

LEHRSTUHL BWL, INSB. UNTERNEHMENSFÜHRUNG UND ORGANISATION

Universitätsplatz 2, 39106 Magdeburg
Tel. +49 (0)391 67 18440, Fax +49 (0)391 67 12349

1. Leitung

Prof. Dr. Thomas Spengler

2. Hochschullehrer

Prof. Dr. Thomas Spengler

3. Forschungsprofil

1. Unternehmensführung

- Prüfung und Tragfähigkeit verschiedener Ansätze
- Systematische und methodische Analyse strategischer Entscheidungen bei der Unternehmensgründung
- Analyse und Generierung von Wissensmanagement-Konzepten

2. Personalwirtschaft

- Entwicklung neuer Konzepte der Informations- und Wissensverarbeitung
- Personalmanagement in der Logistikbranche
- Analyse von Ansätzen zur Personalplanung mit Softwareprogrammen
- Marketing bei personalwirtschaftlichen Fragestellungen
- Moderne Verfahren der Personaleinsatzplanung
- Psychoanalytische Konzepte für den personalwirtschaftlichen Kontext

3. Organisation

- Systematisierung organisationstheoretischer Ansätze
- Institutionenökonomie
- Kriterien zur Beurteilung der Effizienz betrieblicher Anreizsysteme

4. Forschungsprojekte

Projektleiter: Prof. Dr. Thomas Spengler

Projektbearbeiter: Schlee, Matthias

Förderer: Sonstige; 01.05.2007 - 30.04.2012

"Das Unternehmen Bundeswehr"

Nach einer theoretischen Erarbeitung der Elemente des Handlungsstrukturmodells nach Kossbiel, erfolgt in einem zweiten Schritt die Übertragung desselben auf die Bundeswehr. Hierbei vor dem Hintergrund existierender Bedingungen, Ziele zur Wirtschaftlichkeit der Streitkräfte beschrieben, die mit Hilfe von verschiedenen zur Verfügung stehenden Instrumente erreicht werden können. Neben bereits angewandten Instrumenten, wird untersucht, inwieweit andere noch nicht betrachtete Instrumente dienen können.

Die angewandte erfahren eine Beschreibung der eingetretenen Wirkungen und eine Analyse des Zielerreichungsgrads. Noch nicht eingesetzte, aber mögliche Instrumente werden auf Ihre Wirkungen hin untersucht und mögliche Wirkungen beschrieben.

Ziel ist die Überprüfung und Evaluation der durchgeführten und der noch zu ermittelnden Maßnahmen zur Erreichung von mehr Wirtschaftlichkeit in den Streitkräften, vor dem Hintergrund des 1999 geschlossenen Rahmenvertrages des Bundesministeriums der Verteidigung mit der Wirtschaft. Dabei sollen noch weitere Instrumente und deren Auswirkungen aufgezeigt werden, die geeignet sind, die Ziele der Wirtschaftlichkeit in den Streitkräften zu erfüllen.

Projektleiter: Prof. Dr. Thomas Spengler

Projektbearbeiter: Dipl. Kfm. Steffen Voigt

Kooperationen: Edeka Hannover-Minden

Förderer: Sonstige; 01.04.2008 - 30.09.2010

Die Wirkung von Kundenkarten als Kundenbindungsinstrument

Kundenkarten erfreuen sich seit Mitte der 90er Jahre wachsender Beliebtheit. Ausgestaltungsformen reichen von Initiativen kleinerer Einzelhandelsbetriebe bis hin zu branchen- und medienübergreifenden Kundenkartenkooperationen. Die Hauptfunktion von Kundenkarten bildet die Verknüpfung von Transaktions- und Kundendaten, welche eine individuelle Kundenansprache ermöglicht. Über die dem Nachfrager mit der Kundenkarte verbundenen Vorteile soll gleichzeitig eine erhöhte Kundenbindung erreicht werden. Um die kundenbindende Wirkung untersuchen zu können, gilt es geeignete Erhebungsmethoden zu entwickeln, die den Selbstselektionseffekt von Kundenkarten berücksichtigen.

Projektleiter: Prof. Dr. Thomas Spengler

Projektbearbeiter: Esther Warnecke

Förderer: Haushalt; 01.10.2007 - 30.09.2009

Eine Evaluation von 360°-Feedback-Instrumenten

Sich verändernde marktliche und technische Begebenheiten verlangen von den Unternehmen und ihren Mitarbeitern, insbesondere den Führungskräften, für effektiven Managementenerfolg, sich an verändernde Umgebungen anzupassen. Das Lernpotenzial ist dafür eine bedeutende Voraussetzung. Feedbackprozesse bilden den Rahmen für Reflexionsprozesse, aus denen Lerneinsichten gewonnen werden. Feedback, insbesondere das 360°-Feedback, wird genutzt um Führungskräfte bei der Bewältigung der gestiegenen Anforderungen zu unterstützen. Der kommunikationsförderliche Aspekt von Feedback wird im Rahmen des 360°-Feedbacks ausgeweitet auf unterschiedliche Feedbackgebergruppen und erhöht damit den Wirkungskreis von Feedback. Allerdings gibt es kein einheitliches 360°-Verfahren gibt, das für alle Unternehmen identisch eingesetzt werden kann. Vielmehr gibt es unterschiedliche Möglichkeiten der Ausgestaltung des Instruments. Bisher liegt der Schwerpunkt der Forschung im Erstellen von 360°-Feedback-Instrumenten und dem Herausstellen der Vorteile des Instruments. In der geplanten Arbeit sollen bestehende 360°-Verfahren auf Ihren Inhalt und Ihre Wirkung beurteilt werden.

Projektleiter: Prof. Dr. Thomas Spengler

Projektbearbeiter: Naundorf, Jessica

Förderer: Haushalt; 01.07.2007 - 30.06.2010

Employer Branding im Personalmarketing

Die demographische Entwicklung konfrontiert viele Unternehmen mit der wachsenden Herausforderung, geeignete Fach- und Führungskräfte zu identifizieren und sie als neue Mitarbeiter zu gewinnen. Zahlreiche Studien betrachten das Employer Branding als eine gute Möglichkeit, den sog. "War for Talents", der fokussiert im Mittelstand ausgetragen wird, zu gewinnen. Für die Umsetzung der Aufgaben und Ziele des Employer Branding ist das Personalmarketing eine bedeutende Voraussetzung. Dabei werden die Gesichtspunkte des Personalmarketing sowie die sich daraus ableitenden Instrumente näher betrachtet. Aufbauend auf den Erfolgsdimensionen der Arbeitgebermarke soll in einem ersten Schritt untersucht werden, welche Funktionen eine Arbeitgebermarke aus Arbeitnehmer- sowie aus Arbeitgebersicht erfüllen soll. In diesem Kontext ist weiterhin fraglich, ob die seit geraumer Zeit weit verbreiteten Employer Awards in der Lage sind, Rekrutierungsprobleme zu lösen. Dazu erfolgt eine kritische

Analyse ausgewählter Absolventen- sowie Arbeitnehmer-/Young-Professional-Studien. Geplant ist im Rahmen dieses Forschungsprojektes die Untersuchung folgender Aspekte: 1. Welche Gestaltungsmöglichkeiten ergeben sich für das Employer Branding? 2. Wie lassen sich diese ökonomisch beurteilen? 3. Welche Bedeutung haben Employer Awards für die Lösung von Rekrutierungsproblemen? 4. Wie sind Employer Rankings und Ratings ökonomisch zu beurteilen? 5. Welchen Einfluss haben die analysierten Employer Awards bei der Arbeitgeberwahl von Absolventen? 6. Welche Anreize haben Unternehmen, sich an diesen Employer Awards zu beteiligen? Unter welchen Bedingungen ist eine Teilnahme sinnvoll?

Projektleiter: Prof. Dr. Thomas Spengler

Projektbearbeiter: Seebothe, Guido

Förderer: Haushalt; 02.07.2007 - 30.06.2010

Methoden und Ansätze des Humankapitalmanagement

Die Entwicklung von der Agrargesellschaft hin zu der heutigen Wissensgesellschaft, haben das Wissen und die Ressource "Mensch" in den Vordergrund der Betrachtung gerückt. Im Zuge dieser Entwicklung wurde der Begriff Humankapital geprägt und kontrovers diskutiert. Unter kritischen Gesichtspunkten ist die Frage zu stellen, ob die traditionelle Humankapitalbewertung, die im Resultat einen monetären Wert erzeugt, geeignet ist, um strategische Personalentscheidungen abzuleiten. Im Mittelpunkt der Dissertation steht die Entwicklung einer zweckmäßigen Steuerungsgröße, mit dem Ziel, Humankapital-Potenziale zu bewerten sowie Maßnahmen der Optimierung abzuleiten.

Projektleiter: Prof. Dr. Thomas Spengler

Projektbearbeiter: Krieg, Alexander

Förderer: Sonstige; 01.03.2007 - 28.02.2009

Modellbasierte Effizienzuntersuchung von Anreizsystemen insbesondere von Cafeteriasystemen

Erarbeitung und Analyse der Einflussstreiber auf die Effizienz von Anreizsystemen insbesondere in internationalen Unternehmen.

Analyse der Anforderungen zur optimalen Ausgestaltung von Cafeteriasystemen sowie Ermittlung möglicher Effizienzgrenzen.

Entwicklung eines Fuzzy-Logik basierten Modells zur Bewertung der Effizienz von Anreizsystemen.

Projektleiter: Prof. Dr. Thomas Spengler

Projektbearbeiter: Krüger, Annett

Förderer: Sonstige; 01.05.2007 - 31.10.2009

Personalökonomische Überlegungen zur Mitarbeiterbindung in IT - Unternehmen

Die tatsächlichen Leistungsträger der Zukunft sind junge Fachkräfte. Sie verfügen bereits über strategisch wichtige Betriebsgeheimnisse und dürfen nicht an die umwerbende Konkurrenz verloren gehen. Diese Mitarbeiter müssen stärker in das Unternehmen eingebunden werden und entsprechend gefördert werden, so dass sie keinen Anlass sehen, das Unternehmen entweder aus eigener Motivation oder insbesondere als Reaktion auf die Anwerbeversuche von Personalberatern zu verlassen.

Ausgehend von dieser Problemskizze müssen ökonomische Modellierungen für den Personalbereich entwickelt werden, die die identifizierten Präferenzen und Einstellungen der Zielgruppe unter Beachtung personalökonomischer Gesichtspunkte aufnehmen.

Projektleiter: Prof. Dr. Thomas Spengler

Projektbearbeiter: Prof. Dr. Bernd Erichson, Dr. Holger Müller, Dipl. Kfm. Steffen Voigt

Förderer: Haushalt; 22.02.2006 - 30.09.2010

Preisresponseforschung mittels Befragung und Kaufsimulation

Preisresponsefunktionen für Produkte und Marken gehören zum Basisinstrumentarium der Wirtschaftstheorie und bilden eine unverzichtbare Grundlage für Marketingentscheidungen, ihre empirische Ermittlung auf Basis von realen Marktdaten aber stößt auf vielfältige Hindernisse. Wichtige Alternativen zur Datengewinnung bilden daher Feldbefragungen oder die Simulation von Kaufverhalten in Laborexperimenten. Hierzu sollen geeignete Meß- und Analyseverfahren unter Einschluß von Computersoftware entwickelt werden.

5. Veröffentlichungen

Originalartikel in begutachteten nationalen Zeitschriften

Möhring-Lotsch, Nadine; Spengler, Thomas

Bildungsnetzwerke optimal gestalten - ein Leitfaden für die Netzwerkarbeit

In: Berufsbildung in Wissenschaft und Praxis. - Bielefeld: Bertelsmann, Bd. 38.2009, 2, S. 32-35

Buchbeiträge

Spengler, Thomas

Bereitstellungsplanung

In: Vahlens großes Personallexikon. - München: Vahlen, ISBN 3-8006-3491-0, S. 118-120, 2009

[Stichworte zur Personalplanung]

Spengler, Thomas

Dienstplanung bei Unschärfe

In: Vahlens großes Personallexikon. - München: Vahlen, ISBN 3-8006-3491-0, S. 241-243, 2009

[Stichworte zur Personalplanung]

Spengler, Thomas

Dienstplanung im deterministischen Fall

In: Vahlens großes Personallexikon. - München: Vahlen, ISBN 3-8006-3491-0, S. 243-246, 2009

[Stichworte zur Personalplanung]

Spengler, Thomas

Einsatzplanung

In: Vahlens großes Personallexikon. - München: Vahlen, ISBN 3-8006-3491-0, S. 277-278, 2009

[Stichworte zur Personalplanung]

Spengler, Thomas

Flexibilität der Personalplanungsmodelle

In: Vahlens großes Personallexikon. - München: Vahlen, ISBN 3-8006-3491-0, S. 355-356, 2009

[Stichworte zur Personalplanung]

Spengler, Thomas

Freiheitsgrade der Personalplanungsmodelle

In: Vahlens großes Personallexikon. - München: Vahlen, ISBN 3-8006-3491-0, S. 367-368, 2009

[Stichworte zur Personalplanung]

Spengler, Thomas

Kontingenz der Personalplanungsmodelle

In: Vahlens großes Personallexikon. - München: Vahlen, ISBN 3-8006-3491-0, S. 619-621, 2009

[Stichworte zur Personalplanung]

Spengler, Thomas

Lösungsgüte der Personalplanungsmodelle

In: Vahlens großes Personallexikon. - München: Vahlen, ISBN 3-8006-3491-0, S. 706, 2009

[Stichworte zur Personalplanung]

Spengler, Thomas

Modellansätze der Personalplanung

In: Vahlens großes Personallexikon. - München: Vahlen, ISBN 3-8006-3491-0, S. 756-757, 2009

[Stichworte zur Personalplanung]

Spengler, Thomas

Planungsbereiche der Personalplanungsmodelle

In: Vahlens großes Personallexikon. - München: Vahlen, ISBN 3-8006-3491-0, S. 936, 2009

[Stichworte zur Personalplanung]

Spengler, Thomas

Problembereiche, Dimensionen und Notwendigkeit der Personalplanung

In: Vahlens großes Personallexikon. - München: Vahlen, ISBN 3-8006-3491-0, S. 948-951, 2009

[Stichworte zur Personalplanung]

Spengler, Thomas

Reine Personalverwendungsplanung

In: Vahlens großes Personallexikon. - München: Vahlen, ISBN 3-8006-3491-0, S. 980-981, 2009

[Stichworte zur Personalplanung]

Spengler, Thomas

Simultane Personalplanung

In: Vahlens großes Personallexikon. - München: Vahlen, ISBN 3-8006-3491-0, S. 1033-1034, 2009

[Stichworte zur Personalplanung]

Spengler, Thomas

Terminologische Grundlagen der Personalplanung

In: Vahlens großes Personallexikon. - München: Vahlen, ISBN 3-8006-3491-0, S. 1130-1132, 2009

[Stichworte zur Personalplanung]

Spengler, Thomas

Zeitbezug der Personalplanungsmodelle

In: Vahlens großes Personallexikon. - München: Vahlen, ISBN 3-8006-3491-0, S. 1232, 2009

[Stichworte zur Personalplanung]

Spengler, Thomas

Ziele der Personalplanung

In: Vahlens großes Personallexikon. - München: Vahlen, ISBN 3-8006-3491-0, S. 1244-1245, 2009

[Stichworte zur Personalplanung]

Spengler, Thomas

Zielraum der Personalplanungsmodelle

In: Vahlens großes Personallexikon. - München: Vahlen, ISBN 3-8006-3491-0, S. 1246-1247, 2009

[Stichworte zur Personalplanung]

Spengler, Thomas

Zweckbezug der Personalplanungsmodelle

In: Vahlens großes Personallexikon. - München: Vahlen, ISBN 3-8006-3491-0, S. 1249-1250, 2009

[Stichworte zur Personalplanung]