

Masterarbeitsthemen SoSe 2020/21

Thema 1:

Algorithmen zur Personalauswahl – Fluch oder Segen aus Sicht von Bewerbern?

Themenbeschreibung:

Algorithmen zur Entscheidungsunterstützung und -findung werden in immer mehr Bereichen von Unternehmen eingesetzt. Von ihrem Einsatz erhoffen sich Unternehmen, durch menschliche Wahrnehmungsfehler und kognitive Limitationen unverspernte und damit bessere Entscheidungen zu treffen. Ein Bereich, in dem zunehmend über den Einsatz von Algorithmen bzw. künstlicher Intelligenz nachgedacht wird, liegt in Personalauswahl. Gamification Ansätze (z.B. Computerspiele), automatische Sprachanalysen bei Telefoninterviews oder Matching-Algorithmen, die einen Abgleich zwischen den Anforderungen der Stelle und den Eigenschaften von Bewerbern vornehmen, sind Beispiele für solche Anwendungen im Rahmen der Personalauswahl.

Die Forschung zu den möglichen Vor- und Nachteilen Algorithmen-basierter Personalauswahl befindet sich noch am Anfang. Unter anderem wird die wichtige Frage, wie Bewerber auf den Einsatz von automatisierten Verfahren im Auswahlprozess wahrnehmen (z.B. Fairnesswahrnehmung) und darauf reagieren (z.B. Bewerbungsabsicht), bislang ausgeblendet. Diese Masterarbeit soll diese Forschungslücke auf Basis einer eigenen Datenerhebung – entweder in Unternehmen, die Algorithmen zur Personalauswahl nutzen oder durch die Befragung von Studierenden – empirisch adressieren.

Literatur:

Cheng, M. M., & Hackett, R. D. (2019). A critical review of algorithms in HRM: Definition, theory, and practice. *Human Resource Management Review*, forthcoming.

Stone, D. L., Deadrick, D. L., Lukaszewski, K. M., & Johnson, R. (2015). The influence of technology on the future of human resource management. *Human Resource Management Review*, 25(2), 216-231.

Ryan, A. M., & Ployhart, R. E. (2000). Applicants' perceptions of selection procedures and decisions: A critical review and agenda for the future. *Journal of Management*, 26(3), 565-606.

Thema 2:

Die Rolle der Führungskräfte im Umgang mit Krisensituationen

Themenbeschreibung:

Die COVID-19 Pandemie hat der Gesellschaft gezeigt, wie unterschiedlich Menschen mit Krisen umgehen und auf wie vielen verschiedenen Ebenen eine Krise wirken und eindringen kann. Bezogen auf die Arbeitswelt gibt es Organisationen, die an den Herausforderungen, die die Pandemie gestellt hat, gar zerschellt sind. Es gibt aber auch diejenigen, die durch kluges Krisenmanagement sogar gestärkt daraus hervorgegangen sind – ob man das nun an strategischen und betriebswirtschaftlichen KPI's festmachen möchte, oder an gesteigener Zufriedenheit und Commitment der Angestellten, die sich während der Unsicherheit der Pandemie zumindest in Bezug auf ihren Arbeitgeber sicher und unterstützt gefühlt haben. Führungskräfte haben durch die Beziehungen zu ihren Mitarbeitenden wesentlichen Einfluss darauf, ob Organisationen sicher durch unruhiges Fahrwasser gelotst werden und damit einzelne Teams und das Unternehmen als Ganzes gestärkt werden können.

Der Fokus der Masterarbeit sollte auf die Analyse der Rolle der Führungskraft im Kontext des Krisenmanagements eines Unternehmens gelegt werden. Was macht sie bzw. wann sind diese (besonders) erfolgreich? Welche Hindernisse ergeben sich und (wie) können diese überwunden werden? Das Thema kann sowohl aus interpersonaler Perspektive, als auch aus organisationaler Sicht bearbeitet werden. Eine konzeptionelle Bearbeitung der Thematik wird empfohlen, eine empirische Analyse ist bei entsprechendem Datenzugang aber ebenfalls möglich.

Literatur:

Combe, I. A., & Carrington, D. J. (2015). Leaders' sensemaking under crises: Emerging cognitive consensus over time within management teams. *Leadership Quarterly*, 26(3), 307-322.

Hadley, C. N., Pittinsky, T. L., Sommer, S. A., & Zhu, W. (2011). Measuring the efficacy of leaders to assess information and make decisions in a crisis: The C-LEAD scale. *Leadership Quarterly*, 22(4), 633-648.

Kayes, D. C., Allen, C. N., & Self, N. (2013). Integrating learning, leadership, and crisis in management education: Lessons from army officers in Iraq and Afghanistan. *Journal of Management Education*, 37(2), 180-202.

Thema 3:

Sharing is Caring? Chancen und Risiken geteilter Führung

Themenbeschreibung:

Was passiert, wenn Teams beginnen, sich selbst zu führen? Shared Leadership ist ein interaktiv-dynamischer Prozess, bei dem die Führung eines Teams nicht einer Einzelperson obliegt, sondern je nach individuellen Kompetenzen und Bedürfnissen auf dessen Mitglieder aufgeteilt wird. Dies erlaubt zum einen schnelle Reaktionen auf immer komplexere Anforderungen und Prozesse der (Arbeits-)Welt, kann aber ebenso die Motivation, Identifikation und das Übernehmen von Verantwortung innerhalb eines Teams fördern.

Mögliche Schwerpunkte der Arbeit können bspw. auf die Rolle der Faktoren Zeit oder Teamzusammensetzung oder auch auf mögliche Effekte von Shared Leadership auf Kommunikations- oder Konfliktverhalten eines Teams gelegt werden. Eine konzeptionelle Bearbeitung der Thematik wird empfohlen, eine empirische Analyse ist bei entsprechendem Datenzugang aber ebenfalls möglich.

Einstiegsliteratur:

Drescher, M., Korsgaard, M., Welp, I., Picot, A. & Wigand, R. (2014). The Dynamics of Shared Leadership: Building Trust and Enhancing Performance. *Journal of Applied Psychology*, 99(5), 771-783.

Pearce, C. L., Conger, J. A., & Locke, E. A. (2008). Shared leadership theory. *Leadership Quarterly*, 19(5), 622-628.

Wang, D., Waldman, D. A., & Zhang, Z. (2014). A meta-analysis of shared leadership and team effectiveness. *Journal of Applied Psychology*, 99(2), 181.

Thema 4:

Values in the War for Talents – Die Bedeutung von Unternehmenswerten bei der Arbeitgeberwahl

Themenbeschreibung:

Mit dem Begriff *Arbeitgeberattraktivität* wird die Anziehungskraft eines Unternehmens auf BewerberInnen im Arbeitsmarkt bezeichnet. Wenn Menschen ein Unternehmen als (für sie) attraktiv einstufen, ist es sowohl in der Besetzung neuer Stellen, als auch beim Halten seiner Mitarbeiter erfolgreicher – besonders auf langfristige Sicht. Gerade potentielle BewerberInnen bewerten bei der Attraktivität eines Arbeitgebers (unbewusst) auch oft den Ruf oder das Bild, das sie von dem jeweiligen Unternehmen haben – sei dies nun durch die Öffentlichkeit, Medien, Bekannte o.ä. geprägt.

Ziel dieser Masterarbeit ist es, die Fragestellung zu analysieren, welche Rolle die nach innen und außen propagierten Unternehmenswerte spielen und inwiefern es für BewerberInnen bedeutsam ist, für welche Werte ein Unternehmen steht und ob diese den eigenen Werten ähneln. Das Thema kann sowohl empirisch durch eine eigene Datenerhebung (qualitativ oder quantitativ), als auch konzeptionell bearbeitet werden.

Einstiegsliteratur:

Billsberry, J. (2007). Attracting for values: an empirical study of ASA's attraction proposition", *Journal of Managerial Psychology*, 22(2), 132-149.

Lopez-Kidwell, Vir & Grosser, Travis & Dineen, Brian & Borgatti, Stephen. (2013). What Matters When: A Multistage Model and Empirical Examination of Job Search Effort. *Academy of Management Journal*, 56 (6), 1655-1668.

Thema 5: Human Resource Management im Nonprofit-Sektor

Themenbeschreibung:

Personalwirtschaftliche Strategien und Praktiken, die sich in erwerbswirtschaftlich Unternehmen bewährt haben, werden zunehmend auch von Nonprofit Organisationen genutzt. Doch können diese Konzepte und die ihnen zugrunde liegenden Annahmen überhaupt auf Nonprofit-Organisationen übertragen werden? Wie entstehen und entwickeln sich Human Resource Management-Systeme im Nonprofit-Kontext? Wie verändert die zunehmende Professionalisierung von Nonprofits und der Zuwachs an Karriere-Freiwilligen die Arbeit in dieser Art von Organisation und die Anforderungen an das Personalmanagement? Welche Besonderheiten sind beim Management von Freiwilligen zu beachten? Diese und andere Fragestellungen können im Rahmen der Masterarbeit bearbeitet werden.

Literatur:

Ridder, H. G., Baluch, A. M., & Piening, E. P. (2012). The whole is more than the sum of its parts? How HRM is configured in nonprofit organizations and why it matters. *Human Resource Management Review*, 22(1), 1-14.

Studer, S. (2016). Volunteer management: Responding to the uniqueness of volunteers. *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, 45(4), 688-714.

Suarez, D. F. (2010). Street credentials and management backgrounds: Careers of nonprofit executives in an evolving sector. *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, 39(4), 696-716.

Thema 6: Identitätsbedrohungen im organisationalen Kontext

Themenbeschreibung:

Identität bildet einen wichtiger Referenzpunkt für Mitarbeitende und bietet diesen ein Gefühl von Sicherheit in komplexen und dynamischen Arbeitsumwelten. Jedoch führen Veränderungen der Umwelt oder der Organisation, Unternehmensfusionen, oder -akquisitionen sowie Unternehmensskandale immer wieder dazu, dass Mitarbeitende ihre eigene oder die Identität ihrer Organisation bedroht sehen. Dennoch ist bislang wenig erforscht, wann und unter welchen Bedingungen Mitarbeitende gewisse Ereignisse als identitätsbedrohend einstufen oder wie sie auf wahrgenommene Bedrohungen reagieren. Diese Masterarbeit soll sich daher einer genaueren Erschließung des Forschungsfeldes widmen. Das Thema ist zur konzeptionellen Erarbeitung ausgelegt, eine empirische Ausarbeitung mit eigener Datenerhebung ist jedoch nach Absprache möglich.

Literatur:

Petriglieri, J. L., 2011. Under threat: Responses to and the consequences of threats to individuals' identities. *Academy of Management Review*, 36(4), 641-662.

Piening, E. P., Salge, T. O., Antons, D. & Kreiner, G., 2020. Standing together or falling apart? Understanding employees' responses to organizational identity threats. *Academy of Management Review*, 325-351.

Ravasi, D. & Schultz, M., 2006. Responding to organizational identity threats: Exploring the role of organizational culture. *Academy of Management Journal*, 49(3), 433-458.

Thema 7:

Who let the dogs out? – Tiere am Arbeitsplatz

Themenbeschreibung:

Mensch-Tier-Beziehungen sind in den letzten Jahren nicht nur immer mehr in den gesellschaftlichen, sondern auch in den organisationalen Fokus geraten. Insbesondere Themen wie gesonderten Richtlinien zu Haustieren am Arbeitsplatz und die Auswirkungen dieser auf die Zufriedenheit der Mitarbeitenden, deren Motivation und wahrgenommene organisationale Unterstützung werden nicht nur in den gängigen Medien, sondern auch im wissenschaftlichen Kontext diskutiert. Dabei sind Hunde und andere Tiere nicht nur im Büro, sondern auch in anderen organisationalen Kontexten, z.B. als Spür- oder Begleithunde, in vielen Arbeitsumwelten sehr präsent.

Trotz der Relevanz des Themas fällt auf, dass Mensch-Tier-Beziehungen bisher zwar aus soziologischer oder psychologischer, jedoch weniger aus organisationstheoretischer Sicht untersucht wurden. Ziel dieser Masterarbeit ist es daher, dieses Forschungsgebiet aus organisationstheoretischer Perspektive weiter zu erschließen.

Literatur:

Cunha, M. P. E., Rego, A., & Munro, I. (2019). Dogs in organizations. *Human Relations*, 72(4), 778-800.

Dotson, M. J., & Hyatt, E. M. (2008). Understanding dog-human companionship. *Journal of Business Research*, 61(5), 457-466.

Jammaers, E. (2020). On ableism and anthropocentrism: A canine perspective on the workplace inclusion of disabled people. *Academy of Management Proceedings*, 2020(1), 18712.

Thema 8: Sozial, nachhaltig und profitabel – Wie schaffen Unternehmen diesen Balanceakt?

Themenbeschreibung:

Ein steigendes Bewusstsein in der Bevölkerung hinsichtlich Nachhaltigkeit und sozialer Verantwortung, das sich nicht zuletzt in der „Fridays for Future Bewegung“ widerspiegelt, mündet zunehmend in der Erwartung an Unternehmen, auch diese Themen zu adressieren. Dies kann dazu führen, dass Unternehmen bisher profitable Geschäftspraktiken/-modelle überdenken müssen. Da langfristige Profitabilität jedoch eine Grundvoraussetzung für das Überleben gewinnorientierter Organisationen darstellt und soziales sowie ökologisches Engagement mit hohen Kosten verbunden sein kann, stehen Unternehmen vor der Herausforderung diesen Balanceakt zu schaffen. Studien zeigen in der Tat, dass sich eine hohe „soziale Performance“ nicht notwendigerweise positiv auf den finanziellen Erfolg von Unternehmen auswirkt.

Im Rahmen dieser Masterarbeit soll analysiert werden, wie und unter welchen Voraussetzungen sich eine nachhaltige Unternehmensführung positiv auf den Unternehmenserfolg auswirkt. Die Bearbeitung des Themas kann konzeptionell oder empirisch durch eine eigene Datenerhebung (qualitativ oder quantitativ) erfolgen.

Literatur:

Gregori, P., & Holzmann, P. (2016). Digital sustainable entrepreneurship: A business model perspective on embedding digital technologies for social and environmental value creation. *Journal of Cleaner Production*, 272: 122817.

Bocken, N., Short, S., Rana, P., & Evans, S. (2014). A literature and practice review to develop sustainable business model archetypes. *Journal of Cleaner Production*, 65: 42-56.

Nason, R. S., Bacq, S., & Gras, D. (2018). A behavioral theory of social performance: Social identity and stakeholder expectations. *Academy of Management Review*, 43(2), 259-283.

Thema 9:

Geschäftsmodell-Innovationsfähigkeit – Wie sich Unternehmen neu erfinden

Themenbeschreibung:

Im Zeitalter der Digitalisierung sehen sich insbesondere traditionelle Industrieunternehmen steigenden Marktdynamiken ausgesetzt, die sie immer häufiger zu Veränderungen zwingen, um wettbewerbsfähig zu bleiben. Dabei reichen Produkt- oder Prozessinnovationen allein oft nicht mehr aus. Es bedarf vermehrt auch einer Erneuerung des Geschäftsmodells, um etwa die Möglichkeiten, die neue digitale Technologien bieten, adäquat zu erschließen. Die Geschäftsmodell-Innovationsfähigkeit beschreibt die Fähigkeit zur frühzeitigen Antizipation von Chancen und Bedrohungen, das eigene Geschäftsmodell darauf basierend schnell anpassen zu können und interne sowie externe Strukturen entsprechend neu auszurichten.

Die Entwicklung von neuen, tragfähigen Geschäftsmodellen ist allerdings alles andere als einfach und setzt die Bereitschaft voraus, das bisherige Geschäftsmodell zu hinterfragen. Obwohl die Literatur erste Erkenntnisse darüber liefert, welche Faktoren Unterschiede zwischen Unternehmen im Hinblick auf diese Fähigkeit erklären, bleiben wichtige Fragen unbeantwortet. Ziel dieser Masterarbeit ist es daher, das Phänomen der Geschäftsmodell-Innovationsfähigkeit empirisch und/oder konzeptionell weiter zu erschließen. Dazu könnten Daten des Lehrstuhls genutzt werden oder eine eigene Datenerhebung durchgeführt werden.

Literatur:

Teece, D. (2018): Business Models and Dynamic Capabilities, *Long Range Planning*, 51(1): 40–49.

Loon, M., Otake-Ebede, L., & Stewart, J. (2020): Thriving in the New Normal: The HR Microfoundations of Capabilities for Business Model Innovation. An Integrated Literature Review, *Journal of Management Studies*, 57(3): 698–726.

Foss, N. & Saebi, T. (2017): Fifteen Years of Research on Business Model Innovation: How Far Have We Come, and Where Should We Go? *Journal of Management*, 43(1): 200–227

Thema 10:

Better fail often, fail big and fail fast? – Der Umgang mit Fehlern in Organisationen

Themenbeschreibung:

Fehler bieten ein enormes Lernpotenzial für Individuen, Teams und Organisationen, zwingen sie Akteure doch, nach den zugrunde liegenden Ursachen zu suchen und sich selbst zu hinterfragen. Darüber hinaus kommt in einer immer dynamischeren Wirtschaftswelt und dem daraus resultierenden Innovationsdruck dem Experimentieren sowie dem „Trial & Error“ Prinzip eine immer wichtigere Rolle zu. Nichtsdestotrotz fällt es vielen Organisationen schwer eine innovationsfördernde Fehlerkultur zu etablieren und die richtigen Schlussfolgerungen aus Fehlern zu ziehen. Obwohl erste Studien unter anderem die Rolle der psychologischen Sicherheit oder flache Hierarchien betonen, gibt es insgesamt wenig Evidenz darüber, wie Unternehmen ihren Umgang mit Fehlern verbessern können, welche Auswirkungen der unterschiedliche Umgang mit Fehlern haben kann und welche Kontingenzfaktoren diese Beziehungen beeinflussen.

Ziel dieser Masterarbeit ist es daher, dieses Phänomen empirisch und/oder konzeptionell weiter zu erschließen.

Literatur:

Dahlin, K., Chuang Y.-T. & Roulet T. (2018). Opportunity, Motivation, and Ability to Learn from Failures and Errors: Review, Synthesis, and Ways to Move Forward, *Academy of Management Annals*, 12(1), 252-277.

Haunschild, P. R., Polidoro Jr, F., & Chandler, D. (2015). Organizational oscillation between learning and forgetting: The dual role of serious errors. *Organization Science*, 26(6), 1682–1701.

Garvin, D.A., Edmondson, A.C., & Gino, F. (2008): Is yours a learning organization? *Harvard Business Review*, 86(3): 109–116.

Thema 11:

Hybride Produktentwicklungsprozesse: Anwendung von kundenzentrischen Innovationsansätzen und -methoden in der Unternehmenspraxis

Themenbeschreibung:

Heutzutage zwingen erhöhte Kundenanforderungen und -bedürfnisse, kürzer werdende Innovationszyklen und neuartige Technologien etablierte Unternehmen dazu, ihren Produktentwicklungsprozess zu überdenken. Im digitalen Zeitalter erscheint der vielfach gelobte klassische Stage-Gate-Prozess als überholt und etablierte Unternehmen greifen vermehrt auf agile, kundenzentrische Innovationsansätze und -methoden aus den Disziplinen Design und Softwareentwicklung zurück. Hierbei gewinnen vor allem Design Thinking, Lean Startup und Scrum an Bedeutung und etablierte Unternehmen integrieren diese Methoden in ihren Produktentwicklungsprozess. In diesem Kontext bedarf es an weiterer wissenschaftlicher Forschung, wie solche hybriden Produktentwicklungsprozesse gestaltet werden.

Ziel der Masterarbeit ist es herauszufinden, ob und unter welchen Voraussetzungen etablierte Unternehmen hybride Produktentwicklungsprozesse effektiv anwenden können. Die Masterarbeit kann entweder rein konzeptionell bearbeitet werden oder in eine eigene empirische Untersuchung eingebettet werden.

Literatur:

Brown, T. (2008). Design thinking. *Harvard Business Review*, 86(6), 84-92.

Carlgren, L., Rauth, I., Elmquist, M. (2016) Framing Design Thinking: The Concept in Idea and Enactment. *Creativity and Innovation Management*, 25(1): 38-57.

Cooper, R. G., & Sommer, A. F. (2016). The agile–stage-gate hybrid model: A promising new approach and a new research opportunity. *Journal of Product Innovation Management*, 33(5), 513-526.

Thema 12:

Corporate Accelerators als neues Phänomen in der Zusammenarbeit zwischen etablierten Unternehmen und Startups

Themenbeschreibung:

Etablierte Unternehmen kooperieren bereits seit Jahrzehnten mit aufstrebenden Startups, um disruptive Geschäftsmodelle aufzuspüren oder neuartige Technologien zu entdecken. Während Corporate Venture Capital (CVC)-Aktivitäten als eine bekannte Form von Corporate-Startup-Kollaborationen bereits konzeptionell und empirisch untersucht worden sind, zeigt das neuartige Phänomen der Corporate Accelerators erhöhten Forschungsbedarf und zunehmende praktische Relevanz. Corporate Accelerators sind befristete, kohortenbasierte Programme (ca. 3 bis 6 Monate) für Geschäftsideen bzw. Startups in frühen Entwicklungsstadien. Diese Programme beinhalten Mentoring, Workshops und weitere materielle/immaterielle Ressourcen von etablierten Unternehmen/Partnern und enden typischerweise mit einem öffentlichen Pitch-Event/Demo-Day vor Investoren, Managern und Unternehmern. In den letzten fünf Jahren haben multinationale Unternehmen aus diversen Branchen ihre eigenen Corporate Accelerator-Programme eingeführt, u.a. Microsoft, BMW und Unilever, um die strategische Zusammenarbeit mit Startups zu intensivieren.

Ziel der Masterarbeit ist es, das Phänomen des Corporate Accelerators zu erschließen. Im Rahmen der Arbeit können etwa die Funktions- und Wirkungsweise verschiedener Formen von Corporate Accelerators analysiert werden, wobei dies auf Basis der bestehenden Literatur oder besser noch im Rahmen einer eigenen (qualitativen) empirischen Untersuchung erfolgen kann.

Literatur:

Kohler, T. (2016). Corporate accelerators: Building bridges between corporations and startups. *Business Horizons*, 59(3): 347-357.

Moschner, S. L., Fink, A. A., Kurpjuweit, S., Wagner, S. M., & Herstatt, C. (2019). Toward a better understanding of corporate accelerator models. *Business Horizons*, 62(5): 637-647.

Pauwels, C., Clarysse, B., Wright, M., & Van Hove, J. (2016). Understanding a new generation incubation model: The accelerator. *Technovation*, 50: 13-24.