

Themenfindung Bachelor-/ Masterarbeit

Empfehlungen und Themenvorschläge der Professur
Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, insbesondere
zukunftsorientiertes Management im Mittelstand
Prof. Dr. Oliver Mauroner

17.11.2020

1 Einleitung

Im Rahmen eines Hochschulstudiums sollen Studierende lernen, wissenschaftlich zu arbeiten. Dazu gehört es, die Ergebnisse der wissenschaftlichen Arbeit schriftlich zu formulieren und eigenständig ein wissenschaftlich und praktisch relevantes Thema zu erarbeiten. Im vorliegenden Dokument werden Empfehlungen für Themen von Abschlussarbeiten gegeben, die von der Professur für Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, insbesondere zukunftsorientiertes Management im Mittelstand (Prof. Dr. Oliver Mauroner) betreut werden können. Es soll Studierenden Hilfestellung und zugleich Inspiration bei der Formulierung Themen für Bachelor- und Masterarbeiten geben.

2 Themenvorschläge für Bachelor- oder Masterarbeiten

Derzeit werden durch die Professur zahlreiche Arbeiten betreut. Damit eine optimale Betreuung gewährleistet werden kann, sollte ein Themenvorschlag aus den folgenden Bereichen gewählt werden.

Kreativität und Krise; Kreativität und Digitalisierung

Krisen sind oft Ausgangspunkte für Neuerungen und Innovationen. Beobachtungen der Praxis führen zur Vermutung, dass auch die COVID-19 Pandemie eine derartige Wirkung entfaltet, indem sie die Lebens- und Arbeitswelten der Menschen für eine bestimmte Zeit radikal verändert. So ist zu vermuten, dass COVID-19 zu einem „Digitalisierungsschub“ führt, der die Arbeitswelt stark verändert. Die folgenden Fragen können im Rahmen einer Abschlussarbeit bearbeitet werden:

- Inwiefern haben Krisen, speziell die COVID-19 Pandemie Einfluss auf Kreativität, Innovation und Entrepreneurship? Welche Beispiele gibt es für Innovationen, die durch COVID-19 entstanden sind? Welche Geschäftsmodelle sind durch COVID-19 entstanden oder wie haben sich bestehende Geschäftsmodelle durch COVID-19 verändert? Wie verändert COVID-19 die Arbeit von Kreativen oder die Kreativprozesse in Unternehmen?
- Wie verändert eine zunehmend digitalisierte Arbeitswelt die Kreativität und das Innovationsgeschehen in Unternehmen? Wie arbeiten Wissens- und Kreativarbeiter in Unternehmen unter den Bedingungen von Homeoffice und vorwiegend digitalen Meetings? Wie kann „kreative Arbeit“ dennoch funktionieren? Was sind die Wirkungsfaktoren (z.B. Social Distancing, Remote Working)?

Dazu ist es erforderlich, sich zunächst generell mit den jeweiligen Phänomenen (Krise, Digitalisierung) und deren Einfluss auf Kreativität, Innovation und Entrepreneurship zu befassen. Ausgehend davon können Fallstudien durchgeführt werden, indem ein (oder mehrere) Beispiel(e) untersucht werden. Hierzu sollen Interviews durchgeführt, transkribiert und dann auf Basis qualitativer Forschung ausgewertet werden.

Start-up Incubation; Business Incubation

Gründungsinkubatoren (Start-up Incubator) sind Organisationen, die Unternehmensgründungen unterstützen. Inkubatoren können verschiedene organisatorische Hintergründe und verschiedene Geldgeber und Unterstützer haben, z.B. Hochschulen/Universitäten, private Unternehmen, öffentliche Behörden. Es ist davon auszugehen, dass die verschiedenen Geldgeber unterschiedliche Zwecke mit der Unterstützung von Start-ups und dem Betrieb eines Inkubators haben und dies auch einen Einfluss auf die konkreten Aktivitäten hat.

In einer Abschlussarbeit kann ein Inkubatorprogramm mit Hilfe einer qualitativen Studie untersucht werden, z.B. ein universitärer, öffentlicher und/oder ein privatwirtschaftlicher Inkubator. Hierzu sollen Interviews (mit dem Inkubator und mit idealerweise auch mit einem Gründungsteam) durchgeführt, transkribiert und auf Basis qualitativer Forschung ausgewertet werden.

Ansätze für einen Interviewleitfaden liegen vor, sodass z.B. folgende Aspekte abgedeckt werden sollten: Beschreibung des Programms, Auswahlkriterien, Interaktion, Mission, Erfolgsfaktoren, Erfolgsmessung (KPI), Finanzierung, Kapitalgeber, Infrastruktur,

Kreativität und Entrepreneurship

Kreativität und Innovation sind die Ausgangspunkte für erfolgreiche Produkte und Services sowie für Unternehmensgründungen. In einer Abschlussarbeit kann die Frage diskutiert und untersucht werden, wie Menschen (speziell Unternehmensgründer) zu ihren Ideen kommen.

Dazu soll die Frage zunächst anhand von Literatur und Theorie bearbeitet werden und daraufhin kann eine (oder mehrere) Fallstudie(n) anhand eines Start-ups erfolgen. Dabei sollen mindestens zwei Interviews mit Gründern durchgeführt, transkribiert und ausgewertet werden.

Ausgangsliteratur zur Einarbeitung in das Thema kann zur Verfügung gestellt werden.

Folgende Fragen können bearbeitet werden:

Wie kommen Gründer zu ihren (Geschäfts-)Ideen? Woher bekommen die Gründer ihre Inspiration? Wo und in welchem Umfeld entstehen Ideen? Nutzen die Gründer Kreativitätstechniken? Wenn ja welche? Mit welchem Erfolg? Welche Kreativitätstechniken sind bekannt und werden genutzt?

Open Data und Innovation; Open Data und Entrepreneurship

Offene Daten sind Daten die frei verfügbar und zugänglich sind. Es existieren verschiedene Definitionen des Begriffs „Offene Daten“. In einer Abschlussarbeit kann der Frage nachgegangen werden, wie Unternehmen (Gründungen und etablierte Unternehmen) offene Daten dafür nutzen, eigene Services und Produkte zu verbessern, Prozesse weiterzuentwickeln oder sogar neue Geschäftsmodelle zu entwickeln.

Dafür kann eine qualitative Studie konzipiert werden, in deren Rahmen nach Beispielen für eine solche ökonomische Nutzung offener Daten gesucht wird und Interviews mit beteiligten Akteuren durchgeführt, transkribiert und ausgewertet werden.

Strategisches Design

Fallstudie zum Stellenwert von Design in Unternehmen. Dieser Themenstellung liegt das Verständnis zugrunde, dass Design als integrierter Teil der Unternehmensstrategie verstanden werden kann, die sich aus Unternehmenskultur und -werten, sowie der Mission und Vision des Unternehmens ableiten lässt. Dabei stellt sich die Frage, welchen Wert Design für Unternehmen schafft und welchen Stellenwert es einnimmt.

Nach einer theoriegeleiteten Diskussion soll eine Fallstudie in einem Unternehmen durchgeführt werden, wobei das Unternehmen idealerweise dem Design einen gewissen Stellenwert zuspricht. Es soll mindestens ein Interview mit einer Person durchgeführt und transkribiert werden, die für das Thema „Design“ zuständig ist.

Ausgangsliteratur zur Einarbeitung in das Thema kann zur Verfügung gestellt werden.

Folgende Fragen sollten Gegenstand des Interviews sein:

Welche Rolle spielt Design im Unternehmen? Ist das Unternehmen als designorientiertes/designzentriertes Unternehmen zu beschreiben? Welchen Stellenwert hat Design im Unternehmen? Lässt sich die Designnutzung auf der sog. „Design Ladder“ einordnen? Wie ist das Design im Unternehmen organisiert (Designabteilung, externe Agenturen, ...)? Wer entscheidet über Designaktivitäten? Wird Design durch die Führungsebene unterstützt? Hat Design Auswirkungen auf die Unternehmensstrategie? Welche Barrieren hinsichtlich der (strategischen) Designnutzung sind im Unternehmen zu erkennen? Was beeinflusst die strategische Designnutzung? In welchen Bereichen wird Design im Unternehmen genutzt? Lässt sich dies anhand der Wertkette von Porter einstufen?

Open Innovation I (Event-based Open Innovation; Hackathons)

Hackathons sind ein- oder mehrtägige Events bei denen motivierte Menschen gemeinsam in kleinen Gruppen an einer Problemstellung arbeiten, z.B. an der Entwicklung von Konzepten oder an der Entwicklung einer Softwarelösung. Hackathons sind geprägt von Spaß, Begeisterung für die Sache und typischerweise einer hohen intrinsischen Motivation der Teilnehmer. Unternehmen und andere Organisationen können dies nutzen und selbst Hackathons veranstalten, zu denen sie eigene Mitarbeiter und externe Gäste einladen, an relevanten Aufgabenstellungen zu arbeiten. Dadurch erhalten sie wertvolle Inputs für das eigene Innovationsmanagement.

Es stellt sich die Frage, warum Menschen an derartigen Hackathons teilnehmen, was ihre Hauptmotivatoren sind.

In der Arbeit soll die Fragestellung zunächst auf der Basis von Literatur/Theorie diskutiert werden. Angedacht ist die Teilnahme an einem Hackathon (optional) und die Befragung von Teilnehmern an einem Hackathon (bestenfalls direkt vor Ort).

Relevant sind Fragen zu folgenden Themen: Erfahrungen mit Hackathons? Wie darauf aufmerksam geworden? Warum für Teilnahme entschieden? Erwartungen? Auswahlkriterien für Teilnahme? Anreiz durch (Geld-)Preise? Bekannte als Teilnehmer? Warum für eine bestimmte Aufgabe/ Team entschieden? Freizeit/beruflich? Bereitschaft, Geld für Teilnahme zu zahlen? Was ist bei Hackathon wichtig? Einfluss der Location? Motiv, einen Kooperationspartner, Arbeitgeber kennenzulernen? Bereitschaft zur Kooperation mit dem Unternehmen im Nachgang? Bereitschaft/Motivation/Anreize, Ideen weiterzugeben?