

Die FH-Studiengänge Wirtschaftspsychologie haben sich bewährt

erschienen in: Wirtschaftspsychologie aktuell, 4/2004, S 60 - 65

Vorspann: Die Studiengänge für Wirtschaftspsychologie an den Fachhochschulen in Lüneburg und Wernigerode haben ihre Aufbauphase abgeschlossen. Die ersten Absolventen sind nun in der Wirtschaft tätig. Ein Blick zurück auf die Entstehung und Konzeption dieser neuen Studiengänge, auf deren Bewährung in der Praxis und auf die Reaktion des Arbeitsmarkts.

Autor: Prof. Dr. Thea Stäudel, Fachbereich Wirtschaftswissenschaften, Hochschule Harz, Wernigerode

tstaedel@hs-harz.de

Autor: Prof. Dr. Ullrich Günther, Fachbereich Wirtschaftspsychologie, Fachhochschule Nordostniedersachsen, Lüneburg

guenther@fnnon.de

Fachhochschulstudium als praxisorientierte Alternative zum Diplomstudiengang

Die Fachhochschulstudiengänge für Wirtschaftspsychologie (WP) wurden konzeptionell Mitte der 90er Jahre entwickelt und Ende des Jahrzehnts in Wernigerode (1998) und Lüneburg (1999) gegründet [1; 3]. Warum wurde eine Alternative zum Diplomstudiengang Psychologie mit Schwerpunkt Arbeits-, Betriebs- und Organisations- beziehungsweise Werbepsychologie entwickelt?

Am Arbeitsmarkt zeigte sich ein Bedarf an Kombinationsstudiengängen, die sich aus der üblichen Systematik akademischer Disziplinen lösten: **Unternehmen wünsch-**

ten sich eine Kombination von Betriebswirtschaftslehre (BWL) mit einer Verhaltenswissenschaft wie Psychologie. - Hier wird ein generelles Phänomen sichtbar: Die (historisch bedingte und primär erkenntnisorientierte) Aufteilung des Wissenschaftssystems in einzelne akademische Disziplinen deckt sich zum Teil nicht mit den am Arbeitsmarkt verlangten Qualifikationskombinationen.

Diplom-Psychologinnen und -Psychologen in der Berufspraxis beklagten mehrheitlich, dass ihr Universitätsstudium **zu wenig Praxisbezug** aufwies, kaum soziale Kompetenzen vermittelte und in zu geringem Umfang andere Disziplinen einbezogen habe [1].

Die Gründe des geringen Praxisbezugs liegen vermutlich in den institutionellen Normen des Universitätssystems, nämlich der **Orientierung an Grundlagenwissenschaft und Forschung**. Reputation und Berufskarrieren von Wissenschaftlern fördern eher Leistungen in diesem Bereich als die Anwendung von Wissenschaft auf die Berufspraxis [2]. Der Wissenschaftsrat fordert von den Hochschulen insgesamt eine stärkere Anwendungsorientierung, Interdisziplinarität und Internationalisierung. Dahinter steht der gesellschaftliche Bedarf nach einer qualifizierten akademischen Ausbildung, die sich nicht nur disziplinübergreifend ausrichtet, sondern auch an den **multidisziplinären Anforderungen der Arbeitswelt** orientiert. Staat und Gesellschaft, also die Finanziere der Hochschulen, wollen eine anwendungsorientierte („praktisch nützliche“) Hochschulforschung und -lehre, die Problemlösungen in der Arbeitswelt unterstützen.

Die geforderten Merkmale der Praxisorientierung und Interdisziplinarität passen sehr

gut zum Profil von Fachhochschulstudiengängen. Ein erwünschter Nebeneffekt sind die kürzeren Studienzeiten an FHs, die die Studienkosten verringern und einen früheren Berufseintritt ermöglichen.

Die Studienpläne

Der Kombinationsstudiengang „Wirtschaftspsychologie“ wurde entwickelt, um die inhaltliche Struktur des Studiums der Anforderungsstruktur des Arbeitsmarktes anzupassen. In ihm wird **Psychologie mit Betriebswirtschaftslehre, Recht, Sprachen und EDV kombiniert**. An der Fachhochschule in Lüneburg, wo derzeit der größte Studiengang dieser Art existiert, entfallen circa 60 Prozent der Lehrveranstaltungen auf Psychologie, circa ein Viertel auf Betriebswirtschaftslehre (einschließlich Volkswirtschaftslehre) und circa 15 Prozent auf Recht, Soziologie, Englisch und andere Fächer. In Wernigerode ist die Verteilung ähnlich.

Der fachliche **Schwerpunkt in Psychologie** liegt auf den Bereichen **Arbeits-, Organisations- und Marktpsychologie** (s. Kasten). Damit wird die Konzentration auf wirtschaftsrelevante Teilgebiete der Psychologie mit betriebswirtschaftlichen Kompetenzen verbunden. Diese sollen Einsatzbreite, Akzeptanz und damit Aufstiegschancen der Absolventinnen und Absolventen in Unternehmen verbessern.

- Das **Grundstudium** enthält die klassischen psychologischen Fächer.

- Im **Hauptstudium** vertiefen die Studenten einen der drei Schwerpunkte „Personal und Organisation“, „Markt und Konsum“ sowie in Lüneburg „Arbeit und Technik“.

Ausführlich werden die Studienpläne im Internet dargestellt

- www.fh-lueneburg.de/fbwp und

- www.hs-harz.de/w/wpsy

Die Studiengänge heute

Die Gründung eines neuen Studiengangs basiert auf einer Verheißung: Verheißen werden

- gute Studienplatznachfrage,
- qualifizierte Bewerber für die Stellen,
- internationale Kontakte,
- interessante Arbeitsmarktchancen für die Absolventen, und so weiter.

Die Gründungsväter und -mütter konnten dies jedoch nicht mit völliger Sicherheit prognostizieren, sondern nur als wahrscheinlich darstellen. Ein Teil der Verheißungen lässt sich jetzt an der Realität überprüfen.

Die Nachfrage nach dem Studiengang ist groß, auf einen Studienplatz kommen durchschnittlich 20 Bewerbungen. Der für die Studienzulassung erforderliche Notendurchschnitt variiert zwischen 1,2 und 1,9. In Lüneburg sind zur Zeit etwa 260 Studierende eingeschrieben, in Wernigerode sind es 150.

In Lüneburg, wo die Wirtschaftspsychologie einen eigenen Fachbereich bildet, gehören zum akademischen Personal zehn ProfessorInnen (davon zwei in BWL), zwei Lehrkräfte für besondere Aufgaben sowie mehrere Lehrbeauftragte aus der Wirtschaft. Über Drittmittelprojekte werden Forschungsassistenten beschäftigt.

In Wernigerode gehört der Studiengang zum Fachbereich Betriebswirtschaftslehre. Die Hälfte der Veranstaltungen findet hier zusammen mit den BWLern statt, was von Anfang an die Interdisziplinarität fördert. Die psychologische Ausbildung erfolgt in gesonderten Seminaren, meist in kleinen

Gruppen (10 bis 30 Teilnehmer), was eine effiziente Ausbildung erleichtert.

In Lüneburg ist ein Profilvermerkmal des Studiengangs die Internationalisierung. Ein Teil der Lehrveranstaltungen (circa acht bis zehn pro Semester) werden in englischer Sprache gehalten. Für die Studienzulassung sind deshalb ausreichende Englischkenntnisse nachzuweisen (Schulnoten der letzten Jahre oder Sprachtest). An den englischsprachigen Lehrveranstaltungen nehmen ausländische (deutschunkundige) Gaststudierende teil, die die Verwendung der englischen Sprache erforderlich und natürlich machen. Lüneburger WP-Studierende verbrachten ihre Auslandssemester unter anderem in Frankreich, Spanien, Großbritannien, Finnland, Ungarn, Südafrika, Australien, Neuseeland, Indien und China. Nach einer Schätzung sind es inzwischen in den mittleren Semestern circa 40 Prozent der Studierenden, die entweder zu einem Studienaufenthalt oder zu einem betrieblichen Praktikum ein Semester im Ausland verbringen. Schließlich werden bei den Lehrveranstaltungen internationale Inhalte besonders berücksichtigt, zum Beispiel: **interkulturelle Psychologie und internationales Management**.

Arbeitsmarkterfolge

Zu den Chancen am Arbeitsmarkt liegen erste Erfahrungen vor: **Wernigeroder und Lüneburger Studierende konnten ohne Probleme Praxissemesterplätze in Unternehmen erhalten**. Einige Unternehmen wünschten sich in der Folge mehr WP-Praktikanten als vermittelt werden konnten. Dies indiziert das Interesse der Unternehmen, die sowohl die betriebswirtschaftlichen als auch die direkt in der Praxis einsetzbaren psychologische Kenntnisse positiv einschätzten.

Inzwischen stehen auch die ersten Absolventen im Berufsleben, auch hier mit positiver Resonanz: Arbeitgeber sind große, aber auch mittelständische Unternehmen sowie Beratungsfirmen. Sehr viele arbeiten im Personalbereich (Personalauswahl und -entwicklung, Organisationsentwicklung), aber auch im Marketing sind sie vertreten. Manche werden Trainer, andere sind sogar

in Bereichen, die nur am Rande mit Wirtschaftspsychologie zu tun haben, wie im Projekt- und Prozessmanagement oder im IT-Bereich engagiert, weil sie über Doppelqualifikationen verfügen.

Nach einer kleinen Umfrage bei Lüneburger Berufseinsteigern liegt das durchschnittliche Jahresbruttogehalt für die Berufseinsteiger bei 40.000 Euro.

Institutionelle Entwicklungen

Vermutlich auch angeregt durch die positive Resonanz auf die Wernigeroder und Lüneburger Studienangebote **wurden in den letzten zwei Jahren weitere Studiengänge der Wirtschaftspsychologie etabliert**: An der Universität Bochum und an der privaten Fachhochschule in Iserlohn entstanden Bachelor-Studiengänge, an der privaten Fachhochschule in Heidelberg ein weiterer Diplom-Studiengang.

Auch der Wernigeroder Diplom-Studiengang wird in ein **Bachelor-Master-Studium** umgewandelt. Nach sechs Semestern wird der berufsqualifizierende Bachelor of Science (BSc) erreicht, nach weiteren vier Semestern der Master of Science (MSc). Die Akkreditierung steht in Kürze bevor. In Lüneburg werden die Universität Lüneburg und die Fachhochschule Nordostniedersachsen fusionieren. An der neuen Modelluniversität Lüneburg wird aus dem Lüneburger Diplomstudiengang ebenfalls ein Bachelor- und ein Masterstudiengang Wirtschaftspsychologie entstehen.

Didaktik für ein praxisorientiertes Studium der Wirtschaftspsychologie

Wirtschaftspsychologen werden in Anwendungsfeldern benötigt, in denen sie **interdisziplinär**

- psychologisches Wissen einbringen (beispielsweise in der Werbung),
- in Konzepte einarbeiten (beispielsweise: Personalentwicklung) oder
- es direkt einsetzen (beispielsweise: Marktforschung).

Hierfür ist eine fundierte **psychologische Handlungskompetenz und klare Methodenkenntnisse** in den für die Wirtschaft relevanten Bereichen erforderlich. Da die zukünftige Arbeit immer auf das wirtschaftliche Ziel ausgerichtet ist, benötigen Absolventen weiterhin **die Fähigkeit, umfassend und vernetzt zu denken**, sowohl betriebswirtschaftliche als auch psychologische Belange zu berücksichtigen, und ihre Argumente so vorzubringen, dass sie **vom fachfremden Gegenüber verstanden und akzeptiert** werden kann. **Die Fähigkeiten zu Teamarbeit und selbstständigen Arbeiten** sind sowieso ein selbstverständliches Erfordernis.

Dementsprechend wurde in Wernigerode die psychologische Ausbildung in den letzten Jahren in einem kontinuierlichen Verbesserungsprozess zusammen mit den Studenten sehr zielgerichtet aufgebaut, um ihnen ein effizientes Studium und optimale Berufschancen zu ermöglichen.

Fach- und Handlungskompetenzen

Basis ist natürlich ein **fundiertes Fachwissen**. Im Grundstudium erwerben die Studenten die grundlegenden Erkenntnisse über das Verhalten und Erleben von Menschen (allgemeine Psychologie, Sozialpsychologie, Persönlichkeitspsychologie und Psychodiagnostik). Dazu gehört auch ein klares **wissenschaftstheoretisches Verständnis** darüber, wie die Erkenntnisse der naturwissenschaftlich orientierten Psychologie gewonnen werden. Dies ist gerade in einem interdisziplinären Anwendungsfeld wichtig, in dem neue Konzepte teilweise unkritisch übernommen werden. Die Studenten benötigen hier **eine wissenschaftlich basierte Kritikfähigkeit**. Deswegen ist die Ausbildung in Wissenschaftstheorie, in Methodenlehre und Statistik in Wernigerode mit zwölf Semesterwochenstunden im Grundstudium sehr intensiv. Im Hauptstudium werden dann im Rahmen von „Marktforschung“ weiterführende Methoden erlernt.

Zunächst - das ist unsere Überzeugung - ist es unumgänglich nötig, dass die Grundlagen beherrscht werden, bevor man Anwendungskonzepte erörtert. Deswegen wird erst

im **Hauptstudium** Organisations-, Arbeits-, Werbe- und Konsumpsychologie vermittelt.

Wichtig ist hierbei, dass die Studenten lernen, aus den Theorien und den Untersuchungsergebnissen **selbstständig praktische Konzepte abzuleiten**, eine Aufgabe, die später sicherlich auf sie zukommen wird. Und weiterhin muss der Absolvent **praxisrelevantes Handlungswissen** besitzen. Deshalb ist ein großer Teil des Hauptstudiums der Vertiefung und der praktischen Ausbildung gewidmet. Die Studenten in Wernigerode entscheiden sich im 6. Semester, für den Bereich „Personal“ oder „Markt“ und belegen dann entsprechende **Vertiefungsrichtungen (s. Beispiel PE)**. Der Personalbereich umfasst Personalauswahl, Personalentwicklung, Organisationsentwicklung und wahlweise Coaching, der Marketingbereich Werbe- und Konsumentenpsychologie, Konsumgütermarketing, Marktforschung und wahlweise b2b-Marketing.

Beispiel: Vertiefungsrichtung „Personalentwicklung“ (PE)

Aufbauend auf dem bereits erworbenen betriebswirtschaftlichen, psychologischen und rechtlichen Wissen werden im 6. Semester integrierend und vertiefend die personalpsychologischen Grundlagen, Konzepte und Ergebnisse betrachtet. In PE sind das beispielsweise die nötigen Schritte von der Bedarfsanalyse bis zur Evaluation, ihre Notwendigkeit, sinnvolle Vorgehensweisen und Verfahren, die rechtliche Situation, die organisationalen Rahmenbedingungen und so weiter.

Darüber hinausgehend werden aber auch praktische Fähigkeiten trainiert. So erwerben die Studenten im Rahmen eines Kurses „Train the Trainer“ die methodischen Fertigkeiten, um ein Training selbst zu entwickeln, durchzuführen und zu evaluieren. Dies dient zum einen der eigenen Berufsvorbereitung. Zum anderen dient es auch dazu, die Studenten für die Erfordernisse eines Trainings zu sensibilisieren, damit sie beispielsweise beim Einkauf von einem

externen Anbieter in der Lage sind, die nötige Qualität zu sichern.

Schließlich realisieren die Studenten im 7. Semester in Kleingruppen ein eigenes Praxisprojekt. So entwickelten sie in den letzten Jahren beispielsweise eigenständig und bedarfsgerecht ein Kommunikations-training für Schichtleiter einer mittelständischen Firma oder ein Mentorenprogramm für ausländische Studenten der Hochschule Harz.

Wie die Rückmeldungen aus den Unternehmen zeigen, ist man dort erstaunt und erfreut, dass die Absolventen in so hohem Maße praktische Erfahrungen und Fertigkeiten mitbringen.

Schlüsselqualifikationen

Neben den fachlichen Kompetenzen benötigt ein Wirtschaftspsychologie auch eine Reihe von Schlüsselfertigkeiten. Diese kann man natürlich direkt in Kursen vermitteln, so beispielsweise **Moderation, Konfliktmanagement oder Projektmanagement**.

Daneben aber können Schlüsselqualifikationen im normalen Studium geübt und optimiert werden. So ist zum Beispiel die Fähigkeit, überzeugend zu präsentieren, für einen Schnittstellenwissenschaftler von hoher Wichtigkeit. Schauen wir uns an diesem Beispiel das seminarübergreifende didaktische Konzept an:

Zunächst müssen die Studenten wissen, dass „Präsentieren“ für ihre zukünftige Arbeit überhaupt wichtig ist. Dazu wird eine Zielvision erarbeitet. Die Grundlagen der Präsentation werden vermittelt. Dann werden die Studenten mit Aufgaben steigenden Schwierigkeitsgrads konfrontiert, vom Kurzreferat bis hin zu völlig selbstständigen Präsentationen, wodurch sie den jeweiligen Anforderungen gut gewachsen sind.

Die Anforderungen an die Referate sind klar und explizit definiert, und zwar sowohl inhaltlich als auch präsentationstechnisch. Zu Beginn eines Semesters werden die

Bedeutung dieser Anforderungen und ihre Notwendigkeit mit den Studenten im Sinne einer Zielvereinbarung besprochen. Nach einem Referat erhalten die Studenten kollegiales Feedback anhand der vorgegebenen Kriterien. Auch die Benotung orientiert sich an denselben Kriterien und wird so einsichtig als Feedback, an dem sich die Studenten für ihre zukünftige Arbeit orientieren können. Das Vorgehen erfreut sich hoher Akzeptanz: Im 7. Semester halten alle Studenten hervorragende Präsentationen. Auch Feedback geben und nehmen gehört dann zum selbstverständlichen Verhaltensrepertoire.

In ähnlicher Weise wird die Fähigkeit zu Teamarbeit und zu selbstständigem Arbeiten von Anfang an durch entsprechende, ebenfalls in ihrer Schwierigkeit gestaffelte, Projekte geübt, ebenfalls mit gutem Erfolg.

Angesichts der Veränderungen, die im Zuge der Bologna-Beschlüsse auf uns zukommen werden, ist eine optimierte und seminarübergreifende Didaktik auch an Hochschulen ein aktuelles Erfordernis.

Literatur

[1] *Günther, U.:* Fachhochschulstudiengang Wirtschaftspsychologie: Berufsperspektiven, hochschulpolitischer Standort, Theorie-Praxis-Verhältnis; Psychologische Rundschau; 49; 1998; 31-38.

[2] *Günther, U.:* Wirtschaftspsychologen zwischen Wissenschaft und Wirtschaft. Zum Verhältnis von wissenschaftlicher Theorie und Berufspraxis; in: Günther, U. (Hg.): Psychologie an Fachhochschulen. Studiengänge, Theorie-Praxis-Verhältnis, Hochschulreform; 2. Aufl.; Lengerich: Pabst; 2000; 8-37.

[3] *Müller, J.; Kaune, A.:* Wirtschaftspsychologie an der Hochschule Harz. Begründung, Konzept und Einführung; in: Günther, U. (Hg.): Psychologie an Fachhochschulen. Studiengänge, Theorie-Praxis-Verhältnis, Hochschulreform; 2. Aufl.; Lengerich: Pabst; 2000; 137-150.