

Professur für Wirtschaftspsychologie & Business Consultant

Fragen zur wissenschaftlichen Ausbildung

1. In welchem Fachgebiet haben Sie promoviert?

Fachbereich Allgemeine Psychologie. Promoviert habe ich am Lehrstuhl Sozialpsychologie & Methodenlehre, Albert-Ludwigs-Universität Freiburg, Lehrstuhlinhaber: Prof. Dr. Karl Christoph Klauer

2. Was war das Thema Ihrer Dissertation?

Motivierte Wahrnehmung und motiviertes Denken – Unterschiede in der Wahrnehmung und Beurteilungsschematischer und fotografischer Emotionsgesichter

3. Wann wurde Ihnen klar, dass Sie eine Karriere außerhalb der Universität anstreben möchten?

Ich habe mich bereits während des Studiums für den Bereich der Konsumentenpsychologie interessiert und bereits nach dem Studium überlegt, in die Marktforschung zu gehen. Da mir die empirische Forschung aber ebenfalls viel Freude bereitet hat, habe ich mich zunächst zur Promotion entschlossen. Gegen Ende der Promotionszeit habe ich mich dann aktiv mit dem Gedanken auseinandergesetzt, ob ich in der Wissenschaft bleiben oder in die Praxis wechseln möchte. Ehrlich gesagt war das eine ziemlich schwere Entscheidung, weshalb ich mich sowohl auf Post-Doc Stellen als auch auf außeruniversitäre Stellen in der Marktforschungsbranche beworben habe. Ich wollte die Entscheidung dem Schicksal überlassen. Letztlich hatte ich Stellenangebote aus beiden Bereichen, d.h. aus Wissenschaft und Praxis erhalten, und musste mich dann doch selbst entscheiden. Ich habe mich für die Praxis, genauer noch für eine Stelle bei der GfK SE im Bereich Marktforschung, entschieden. Warum? Weil mir klar wurde, dass ich somit die Möglichkeit habe, wissenschaftliche Erkenntnisse in die Praxis zu übertragen und aus der Praxis zu lernen. Weiterhin bedeutet ein Weggang von der Universität nicht, dass man sich von der Wissenschaft für immer verabschieden muss. Auch bei der GfK SE wir mit aktuellen wissenschaftlichen Studienbefunden gearbeitet, an Marktforschungskongressen und -messen teilgenommen und Studienergebnisse präsentiert sowie gemeinsam mit dem GfK Verein, der für den Bereich Grundlagenforschung zuständig ist, eine enge Zusammenarbeit gepflegt. Darüber hinaus habe ich neben meiner Tätigkeit in der Marktforschungsbranche freiberufliche Lehraufträge an Fachhochschulen absolviert. Hierüber habe ich die Verbindung zur Wissenschaft aufrechterhalten. Dies hat mir schließlich auch Zugang zu meiner aktuellen Position als Professorin für Wirtschaftspsychologie ermöglicht, die es mir auch erlaubt, weiterhin in der Praxis als freiberufliche Beraterin im Bereich Konsumentenpsychologie tätig zu sein. Somit kann ich beide Interessen miteinander verbinden – die Lehre und Wissenschaft sowie die angewandte Konsumentenpsychologie.

Fragen zur aktuellen beruflichen Tätigkeit

1. Wer ist Ihr Arbeitgeber?
2. Was für eine berufliche Tätigkeit üben Sie derzeit dort aus? Was für eine berufliche Tätigkeit üben Sie derzeit dort aus?

- *07/2017 – bis heute Business Consultant Marke & Kommunikation | Glasklar GmbH systemische Unternehmensentwicklung*
- *05/2016 – bis heute Professur für Wirtschaftspsychologie | FOM Hochschule für Oekonomie & Management*
- *10/2015 – bis heute freiberufliche Beraterin | Psychologische Marktforschung und Konsumentenpsychologie*
- *10/2015 – 04/2016 hauptberufliche Dozentin für Wirtschaftspsychologie | FOM Hochschule für Oekonomie & Management*
- *09/2014 – 09/2015 freiberufliche Dozentin für Wirtschaftspsychologie | Hochschule für Oekonomie & Management*
- *03/2014 – 12/2015 freiberufliche Dozentin für Wirtschaftspsychologie | EURO FH Hamburg*
- *07/2014 – 09/2015 Senior Manager Insights & Consulting | GfK SE Nürnberg*
- *02/2011 – 06/2014 Manager Insights & Consulting | GfK SE Nürnberg*

3. Welche Aufgaben sind mit dieser Tätigkeit verbunden?

Fokus Marktforschung: Senior Manager Insights & Consulting im Bereich Consumer Experiences, Brand and Customer Experiences

- *GfK SE Nürnberg*
 - o *Aufgaben: Projektleitung, methodische Beratung, Studienkonzeption, multivariate Datenanalyse, Studien- und Ergebnisintegration, Angebotskonzeption und -erstellung, fachliche Anleitung von Mitarbeitern, Weiterentwicklung von Methoden und Vermarktungsmaterialien & Produktverantwortliche und interne Beraterin für den GfK EMO Scan™ in Deutschland*
- *Manager – Insights & Consulting im Bereich Consumer Experiences, Brand and Customer Experiences | GfK SE Nürnberg*
 - o *Aufgaben: Projektleitung, methodische Beratung, multivariate Datenanalyse, Studien- und Ergebnisintegration, Angebotserstellung*

4. Welche Fertigkeiten, die Sie während Ihrer Zeit als wissenschaftliche/r Mitarbeiter/in an der Universität erworben haben, sind wesentlich für Ihre aktuelle Tätigkeit?

Transfer in den Bereich Marktforschung: Methodenkenntnisse von der Studienkonzeption bis zur Datenauswertung und Ergebnispräsentation, wissenschaftliches Arbeiten, strukturiertes Arbeiten und Zeitmanagement, Teamwork

5. Ist eine Promotion notwendig für Ihre aktuelle Tätigkeit?

Nein. In der Marktforschung gibt es viele Angestellte mit Promotionshintergrund, es gibt aber viele Wege in die Marktforschung. Die Promotion hat Vorteile für die Karriereentwicklung. Aber auch ohne Promotion sind die gleichen Karrierechancen gegeben. Der Weg ist ohne Promotion meist etwas länger.

6. Ist eine Promotion empfehlenswert für Ihre aktuelle Tätigkeit?

Ja. Professur FH erfordert eine Promotion sowie 5 Jahre Berufserfahrung, davon mind. 3 Jahre außerhalb der Universität/Hochschule

Fragen zur Jobsuche

1. Wo haben Sie sich über Jobs „außerhalb der Universität“ informiert?

primär: Stellenausschreibungen auf Unternehmenswebsites; weitere: Academics.de, PsychJOB

2. Wie sind Sie an Ihren aktuellen Job gelangt?

Bewerbung auf Stellenausschreibung auf Unternehmenswebsite

3. Hat Sie Ihr Doktorvater bzw. Ihre Doktormutter bei der Jobsuche unterstützt?

Ja. Weiterbeschäftigung als wissenschaftliche Mitarbeiterin während der Jobsuche

4. Konnten Sie nahtlos vom alten in den neuen Job wechseln?

Ja.

5. Welche Tipps oder Empfehlungen zur Jobsuche würden Sie anderen mitgeben?

Aus der Erfahrung als Marktforscherin kann ich sagen, dass ein Praktikum oder eine Werkstudententätigkeit sehr gute Einstiegsmöglichkeiten sind – viele Angestellte kommen so zu ihrem Job. Vorteil an einem Praktikum ist auch, dass man die Branche vorher kennenlernen kann und sich bewusst für oder gegen einen Job entscheiden kann. Der Einstieg ohne Praktikum in der Branche ist jedoch dennoch möglich

Ein Tipp: eine außeruniversitäre Karriere bedeutet nicht zwingend, dass man die wissenschaftliche Karriere für immer an den Nagel hängen muss. Wer gerne Lehre und Wissenschaft mit der Praxis vereint und erste Praxiserfahrungen gesammelt hat, für den sind Fachhochschulen sicher eine interessante Option für die berufliche Zukunft.

Kontakt:

Mandy Nuszbaum (mandy.nuszbaum@fom.de)

https://www.xing.com/profile/Mandy_Nuszbaum