

LMU

LUDWIG-
MAXIMILIANS-
UNIVERSITÄT
MÜNCHEN

Lehrpraxisprojekte am Lehrstuhl Wirtschafts- und Organisationspsychologie

Information für kooperierende Unternehmen



Der Studiengang „M. Sc. in Psychologie: Wirtschafts,- Organisations- und Sozialpsychologie“

Die Ludwig-Maximilians-Universität München bietet seit 2011 den Masterstudiengang *Wirtschafts-, Organisations- und Sozialpsychologie* an. Der Studiengang hat zum Ziel, **wissenschaftliches Arbeiten** mit hohem **Anwendungsbezug** in den Disziplinen der Arbeits- und Organisationspsychologie, der Markt-, Konsumenten- und Ökonomischen Psychologie sowie der Angewandten Sozialpsychologie und ihrer relevanten Grundlagen zu vermitteln.

Wir bilden unsere Studierenden nach dem "scientist practitioner model" (Wissenschaftler-Praktiker Modell) aus. Die Vorlesungen, Seminare, Projekte und Praktika sind in ihrer Gesamtheit dem Erlernen der wissenschaftlichen Praxis ebenso gewidmet, wie dem Einüben und der Anwendung wissenschaftlich fundierter Erkenntnisse und Methoden in verschiedenen Praxisfeldern. Durch diese Balance zwischen **Anwendungsforschung** und **evidenzbasierter Praxis** lernen unsere Studierenden einerseits die praktische Anwendung theoretischen Wissens und andererseits die Entwicklung praktisch relevanter Theorien zu verwirklichen.





Lehrpraxisprojekte

Ein zentrales Element in der Ausbildung unserer Studierenden stellen vor diesem Hintergrund die Lehrforschungsprojekte (LFP) und **Lehrpraxisprojekte (LPP)** dar. In diesen Kleingruppenprojekten lernen die Studierenden eigenständiges wissenschaftliches bzw. praktisches Handeln. Hierbei werden in Kooperation mit verschiedenen Unternehmen für diese relevante Anwendungsfragen ‚im Feld‘ untersucht und bearbeitet. Die Projekte werden professionell durch die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter des Lehrstuhls angeleitet und betreut, welche neben ihrer akademischen Expertise auf langjährige Praxiserfahrung im Bereich Unternehmensberatung zurückblicken.



Welche Vorteile bringen Lehrpraxisprojekte für die teilnehmenden Studierenden?

Unsere Studierenden bekommen in den Lehrpraxisprojekten die Gelegenheit, ihr im Studium erworbenes theoretisches Wissen im Feld einzusetzen und Lösungen für praktische Anwendungsfragen zu erarbeiten.

Welche Vorteile bringen Lehrpraxisprojekte für kooperierende Unternehmen?

Als Kooperationspartner erhalten Sie die Möglichkeit, für Sie relevante Anwendungsfragen von Studierenden und MitarbeiterInnen unseres Lehrstuhls wissenschaftlich und praxisnah bearbeiten zu lassen. Durch Heranziehen fundierter qualitativer sowie quantitativer Methoden werden Fragestellungen des Unternehmens analysiert, empirisch beantwortet, praxisnah aufbereitet sowie in Form von Managementberichten ans Unternehmen rückgemeldet.



Studierende im Masterstudiengang Wirtschafts-, Organisations- und Sozialpsychologie

Die Studierenden unseres Masterstudiengangs zeichnen sich durch hohes Engagement und außerordentliche Motivation aus. Sie sind wissenschaftlich, fachlich und methodisch hervorragend ausgebildet.

Durch ein exzellentes Betreuungsverhältnis und anspruchsvolle Lehrveranstaltungen werden hohe Qualitätsstandards gesetzt und erreicht. Durch die langjährige wissenschaftliche und praktische Erfahrung der Dozentinnen und Dozenten werden die Studierenden an praktische, beratende Tätigkeiten professionell herangeführt.



Abgeschlossene Lehrpraxisprojekte

Auf den folgenden Seiten finden Sie Beispiele für Lehrpraxisprojekte, die in den vergangenen Jahren erfolgreich in verschiedenen Unternehmen durchgeführt wurden.



„Wie attraktiv sind wir für Universitätsabsolventen als Arbeitgeber?“

Branche: Automobilindustrie | Thema: Employer Branding

Fragestellung:

Ein großer deutscher Automobilhersteller wollte wissen, wie das eigene Unternehmen auf dem Arbeitsmarkt positioniert ist:

- Was zeichnet für Studierende der Ingenieurwissenschaften und Informatik einen idealen Arbeitgeber aus?
- Welches Image hat das Unternehmen als Arbeitgeber bei dieser Zielgruppe?
- Welche Informationsquellen werden im Prozess der Arbeitgeberwahl herangezogen?

Umsetzung:

Im Rahmen eines Lehrpraxisprojekts führten unsere Studierenden über 60 qualitative Interviews mit zielgruppenspezifischen Berufsinteressenten durch. Die qualitativen Daten wurden inhaltsanalytisch aufbereitet und zusammengefasst. Die Ergebnisse, sowie wissenschaftlich fundierte Handlungsempfehlungen wurden in einem übersichtlichen Managementbericht dokumentiert und dem Unternehmen professionell präsentiert.



„Wie zufrieden sind unsere Kunden?“

Branche: Versicherungswesen | Thema: Kundenzufriedenheit

Fragestellung:

Eine deutscher Versicherungsdienstleister interessierte sich für die Zufriedenheit seiner Kunden und das Image des Unternehmens.

Umsetzung:

Im Rahmen eines Lehrpraxisprojekts erhoben unsere Studierenden über wissenschaftlich fundierte Fragebögen qualitative und quantitative Daten von mehr als 450 Personen und lieferten dem Unternehmen eine umfangreiche Rückmeldung über die Zufriedenheit seiner Kunden. So erhielt das Unternehmen Aufschluss über die generelle Kundenzufriedenheit, Unterschiede in der Zufriedenheit bei verschiedenen Kundengruppen sowie Handlungsempfehlungen zur Steigerung der Kundenzufriedenheit. Die Ergebnisse wurden vom Unternehmen in Form eines Flyers weiter verwendet und den Kunden rückgemeldet.



„Wie zufrieden sind unsere Mitarbeiter?“

Branche: Einzelhandel | Thema: Mitarbeiterzufriedenheit

Fragestellung:

Eine große deutsche Buchhandelskette interessierte sich für die allgemeine Mitarbeiterzufriedenheit in ihrem Unternehmen. Zudem war von Interesse, welche regionalen Unterschiede bestehen, sowie welche Faktoren maßgeblich für die Zufriedenheit sind.

Umsetzung:

Im Rahmen eines Lehrpraxisprojekts erhoben unsere Studierenden über wissenschaftlich fundierte Fragebögen quantitative und qualitative Daten von mehr als 1.200 Mitarbeitern und konnten dem Unternehmen so eine umfassende Rückmeldung über die Zufriedenheit seiner Belegschaft geben. Zudem wurden auf Basis fundierter wissenschaftlicher Erkenntnisse sowie praktischer Expertise Handlungsempfehlungen abgeleitet. Der erstellte Managementbericht wurde der Geschäftsführung und dem erweiterten Führungskreis präsentiert und dem Unternehmen übergeben.



„Was können wir tun, um das Stressmanagement unserer Mitarbeiter zu verbessern?“

Branche: Öffentlicher Dienst | Thema: Mitarbeitergesundheit / Stressmanagement

Fragestellung:

Ein Versicherungsunternehmen des öffentlichen Dienstes suchte nach Wegen, das Stresslevel der Mitarbeiter zu reduzieren.

Umsetzung:

Im Rahmen eines Lehrpraxisprojekts führten unsere Studierenden qualitative Interviews mit Betriebsärzten, Fachkräften für Arbeitssicherheit und Personalräten durch, um konkrete Belastungen im öffentlichen Dienst zu erfassen. Auf Basis der Ergebnisse dieser Interviews, sowie auf Basis aktueller wissenschaftlicher Erkenntnisse zu Arbeitsstress wurde ein Trainingskonzept für eine Multiplikatorenschulung erarbeitet. Hierzu wurden Unterlagen für das Training und zur Instruktion der Trainer, ein Trainerleitfaden sowie Arbeitsblätter mit Fallbeispielen und Fragebögen, Audio- und Videobeispiele und Evaluationsunterlagen für Teilnehmer und Trainer erstellt.



„Worauf sollten wir beim Thema ‚Personalentwicklung 50+‘ achten?“

Branche: Automobilindustrie | Thema: Personalentwicklung

Fragestellung:

Ein großer deutscher Automobilhersteller möchte wissen, wie Personalentwicklung für ältere Arbeitnehmer optimal gestaltet werden sollte.

Umsetzung:

Im Rahmen eines Lehrpraxisprojekts wurden von unseren Studierenden auf Basis einer umfassenden empirisch-wissenschaftlichen Analyse zum Thema „Personalentwicklung 50+“ vier zentrale Handlungsfelder identifiziert: Gesundheits-, Wissens-, Generations- sowie Laufbahn- und Performancemanagement. Diese Handlungsfelder dienten als Grundlage für Interviews mit Ansprechpartnern deutschsprachiger Unternehmen. Auf Basis der so gewonnenen Daten wurden anonymisierte Benchmarks erstellt, welche die Relevanz, Herausforderungen und Maßnahmen für 50+ in den vier Handlungsfeldern abbilden.



„Wie können wir IT-Fachkräfte in ausreichender Zahl gewinnen?“

Branche: Automobilindustrie | Thema: Recruiting

Fragestellung:

Ein großer deutscher Automobilhersteller möchte wissen, wie ein Unternehmen in Zeiten wachsenden Personalbedarfs im IT-Bereich die passenden IT-Fachkräfte in ausreichender Zahl gewinnen kann.

Umsetzung:

Im Rahmen eines Lehrpraxisprojekts wurde zunächst eine detaillierte Zielgruppenanalyse durchgeführt. Hierfür führten unsere Studierenden Interviews mit IT-Mitarbeitern unseres Kooperationspartners aus der Automobilindustrie sowie eine quantitative Online-Studie mit IT-Professionals aus der DACH-Region durch. Auf dieser Basis wurden verschiedene IT-Typen ermittelt, welche sich hinsichtlich ihrer Tätigkeitsanforderungen, ihrer Bedürfnisse bei der Arbeitgeberwahl sowie ihrer Mediennutzung unterscheiden. Ausgehend von diesen wissenschaftlichen Analysen konnten nicht nur differenzierte Handlungsempfehlungen abgeleitet, sondern auch eine umfassende Toolbox zur Rekrutierung von IT-Professionals konzipiert werden. Um die Frage zu beantworten, wo die Zielgruppe geographisch zu finden ist, wurden maßgebliche IT-Cluster in Deutschland identifiziert. Dabei handelt es sich um selbst verwaltende Netzwerke von eng zusammenarbeitenden Unternehmen im Verbund mit Ausbildungseinrichtungen, Hochschulen oder anderen Kompetenzzentren. Zudem enthält die Toolbox auch relevante IT-spezifische Events, Informationskanäle und Kooperationsmöglichkeiten, die HR-Mitarbeiter für konkrete Recruiting-Aktivitäten nutzen können.



Rückmeldungen unserer bisherigen Kooperationspartner:

„Die Zusammenarbeit zwischen [dem Unternehmen] und dem Lehrpraxisprojekt lief jederzeit sehr gut. Termine wurden eingehalten und fertige Produkte in höchster Qualität fristgerecht geliefert. Das Auftreten des Lehrpraxisprojektes gegenüber dem Unternehmen war in jeder Hinsicht professionell und kompetent. Auf unsere Wünsche als Kunde wurde flexibel und engagiert reagiert und es wurden kompetente Lösungen angeboten und umgesetzt. Der Management-Bericht genügt höchsten Ansprüchen auch im Vergleich zu anderen Anbietern der Wirtschaft und dient als hervorragende Dokumentation der Ergebnisse der Befragung sowie als Arbeitsgrundlage für Folgeprozesse“
(Personalleiterin eines großen Einzelhandelsunternehmens)

„Wir wollten es genau wissen. Deshalb haben wir die Ludwig-Maximilians-Universität München damit beauftragt, eine wissenschaftliche Studie zur Kundenzufriedenheit durchzuführen. Hierzu wurden im Rahmen einer repräsentativen Stichprobe zahlreiche Personen befragt, die unsere Kundenstruktur sowohl geografisch als auch nach Geschäftsfeldern klar widerspiegeln.“
(aus der Unternehmensmitteilung eines Versicherungsdienstleisters)

„Auch an dieser Stelle nochmals herzlichen Dank für unsere tolle Zusammenarbeit und das großartige Engagement aller Beteiligten in unserem gemeinsamen Projekt. Gleich im Anschluss an die Präsentation haben wir uns intern spontan zusammengesetzt und waren absolut einhellig einer Meinung: 1.) diese Ergebnisse werden wir intern noch viel stärker nutzen können, um unser Unternehmen voran zu bringen, als wir es uns ursprünglich erhofft hatten. Wir erwarten einen enormen Mehrwert für unser Haus. 2.) sowohl die heutige als auch die gesamte Leistung "Ihrer" Studierenden verdient aus unserer Sicht eine einheitliche Bewertung: "Hervorragend"! Es hat uns allen sehr viel Spaß gemacht, an der heutigen Veranstaltung teilnehmen zu dürfen.“
(Vertriebsleiter eines Versicherungsdienstleisters)



Rückmeldungen unserer bisherigen Kooperationspartner:

„Wir möchten uns hiermit ausdrücklich für die sehr professionelle Kooperation und das hohe Engagement der Projektbeteiligten an der Ludwig-Maximilians-Universität München bedanken. Die hervorragenden Benchmarks sind die Ergebnisse eines straffen, zielorientierten und beachtlichen Prozesses, welcher auf einen intensiven Austausch basierte. Durch die konstruktive Auftragsklärung, unter Einbeziehung multidisziplinärer Wünsche seitens des Unternehmens sowie die hohe Präsentationsfähigkeit der Studenten wurde eine sehr professionelle Ergebnispräsentation geliefert. Die Benchmarks dienen für eine anregende Diskussion nach dem Vortrag der Studenten und werden auch für zukünftige Projekte als Basis für Folgeprozesse von hohem Nutzen sein.“
(Abteilungsleiterin Personalentwicklung eines Automobilherstellers)

„Die Zusammenarbeit mit den Dozenten und den Studierenden der LMU lief immer konstruktiv, zielorientiert und unkompliziert ab. Auf unsere Wünsche und Belange wurde sehr genau eingegangen. Die Ergebnisse des von den Studierenden erarbeiteten Stressmanagement-Trainings können sich sehen lassen. Da die Studenten auch bei der Ergebnispräsentation einen höchst professionellen Eindruck bei uns hinterlassen haben, haben wir uns entschieden, die Pilotierung des Seminars gemeinsam mit 2 Studenten durchzuführen.“
(stellvertretende Abteilungsleiterin eines Versicherungsunternehmens)

Beispielhafter Ablauf eines LPP

Lehrpraxisprojekte werden jeweils im Wintersemester durchgeführt. Die Projekte starten mit dem Beginn des Semesters im Oktober; die Präsentation der Ergebnisse erfolgt im Februar.

	Oktober	November	Dezember	Januar	Februar
1. Konzeption					
Auftragsklärung	█	█			
Recherche		█	█		
Untersuchungsmaterial			█	█	
Akquisestrategie			█	█	
2. Durchführung					
Akquise				█	█
Datenerhebung				█	█
3. Auswertung					
Datenaufbereitung				█	█
Datenauswertung					█
4. Berichterstellung					
Finale Auswertung					█
Berichterstellung					█
Vorbereitung					█
5. Ergebnispräsentation					█



Planung von Unternehmenskooperationen

Da die angebotenen Lehrpraxisprojekte den Studierenden bereits Ende Juni präsentiert werden, ist es wichtig, dass die Unternehmenskooperationen zu diesem Zeitpunkt bereits feststehen. Interessierte Unternehmensvertreter sollten daher frühzeitig (möglichst bis Mai) mit dem Lehrstuhl in Kontakt treten, damit die Kooperationen noch rechtzeitig eingeplant und besprochen werden können.

Unkostenübernahme

Je nach Projekt und methodischer Vorgehensweise fallen bei Lehrpraxisprojekten Unkosten unterschiedlicher Höhe (z.B. für Fahrtkosten, Probandenvergütung etc.) an, wobei es erwünscht ist, dass die kooperierenden Unternehmen hierfür Mittel bereitstellen. Es hat sich hierbei bewährt, einen vorab vereinbarten pauschalen Betrag zur Verfügung zu stellen, auf den bei der Durchführung des Projekts zurückgegriffen werden kann.

Auf Wunsch kann dieser Pauschbetrag als Spende verrechnet und quittiert werden.



Kontakt

Als Ansprechpartner für Lehrpraxisprojekte steht Ihnen zur Verfügung:

Prof. Dr. Felix C. Brodbeck

Ludwig-Maximilians-Universität München

Department Psychologie

Lehrstuhl Wirtschafts- und Organisationspsychologie

Leopoldstraße 13

80802 München

Telefon: +49 (0) 89 / 2180 – 5201

E-Mail: brodbeck@psy.lmu.de



Information Lehrpraxisprojekte am Lehrstuhl Wirtschafts- und Organisationspsychologie

Stand: Juli 2018

Bildnachweise:

Industrieroboter: © Nataliya Hora / Fotolia.com

Mitarbeiterfragebogen: © VRD / Fotolia.com

Umfrage: © cirquedesprit / Fotolia.com

Vortrag: © Kasto / Fotolia.com

Älterer Mann: © Sergey Nivens / Fotolia.com

Mann vor Computer: © mast3r / Fotolia.com