / Ronald Schmid / Tamara Fuschlberger / Friedrich Voigt

MFED 1-4

Münchener Funktionelle Entwicklungsdiagnostik für das erste bis vierte Lebensjahr

Komplexversion
herausgegeben von Theodor-Hellbrügge-Stiftung

Einsatzbereich:

Die MFED 1-4 wird bei Kindern im Altersbereich zwischen 0;0 und 3;11 Jahren im Einzelsetting unter Beisein eines Elternteils durchgeführt. Einsatzgebiete sind kinderärztliche Praxen, Frühförderstellen, Kinderkliniken, Einrichtungen für pädiatrische Psychosomatik und Rehabilitation, sozialpädiatrische Zentren sowie Kinder- und Jugendpsychotherapeutische Praxen.

Das Verfahren:

Die Münchener Funktionelle Entwicklungsdiagnostik (MFED 1-4) Komplexversion ist ein mehrdimensionales entwicklungsdiagnostisches Verfahren zur umfassenden Beurteilung der kindlichen Entwicklung in den ersten vier Lebensjahren. Die MFED 1-4 ist die Nachfolgerin der „MFED für das erste Lebensjahr“ sowie der „MFED für das zweite und dritte Lebensjahr.“ Das Verfahren wurde im Vergleich zu den Vorgängerversionen systematisch neu bearbeitet und neu normiert. In der MFED 1-4 wird der Entwicklungsstand mit sieben neu konzipierten Skalen gemessen: Kognitive Entwicklung, Expressive Sprache, Sprachverständnis, Feinmotorische Entwicklung, Grobmotorische Entwicklung, Soziale Entwicklung und Selbständigkeit. Für alle sieben Skalen werden Summenwerte (Rohwerte) berechnet, um daraus die zugehörigen Normwerte sowie Altersäquivalente (Entwicklungsalter) zu bestimmen und in Entwicklungsprofilen darzustellen. Zudem wird mittels des Gesamtwertes der MFED 1-4 ein Maß für den Gesamtentwicklungsstand des Kindes bereitgestellt. Im Vergleich zu den Vorgängerversionen wurde der Materialsatz vollständig überarbeitet. Die Untersuchungs- und Auswertungsbögen sowie die Entwicklungsprofile der Vorgängerversionen können nicht weiterverwendet werden und werden durch ein neu entwickeltes Protokollheft für die MFED 1-4 ersetzt.

Bearbeitungsdauer:

Die Durchführungsdauer ist auf das Altersniveau und die damit zu erwartende Ausdauer des Kindes abgestimmt. Die Bearbeitung der für das Kind sehr abwechslungsreichen Aufgaben dauert im ersten Lebensjahr bis zu 30 Minuten, im zweiten Lebensjahr etwa 30 bis maximal 40 Minuten sowie im dritten und vierten Lebensjahr 40 bis 70 Minuten.

Verkehrspsychologische Evaluation eines Fahrsicherheitstrainings für Radfahrende



Foto: heybike – unsplash.com

Auch wenn das Wachstum sich momentan etwas verlangsamt hat (Follmer, 2025): Die letzten Jahre zeigten einen deutlichen Trend zum Radfahren – auch befeuert durch die breite Verfügbarkeit von Pedelecs und E-Bikes. Gleichzeitig hat sich die Zahl der bei Fahrradunfällen verunglückten oder verletzten Personen auf einem hohen Niveau eingependelt.

Bei einem erheblichen Teil der Unfälle mit Unfallpartnern ist die radfahrende Person Verursacher des Unfalls (Dambeck, 2023). Alleinunfälle, bei denen neben einer nicht optimalen Infrastruktur eine nicht situationsgerechte Beherrschung des Fahrzeugs ausschlaggebend war, spielen eine immer größere Rolle (Francke et al., 2024).

Um hier Abhilfe zu schaffen, bieten mehrere Anbieter wie der ADFC, der DVR oder auch der ADAC sogenannte Fahrsicherheitstrainings an, die Radfahrende dabei unterstützen sollen, ihre Fahrkompetenz zu verbessern.

Was bringen Fahrsicherheitstrainings?

Über den Nutzen solcher Programme für Radfahrende ist bisher wenig bekannt.

Die Studie SiFAR (Keppner et al., 2023) zeigte, dass Radfahrtrainings für Senior*innen die Anzahl der Fahrfehler im Vergleich zu einer Kontrollgruppe signifikant senken konnten. Allerdings wurden die Ergebnisse nicht im Realverkehr, sondern auf einem Trainingsparcours mit realitätsnahen Fahraufgaben ermittelt.

Fahrsicherheitstrainings im Kfz-Bereich sind nicht unumstritten, weil sie möglicherweise zu einer Überschätzung der Fahrkompetenz führen und Fahrende zu riskantem Verhalten ermutigen (z. B. Fastenmeier & Gstalter, 2000). Ob dieses Phänomen auch für Radfahrende zutrifft, ist bislang nicht erforscht.

Die hier vorgestellte Studie evaluiert Fahrsicherheitstrainings für Fahrräder und Pedelecs, die der ADFC Bayern anbietet. In diesem

vierstündigen Gruppentraining wurden konkrete Fahrsituationen wie Anfahren, Bremsen, Abbiegen, Kurvenfahren oder Schalten mit dem eigenen Rad geübt.

Zwei Monate nach dem Training erhielten die Teilnehmenden einen Online-Fragebogen zu u. a. den folgenden Fragen:

- *Motivation:* Warum hat die Person an dem Training teilgenommen?
- *Subjektive Sicherheit:* Hat sich das Sicherheitsgefühl beim Radfahren durch das Training geändert?
- *Fahrhäufigkeit:* Hat sich die Häufigkeit der Radnutzung seit dem Kurs verändert?
- *Kritische Fahrsituationen:* Sind die Teilnehmenden seit dem Kurs in kritische Fahrsituationen gekommen?

Da die Befragung erst acht Wochen nach dem Training stattfand, hatten die Teilnehmenden ausreichend Zeit, die Kursinhalte in ihrer Fahrpraxis zu erproben und zu reflektieren. Von 310 angeschriebenen Personen beantworteten 145 den Fragebogen.

Wer besucht Fahrsicherheitstrainings und warum?

Mehr als drei Viertel der Teilnehmenden sind Frauen. Auch wenn die Kurse sich nicht explizit an Senior*innen richten: Etwa 80 % der Teilnehmenden sind über 60 Jahre alt. Der Anteil der Personen, die mit Pedelec bzw. E-Bike unterwegs sind, beläuft sich auf rund 80 %.

Die Motive für die Anmeldung zu einem Fahrsicherheitstraining zeigt Tabelle 1.

Es zeigt sich, dass viele der Teilnehmenden ganz konkrete Fahrsituationen vor Augen hatten, die sie im Kurs üben wollten. Auf Nachfrage wurde am häufigsten *Kurvenfahren* genannt, gefolgt von *Bremstechniken* sowie *Anfahren und Anhalten*. Sturz- oder Unfallereignisse waren ebenfalls häufig genannte Gründe für die Teilnahme, ebenso wie die Anschaffung eines motorisierten Fahrrads.

Tabelle 1.

Was waren Ihre Gründe für die Teilnahme am Training bei uns? Bitte kreuzen Sie alle Antworten an, die für Sie zutreffen.

Motive: Gründe für die Kursteilnahme	Anzahl Zustimmungen
Bestimmte Fahrsituationen, die ich besser beherrschen möchte	100
Stürze und Unfälle kumuliert	54
Ich habe mir kürzlich ein E-Bike oder Pedelec gekauft.	53
Ich fühle mich allgemein beim Radfahren unsicher.	43
Ich bin mit dem Pedelec gestürzt.	31
Ich bin schon einige Jahre nicht mehr Rad gefahren.	19
Ich bin mit dem Fahrrad gestürzt.	9
Ich hatte einen Unfall oder Beinahe-Unfall mit dem Rad.	8
Ich habe das Training geschenkt bekommen.	7
Ich hatte einen Unfall oder Beinahe-Unfall mit dem Pedelec.	6
Ich will mir ein E-Bike oder Pedelec kaufen.	1

Erläuterung: Mehrfachantworten möglich, sortiert nach der Häufigkeit der Zustimmung zum jeweiligen Grund.

Starke Zunahme an subjektiver Sicherheit beim Radfahren

Ein fehlendes Gefühl von Sicherheit ist einer der wichtigsten Gründe, die Menschen davon abhalten, mit dem Rad zu fahren. Ein steigendes Gefühl von Sicherheit erhöht demnach den Anteil der Radfahrenden am Verkehrsaufkommen (Jacobson & Rutter, 2012).

Über 80 % der Teilnehmenden fühlten sich beim Radfahren zwei Monate nach dem Training sicherer oder sogar viel sicherer. Aus Sicht dieser Personen ist damit die Zielsetzung eines »Fahrsicherheitstrainings« vermutlich erreicht worden.

Fahrradnutzung – Häufigkeit und Verkehrsmittelwahl

Die Teilnehmenden der Fahrsicherheitstrainings fahren häufig Rad. Über die Hälfte von ihnen ist mehrmals pro Woche mit dem Rad unterwegs, 90 % mindestens mehrmals im Monat.

Bei einem guten Drittel der Teilnehmenden führte die Teilnahme dazu, dass sie jetzt noch häufiger mit dem Rad unterwegs sind als zuvor (s. Tab. 3).

Aus verkehrspolitischer Sicht leisten Fahrsicherheitstrainings wie die des AFDC Bayern einen wesentlichen Beitrag zur Realisierung

Tabelle 2.

Subjektive Sicherheit beim Radfahren.

Antwortmöglichkeit	Anzahl Zustimmungen
Ich fühle mich viel unsicherer.	1
Ich fühle mich unsicherer.	2
Ich fühle mich gleich sicher.	21
Ich fühle mich sicherer.	98
Ich fühle mich viel sicherer.	22

Erläuterung: Antworten auf die Frage: »Wir wollen wissen, wie sich Ihr subjektives Sicherheitsgefühl beim Radfahren durch den Kurs geändert hat.«

Tabelle 3.

Häufigkeit der Fahrradnutzung nach dem Training.

	Häufigkeit	Prozent
Gültig	Fahre viel seltener	1
	Fahre seltener	2
	Fahre gleich oft	91
	Fahre häufiger	44
	Fahre viel häufiger	6
Fehlende Werte	1	0,7 %
Gesamt	145	100,0 %

Erläuterung: Antworten auf die Frage: »Hat das Training einen Einfluss darauf, wie häufig Sie das E-Bike / Pedelec jetzt verwenden? Uns interessiert die Häufigkeit, nicht die Länge der Strecken, die Sie damit fahren.«

der angestrebten Mobilitätswende. In diesem Zusammenhang ist besonders erwähnenswert, dass über 40 % der Antwortenden das Fahrrad nun auch gelegentlich für Fahrten einsetzen, die sie zuvor nur mit anderen Verkehrsmitteln (z. B. Pkw) absolviert hatten (s. Tab. 4).

Tabelle 4.

Fahrradnutzung anstatt anderer Verkehrsmittel.

Gelegentlich wurde das Rad als Alternative für folgendes Verkehrsmittel verwendet:	n	%
Kfz	45	31,0 %
ÖPNV	24	16,6 %
Fußverkehr	17	11,7 %

Kompetenz-Erwerb: Neuigkeit, Grad der Umsetzung

Bei der Konzeption des Fahrsicherheitstrainings war es schwierig, einzuschätzen, welche der Inhalte möglicherweise schon bekannt waren und was für die Teilnehmenden tatsächlich neu sein würde.

Mit der in Abb. 1 gezeigten Item-Formulierung sollte einerseits die Neuheit einer Übung abgefragt, andererseits ermittelt werden, in welchem Umfang eine Person acht Wochen nach dem Training die jeweilige Fahrtechnik schon erfolgreich umsetzen würde.

Es zeigte sich, dass viele der vermittelten Fahrtechniken und Bewegungsmuster für eine unterschiedliche große Zahl der Teilnehmenden tatsächlich Neuland waren (s. Tab. 5). Selbst Fahrtechniken wie »Abbiegen mit Schulterblick und Handzeichen« wurden immerhin von fast einem Drittel der Teilnehmenden als »ganz oder in Teilen neu« erlebt.

Tabelle 5.

Übungsinhalte, die als ganz oder teilweise neu erlebt wurden.

War für mich ganz oder teilweise neu	n	Zustimmung in %
Sitzen	103	69 %
Kurvenfahren	102	68 %
Bremsen	86	57 %
Stehen	64	43 %
Aufsteigen und Anhalten	53	35 %
Schalten	49	33 %
Abbiegen mit Schulterblick und Handzeichen	43	29 %

8. Sicheres richtiges Aufsteigen, Losfahren und Anhalten
Schwerpunkte dieser Übung waren der Schulterblick vor dem Losfahren sowie der Hinweis, erst bei Stillstand abzusteigen.

Die im Kurs vermittelte Technik zu Aufsteigen, Losfahren und Anhalten

☐ war für mich nicht neu. Ich habe das schon immer so gemacht.

☐ war für mich nicht neu, aber ich hatte sie vergessen. Jetzt setze ich sie wieder ein.

☒ war für mich ganz oder in Teilen neu. Die Technik gelingt mir jetzt manchmal.

☐ war für mich ganz oder in Teilen neu. Die Technik gelingt mir jetzt meistens.

☐ war für mich ganz oder in Teilen neu. Die Technik gelingt mir jetzt immer oder fast immer.

☐ verwende ich nicht, weil

Abbildung 1: Abfrage der Dimensionen »Neuigkeit« und »Umsetzungsgrad«

Das Neulernen von Bewegungsabläufen erfordert Zeit. Daher wurde auf einer dreistufigen Skala gefragt, in welchem Umfang die Teilnehmenden die neu gelernten Inhalte jetzt schon umsetzen könnten (vgl. Abb. 2).

Bei allen sieben Fahrtechniken wurde am häufigsten die Antwortalternative »Die Technik gelingt mir jetzt meistens« ausgewählt. Ein vollständiges Beherrschen der modifizierten Bewegungsmuster wird zu diesem Zeitpunkt nur von etwa einem Viertel der Teilnehmenden erlebt.

Unfälle und Stürze

Es zeigte sich, dass immerhin 9 % der Antwortenden über Stürze oder Kollisionen mit anderen Verkehrsteilnehmenden berichteten, die sie in den zwei Monaten seit dem Training gehabt hatten.

Elf der Vorfälle wurden als »Sturz ohne Fremdbeteiligung« charakterisiert; dazu kamen jeweils eine Kollision mit einem Fußgänger, einem Radfahrer sowie einem Kfz. Ob Personen mehrere Sturzereignisse erlebten, wurde leider nicht erhoben.

Im zweiten Jahr der Studie wurde zusätzlich die Frage eingebaut, welche Folgen der Sturz oder Unfall für die Teilnehmenden hatte. Alle Personen, die von einem kritischen Ereignis berichteten, wählten hier die Option »keine weiteren Folgen«.

Eine weitere Analyse der Stürze war nicht möglich, da die Befragung anonym durchgeführt wurde und es keine Möglichkeit der Kontaktaufnahme zu den Teilnehmenden gab.

Ausblick

Auch wenn sich über 80 % der Teilnehmenden nach dem Training sicherer beim Radfahren fühlten und viele von ihnen jetzt sogar noch häufiger mit dem Rad fuhren, bleibt die Frage, warum trotzdem mehrere von ihnen beim Radfahren stürzten oder mit anderen Verkehrsteilnehmenden kollidierten.

Momentan kann nicht eingeschätzt werden, ob das Fahrsicherheitstraining überhaupt einen Einfluss auf die Sturzhäufigkeit hatte. Vielleicht existiert kein Zusammenhang zwischen dem Training und der Häufigkeit der Sturzereignisse. Möglicherweise wären die Teilnehmenden ohne das Training häufiger gestürzt. Nicht auszuschließen ist aber auch das Gegenteil: Teilnehmende könnten durch die neu gelernten, aber noch nicht vollständig automatisierten Bewegungsmuster erst in die kritischen Fahrsituationen gekommen sein.

Daten mit Sturzereignissen einer Kontrollgruppe ohne Fahrsicherheitstraining liegen nicht vor und sind bei einer Studie, die Fahrten im Realverkehr zum Gegenstand hat, auch schwierig zu bekommen. Aus diesem Grund empfiehlt der Autor der Studie, bei zukünftigen Untersuchungen neben der schriftlichen Online-Befragung auf jeden Fall auch Interviews mit den Teilnehmenden zu führen, um die Auswirkungen der Trainingsmaßnahme noch besser abschätzen und sie ggf. noch anpassen zu können.

Rigas Wendel



Foto: privat

Rigas Wendel ist Fachpsychologe für Verkehrspsychologie (BDP) und Ersatzdelegierter der Sektion »Verkehrspsychologie«. Für verschiedene Untergliederungen des ADFC evaluiert er Radfahrkurse für erwachsene Anfänger*innen sowie Fortgeschrittene. Seit Jahren bringt er ehrenamtlich erwachsenen Menschen das Radfahren bei.

Wie gut gelingen als »neu oder teilweise neu« erlebte Fahrtechniken nach zwei Monaten?

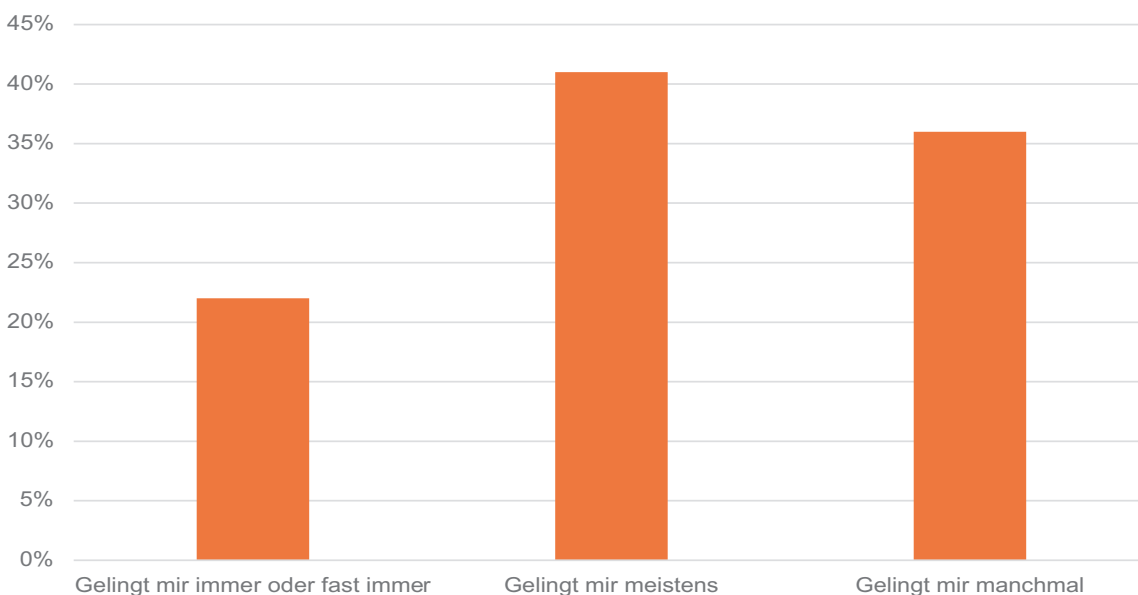


Abbildung 2: Selbsteinschätzung durch Kursteilnehmende zur Beherrschung von für sie neuen Fahrtechniken; Mittelwert über alle sieben Fahrtechniken

Literatur:
Die Literaturliste kann per E-Mail beim Verlag angefordert werden: i.bock@psychologenverlag.de



Wir trauern um Prof. Dr. Eberhard Ulich

Foto: Blake Cheek – Unsplash.com

Mit großer Betroffenheit nimmt die Sektion Wirtschaftspsychologie im BDP Abschied von Prof. Dr. Eberhard Ulich, der am 11. April 2025 im Alter von 95 Jahren verstorben ist.

Im BDP-Kontext ist Prof. Ulich insbesondere als Autor des BDP-Berichts 2008 »Psychische Gesundheit am Arbeitsplatz« in Erinnerung geblieben. Damit rückte er frühzeitig ein Thema ins Zentrum, das heute angesichts zunehmender psychischer Belastungen in der Arbeitswelt hohe politische und gesellschaftliche Relevanz besitzt.

Sein Ansatz war stets wissenschaftlich fundiert, dabei praxisnah und zukunftsgerichtet – ganz im Sinne der

berufsbezogenen Psychologie, wie sie der BDP vertritt.

Seine Arbeit steht exemplarisch für das, was die Berufspsychologie braucht: Forschung, die Brücken schlägt – zwischen Theorie und Praxis, zwischen Wissenschaft und gesellschaftlicher Verantwortung.

Wir verlieren mit ihm einen geschätzten Kollegen und danken ihm für seine wegweisenden Beiträge zur Förderung gesunder Arbeit.

Ludwig Androne
Vorsitzender der Sektion Wirtschaftspsychologie

Gewichtige berufs- und allgemeinpolitische Themen

Das war die DK 1/2025

Ein dichtes Programm in anderthalb Tagen – über Langeweile konnte sicherlich keine*r der Delegierten bei der Delegiertenkonferenz (DK) 1/2025 klagen. Es gab berufspolitisch schwergewichtige Themen wie den Entwurf eines Psycholog*innengesetzes und mögliche Konsequenzen aus einem Global-Psychology-Alliance-Dokument zum Zusammenhang zwischen politischen Strukturen und psychischer Gesundheit der Bürger*innen zu diskutieren, es wurde ein neues Kapitel in der Entwicklung der Psychologischen Hochschule Berlin aufgeschlagen, es wurden zwei neue Fachpsycholog*innen-Zertifikate beschlossen, und neben verschiedenen Anträgen zur Verbesserung und Vereinfachung von innerverbandlichen Verfahren wurde auch eine Resolution im aktuellen politischen Kontext des Roll-outs der elektronischen Patientenakte verabschiedet.

Schwierig stellte sich die Diskussion um die vorbereiteten Entwürfe für ein Psycholog*innengesetz dar. Nachdem der BDP bereits im vergangenen Jahr einen Entwurf für die weitere politische Arbeit bei der Umsetzung dieses Gesetzes beschlossen hatte, fanden in der zweiten Jahreshälfte 2024 und in der ersten Jahreshälfte 2025 intensive Gespräche zwischen den Vertreter*innen des BDP und der Deutschen Gesellschaft für Psychologie (DGPs) im Rahmen der Föderation der deutschen Psycholog*innenverbände statt, um neben den berufspolitischen Interessen und Perspektiven, die der BDP einbringt, auch die Interessen der Hochschulen und Institute in diesem Gesetzesentwurf zu berücksichtigen. Professor Conny Antoni vertrat die Position der Hochschulangehörigen sehr prägnant und deutlich, und am Ende stand ein Beschluss der Delegiertenkonferenz, mit dem die von der DGPs favorisierte höhere Anzahl von ECTS-Punkten als Grundlage des geforderten gesetzlichen Schutzes des Psycholog*innentitels festgelegt wurde. Mit dieser Grundlage wird der Gesetzesentwurf, eine Zustimmung des DGPs-Vorstands vorausgesetzt, nun in die politische Öffentlichkeit eingebracht werden. Hier wird es eines intensiven Einsatzes beider Verbände bedürfen, um diesem berufspolitisch besonders wichtigen Projekt zum Erfolg zu verhelfen.

Im Sinne eines klareren Profils der psychologischen Kompetenzen im Markt hatten die Kolleg*innen aus der Notfallpsychologie und der Gesundheitspsychologie zwei Zertifikate vorbereitet, die von der DK mit großer Mehrheit beschlossen wurden. In beiden Fällen geht es darum, die auf dem allgemeinen

Masterabschluss aufbauenden Zertifikate als Ausweis einer zusätzlichen Kompetenz in der Notfall- und in der Gesundheitspsychologie im politischen und im Marktumfeld zu etablieren. Entgegen den Befürchtungen mancher, v. a. jüngerer Kolleg*innen stellen die Zertifikate für Fachpsycholog*innen keine Abwertung des allgemeinen Masterabschlusses dar. Im medizinischen Bereich käme auch niemand auf die Idee, dass eine Facharztqualifikation die allgemeine Approbation der Ärzt*innen abwertet, im Gegenteil, sie wird eindeutig als aufwertende Zusatzqualifikation angesehen. Dazu bedarf es im Bereich der Psychologie noch einer verstärkten Öffentlichkeitsarbeit für diese Zertifikate.

Ein gesellschafts- bzw. allgemeinpolitisches Highlight des Austauschs im Rahmen der DK war die Debatte zu dem von der Global Psychology Alliance (GPA) vorgelegten Dokument zu den Zusammenhängen zwischen politischen Strukturen und der psychischen Gesundheit der Bürger*innen. Die GPA ist ein weltweiter Zusammenschluss von psychologischen Berufsverbänden und wissenschaftlichen Institutionen, die es sich zum Ziel gesetzt hat, auf globaler Ebene fundiertes psychologisches Wissen zur Förderung der elementar wichtigen Entwicklungen in Sachen Demokratie und Klimawandel zur Anwendung zu bringen. Die GPA umfasst mehr als 80 nationale, regionale und internationale psychologische Organisationen und akademische Einrichtungen aus allen Regionen der Welt, die sich zusammengeschlossen haben, um globale Herausforderungen aufzugreifen und psychologisches Wissen zur Förderung des menschlichen Wohlbefindens einzusetzen.

Die führenden Vertreter*innen der Allianz vertreten den Standpunkt, dass die globalen Herausforderungen gemeinsame globale Antworten erfordern und dass psychologisches Wissen in diesem Prozess eine besondere Bedeutung hat.

In der Psychologischen Hochschule Berlin gibt es Überlegungen zu einer hochschuleigenen Stiftung zur Förderung der Arbeiten und Aufgaben der Hochschule außerhalb der unmittelbaren Lehraufgaben, beispielsweise umfangreichere Forschungsprojekte oder internationale Kooperationen, die durch die Studiengebühren nicht finanziert werden können. Da die Hochschule über ihre Muttergesellschaft, die DPA, eine »Enkeltochter« des BDP ist (eine sehr erfolgreiche Enkeltochter im Übrigen), betrifft diese grundlegende Entscheidung in der Hochschule auch den Verband.

Dr. Günter Koch gab als Kanzler einen ersten sehr informativen Einblick in die entsprechenden Überlegungen. Die DK wird den Austausch und die Meinungsbildung zu diesem Thema fortführen, sobald ein konkreter Satzungsentwurf für die Stiftung vorliegt.

Und last but not least gab es neben den allgemeinen politischen Überlegungen aufgrund der Initiative der GPA auch noch eine konkrete Stellungnahme zu einem aktuellen Thema, dem geplanten allgemeinen Roll-out der elektronischen Patientenakte mit deutlichen Hinweisen auf die nach wie vor vorhandenen Mängel im Zusammenhang mit dem Schutz sensibler Patient*innendaten, insbesondere im Bereich der psychischen Erkrankungen und damit zusammenhängenden Behandlungen.

Auch die notwendigen strukturellen Veränderungen innerhalb des Verbandes fanden Raum im Programm der DK 1/2025. Erste Ideen zur zukünftigen Ausgestaltung der Verbandsstruktur wurden vorgestellt

und gemeinsam reflektiert. Dabei wurde deutlich, dass es – trotz unterschiedlicher Sichtweisen – ein gemeinsames Anliegen ist, den Verband so aufzustellen, dass er den Herausforderungen der Zukunft gerecht werden kann. Aufbauend auf dem Austausch in der DK setzen nun verschiedene Arbeitsgruppen ihre Arbeit fort, um die begonnenen Überlegungen in konkrete, tragfähige Vorschläge zu überführen. Ziel ist es, zur DK 2/2025 konkrete Anträge vorzulegen – im Vertrauen darauf, dass diese Entwicklungen im gemeinsamen Dialog und mit vereinten Kräften gelingen werden.

Gerade in Zeiten des Wandels hat die Delegiertenkonferenz erneut gezeigt, wie viel möglich wird, wenn Engagement, Verantwortung und der Wille zum Miteinander zusammenkommen. Denn: Den Weg in die Zukunft gestalten wir gemeinsam.

*Für den DK-Vorstand
Michael Zieglmayer*

Jetzt informieren: Neue Regelung zur Beitragsermäßigung ab 2026

Ab 2026 gilt: Beitragsermäßigungen für das Folgejahr können einmal jährlich bis zum 30.09. beantragt werden. Unterjährige Nachweise sind dann nicht mehr möglich, dafür gilt die Ermäßigung für das ganze Jahr.



www.bdp-verband.de/bo-info-2026

ANGESTELLTE UND BEAMTETE PSYCHOLOG/INNEN

Einladung zur MV

Die Sektion Angestellte und Beamtete Psycholog*innen (SABP) lädt herzlich zur Mitgliederversammlung am Samstag, den 27. September 2025, ins St. Ansgarhaus, Schmilinskystraße 78, 20099 Hamburg, ein. Die Veranstaltung findet am Nachmittag statt, die genaue Uhrzeit wird rechtzeitig online bekannt gegeben.

Die Versammlung ist hybrid geplant: Eine Teilnahme ist sowohl in Präsenz in Hamburg als auch digital möglich.

Neben Berichten aus der Sektionsarbeit, dem Verband und den Landesgruppen stehen u. a. Wahlen zum Vorstand und von Delegierten sowie eine Überarbeitung der Geschäftsordnung auf der Tages-

ordnung. Außerdem möchten wir gemeinsam mit Euch/Ihnen einen Ausblick auf die Aktivitäten der Sektion im kommenden Jahr werfen.

Außerhalb der Tagesordnung ist zudem ein digitaler Fachvortrag vorgesehen. Für alle Teilnehmenden vor Ort wird es darüber hinaus ein geselliges Beisammensein geben, also eine Gelegenheit für persönlichen Austausch und Vernetzung in entspannter Atmosphäre.

Vorläufige Tagesordnung:

1. Begrüßung
2. Festlegung der Tagesordnung
3. Berichte und Austausch aus der Sektion und dem Verband
4. Bericht der Landesgruppenbeauftragten/Sektionsbeauftragten und Austausch
5. Bericht zum Thema »Finanzen« und Austausch
6. Entlastung des Vorstands

7. Mögliche Nachwahl zum Vorstand
8. Wahl der Delegierten und Ersatzdelegierten
9. Änderung der Geschäftsordnung
10. Planung der MV 2026 (Ort, Datum, Themenideen)
11. Verschiedenes
12. Abschluss mit Ausblick

Wir freuen uns auf Eure/Ihre Teilnahme, den kollegialen Austausch und die Mitgestaltung!

*Dr. Elif Gündüz (Vorsitzende)
Guido Dielen (stv. Vorsitzender)
Christian Demmler (Kassier)
Manuela Chall (Beisitzende)*

KLINISCHE PSYCHOLOGIE

Neue Fachgruppe

Der Vorstand freut sich, die neue Fachgruppe »Psychologie in der CIVersorgung« ankündigen zu dürfen!

Jana Groll, Elisabeth Hutter und Dr. Kathleen Tretbar, Gründungsmitglieder der Fachgruppe, stellen uns die Ziele und Beweggründe vor, die zur Bildung dieser Fachgruppe geführt haben:

Entsprechend der AWMF-Leitlinie zur Cochlea-Implantat-Versorgung (CI-Versorgung) ist die psychologische Arbeit ein wichtiger Bestandteil in der Behandlung von schwerhörigen/tauben Kindern und Erwachsenen. Die Inhalte des Versorgungsprozesses sind in der Leitlinie klar geregelt, die konkrete Umsetzung obliegt den Psycholog*innen in den einzelnen Einrichtungen. Dabei umfasst das Aufgabengebiet Aufklärungs-/Beratungsgespräche und Diagnostik im Rahmen der Voruntersuchung, Rehabilitation sowie Nachsorge.

Mit der Gründung einer BDP-Fachgruppe soll eine Basis für Psycholog*innen (und psychologisch/psychotherapeutisch Tätige) geschaffen werden, die mit CI-Kandidat*innen und CI-Patient*innen arbeiten. Dabei ist es uns wichtig, dass interessierte Kolleg*innen Motivation zur interdisziplinären Arbeit, Interesse an einer Einarbeitung im Bereich Hörschädigung und deren Versorgungsmöglichkeiten/technische Hilfsmittel sowie ein Bewusstsein für kommunikative, aber auch kulturelle Bedürfnisse schwerhöriger/tauber Menschen mitbringen.

Aufgrund der demografischen Entwicklungen sehen wir in Zukunft einen wachsenden Bedarf und wünschen uns mit unserer Fachgruppe mehr Sichtbarkeit, Einflussnahme und Interesse für die Rolle der Psychologie in der CI-Versorgung. Der aktuelle Arbeitsschwerpunkt liegt auf der Vernetzung von im CI-Bereich tätigen Psycholog*innen, der Förderung des kollegialen Austauschs und der Organisation von Fachtagen und Online-Interventionen für diese Berufsgruppe.

Save the date: 14. und 15. November 25: Fachtag: Cochlea-Implantat-Versorgung bei Kindern – psychologische Angebote

Ort: Universitäts-HNO-Klinik Würzburg/Comprehensive Hearing Center, Josef-Schneider-Straße 11 Eine Teilnehmergebühr wird nicht erhoben

An den zwei Tagen wird es Vorträge und Kleingruppenarbeiten zu folgenden Themen geben:

- Eingangs- und Verlaufsdagnostik für hörgeschädigte Kinder
- Teilleistungsstörungen bei hörgeschädigten Kindern
- Nonverbale Intelligenz als Prädiktor für das Sprachverständnis

Fortbildungspunkte werden beantragt, die Teilnehmerzahl ist limitiert.

Ihre Anmeldung per E-Mail an team-ci@bdp-klinische-psychologie.de wird mit der Bestätigung durch die Fachgruppenleitung wirksam.

Wir freuen uns auf Sie in Würzburg!

Weitere Termine:

27. September 2025: Tag der Klinischen Psychologie, Thema: »Rechtsextremismus in Beratung und Therapie«, Erkner, teilhybrid. Anmeldungen zum Tag der Psychologie sind möglich unter: www.bdp-klinische-psychologie.de/1918. Dort finden sich auch Informationen zu Fortbildungspunkten und Teilnahmegebühren.

25. Oktober 2025: Online-Mitgliederversammlung der Sektion mit Wahlen und erweiterter Vorstandssitzung (gesonderte Einladung an Sektionsfunktionäre folgt)

7./8. November 2025: 80. Tagung der Fachgruppe »Psychologie für Menschen mit geistiger Behinderung«

Inge Neiser (Vorsitzende)

Katja Zetzsche (stv. Vorsitzende)

Paola Delgado (Beisitzende)

RECHTSPSYCHOLOGIE

Einladung zur MV

Am 5. Dezember 2025 findet von 14.30 bis 17 Uhr im Flemings Hotel Frankfurt-Central (Poststr. 8, 60329 Frankfurt am Main) die Mit-

gliederversammlung (MV) der Sektion »Rechtspsychologie« statt, zu der die Sektion herzlich einladen möchte. Folgende Tagesordnungspunkte sollen behandelt werden:

- Bericht des Vorstands und Aussprache
- Finanzbericht
- Entlastung des Vorstands
- Wahl des Vorstands und der Delegierten
- Verschiedenes

Der Sektionsvorstand

VERKEHRS-PSYCHOLOGIE

Liebe Kolleginnen und Kollegen, hiermit lädt Sie der Vorstand der Sektion Verkehrspsychologie herzlich zur Mitgliederversammlung (MV) 2025 ein. Diese findet am 9. Oktober 2025 von 16.30 bis voraussichtlich 18 Uhr als hybride Veranstaltung (live vor Ort + online) im Großraum Nürnberg statt.

Der aktuelle Vorschlag der Tagesordnung lautet wie folgt:

- TOP 1: Begrüßung
- TOP 2: Formalia und Erklärung der Technik
- TOP 3: Festlegung der Tagesordnung
- TOP 4: Bericht des Vorstands
- TOP 5: Wahl von Delegierten und Ersatzdelegierten
- TOP 6: Abstimmung über Vorschläge der Sektion Verkehrspsychologie für die goldene Ehrennadel des BDP
- TOP 7: Neues im BDP
- TOP 8: Verschiedenes
- TOP 9: Verabschiedung

Der Vorstand freut sich über eine rege und massenhafte Beteiligung online und live. Der MV vorausgehend bietet die Sektion von 14 bis 16 Uhr eine kurze Fortbildung mit dem Titel »Psychologischer Erste-Hilfe-Kasten – ein erster Überblick« an.

Beide Veranstaltungen zusammen werden von der Sektion Verkehrspsychologie mit vier Unterrichtseinheiten für die Fortbildung anerkannt.

Für den Sektionsvorstand

Ralf Rieser

Save the date: Tag der Verkehrspsychologie

Der Sektionsvorstand der Verkehrspsychologie veranstaltet am 9. Oktober 2025 einen »Tag der Verkehrspsychologie« und im Rahmen dessen eine hybride Fortbildung vor der Mitgliederversammlung. Das Ganze findet im Vorfeld des gemeinsamen Symposiums der DGVM und der DGVP am 10. und 11. Oktober 2025 in Nürnberg statt.

Fortbildung mit Anerkennung von zwei Unterrichtseinheiten
Uhrzeit: 14.00 bis 16.00 Uhr
Ort: online und vor Ort in Nürnberg
Thema: Psychologischer Erste-Hilfe-Kasten für Verkehrspsycholog*innen – ein erster Überblick

*Für den Sektionsvorstand
Ralf Rieser*

Sächsisches Fachteam Verkehrspsychologie

Die nächsten Treffen des sächsischen Fachteams Verkehrspsychologie finden am 27. August 2025 und 24. September 2025 jeweils ab 17 Uhr statt.

Ansprechpartner für weitere Informationen ist Dr. Joachim Seidl:
info@vpp-seidl.de

Dr. Joachim Seidl

Fachteam Verkehrspsychologie Via-Süd

Das Fachteam »Via-Süd« trifft sich regelmäßig online jeweils von 10.30 bis 15.30 Uhr.

Es werden u. a. aktuelle Themen der Verkehrspsychologie und Fälle der Teilnehmenden besprochen.

Die nächsten Termine sind: 28. September 2025, 17. November 2025 und 19. Januar 2026.

Ansprechperson für weitere Informationen zum Fachteam ist Kirsten Hoerner:
kirsten.hoerner@t-online.de
0175/651 55 21

Kirsten Hoerner

V P P

Einladung zur MV (hybrid)

Hiermit möchten wir alle VPP-Mitglieder und Interessierten zur VPP-Mitgliederversammlung in Kassel (hybrid) am 13. September 2025 (13.30 bis 16.00 Uhr) und zur vorausgehenden Online-Fortbildung einladen. Bei Letzterer geht es um das Thema »Kann durch Digitalisierung eine psychotherapeutische Grundversorgung erreicht werden? Digitale Gesundheitsanwendungen (DIGA) und KI in der Psychotherapie« (Referent Dr. Dipl.-Psych. Lasse Sander 10.00 bis 12.00 Uhr, s. u.). Auf der Tagesordnung der Versammlung stehen Neuwahlen des VPP-Vorstands sowie der Delegierten und Ersatzdelegierten des VPP.

Anmeldung: Bitte melden Sie sich bis Freitag, 12. September 2025 um 12 Uhr unter diesem Link an: www.join.next.edudip.com/de/webinar/mitgliederversammlung-vpp-2025/2536384. Alle Angemeldeten erhalten einen Online-Zugangslink, der bei einer Präsenzteilnahme ignoriert werden kann. Alle Abstimmungen laufen elektronisch über das Tool »Open Slides«. Sie benötigen ein digitales Endgerät und erhalten kurz vor der Veranstaltung Ihre Open-Slides-Zugangsdaten. Wenn Sie übernachten möchten, können Sie sich eigenständig um ein Hotelzimmer im Penta-Hotel in Kassel, Bertha von Suttner-Straße 15, kümmern. Übernachtungs- und Reisekosten müssen selbst getragen werden.

Wer sich für die Mitarbeit im Vorstand oder für ein (Ersatz-)Delegiertenamt interessiert, möchte sich bitte vorab melden (info@vpp.org).

Die Tagesordnung zur MV des VPP finden Sie hier:
www.bdp-verband.de/termine/detailansicht/2025/09/13_00.00/mitgliederversammlung-vpp-2025

Einladung zur Online-Fortbildung »Kann durch Digitalisierung eine psychotherapeutische Grundversorgung erreicht werden? Digitale Gesundheitsanwendungen (DIGA) und KI in der Psychotherapie.« vor der MV des VPP von 10 bis 12 Uhr
Für die Fortbildung melden Sie sich bitte unter dem Link unten gesondert an. Auch Nichtmitglieder sind herzlich eingeladen.

Titel: Kann durch Digitalisierung eine psychotherapeutische Grundversorgung erreicht werden? Digitale Gesundheitsanwendungen (DIGA) und KI in der Psychotherapie.

Link: www.join.next.edudip.com/de/webinar/digitalisierung-in-der-psychotherapie-und-der-umgang-mit-digitalen-gesundheitsanwendungen/2535949

Abstract: In Deutschland haben wir eine weltweit einzigartige psychotherapeutische Versorgung auf höchstem Niveau. Dennoch bleiben weite Teile der Bevölkerung un(ter)versorgt – ein Problem, das sich durch Geld allein nicht lösen lassen wird. Um neue Wege zur Reduktion der Krankheitslast von psychischen Erkrankungen zu finden, werden technologiebasierte Verfahren zur Prävention und Behandlung von Menschen mit psychischen Erkrankungen seit etwa zwei Jahrzehnten intensiv erforscht. Seit Ende 2020 sind Digitale Gesundheitsanwendungen (DIGA) auch in der psychotherapeutischen Regelversorgung für Erwachsene in Deutschland angekommen. Dieser Vortrag gibt einen Überblick über den aktuellen Stand und zukünftige Entwicklungsmöglichkeiten zur Digitalisierung der psychotherapeutischen Versorgung und diskutiert dabei Potenziale und mögliche Gefahren.

Nach dem Vortrag und der Diskussion (voraussichtlich bis 11.30 Uhr) stellt die Fachsektion VPP die Ergebnisse der Umfrage »Digitalisierung in der Psychotherapie« vor. Hierzu nehmen wir uns Zeit bis 12 Uhr. Fortbildungspunkte werden vergeben.

Der Referent: Dr. phil. Lasse B. Sander, Dipl.-Psych., Psychologischer Psychotherapeut (Fachkunde Verhaltenstherapie), leitet eine Forschungsgruppe zu E-Mental-Health an der medizinischen Fakultät der Universität Freiburg und hat seine Forschungsergebnisse in über 70 wissenschaftlichen Arbeiten in Fachzeitschriften und Buchkapiteln veröffentlicht. Seit 2016 ist er als Referent zum Einsatz von E-Health in der Psychotherapie in der Aus- und Weiterbildung von Psychotherapeut*innen und Ärzt*innen sowie in der Patient*innenversorgung in privater Praxis tätig.

Das VPP-Team

BAYERN

60+ AG München

Am 17. Mai 2025 tagte wieder die Arbeitsgruppe 60+ der Landesgruppe Bayern des BDP in München. Es gab zwei wichtige Themen:

- Die Firma »prosoma – digital healthcare« stellte ein Konzept zu Betreuung von Menschen mit Krebserkrankungen vor.
- Lothar Hellfritsch berichtete über das digitale Archiv des BDP.



Lothar Hellfritsch.

Foto: © Winfried Pollmann



Prof. Florian Koerber, Frau Gunhild Bachmann und Winfried Pollmann (v. l. n. r.).

Foto: © Winfried Pollmann

Im ersten Vortrag wurde eine App vorgestellt, die zur Beratung von an Krebs Erkrankten nach einer Diagnose oder in der Rehapphase eingesetzt werden kann. Diese digitale Betreuung besteht aus fünf Einheiten zu je 20 Minuten und wird ergänzt durch die Möglichkeit persönlicher telefonischer Betreuung durch Psycholog*innen mit psychoonkologischer Qualifikation. Einige Krankenkassen übernehmen bereits die Kosten dieser Betreuung, es werden aber noch Kooperationspartner gesucht (kontakt.de@prosoma.com).

Im zweiten Teil stellte der ehemalige Präsident des BDP Lothar Hellfritsch das digitale Archiv des BDP vor. Seit mehreren Jahren sichtet eine Arbeitsgruppe des BPD zusammen mit professionellen Archivaren alle noch verbliebenen Dokumente des Verbands, die sich wegen jahrelanger Lagerung oft in schlechtem Zustand befinden. Bisher wurden 1.300 Ordner durchgesehen, und die wichtigen Dokumente wurden digitalisiert. Auch Fotos und Videoaufnahmen werden gesichtet. Die Dokumentation ist im Hinblick auf das 80-jährige Jubiläum des BDP im Juni kommenden Jahres von besonderer Bedeutung. Für die Arbeitsgruppe »Digitales Archiv« werden noch engagierte BDP-Mitglieder gesucht.

Die AG 60+ trifft sich wieder am Freitag, 17. Oktober 2025 und am Freitag, 7. November 2025 ab 15 Uhr im Internationalen Begegnungszentrum in der Amalienstraße 38 in München. Anmeldung und Auskunft jeweils unter geschaeftsstelle@bdp-bayern.de.

Winfried Pollmann (Vorsitzender der Landesgruppe Bayern)
Dr. Ulrich Winterfeld (Seniorenbeauftragter des BDP)

MITTELDEUTSCHLAND

Erinnerung: MV mit Fortbildung

Die Mitgliederversammlung (MV) der Landesgruppe Mitteldeutschland findet am 13. September 2025 von 10 bis 15 Uhr in Leipzig statt. Sie ist verbunden mit einer Fortbildung. Martin Krüger, stellvertretender Vorsitzender der Landesgruppe, wird einen Workshop zum Thema »Selbstmitgefühl« gestalten: Wie kann diese Ressource unser Leben bereichern, uns beispielsweise helfen, mit Burn-out umzugehen oder diesem gar vorzubeugen? Zudem steht dieses Jahr die Wahl der Delegierten für die kommende Legislaturperiode (2026 bis 2028) auf dem Programm.

Weitere Informationen auf www.bdp-mitteldeutschland.de.

Dr. Marlen Rahnfeld (Cassier, Delegierte)

NORDRHEIN-WESTFALEN

Erinnerung: Tag der Psychologie mit MV

Am 30. August 2025 findet von 9.30 bis 18 Uhr im Courtyard by Marriott im Düsseldorfer Medienhafen der diesjährige Tag der Psychologie der Landesgruppe Nordrhein-Westfalen statt. Die Veranstaltung dreht sich – moderiert von Marc Hartenstein – um die Frage: »Muss ich als Psycholog*in ein Gutmensch sein?«, und wird in Kooperation mit der Sektion »Angestellte und Beamtete Psycholog*innen« durchgeführt.

Nach einer Keynote von Marcus Poenisch (Schulz-von-Thun-Institut Hamburg) sollen Studierende, Berufseinsteiger*innen, voll im Beruf Stehende und sich langsam »aus-schleichende« Kolleg*innen ihre Erfahrungen einbringen, die um die

verschiedenen Perspektiven von angestellt und freiberuflich tätigen Psycholog*innen ergänzt werden. In der abschließenden Podiumsdiskussion soll der angestoßene Austausch intensiviert werden. Um zentrale Erkenntnisse verbandsintern transportieren zu können, werden alle Beiträge aufgezeichnet und später im Mitgliederbereich zur Verfügung gestellt.

Programmübersicht

- 9.30 Uhr: Get-together
- 10 Uhr: Begrüßung durch Vorstand und kooperierende Sektionen
- 10.15 Uhr: Keynote von Marcus Poenisch vom Schulz-von-Thun Institut Hamburg: »Muss ich als Psycholog*in ein Gutmensch sein?«
- 11.30 Uhr: Kaffeepause
- 12 Uhr: Austausch aus Sicht unterschiedlicher beruflicher Phasen und Rahmenbedingungen
- 13 Uhr: Mittagspause
- 14 Uhr: Podiumsdiskussion im Dialog mit dem Publikum
- 15.30 Uhr: Verabschiedung und Kaffeepause
- 16 Uhr: MV der Landesgruppe

MV mit Wahlen

Von 16 bis 18 Uhr findet ebenfalls in Präsenz im Courtyard by Marriott die Mitgliederversammlung der Landesgruppe mit Vorstands- und Delegiertenwahlen statt (Tagungsordnung siehe Ausgabe 2/25 des »report psychologie«).

Alle Interessent*innen werden gebeten, sich per E-Mail unter events@bdp-nrw.de mit Angabe des Namens und dem Hinweis, ob sie an der MV teilnehmen werden, anzumelden.

Petra Jagow (Landesgruppenvorsitzende)

Berichte an den Gutachter

Kompetente Supervision und Unterstützung bei TP- und VT-Anträgen (Erw./KJJu) von Dipl.-Psychologin mit über 20 Jahren Berichtserfahrung.
Tel.: 04186-6969540 oder 0163-6395498,
E-Mail: c.turiaux@outlook.de

Mitarbeit

Saarland/Wadern
Psychotherapie Praxis (VT, Gruppe, Neuropsy),
sucht approbierte/n PT oder PiA zur Mitarbeit in Praxis.
Verschiedene Arbeitsmodelle möglich.
praxis@gereonlex.de oder 06871 - 628 3995

Möchten Sie lieber GROSS oder KLEIN?

Werben Sie mit einer Kleinanzeige für Ihre Praxis, Ihren Job oder andere Angebote im Marktplatz des »report psychologie«!

Folgende Formate sind möglich:

- Kleinanzeige KLEIN mit bis zu 200 Zeichen (52,50 € zzgl. MwSt.)
 - Kleinanzeige GROSS mit bis zu 400 Zeichen (99,75 € zzgl. MwSt.)
- Als BDP-Mitglied erhalten Sie einen Rabatt in Höhe von 10 %.

Senden Sie uns Ihren Anzeigenauftrag gerne per E-Mail an anzeigen@psychologenverlag.de, oder rufen Sie uns an unter: (01577) 768 430 4.



psy life

Das kostenfreie **Online-Magazin** für alle, die in Psychotherapie, Beratung oder Coaching tätig sind. Aus dem Deutschen Psychologen Verlag.

www.psy life.de
 facebook.com/psy life.de
 psy life_de
 @psy life_de

Dr. Carolin Goerke

WEBINAR-REIHE

Autofahrangst verstehen und wirksam behandeln: Diagnostik und KVT-Behandlung

www.psy life.de/psy life-live

am 10.10. und 17.10.2025
16.00–18.15 Uhr



Foto: picjumbocom – pexels.com

Mitgliederversammlungen

30. August 2025

Mitgliederversammlung der Landesgruppe Nordrhein-Westfalen
Ort: Düsseldorf
www.bdp-nrw.de

13. September 2025

Mitgliederversammlung der Sektion Verband Psychologischer Psychotherapeutinnen und Psychotherapeuten
Ort: Kassel (hybrid)
www.vpp.org

13. September 2025

Mitgliederversammlung der Landesgruppe Mitteldeutschland
Ort: Leipzig
www.bdp-verband.de/landesgruppen/mitteldeutschland

27. September 2025

Mitgliederversammlung der Sektion Angestellte und Beamtete Psycholog/innen
Ort: Hamburg (hybrid)
www.bdp-abp.de

9. Oktober 2025

Mitgliederversammlung der Sektion Verkehrspsychologie
Ort: Nürnberg (hybrid)
www.bdp-verband.de/sektionen/verkehrspsychologie

25. Oktober 2025

Mitgliederversammlung der Sektion Klinische Psychologie
Ort: Online
www.bdp-klinische-psychologie.de

22./23. November 2025

Delegiertenkonferenz 2/2025
Ort: Online
www.bdp-verband.de

5. Dezember 2025

Mitgliederversammlung der Sektion Rechtspsychologie
Ort: Frankfurt a. M.
www.rechtspsychologie-bdp.de

Wir bitten um Verständnis dafür, dass die Terminliste unter Vorbehalt veröffentlicht wird.

Bitte informieren Sie sich direkt bei den jeweiligen Landesgruppen und Sektionen darüber, ob die Veranstaltungen wie geplant stattfinden.

Weitere Termine unter
www.bdp-verband.de/termine

Sie sind Funktionärin oder Funktionär im BDP und planen eine Veranstaltung? Sie möchten, dass Ihr Event im Terminkalender auf der BDP-Homepage aufgeführt wird? Dann nutzen Sie die Möglichkeit des Online-Terminformulars! Sie finden dieses unter www.bdp-verband.de/termine, oder Sie scannen den hier abgedruckten QR-Code.



LANDESGRUPPEN
Baden-Württemberg

Dipl.-Psych. Thordis Bethlehem
Amadeusweg 31
70563 Stuttgart
Tel.: 0711 305 63 31
info@bdp-bw.de
www.bdp-bw.de

Bayern

Winfried Pollmann, M.Sc.
Straßacker 1
87487 Wiggensbach/Westenried
Tel.: 0171 997 40 78
pollmann@bdp-bayern.de
www.bdp-bayern.de

Berlin-Brandenburg

Dipl.-Psych. Annette Schlipphak
Landesgeschäftsstelle:
Am Köllnischen Park 2
10179 Berlin
Tel.: 030 209 166-612
(Sekretariat BDP)
geschaeftsstelle@bdp-bb.de
www.bdp-bb.de

Bremen

c/o BDP-Bundesgeschäftsstelle
Am Köllnischen Park 2
10179 Berlin
Tel.: 030 209 166-612
sekretariat@bdp-verband.de
www.bdp-bremen.org

Hamburg

Dipl.-Psych. Bettina Nock
Faberstr. 28
20257 Hamburg
Tel.: 040 645 535 15
bettina.nock@bdp-hh.org
vorstand@bdp-hh.org
www.bdp-hh.org

Hessen

Dr. phil. nat. Bettina Gorißen
Gluckensteinweg 136
61350 Bad Homburg
Tel.: 06172 936 989
info@dr-gorissen.de
www.bdp-hessen.de

Mecklenburg-Vorpommern

Dipl.-Psych. Manuela Chall
Ulmenweg 12b
18556 Wiek auf Rügen
Tel.: 038391 768 53 oder
0176 242 785 57
m_chall@yahoo.de

**Mitteldeutschland:
Sachsen, Sachsen-Anhalt,
Thüringen**

Endrik Böhle
Berufsverband Deutscher
Psychologinnen und Psycho-
logen e. V.
Landesgeschäftsstelle Mittel-
deutschland
Auerweg 16
01689 Weinböhla
Tel.: 0151 419 579 14
endrik.boehle@bdp-mittel-
deutschland.de
geschaeftsstelle@bdp-mittel-
deutschland.de
www.bdp-mitteldeutschland.de

Niedersachsen

Dipl.-Psych. Frank Heilmann
BDP Landesgruppe
Niedersachsen
Postfach 1525
30015 Hannover
vorstand@bdp-nds.de
www.bdp-nds.de

Nordrhein-Westfalen

Dipl.-Psych. Petra Jagow
Apostelstr. 28-30
50667 Köln
Tel.: 0221 728 376
lgnrw@bdp-verband.de
www.bdp-nrw.de

Rheinland-Pfalz

c/o BDP-Bundesgeschäftsstelle
Am Köllnischen Park 2
10179 Berlin
Tel.: 030 209 166-612
sekretariat@bdp-verband.de
www.bdp-rlp.org

Saarland

Laura Heinzl, M.Sc.
Geschäftsstelle:
Lehberggarten 31
66131 Saarbrücken
www.bdp-verband.de/
landesgruppen/saarland

Schleswig-Holstein

Dipl.-Psych. Juliane Dürkop
Wiesendamm 16g
24568 Kaltenkirchen
Tel.: 0431 500 214 61
duerkop@bdp-sh.de
www.bdp-sh.de

SEKTIONEN
**Angestellte und Beamtete
Psycholog*innen**

Dr. Elif Gündüz
elif.g@gmx.at
Sektionsgeschäftsstelle:
Am Köllnischen Park 2
10179 Berlin
SABP@bdp-verband.de
www.bdp-abp.de

**Aus-, Fort- und Weiterbildung
in Psychologie**

Prof. Dr. Michael Krämer
kraemer@fh-muenster.de
www.bdp-afw.de

**Freiberufliche Psychologinnen
und Psychologen**

Dipl.-Psych. Christian Lorenz
Falkstraße 34
66280 Sulzbach an der Saar
Tel.: 06897 966 52 22 oder
0170 903 00 22
cl@christianlorenz.net
www.bdp-verband.de/sektionen/
freiberufliche-psychologinnen-
und-psychologen

**Gesundheits- und Umwelt-
psychologie**

Dipl.-Psych. Maximilian
Rieländer
psychologe@rielaender.de

**Fachbereich Gesundheits-
psychologie**

Dipl.-Psych. Julia Scharnhorst
Blink 40c, 25491 Hetlingen
Tel.: 04103 701 81 40
Julia.Scharnhorst@h-p-plus.de

**Fachbereich Umwelt-
psychologie**

Dipl.-Psych. Andreas Hegenbart
ah@andreashegenbart.de

Klinische Psychologie

Dipl.-Psych. Inge Neiser
Tel.: 06881 898 934 oder
0171 123 75 21
i.neiser@bdp-klinische-
psychologie.de
Sektionsgeschäftsstelle:
Heike Gilles
Kirchstr. 3B,
56203 Höhr-Grenzhausen
Tel.: 02624 942 77 40
info@bdp-klinische-
psychologie.de
www.bdp-klinische-
psychologie.de

Politische Psychologie

Prof. Dr. Petia Genkova Petkova
Hochschule Osnabrück
Fakultät Wirtschafts- und
Sozialwissenschaften
Albrechtstr. 30
49076 Osnabrück
politische.psychologie@web.de
www.bdp-politische.de

Rechtspsychologie

Prof. Dr. Michaela Pfundmair
pfundmair@rechtspsychologie-
bdp.de
Sektionsgeschäftsstelle:
Sektion Rechtspsychologie im
BDP
JK Priebe GbR
Straße am See 93
16348 Wandlitz
geschaeftsstelle@
rechtspsychologie-bdp.de
www.bdp-rechtspsychologie.de

Schulpsychologie

Dipl.-Psych. Andrea Spies
Sektion Schulpsychologie
Falkstr. 34
66280 Sulzbach
Tel.: 0163 793 46 49
info@bdp-schulpsychologie.de
www.bdp-schulpsychologie.de

Verkehrspsychologie

Dipl.-Psych. Ralf Rieser
r.rieser@bdp-verkehr.de
sekretariat@bdp-verkehr.de
www.bdp-verkehr.de

Wirtschaftspsychologie

Dipl.-Psych. Ludwig Andrione
c/o BDP-Bundesgeschäftsstelle
Am Köllnischen Park 2
10179 Berlin
Tel.: 0176 243 090 98
ludwig.andrione@
wirtschaftspsychologie-bdp.de
info@wirtschaftspsychologie-
bdp.de
www.wirtschaftspsychologie-
bdp.de

**Verband Psychologischer
Psychotherapeuten/innen
im BDP**

Dipl.-Psych. Susanne Berwanger
vorstand@vpp.org
www.vpp.org

Studierende im BDP

Martina Schepe
c/o BDP-Bundesgeschäftsstelle
Am Köllnischen Park 2
10179 Berlin
martina.schepe@bdp-s.de
vorstand@bdp-s.de
www.bdp-s.de

**BUNDESGESCHÄFTS-
STELLE**

Am Köllnischen Park 2
10179 Berlin
www.bdp-verband.de

Hauptgeschäftsführung

N.N.
Tel.: 030 209 166-612
hgf@bdp-verband.de

Sekretariat

Antje Grimm
Tel.: 030 209 166-612
sekretariat@bdp-verband.de

Fach- und Berufspolitik

Dipl.-Psych. Fredi Lang
Tel.: 030 209 166-630
f.lang@bdp-verband.de

**Anerkennung ausländischer
Studienabschlüsse**

Milena Rauner
Tel.: 030 209 166-670
m.rauner@bdp-verband.de

Administration Zertifikate

Saskia-May Koster
s.koster@bdp-verband.de

Rechtsberatung

RA Jan Frederichs
Tel.: 030 209 166-640
Terminvereinbarung unter
Tel.: 030 209 166-641
j.frederichs@bdp-verband.de

**Datenschutzbeauftragter
des BDP**

Jan Frederichs
datenschutz@bdp-verband.de

Finanzbuchhaltung

Irene Janke
Tel.: 030 209 166-650
i.janke@bdp-verband.de

Nadine Deuschle

Tel.: 030 209 166-652
n.deuschle@bdp-verband.de

Andreas Henke

Tel.: 030 209 166-653
a.henke@bdp-verband.de

Drago Kain

Tel.: 030 209 166-651
d.kain@bdp-verband.de

**Presse, Social Media,
Newsletter**

Bettina Genée
Tel.: 030 209 166-620
presse@bdp-verband.de

**Marketing, Kommunikation,
Mitgliederservice**

Jan R. Fröysok
Tel.: 030 209 166-622
j.froeysook@bdp-verband.de

Content und Kommunikation

Ralf Graumann
Tel.: 030 209 166-621
kommunikation@bdp-verband.de

**Digitale Themen,
Veranstaltungen/DK**

Paul Pantelakis
Tel.: 030 209 166-661
veranstaltungen@bdp-verband.de
dk@bdp-verband.de

Mitgliederservice

mitgliederservice@
bdp-verband.de

Elena Antosljak

Tel.: 030 209 166-663

Bärbel Piede

Tel.: 030 209 166-662

VORSTAND DES BDP

Kontakt zum Vorstand über das
Sekretariat oder per E-Mail:
vorstand@bdp-verband.de

Präsidentin:

Dipl.-Psych. Thordis Bethlehem
t.bethlehem@bdp-verband.de

Vizepräsident:

Dipl.-Psych. Ralph Schliwenz
r.schliwenz@bdp-verband.de

Vizepräsidentin:

Dipl.-Psych. Susanne Berwanger
s.berwanger@bdp-verband.de

DELEGIERTENKONFERENZ

Vorsitzender:

Dipl.-Psych. Michael Ziegelmayer
dk-vorstand@bdp-verband.de

Stellv. Vorsitzende:

Nadine Ketterer, M.Sc.
Dipl.-Psych. Gunter Nittel

DK-AUSSCHÜSSE

Antragskommission

Sprecherin:
Dipl.-Psych. Manuela Chall
m_chall@yahoo.de

Haushaltsausschuss

Vorsitzende:
Dipl.-Psych. Katja Zetzsche
k.zetzsche@bdp-klinische-
psychologie.de

Psychologinnen-/

Gleichbehandlungsausschuss

Sprecherin:
Bettina Nock
PsyInGBA@bdp-verband.de

PRÄSIDIUMSBEAUF- TRAGTE

Digitalisierung

N.N.

Menschenrechtsfragen

N.N.

Präsidiumsarbeitskreis Inklusion/Integration

Sprecherin:
Dipl.-Psych. Elisabeth Götzinger
Im Kläuerchen 8
55276 Oppenheim
egotzing@t-online.de
inklusion@bdp-verband.de

Kindeswohl und Kinderrechte

sekretariat@bdp-verband.de

Tarifpolitik

Johann Schiebl
j.schiessl@bdp-bb.de

Präsidiumskommission

Berufsethik

c/o BDP-Bundesgeschäftsstelle
Am Köllnischen Park 2
10179 Berlin
sekretariat@bdp-verband.de

Präsidiumsarbeitskreis

Gesellschaftlicher

Zusammenhalt

sekretariat@bdp-verband.de

Vorstands-AG

Historisch Digitales Archiv

Gertraud Richardt
Lothar Hellfritsch
Ulrike Feld
Laszlo Pota
gerri.richardt@gmx.de

Seniorenbeauftragung

Dr. Ulrich Winterfeld
Tieckstr. 19
01099 Dresden
Tel.: 0351 811 52 20 oder
0171 584 85 39
info@diegalerie-dresden.de

Präsidiumsbeauftragung Reli- gionspsychologie, Spiritualität und Psychomarkt

Dipl.-Psych. Maximilian
Rieländer
Müntestr. 5
33397 Rietberg
Tel.: 05244 927 43 10
Tel.: 02944 979 32 42 (Mo–Mi)
psychologe@rielaender.de

BDP-Ombudsmann

Lothar J. Hellfritsch
Dülferstr. 72
80995 München
Tel.: 0175 936 97 09
lothar.hellfritsch@t-online.de

GESELLSCHAFTEN

Deutscher Psychologen

Verlag GmbH

Geschäftsführer:
Manuel Lentz
Am Köllnischen Park 2
10179 Berlin
Tel.: 0228 955 02 10
verlag@psychologenverlag.de
www.psychologenverlag.de

PsyCura Wirtschaftsdiens

Geschäftsführer:
Dr. Michael Marek
Große-Leege-Str. 97/98
13055 Berlin
Tel.: 030 337 738 30
mail@psycura.de
www.psycura.de

Deutsche Psychologen

Akademie GmbH

Geschäftsführer:
Dr. Günter Koch
Am Köllnischen Park 2
10179 Berlin
Tel.: 030 209 166-314
info@psychologenakademie.de
www.psychologenakademie.de

Berliner Akademie für Psychotherapie (BAP)

Psychotherapeutische
Ausbildungen
der DPA GmbH
Tel.: 030 209 166-0
Bap@bdp-verband.de
www.bap-berlin.de

Psychologenportal

www.psychologenportal.de

Psychotherapie- Informationsdienst

Leiterin: Dipl.-Psych. Katrin Frick
030 209 166-332
Teilnehmerverwaltung:
030 209 166-331
Beratung und Vermittlung:
Mo, Di 10–13 Uhr
Mi, Do 13–16 Uhr
Tel.: 030 209 166-330
info@psychotherapiesuche.de
www.psychotherapiesuche.de

Psychologische Hochschule Berlin gGmbH

Rektor: Prof. Dr. Siegfried Preiser
Geschäftsführer:
Dr. Günter Koch
Am Köllnischen Park 2
10179 Berlin
Tel.: 030 209 166-201
kontakt@psychologische-
hochschule.de
www.psychologische-
hochschule.de
Studienberatung:
studienberatung@
psychologische-hochschule.de
Tel.: 030 209 166-200
www.psychologische-
hochschule.de/studium-
ausbildung/studienberatung

WEITERE ANSCHRIFTEN

Studienstiftung Deutscher Psychologinnen und Psychologen e. V.

Vorsitzender:
Dipl.-Psych. Michael Ziegelmayer
Geschäftsstelle:
Am Köllnischen Park 2, 10179 Berlin
geschaeftsstelle@bdp-
studienstiftung.de
www.bdp-studienstiftung.de

Ehrengericht des BDP

c/o Bundesgeschäftsstelle
Am Köllnischen Park 2
10179 Berlin
RA Jan Frederichs
Tel.: 030 209 166-663
ehrengericht@bdp-verband.de

BDP und DGPs

sind zusammengeschlossen in der

Föderation Deutscher Psychologenvereinigungen

c/o BDP
Am Köllnischen Park 2
10179 Berlin
Sekretariat 2025: DGPs

Deutsche Gesellschaft für Psychologie (DGPs)

Präsidentin:
Prof. Dr. Eva-Lotta Brakemeier

Diagnostik- und Testkuratorium der Föderation

Vorsitzender:
Prof. Dr. Matthias Ziegler
Humboldt-Universität zu Berlin
zieglema@hu-berlin.de

Freunde und Förderer der Psychologischen Hochschule Berlin e. V.

Vorstand:
M. Sc. Anna-Maria de Veer
(Co-Vorsitzende)
Dr. Laura Altwiek
(Co-Vorsitzende)
Am Köllnischen Park 2
10179 Berlin
Tel.: 030 20 91 66-308
foerderverein@phb.de
www.psychologische-
hochschule.de/foerderverein

IMPRESSUM

reportpsychologie

ist das offizielle Organ
des Berufsverbandes
Deutscher Psychologinnen
und Psychologen e. V.

Herausgeber

Vorstand des Berufsverbandes
Deutscher Psychologinnen und
Psychologen e. V.
Am Köllnischen Park 2
10179 Berlin



**Berufsverband
Deutscher
Psychologinnen
und Psychologen**

Die Zeitschrift erscheint viermal
jährlich.

Für Mitglieder des BDP
ist der Bezugspreis durch den
Mitgliedsbeitrag abgegolten.

**ZKZ 3777
ISSN 0344-9602**

gedruckt auf
Recycling-Papier.

Verantwortlich für den fachwissen-
schaftlichen Teil, Fachlicher Beirat
Prof. Dr. Gabriele Helga Franke,
Stendal; Prof. Dr. Petia Genkova
Petkova, Osnabrück; Prof. Dr.
Frank Jacobi, Berlin; Prof. Dr.
Uwe Peter Kanning, Osnabrück;
Prof. Dr. Siegfried Preiser, Berlin;
Prof. em. Dr. Karl Westhoff, Dres-
den (Schriftleitung)

Inhaltlich verantwortlich für die
Rubrik »Psychotherapie«
Susanne Berwanger

Chefredaktion

Isabelle Bock
i.bock@psychologenverlag.de

Redaktion

A. Walton, K. Kremer-Schulz

Layout

Siegmar Förster, Designer AGD

Titelbild

Freepik.com

Satz/Layout

Reemers Publishing Services GmbH

Wir haben uns bemüht, sämt-
liche Rechteinhaberinnen und
-inhaber von Bildern zu ermit-
teln. Sollte dem Verlag gegen-
über dennoch der Nachweis
der Rechtsinhaberschaft geführt
werden, bitten wir um Kontakt-
aufnahme.

Verlag/Anzeigenredaktion

Deutscher Psychologen Verlag
GmbH, Am Köllnischen Park 2
10179 Berlin
Tel.: 01577 768 43 04
anzeigen@psychologenverlag.de
www.psychologenverlag.de

Abo-Service

Deutscher Psychologen Verlag
Tel.: 0228 955 02 10
leserservice@
psychologenverlag.de

Druck

Strube Druck & Medien GmbH

Redaktionsschluss

Ausgabe 3/2025: 17.06.2025

Ausgabe 4/2025: 10.09.2025

Bezugspreise im Abonnement

Inland 29,90 Euro, Ermäßigt
24,90 Euro, Ausland 39,90 Euro,
Einzelheft 7,95 Euro.
Alle Preise verstehen sich inkl.
MwSt. und Versand.

Anzeigenschluss

Ausgabe 4/2025: 30.09.2025

Ausgabe 1/2026: 05.01.2026

Anzeigen bitte schriftlich
einreichen (Post, E-Mail).
Es gilt die Anzeigenpreisliste ab
Januar 2025.
Die in den Rubriken »Markt-
platz« und »Fort- und Weiterbil-
dung« sowie per Werbebeilage
veröffentlichten Angebote
wurden bezüglich ihrer Qualität
keiner Prüfung durch den Her-
ausgeber unterzogen.
Namentlich gekennzeichnete Bei-
träge geben nicht unbedingt die
Meinung der Redaktion wieder.
Für unverlangt eingesandte
Manuskripte, Besprechungsex-
emplare usw. übernehmen
Verlag und Redaktion keine
Haftung. Die Redaktion behält
sich das Recht der sinnwahren-
den Kürzung vor.

Autor*innenhinweise

In der Rubrik »Fachwissen-
schaftlicher Teil« erscheinen
Autor*innenbeiträge sowie
standardisierte Rezensionen von
Fachbüchern, für Letztere gilt
das Rezensionsschema »report
psychologie«. Die Beiträge sollen
fachlich einwandfrei und für
Psycholog*innen jeder Ausrich-
tung voll verständlich sein und
deren fachlicher Weiterbildung
dienen. Die Themen können
allen Bereichen der angewandten
Psychologie und der psychologi-
schen Forschung entstammen.
Der Umfang der Beiträge soll
max. 40.000 Zeichen (einschl.
Leerzeichen) betragen. Die
Manuskripte sollen formal
nach den Richtlinien zur
Manuskriptgestaltung der
Deutschen Gesellschaft für Psy-
chologie (Göttingen: Hogrefe)
gestaltet sein.

Bitte folgende Hinweise

beachten:

1. Auf dem Deckblatt finden sich
Titel, Autor*innennamen, Korres-
pondenz- und E-Mail-Adresse.
2. Ein kurzer Einleitungstext
(max. zehn Zeilen) wird der
Arbeit vorangestellt.
3. Eine Zusammenfassung (max.
15 Zeilen) in Deutsch und Eng-
lisch steht am Textende.
4. Das Literaturverzeichnis ent-
spricht o. g. Richtlinien.

5. Das Dokument enthält An-
gaben zu den Autor*innen (Vita/
Arbeitsschwerpunkte; max. fünf
Zeilen pro Person).
6. Das endgültige Manuskript ist
im doc-, docx- oder rtf-Format
einzureichen (Schrift: Arial, 12
pt, 1,5-zeilig). Es enthält im Text
keine Abbildungen und Tabellen,
keine Seitenzahlen, keine auto-
matische Silbentrennung, keine
hinterlegten Kopfzeilen, keine
Fuß-, sondern nur Endnoten.
7. Tabellen und Abbildungen,
deren Positionierung im Text zu
vermerken ist, sind in separaten
Anhängen in Druckqualität (Auf-
lösung mindestens 300 dpi) zu
übermitteln.
- Notwendig ist zudem eine Versi-
cherung darüber, dass die Arbeit
nicht bereits an anderer Stelle
publiziert oder zur Publikation
eingereicht wurde.
- Adressat der Datei (als Anhang):
Prof. em. Dr. Karl Westhoff,
Schriftleiter, E-Mail: mail@karl-
westhoff.de.
- Nach der Eingangsbestätigung
wird jedes Manuskript zwei
Gutachter*innen zur fachlichen
Stellungnahme vorgelegt, über
deren Resultat sowie die Ent-
scheidungen des Schriftleiters die
Autor*innen so schnell wie mög-
lich informiert werden. Es wer-
den keine Autor*innenhonore
gezahlt.



Spannende Themen, **hochrelevant!**

**WIRTSCHAFTS-
PSYCHOLOGIE
aktuell**

Jetzt den Newsletter abonnieren, kostenlos!

...❖ wirtschaftspsychologie-aktuell.de/newsletter



Weiterbildung für die Verkehrspsychologie Die Traffic Shots starten wieder

In kompakten Einheiten zu je 2 Stunden präsentieren wir Ihnen auch diesmal wieder die optimale Kombination aus theoretischen Erkenntnissen und praktischen Erfahrungen.

- 17.10.2025** Biomarkers Instead of Questionnaires: New Approaches in the Evaluation of Traffic Psychology Measures **Veronika Kurečková**
- 31.10.2025** Aggressivität im Straßenverkehr **Patricia Tabaza**
- 14.11.2025** Key Performance Indicator in der Verkehrssicherheitsforschung am Beispiel Alkohol **Dr. Simone Klipp**
- 28.11.2025** Ein Jahr Cannabislegalisierung: Implikationen für die Verkehrssicherheitsarbeit **Marie-Christin Perlich**
- 12.12.2025** Angst im Straßenverkehr **Dr. Bettina Schützhofer**

Als qualifizierte Fort- und Weiterbildung im gesamten deutschsprachigen Raum anerkannt!



Schnell anmelden und
im SCHUHFRIED Campus
noch mehr Webinare finden!
www.schuhfried.com/schuhfried-campus