

**Ausschreibung der Abschlussarbeiten  
am Lehrstuhl für Internationales Management**

Stand 01. Oktober 2015

**Bewerbung möglich bis 15. Oktober 2015, 9 Uhr**

**Thema 1**

**Geschlechtsspezifische Unterschiede zwischen intrinsischer und extrinsischer Motivation und ihr Einfluss auf die Berufswahlentscheidung – State of the Art**

Berufswahlentscheidungen von Individuen sind Forschungsgegenstand unterschiedlichster Forschungsdisziplinen. Im Bereich der Motivationsforschung wird die Frage gestellt, welche Faktoren einen Anreiz bieten, sich für einen bestimmten Beruf zu entscheiden. Dabei wird zwischen intrinsischen und extrinsischen Motivationsfaktoren unterschieden. Intrinsische Motivation ist die Motivation, die ein Individuum aus einer Tätigkeit selbst erhält (z.B. Spaß, Interesse, etc.). Unter extrinsischer Motivation versteht man die von „außen“ zugeführte Motivation (z.B. finanzieller Anreiz, Ansehen, etc.). Es wird davon ausgegangen, dass zum Beispiel je nach Berufsfeld, Geschlecht, Kultur, etc. auch verschiedene Motivationsfaktoren relevant sind (Judge & Bretz, 1992).

Ziel Ihrer Abschlussarbeit ist es, einen Überblick über Studien zu geben, die sich mit dem Thema der Motivationsfaktoren und ihrem Einfluss auf die Berufswahlentscheidungen beschäftigen. Dabei fokussieren Sie sich vor allem auf Studien, die sich mit Unterschieden in den Motivationsfaktoren zwischen Männern und Frauen beschäftigen und erarbeiten anhand einer theoretischen Analyse, ob und inwiefern Unterschiede erkennbar sind. Darüber hinaus zeigen Sie Forschungslücken auf und erarbeiten Vorschläge für mögliche Anknüpfungspunkte.

Als Einstieg in die Thematik lesen Sie bitte:

- Farmer, H. S., 1985. Model of Career and Achievement Motivation for Women and Men. *Journal of Counseling Psychology*, 32 (3), pp. 363-390.
- Judge, T. A., & Bretz, R. D., Jr., 1992. Effects of work values on job choice decisions. *Journal of Applied Psychology*, 77, pp. 261-271.

## Thema 2 (Masterarbeit)

### Das Potenzial von CSR- und Nachhaltigkeitsconsulting und die Herausforderungen einer umfassenden Integration in die Unternehmensberatungspraxis

Corporate Social Responsibility (CSR) ist eine relativ junge wirtschaftswissenschaftliche Disziplin. Erst in den letzten zwei Jahrzehnten haben Consulting-Firmen CSR als Geschäftsfeld für sich erkannt. Während umweltbezogenes Nachhaltigkeitsconsulting bereits um einiges länger praktiziert wird, hat CSR-Consulting sein Potenzial noch längst nicht ausgeschöpft.

In Ihrer Masterarbeit befassen Sie sich mit CSR und Nachhaltigkeit im Kontext der Unternehmensberatung. Dabei sollen zunächst die Begrifflichkeiten CSR und Nachhaltigkeit voneinander abgegrenzt und in Zusammenhang gebracht werden. Im Anschluss daran wird das theoretische Verständnis in den Kontext der Unternehmensberatung gesetzt. Die Integration der Bereiche in die Unternehmensberatung soll mit Hilfe explorativer, empirischer Forschung untersucht werden, wofür idealerweise Unternehmensberater im relevanten Geschäftsbereich interviewt werden. Die Planung, Durchführung und Auswertung der Experteninterviews erfolgt dabei nach den Richtlinien der qualitativen Forschung.

Ergebnis Ihrer Arbeit ist die Identifizierung der verschiedenen Ansätze zur Integrierung von CSR und Nachhaltigkeit in die Unternehmensberatungspraxis sowie die damit einhergehenden Herausforderungen. Dabei soll das vorhandene Entwicklungspotential von CSR- und Nachhaltigkeitsconsulting im deutschsprachigen Raum sowie eventuelle positive Nutzeneffekte für die Consultinggesellschaft, das beratene Unternehmen und die Gesellschaft aufgezeigt werden.

Zum Einstieg in die Thematik lesen Sie bitte die Beiträge von

- Carrol, A. B., 1991. The Pyramid of Corporate Social Responsibility: Toward the Moral Management of Organizational Stakeholders. *Business Horizons*, 34 (4), pp. 39-48.
- Dyllick, T., Hockerts, K., 2002. Beyond the Business Case for Corporate Sustainability. *Business Strategy and the Environment*, 11 (2), pp. 130-141.
- Windell, K., 2007. The Commercialization of CSR: Consultants selling CSR. In: F. den Hond et al, Hrsg. *Managing Corporate Social Responsibility in Action. Talking, Doing and Measuring*. Aldershot: Ashgate, pp. 33-51.

### Thema 3

#### Der Einfluss von Value Added Services auf die Kundenbeziehung – eine Analyse

Mit dem Begriff Value Added Services (VAS) werden im Marketing und Vertrieb Dienstleistungen bezeichnet, die zwar nicht zum Kerngeschäft eines Unternehmens zählen, aber dennoch einen Mehrwert für die Kunden bieten. Unternehmen versuchen außerdem, sich durch das Anbieten von VAS einen Vorteil gegenüber ihren direkten Wettbewerbern zu verschaffen und sich so dem Preiswettbewerb zu entziehen (Backhaus et al., 2010, S. 131 f.). Allerdings zeigen aktuelle Studien auch, dass es Unternehmen oftmals nicht gelingt, aus den zusätzlich angebotenen Serviceleistungen auch einen monetären Nutzen zu ziehen (Gebauer, Fleisch und Friedli, 2005, S. 14).

In Ihrer Abschlussarbeit geben Sie einen strukturierten Überblick über die Diskussion der Value Added Services, wie sie in aktuellen Fachzeitschriften geführt wird. Dabei gehen Sie auf die unterschiedlichen Gründe für die Etablierung von VAS in Unternehmen ein, beleuchten eventuell bestehende Branchenunterschiede und diskutieren die mit VAS verbundenen Chancen und Risiken. Darüber hinaus erläutern Sie mögliche Einflüsse von VAS auf die sowie die Bedeutung von VAS in der Beziehungen zwischen anbietendem Unternehmen und Kunde.

Ziel der Arbeit ist es, einen umfassenden Überblick über den aktuellen Stand der Forschung zum genannten Thema zu erarbeiten.

Zum Einstieg in die Thematik lesen Sie bitte die Beiträge von

- Gebauer, H., Fleisch, E. und Friedli, T., 2005. Overcoming the Service Paradox in Manufacturing Companies. *European Management Journal*, 23(1), pp. 14-26.
- Backhaus, K., Becker, J., Beverungen, D., Frohs, M., Müller, O., Weddelling, M., Knackstedt, R. und Steiner, M., 2010. Enabling individualized recommendations and dynamic pricing of value added services through willingness-to-pay data. *Electronic Markets*, 20, pp. 131-146.

Einen Einblick in die Vorgehensweise beim Abfassen einer Literatur Review erhalten Sie durch den Beitrag von

- Provan, K., Fish, A. und Sydow, J., 2007. Interorganizational Networks at the Network Level: A Review of the Empirical Literature on Whole Networks. *Journal of Management*, 33(3), pp. 479-516.

## Thema 4

### Das Zusammenspiel von kausalen Attributionen und dem transformationalen Führungsstil am Beispiel der Aktiengesellschaft OSRAM

Die OSRAM AG ist einer der führenden Lichthersteller weltweit. Der Vorstand des international tätigen Unternehmens hat sich Anfang des Jahres 2015 zur Ausgliederung der Allgemeinbeleuchtung entschlossen und damit einen fundamentalen Wandel in der Unternehmensgeschichte eingeleitet. Eine passende Führungstheorie für einen solchen Umbruch ist der transformationale Führungsstil. Die Führungskraft fungiert im Rahmen dieser Führungstheorie als Coach und Mentor seiner Mitarbeiter. Sie soll auf das Individuum eingehen und Bedürfnisse erkennen und dadurch Motivation und Performance des Mitarbeiters steigern. Dies ist allerdings nur möglich, wenn die Führungskraft auch den Grund für die gute oder schlechte Performance erkennt bzw. richtig attribuiert und ihre Strategien entsprechend ausrichtet. Wird eine Führungskraft mit der schlechten Performance eines Mitarbeiters konfrontiert, kann diese intern attribuieren, also die Ursachen und Handlungsmöglichkeiten zur Verbesserung der Leistung des Mitarbeiters bei sich selbst suchen. Zum anderen kann sie extern attribuieren, also die Ursachen für die schlechte Performance des Mitarbeiters bei dem Mitarbeiter oder externen Umständen suchen. Kommt es hierbei zu einer falschen Attribution kann das aufgrund falscher Strategien von Seiten der Führungskraft zur Verschlechterung der Performance führen. Daher wird im Rahmen der Masterarbeit analysiert, wie sich das Attributionsverhalten der Führungskräfte im transformationalen Führungsstil auswirkt und wie diese dabei unterstützt werden können Attributionstendenzen zu vermeiden.

Im Rahmen der Masterarbeit erarbeiten Sie zunächst die theoretischen Grundlagen der transformationalen Führungstheorie und Attributionstheorie. Anschließend liegt der Fokus im praktischen Teil der Arbeit auf der Befragung von Führungskräften der OSRAM AG und der Darstellung der Ergebnisse. Aus diesen sollen Implikationen und Handlungsempfehlungen für das Unternehmen abgeleitet werden.

Als Einstieg in die Thematik lesen Sie bitte:

- Mitchell, T. R., & Wood, R. E., 1980. Supervisor's responses to subordinate poor performance: A test of an attributional model. *Organizational Behavior and Human Performance*, 25 (1), pp. 123-138.
- Avolio, B. J.; Zhu, W.; Koh, W., & Bhatia, P., 2004. Transformational Leadership and Organizational Commitment: Mediating Role of Psychological Empowerment and Moderating Role of Structural Distance. *Journal of Organizational Behavior*, 25 (8), pp. 951-968.
- Rubin, R. S., Munz, D. C., & Bommer, W. H., 2005. Leading from within: The Effects of Emotion Recognition and Personality on Transformational Leadership Behavior. *Academy of Management Journal*, 48 (5), pp. 845-858.

## Thema 4

### Führung interkultureller, virtueller Teams – Herausforderungen und Erfolgsfaktoren

Dass Interkulturalität in Teams die Performance sowohl negativ als auch positiv beeinflussen kann wurde in vielen Studien bestätigt. Wissenschaftler sind sich einig, dass Heterogenität im Team organisiert und gelenkt werden muss, um das Potential, welches z.B. aus den unterschiedlichen Problemlösungen hervorgeht, zu heben und Risiken durch erhöhtes Konfliktpotential zu minimieren. Aufgrund des technologischen Wandels und einer immer globaler werdenden Wirtschaft nimmt die Anzahl virtueller Zusammenarbeit immer mehr zu. Virtuelle Projektteams über Ländergrenzen hinweg sind keine Einzelheit mehr und werden von den Teammitgliedern zunehmend als Belastung wahrgenommen. Gründe hierfür sind meist kulturelle Differenzen und fehlendes Vertrauen, um die Distanz zu überbrücken. Während das Management von Diversity in interkulturellen Teams bereits als Herausforderung für Führungskräfte dargestellt wird, kommen in virtuellen Teams weitere Schwierigkeiten wie fehlender Face-to-Face Kontakt hinzu. Ziel Ihrer Abschlussarbeit ist es daher, die Herausforderungen und Erfolgsfaktoren interkultureller, virtueller Teams unter dem Aspekt „Führung“ zu beleuchten. Auf Basis einer intensiven Literaturrecherche zeigen Sie anhand einschlägiger, aktueller Studien zunächst auf, inwieweit Virtualität die Performance von Teams beeinflusst. Anschließend erarbeiten Sie, wie die Risiken virtueller Teams durch die Führungskraft kompensiert werden können sowie welche Faktoren für eine erfolgreiche Teamarbeit essentiell sind.

Als Einstieg in die Thematik lesen Sie bitte:

- Wilson, J., Crisp, C.B. & Mortensen, M., 2012. Extending Construal-Level Theory to Distributed Groups: Understanding the Effects of Virtuality. *Organization Science*, 24 (2), pp. 629-644.
- Hoch, J.E. & Kozlowski, S.W.J., 2014. Leading Virtual Teams: Hierarchical Leadership, Structural Supports, and Shared Team Leadership. *Journal of Applied Psychology*, 99 (3), pp. 390-403.
- Cramton, C.D., & Hinds, P.J., 2014. An Embedded Model of Cultural Adaptation in Global Teams. *Organization Science*, 25 (4), pp.1056-1081.