

Hauptseminar im WS 2018/19

Thema: „Methodenseminar zur Managementforschung“

Methodenkomplex I: Quantitative Metaanalyse

Im Vordergrund des ersten Methodenkomplexes steht die *quantitative Metaanalyse*. Hier sollen Untersuchungen zu einem wissenschaftlichen Forschungsgebiet zunächst systematisch und möglichst erschöpfend im Rahmen einer Literaturrecherche identifiziert werden. Durch eine Kodierung und elektronische Aufbereitung der Daten wird eine statistische Datenauswertung ermöglicht. Diese sollte in zwei Schritten geschehen: Zunächst sollten die Befunde integriert werden, um sie anschließend auf Heterogenität zu prüfen. Letztlich sollten die Ergebnisse dann so aufbereitet werden, dass sie im Hinblick auf die inhaltliche Fragestellung interpretiert werden können. Durch eine solche Metaanalyse kann eine größere Objektivität im Hinblick auf die inhaltlichen Ergebnisse gewährleistet werden.

Thema 1: Organisationale Erfolgsfaktoren im Innovationsmanagement

In den letzten Jahrzehnten ist das Interesse an den Faktoren, die Innovationen am Arbeitsplatz fördern und hemmen, rasant gestiegen, was zu einer Fülle von Erkenntnissen und praktischen Anregungen geführt hat. Allerdings waren diese Empfehlungen nicht immer im Einklang miteinander. Auf dieser Grundlage können Erfolgsfaktoren und Barrieren für Innovationen auf Unternehmensebene identifiziert werden. Solche Faktoren können strukturelle und kulturelle Ursprünge haben, können aber auch durch gezielte organisationale Maßnahmen entstehen.

Im Rahmen der Anwendung der quantitativen Metaanalyse soll untersucht werden, was Organisationen unternehmen können, um ein geeignetes Umfeld für Innovationen innerhalb des Unternehmens zu schaffen. Dazu werden die existierenden Primärstudien integriert und ausgewertet. Anschließend kann eine Moderatorenanalyse durchgeführt werden, um die Heterogenität der Primärstudien zu untersuchen.

Methodenkomplex II: Qualitative Inhaltsanalyse

Die qualitative Inhaltsanalyse ist eine intersubjektiv nachvollziehbare Textanalysemethode, welche auf Kommunikationswissenschaften, Hermeneutik, qualitativer Sozialforschung, Literaturwissenschaften und Psychologie basiert. Sie zielt gegensätzlich zu quantitativen Verfahren nicht auf die Untersuchung zahlenmäßiger Zusammenhänge ab, sondern auf eine theorie- und regelgeleitete Analyse sprachlich manifestierten Materials. Die drei Grundformen der Analyse sind Zusammenfassung, Explikation und Strukturierung.

Thema 2: Window dressing oder probate Maßnahme des Compliance-Managements? – Eine empirische Analyse der Verhaltenskodizes zur Corporate Compliance in deutschen Großunternehmen

Das Themengebiet der Compliance befasst sich mit der Einhaltung von gesetzlichen Vorgaben und mit den seitens der Unternehmen selbst auferlegten internen Richtlinien. Compliance-Delikte der Vergangenheit wie zum Beispiel die Korruptionsskandale bei Siemens und Daimler in den Jahren 2008 und 2010 verdeutlichen die daraus resultierenden weitreichenden Folgen für Unternehmen. Rechtliche und ethische Verstöße von Unternehmensmitgliedern können nicht nur finanzielle Schäden herbeiführen, sondern auch die wichtigsten Vermögenswerte eines Unternehmens beschädigen: Reputation, Vertrauen und Glaubwürdigkeit. Um derartigen Risiken präventiv zu begegnen und dem Bedürfnis der Öffentlichkeit nach ethischem organisationalen Verhalten zu entsprechen, haben Unternehmen vermehrt Verhaltenskodizes eingeführt.

Verhaltenskodizes unterliegen keinen rechtlichen Vorgaben hinsichtlich ihrer Inhalte oder Ausgestaltung, stellen jedoch eine Verhaltensmaßgabe für die Mitarbeiter und u. U. Geschäftspartner des Unternehmens dar. Mithilfe der Dokumentation von Compliance-Richtlinien in Form von Verhaltenskodizes wird zum einen dem Aspekt der Selbstverpflichtung für Mitarbeiter Ausdruck verliehen und zum anderen eine Basis geschaffen, die zwischen rechtmäßigem und unrechtmäßigem Verhalten der Mitarbeiter und u. U. Geschäftspartner unterscheidet.

Trotz enormer Anstrengungen der Unternehmen, Compliance-Verstöße zu verhindern, und hoher Investitionen in die Entwicklung und Einführung von Compliance-Richtlinien bzw. Kodizes können jedoch immer wieder neue Delikte beobachtet werden. Aktuelle Beispiele bieten etwa Volkswagen oder die Deutsche Bank. Dabei erscheint es zunehmend fraglich, ob die von den Unternehmen eingesetzten Richtlinien und Verhaltenskodizes tatsächlich geeignet sind, um das gewünschte Verhalten bei Mitarbeitern herbeizuführen.

Die Inhalte und Struktur der Verhaltenskodizes sowie ein Vergleich dieser ist bislang allerdings nur vereinzelt Analysegegenstand von Forschungsprojekten. Erste Studien deuten darauf hin, dass die Verhaltenskodizes bzw. internen Compliance-Richtlinien die Mitarbeiter sowohl zur Umsetzung gesetzlicher Vorgaben anleiten als auch auf ihnen basieren. Zum anderen enthalten die analysierten Verhaltenskodizes Richtlinien, die integriertes Verhalten anregen und auf eine wertebasierte Vermittlung von Regeln setzen.

Ziel der Seminararbeit ist es, die Verhaltenskodizes ausgewählter deutscher Großunternehmen mittels einer qualitativen Inhaltsanalyse unter Berücksichtigung ausgewählter externer Variablen zu analysieren. Der Datensatz wird von den Studierenden anhand vorher definierter Kriterien eigenständig erhoben und ausgewertet. Auf Basis dieser Analyse werden die Bedeutung von Verhaltenskodizes für das Compliance-Management kritisch beleuchtet und Implikationen für Theorie und Praxis diskutiert.

Mögliche Fragestellungen können im Rahmen der Seminararbeit Gegenstand der Untersuchung sein:

- Sind in dem branchenübergreifenden Vergleich der Verhaltenskodizes Unterschiede auszumachen?
- Bestehen im unternehmensübergreifenden Vergleich der Verhaltenskodizes Unterschiede hinsichtlich der Verbindlichkeit der Vorgaben?
- Gibt es einen Zusammenhang zwischen der Größe und Branche des Unternehmens und der Art der Richtlinien?
- Wie viel Raum werden in den Verhaltenskodizes gesellschaftlichen Aspekten gegeben?
- Bieten die von den Unternehmen selbst auferlegten Richtlinien eine Möglichkeit, um sich von Wettbewerbern zu differenzieren?

Methodenkomplex III: Multivariate Analyse

Basierend auf bereits vorhandenen Datensätzen stehen hier unterschiedliche methodische Analyseverfahren im Vordergrund. Je nach Thema werden beispielsweise Faktoren-, Regressions-, Cluster- oder Kausalanalysen mithilfe von Analysesoftware wie SPSS durchgeführt. Primär geht es dabei darum, Beziehungen zwischen abhängigen Größen (in der Regel Erfolgsgrößen) und unabhängigen Größen festzustellen. Auf diese Weise lassen sich zum Beispiel Zusammenhänge im Hinblick auf die Wirkung von Vertrauen auf den nachhaltigen Kooperationserfolg und Ähnliches feststellen. Dabei sollen in einem ersten Schritt wesentliche Hypothesen zur anschließenden Überprüfung gebildet werden. Die Regressionsanalyse wird hier die Basis des methodischen Vorgehens bilden. Eine Faktorbildung soll entsprechend der Erkenntnisse aus der Literatur konfirmatorisch oder aber explorativ erfolgen. Dies kann individuell entschieden werden. Wesentlich ist die Konstruktion eines Modells, welches empirisch zu überprüfen ist.

Thema 3: „The dark side of leadership“ – Auswirkungen destruktiver Führung

Nachdem in den letzten Jahrzehnten in der Führungs-Forschung insbesondere die positiven Auswirkungen verschiedener Führungsstile im Vordergrund standen, hat sich in den letzten Jahren das Interesse an der negativen Seite von Führung stark gesteigert (z. B. Leadership derailment, Dunkle Triade etc.). Unter dem Oberbegriff der „destruktiven Führung“ wird dabei weniger ein bestimmter Stil als vielmehr eine Sammlung verschiedener Verhaltensweisen verstanden.

Basierend auf einem vorliegenden Datensatz zu Leader-Member-Relations sollen die Auswirkungen destruktiver Führung auf Mitarbeiterebene analysiert werden. Die Aufgabe besteht in der Konstruktion eines Modells, das Führungs-Charakteristika, Bullying und Mitarbeiter-Wohlbefinden zusammenbringt. Je nach Fragestellung und Vorwissen können hierbei verschiedene Mechanismen und Methoden (z. B. Mediation, Faktorenanalyse, Strukturgleichungsmodell) angewendet werden.

Hierbei soll auf relevante Literatur insbesondere zu den folgenden Themen zurückgegriffen werden:

- (1) Psychopathie, Narzissmus und Führung,
- (2) Bullying,
- (3) Wohlbefinden,
- (4) kontraproduktives Arbeitsverhalten sowie
- (5) integrative Modelle von (1) - (4).

Thema 4: „Trust me, please“: Die Auswirkung guter Beziehungen von Start-ups zu ihren Venture-Capital-Investoren auf das Unternehmenswachstum

Harter Wettbewerb und unvorhersehbare Entwicklungen machen es für Start-ups notwendig, auf verschiedene Ressourcen finanzieller und nicht-finanzieller Art zugreifen zu können. Geld ermöglicht dem Start-up, in seine Produktentwicklung, Marketing-Kampagnen oder die Einstellung neuer Mitarbeiter zu investieren. Dagegen ermöglichen nicht-finanzielle Ressourcen z. B. die Kontaktaufnahme zu passenden Geschäftspartnern, die über ein großes Netzwerk verfügen und in strategischen Entscheidungen unterstützen können. Der Zugang zu diesen Ressourcen wird unter anderem durch eine vertrauensvolle Beziehung zwischen dem Start-up und seinem Venture-Capital-Geber möglich. Gegenstand der Seminararbeit ist die Entwicklung dieser Beziehung – von der ersten Begegnung bis hin zur tatsächlichen Finanzierung: Die Wirkung zentraler Treiber für eine vertrauensvolle Beziehung sowie deren Einfluss auf das Wachstum des Start-ups sollen analysiert werden. Mögliche Fragestellungen könnten lauten:

- Wie signalisiert das Start-up potenziellen Geldgebern, dass ihr Investment sich „lohnt“?
- Wie entwickelt sich die Beziehung zwischen Start-ups und VC-Investoren im Zeitverlauf?
- Anhand welcher Faktoren entscheiden Investoren, ob und in welchem Umfang sie das Start-up mit finanziellen und nicht-finanziellen Ressourcen ausstatten?
- Was ist entscheidender für das Wachstum eines Start-ups – Geld oder Kontakte?

Als Grundlage zur Beantwortung dieser Fragen dient ein empirischer Datensatz, der mithilfe eines bereits vorhandenen Fragebogens erweitert werden soll. Ziel für die Studierenden ist es anschließend, aufbauend auf modelltheoretischen Überlegungen Hypothesen zu formulieren, diese mittels multivariater Analyseverfahren zu testen und Implikationen für Theorie und Praxis zu diskutieren.

Thema 5: Einflussfaktoren auf die Nachhaltigkeitsausrichtung in der Hotellerie

Die Tourismusbranche spielt in der globalen Wirtschaft eine wichtige Rolle. Ungefähr 11 % der Arbeitnehmer weltweit sind im Tourismus beschäftigt. Gleichzeitig übt diese wachsende Branche einen nicht unerheblichen negativen Einfluss auf die Umwelt aus. Lange Zeit schien dies weder Anbieter noch Nachfrager zu interessieren, doch spätestens seitdem es in Deutschland einen erkennbaren Trend hin zu nachhaltigem Konsum gibt, beschäftigen sich auch in der Hotellerie zunehmend Akteure mit dem Thema Nachhaltigkeit.

Die Ausprägung des nachhaltigkeitsorientierten Verhaltens von Hotels unterscheidet sich dabei ebenso wie die organisationale Gestaltung des Themas und die zugrunde liegenden Motive. Bisher konzentriert sich eine große Mehrheit der insgesamt relativ kleinen Anzahl von empirischen Untersuchungen der Anbieterseite auf die Erforschung eines möglichen Zusammenhangs zwischen nachhaltiger Ausrichtung und Performance. Weniger Beachtung findet aktuell noch die Frage danach, welche Faktoren zu nachhaltigkeitsorientiertem Verhalten führen bzw. ein solches begünstigen und wie diese zusammenhängen. Die Beachtung dieser Frage ist u. a. deshalb wichtig, weil sie wesentlich dazu beitragen kann, das langfristige Handeln von Unternehmen in diesem Kontext besser zu verstehen, und einen Beitrag zu Ansätzen der zukünftigen Entwicklung des Themas verspricht.

Zur Bearbeitung der Fragestellung steht ein Datensatz aus einer umfangreichen Befragung von Hotelbetrieben, der darüber hinaus mit Performance-Indikatoren verknüpft ist, bereit. Der Datensatz bietet die Möglichkeit, sowohl die aufgeworfene Fragestellung zu bearbeiten als auch den Blick auf das Verhältnis zwischen nachhaltiger Ausrichtung und Performance zu richten. Zunächst geht es darum, theoriegeleitete Hypothesen zu entwickeln. In einem zweiten Schritt sollen diese dann mit geeigneten multivariaten Analysemethoden überprüft werden. Dabei ist der Einsatz von Korrelationsanalysen, Faktorenanalysen und Regressionsanalysen notwendig. Der Einsatz von Mediator-, Moderator- und Clusteranalysen ist je nach Spezifikation des Modells optional.

Thema 6: Einflussfaktoren effizienter Teamarbeit

Ökonomische, technische und strategische Veränderungen führen zu einer Transformation der Unternehmen hin zu teambasierten Arbeitsstrukturen. Diese Veränderung der Arbeitswelt fördert sowohl bei Praktikern als auch bei Wissenschaftlern das Interesse an Einflussfaktoren effizienter Teamarbeit. Während frühere Studien der Teamforschung vornehmlich Gruppendynamiken untersuchten, betrachten aktuelle Studien dementsprechend, wie eine aktive Gestaltung von Teams zu einer Effizienzsteigerung beitragen kann. Ein möglicher Gestaltungsparameter stellt die Teamzusammensetzung dar. In diesem Kontext ergeben sich unter anderem folgende Fragen:

- Welchen Einfluss hat die Teamzusammensetzung auf Vertrauen und Wissensaustausch innerhalb des Teams?
- Wie wirkt sich die Teamzusammensetzung auf Zufriedenheit, Team Commitment und wahrgenommene Leistungsfähigkeit aus?
- Welchen Einfluss hat speziell der Anteil der Teilzeitkräfte auf die Zusammenarbeit im Team?
- Wie beeinflussen Kontextfaktoren, wie beispielsweise die Aufgabengestaltung, den Einfluss der Teamzusammensetzung?
- Welche Rolle spielt Vertrauen in das Team für effektive Zusammenarbeit?

Die Grundlage für die Beantwortung dieser Fragen bilden empirische Daten, die über das in Deutschland führende, geschäftsorientierte soziale Netzwerk XING.com sowie über Facebook.com und einige Foren, wie Gigajob.de, erhoben wurde. Die Zielstichprobe umfasst alle Arbeitnehmer in Deutschland, die innerhalb eines Teams arbeiten, sodass die Datenbasis nicht auf bestimmte Berufsfelder oder Industrien beschränkt ist. Aufbauend auf theoretischen Überlegungen sollen Hypothesen formuliert, diese mittels multivariater Analyseverfahren getestet und Handlungsempfehlungen abgeleitet werden.

Thema 7: Treiber von Geschäftsmodellinnovationen

In einer wettbewerbsorientierten Welt stellen Geschäftsmodellinnovationen eine wichtige Voraussetzung für den langfristigen Erfolg von Unternehmen dar. Unternehmen wie Car2Go oder Netflix illustrieren, wie die Weiter- und Neuentwicklung von Geschäftsmodellen etablierte Unternehmen zunehmend unter Druck setzen und zu einer tiefgreifenden Veränderung ganzer Branchen führen kann. Die Frage, wie Geschäftsmodellinnovationen entstehen, und welche Fähigkeiten ein Unternehmen benötigt, um neue Geschäftsmodelle zu entwickeln, ist bislang allerdings nur unzureichend beantwortet. Empirische Erkenntnisse liegen kaum vor. Erste Untersuchungen lassen vermuten, dass vor allem firmeninterne Ressourcen, wie z. B. Informationen, das Wissen und die Fähigkeiten von Mitarbeitern sowie die Unternehmenskultur, wich-

tige Treiber für Geschäftsmodellinnovationen sind. Für Unternehmen ist es daher von besonderer Bedeutung, relevante Ressourcen identifizieren und bewerten zu können. Insbesondere in dynamischen Märkten ist es für Unternehmen zudem wichtig, Ressourcen schnell und flexibel zuordnen und einsetzen zu können, um auf sich ändernde Umweltbedingungen zu reagieren.

Ziel der Seminararbeit ist es daher zu analysieren, ob und inwiefern verschiedene firmeninterne Ressourcen die Weiter- und Neuentwicklung von Geschäftsmodellen beeinflussen. Des Weiteren soll die Ressourcendynamik als Treiber von Geschäftsmodellinnovationen untersucht werden. Als Grundlage für die Analyse dient ein empirischer Datensatz mit einer Stichprobe von 278 Unternehmen. Aufbauend auf modelltheoretischen Überlegungen ist es Ziel der Arbeit, Hypothesen zu formulieren, diese mittels multivariater Analyseverfahren zu testen und Implikationen für Theorie und Praxis zu diskutieren. Neben Variablen zur Messung von Geschäftsmodellinnovationen sowie firmeninternen Ressourcen und der Ressourcendynamik enthält der breite Datensatz auch Variablen zur Unternehmensperformance und eröffnet damit viele spannende Forschungsmöglichkeiten.