

## THEMENBLÖCKE FÜR ABSCHLUSSARBEITEN (BEWERBUNGSFRIST: 05.10.2025)

---

### THEMA: FLEXIBLES ARBEITEN ZWISCHEN CHANCE UND RISIKO

(Betreuerin: Sophie Ringler)

(→ alle 4 Themenunterpunkte nur als Bachelorarbeit möglich)

#### Themenunterpunkt I:

*Vom „Ideal Worker“ zum „Inclusive Worker“ –  
Normverschiebungen im Kontext digitalen Arbeitens*

Seit Ackers (1990, 2006) Konzept des „Ideal Workers“ wird in der Forschung diskutiert, wie normative Leitbilder von Erwerbsarbeit Geschlechterungleichheiten prägen. Während der „Ideal Worker“ durch totale Verfügbarkeit, Präsenz und Entlastung von Sorgearbeit charakterisiert ist, hat sich im Zuge von Digitalisierung und COVID-19-Pandemie das Bild des „Ideal Teleworkers“ herausgebildet (Hermann & Claes, 2021; Hermann et al., 2024). Neuere Ansätze sprechen zudem von einem Übergang zum „Inclusive Worker“, bei dem alternative Leitbilder wie **Devotion Pluralism** (Anerkennung vielfältiger Lebensbereiche jenseits reiner Erwerbsarbeit) und **Degendering Equity** (Abkehr von männlich konnotierten Idealbildern, stärkere Gleichstellung) stärker betont werden (Müller & Chung, 2025).

Ziel der Arbeit ist es, im Rahmen einer **systematischen Literaturrecherche** zu untersuchen, welche Chancen und Risiken mit diesem Normwandel verbunden sind. Der Fokus liegt auf den geschlechtsspezifischen Implikationen für Karriere und Vereinbarkeit sowie auf der Frage, ob sich der „Inclusive Worker“ tatsächlich als neue dominante Norm etabliert.

#### Mögliche Forschungsfragen:

- Welche Chancen eröffnet das Leitbild des „Inclusive Worker“ insbesondere für Mütter und Väter im Hinblick auf Karriere und Vereinbarkeit?
- Welche Risiken bestehen, dass Homeoffice bzw. Remote-Arbeit trotz inklusiver Normdiskurse bestehende Ungleichheiten (z. B. durch Flexibility Stigma) fortschreibt?
- Kann der „Inclusive Worker“ als neue dominante Norm gelten oder handelt es sich bislang um ein Nischenideal, das nur in bestimmten Branchen oder Organisationen sichtbar wird?

#### Literatur:

- Acker, J. (1990, 2006). *Gendered Organizations / Inequality Regimes*. *Gender & Society*.
- Hermann, A., Clar-Novak, M., & Claes, M.-T. (2024). Gender-Specific Time Poverty: Examining the Impact of Teleworking in the Austrian Context. *Gender, Work & Organization*, n/a(n/a). <https://doi.org/10.1111/gwao.13231>
- Müller, J., & Chung, H. (2025). From the Ideal Worker to the Inclusive Worker: Measuring Norm Shifts Within Occupational Contexts. *Gender, Work & Organization*, n/a(n/a). <https://doi.org/10.1111/gwao.70038>

**Themenunterpunkt II:**  
*Führung für den „Inclusive Worker“ –  
Wie Unternehmen Normwandel gestalten können*

Seit Jahrzehnten prägt das Leitbild des „Ideal Worker“ die Arbeitswelt: totale Verfügbarkeit, physische Präsenz und die Entlastung von Sorgearbeit gelten als Voraussetzungen für Karriere. Im Zuge der Digitalisierung und der COVID-19-Pandemie verschieben sich diese Leitbilder – neue Normen wie der „Inclusive Worker“ betonen Anerkennung vielfältiger Lebensbereiche und eine stärkere Gleichstellung.

Doch ob dieser Wandel in Organisationen tatsächlich gelingt, hängt maßgeblich von Führungskräften und Unternehmensleitungen ab. Sie entscheiden, ob digitale Arbeit als legitime Form von Leistung anerkannt wird, wie Karrierepfade unter hybriden Bedingungen aussehen und ob Strukturen geschaffen werden, die Ungleichheiten abbauen statt verstärken.

Ziel der Arbeit ist es, im Rahmen einer **systematischen Literaturrecherche** zu untersuchen, welche Führungsansätze und Managementpraktiken den Übergang vom „Ideal Worker“ zum „Inclusive Worker“ fördern können. **Theoretische Anknüpfungspunkte** bieten hierbei das Führungsmodell des *Transformational Leadership*, das Konzept des *Leader-Member Exchange (LMX)* sowie die *Institutional Theory*.

**Mögliche Forschungsfragen:**

- Welche Rollen spielen Führungskräfte bei der Etablierung des „Inclusive Worker“ als neue Leitnorm?
- Welche Praktiken tragen dazu bei, dass digitale Arbeit als gleichwertige Leistung anerkannt wird?
- Wie können Führung und Unternehmenspolitik strukturelle Ungleichheiten im Kontext von Remote Work verhindern?
- Welche Unterschiede bestehen zwischen Branchen oder Organisationstypen bei der Umsetzung inklusiver Leitbilder?

**Literatur:**

- Acker, J. (1990, 2006). *Gendered Organizations / Inequality Regimes*. *Gender & Society*.
- Villamor, I., Hill, N. S., Kossek, E. E., & Foley, K. O. (2023). Virtuality at Work: A Double-Edged Sword for Women’s Career Equality? *Academy of Management Annals*, 17(1), 113–140. <https://doi.org/10.5465/annals.2020.0384>
- Padavic, I., Ely, R. J., & Reid, E. M. (2020). Explaining the Persistence of Gender Inequality: The Work–family Narrative as a Social Defense against the 24/7 Work Culture. *Administrative Science Quarterly*, 65(1), 61–111. <https://doi.org/10.1177/0001839219832310>
- Müller, J., & Chung, H. (2025). From the Ideal Worker to the Inclusive Worker: Measuring Norm Shifts Within Occupational Contexts. *Gender, Work & Organization*, n/a(n/a). <https://doi.org/10.1111/gwao.70038>

**Themenunterpunkt III:**  
*Künstliche Intelligenz und Remote Work –  
Verstärkung oder Auflösung von Ungleichheiten?*

Die zunehmende Integration von KI-gestützten Tools in flexible Arbeitsumgebungen (z. B. automatisierte Arbeitszeiterfassung, algorithmische Leistungsbewertung, Chatbots, virtuelle Assistenzsysteme) verändert die Anforderungen an digitale Arbeit grundlegend. Einerseits können KI-Systeme Beschäftigte entlasten, indem sie Routineaufgaben übernehmen oder Inklusion fördern (z. B. durch Barrierefreiheit, Sprachassistenz). Andererseits bergen sie Risiken wie algorithmische Überwachung, Arbeitsintensivierung oder neue Formen digitaler Ungleichheit.

Ziel der Arbeit ist es, im Rahmen einer **systematischen Literaturrecherche** zu analysieren, wie KI den Kontext von Remote Work prägt und ob dadurch bestehende normative Anforderungen (z. B. das Leitbild des *Ideal Teleworker*) eher verstärkt oder herausgefordert werden. Theoretische Anknüpfungspunkte bieten hierbei das Konzept des *Algorithmic Management* zur Analyse algorithmischer Steuerung und Leistungsbewertung, die Perspektive der *Sociomateriality* zur Betrachtung der Wechselwirkungen zwischen Technologie und Arbeitspraxis sowie die *Institutional Theory* zur Untersuchung von Policy–Practice-Gaps in der organisationalen Einführung von KI.

#### Mögliche Forschungsfragen:

- Welche Chancen und Risiken entstehen durch den Einsatz von KI in hybriden und digitalen Arbeitsumgebungen?
- Inwiefern tragen algorithmische Systeme dazu bei, neue Normen wie „Always-on“, totale Transparenz oder verstärkte Selbststeuerung zu etablieren?
- Kann KI einen Beitrag zur Erosion traditioneller Idealbilder leisten – oder verstärkt sie deren Logik durch technologische Kontrolle?
- Welche Unterschiede ergeben sich zwischen verschiedenen Branchen und Tätigkeitsfeldern?

#### Literatur:

- Parent-Rocheleau, X., & Parker, S. K. (2022). Algorithms as work designers: How algorithmic management influences the design of jobs. *Human Resource Management Review*, 32(3), 100838. <https://doi.org/10.1016/j.hrmr.2021.100838>
- Leonardi, P. M., Parker, S. H., & Shen, R. (2024). How Remote Work Changes the World of Work. *Annual Review of Organizational Psychology and Organizational Behavior*, 11(Volume 11, 2024), 193–219. <https://doi.org/10.1146/annurev-orgpsych-091922-015852>
- Valtonen, A., Saunila, M., Ukko, J., Treves, L., & Ritala, P. (2025). AI and employee wellbeing in the workplace: An empirical study. *Journal of Business Research*, 199, 115584. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2025.115584>

#### Themenunterpunkt IV:

„Is working from home a curse or a blessing for women?“ –  
*Chancen und Risiken flexibler Arbeit im Kontext von Geschlechterrollen*

Die COVID-19-Pandemie hat Homeoffice und hybride Modelle in den Mittelpunkt moderner Arbeitswelten gerückt. Während flexible Arbeit für Frauen – insbesondere für Mütter – deutliche Vorteile im Hinblick auf Vereinbarkeit bieten kann, zeigen Studien auch Risiken: geringere Sichtbarkeit, Karriereeinbußen oder die Gefahr, dass tradierte Geschlechterrollen weiter verstärkt werden (Stichwort „Flexibility Stigma“). Damit stellt sich die Frage, ob Homeoffice einen Beitrag zur Neudefinition von Geschlechterrollen leisten kann – oder ob es bestehende Ungleichheiten reproduziert.

Ziel der Arbeit ist es, im Rahmen einer **systematischen Literaturrecherche** die ambivalenten Effekte von Homeoffice auf Frauen zu untersuchen. Im Zentrum stehen sowohl potenzielle Vorteile (z. B. Autonomie, Vereinbarkeit, Zufriedenheit) als auch Nachteile (z. B. Karrierestagnation, Unsichtbarkeit, Belastung durch Doppelrolle). Theoretische Anknüpfungspunkte bieten unter anderem die **Gender Role Theory** (Eagly, 1987), Ackers Konzept des **Ideal Worker** (1990) sowie das **Flexibility Stigma** (Williams et al., 2013).

#### Mögliche Forschungsfragen:

- Welche Chancen eröffnet Homeoffice für Frauen – insbesondere für Mütter – in Bezug auf Karriere und Vereinbarkeit?
- Welche Risiken bestehen, dass Homeoffice bestehende Geschlechterrollen und Ungleichheiten fortschreibt?

- Inwiefern lassen sich durch Homeoffice tradierte Rollenzuschreibungen herausfordern oder sogar neu definieren?

#### Literatur:

- Acker, J. (1990). Hierarchies, Jobs, Bodies: A Theory of Gendered Organizations. *Gender & Society*, 4(2), 139–158.
- Chung, H. (2022). The Flexibility Paradox: Why Flexible Working Leads to (Self-)Exploitation. Bristol University Press. <https://doi.org/10.46692/9781447354796> (Buch kann am Lehrstuhl geliehen werden)
- Williams, J. C., Blair-Loy, M., & Berdahl, J. L. (2013). Cultural Schemas, Social Class, and the Flexibility Stigma. *Journal of Social Issues*, 69(2), 209–234. <https://doi.org/10.1111/josi.12012>

## THEMA: ORGANISATIONALES STIGMA ALS SOZIALE EVALUATION

(Betreuer: Tim Emmel)

### Themenunterpunkt I:

*Stigma proaktiv bekämpfen? Handlungsoptionen für Unternehmen*

Stigmatisierte Organisationen haben oft schlechteren Zugang zu Kapital, Partnern, Talenten und Kund:innen. Deshalb ist es für Unternehmen wichtig, Stigmatisierung frühzeitig, bewusst und planvoll anzugehen. Die Arbeit zu diesem Themenfeld untersucht, wie die Stigmatisierung eines bestimmten Unternehmens – zum Beispiel medial oder auf Social Media – begründet wird. Dazu rekonstruiert sie die Prozesse mit dem qualitativen Forschungsdesign nach GIOIA ET AL. (2013): Die Primärquellen werden zunächst nah an der Sprache der beteiligten Akteur:innen wiedergegeben, auf zentrale inhaltliche Muster verdichtet und schließlich zu übergreifenden Mechanismen zusammengeführt. Ziel ist ein kompaktes, praxisnahes Playbook, das zeigt, an welchen kritischen Punkten des Stigmatisierungsprozesses das untersuchte Unternehmen am besten ansetzen kann, um bestehende Stigmatisierung zu reduzieren und weitere Stigmatisierung möglichst zu verhindern.

**Literatur:** DURAND, R., & VERGNE, J.-P. (2015). Asset divestment as a response to media attacks in stigmatized industries. *Strategic Management Journal*, 36(8), 1205–1223. <https://doi.org/10.1002/smj.2280>

GIOIA, D. A., CORLEY, K. G., & HAMILTON, A. L. (2013). Seeking qualitative rigor in inductive research: Notes on the Gioia methodology. *Organizational Research Methods*, 16(1), 15–31. <https://doi.org/10.1177/1094428112452151>

ZAVYALOVA, A., PFARRER, M. D., REGER, R. K., & SHAPIRO, D. L. (2012). Managing the message: The effects of firm actions and industry spillovers on media coverage following wrongdoing. *Academy of Management Journal*, 55(5), 1079–1101. <https://doi.org/10.5465/amj.2010.0608>

## Themenunterpunkt II:

### *Stigma und Legitimität im Bereich ‚medizinisches Cannabis‘: Kontinuum oder unabhängige Dimensionen?*

Dieser Themenunterpunkt behandelt eine aktuelle Kontroverse in der Organisationstheorie: Sind Stigma und Legitimität zwei Pole desselben Phänomens (vgl. HAMPEL & TRACEY, 2019) oder zwei völlig verschiedene Phänomene (vgl. HELMS, PATTERSON & HUDSON, 2019)? Der Kontext „medizinisches Cannabis“ eignet sich gut, um dazu beizutragen: Hier treffen moralisch geprägte Stigmata auf streng regulierte Qualitätsanforderungen, die Legitimität auch unabhängig von moralischen Deutungsrahmen ermöglichen könnten. Die Arbeit ist empirisch angelegt und nutzt ein gezielt ausgewähltes Fallbeispiel, um eine bislang vor allem theoretische Debatte empirisch weiterzuführen. Dafür kommen entweder eine Gioia-Analyse (s. oben) oder Methoden der qualitativen Inhaltsanalyse (z. B. nach Mayring oder Kuckartz) in Frage.

**Literatur:** HAMPEL, C., & TRACEY, P. (2019). Introducing a spectrum of moral evaluation: Integrating organizational stigmatization and moral legitimacy. *Journal of Management Inquiry*, 28(1), 11–30. <https://doi.org/10.1177/1056492618790897>

HELMS, W. S., PATTERSON, K. D. W., & HUDSON, B. A. (2019). Let’s not “taint” stigma research with legitimacy, please. *Journal of Management Inquiry*, 28(1), 36–44. <https://doi.org/10.1177/1056492618790896>

---

## THEMA: STRATEGISCHES MANAGEMENT KONTROVERSER GESCHÄFTSMODELLE (Betreuer: Tim Emmel)

### Themenunterpunkt III:

#### *Anpassung oder ‚Distinction‘? Strategische Positionierung in kontroversen Nischenmärkten*

Dieses Thema untersucht, wie sich Unternehmen in umstrittenen Nischen zwischen Anpassung an bestehende Erwartungen, Regeln und Kategorien und ‚Distinction‘, also sichtbarer Abgrenzung von Mitbewerbern, positionieren und dies gegenüber zentralen Stakeholdern legitimieren. Im Kern geht es darum, unter welchen Bedingungen Anpassung Zugang, Glaubwürdigkeit und Anschlussfähigkeit verschafft und wann Distinction mehr Wert stiftet, etwa durch klare Identität, Neuheit oder bessere Problemlösungen. Erwartet wird ein Beitrag, der Market- (z. B. Produkt-, Preis- und Vertriebsentscheidungen) und Nonmarket-Entscheidungen (z. B. Umgang mit Regulierung, Politik, Verbänden und Zivilgesellschaft) gemeinsam betrachtet und präzise Mechanismen herausarbeitet, wie Governance- und Kommunikationsinstrumente über Anpassung oder Distinction den Unternehmenserfolg beeinflussen. Besonders geeignet sind gesellschaftlich umstrittene Märkte mit einer großen Vielfalt an Stakeholdern. Methodisch soll ein konkretes Fallbeispiel ausgewertet werden, entweder über eine Literaturrecherche oder ein qualitatives Forschungsdesign (z. B. Fallstudie, Interviews oder Dokumentenanalysen), um das Spannungsfeld zwischen Anpassung und Distinction praxisnah zu untersuchen und sichtbar zu machen, welche Entscheidungen in welchem Kontext am besten funktionieren.

**Literatur:** DEEPHOUSE, D. L. (1999). To be different, or to be the same? It’s a question (and theory) of strategic balance. *Strategic Management Journal*, 20(2), 147–166. [https://doi.org/10.1002/\(SICI\)1097-0266\(199902\)20:2](https://doi.org/10.1002/(SICI)1097-0266(199902)20:2)

NAVIS, C., & GLYNN, M. A. (2011). Legitimate distinctiveness and the entrepreneurial identity: Influence on investor judgments of new venture plausibility. *Academy of Management Review*, 36(3), 479–499. <https://doi.org/10.5465/AMR.2011.61031809>

#### **Themenunterpunkt IV:**

##### *Market-Nonmarket-Dynamiken in umstrittenen Online-Geschäftsmodellen*

Im Mittelpunkt steht die Frage, wie Plattformen und digitale Anbieter mit strittigen Praktiken oder Inhalten – etwa True-Crime-Formate, Pay-to-Win-Mechaniken, Influencer:innen-Commerce oder Sportwetten – ihre marktseitigen Entscheidungen durch Nonmarket-Schritte ergänzen, um ein nachhaltiges Stakeholdermanagement sicherzustellen. Anhand eines Fallbeispiels sollen die Kombinationsmöglichkeiten aus wettbewerblichen Maßnahmen wie Neupositionierung, Angebotserweiterung oder Partnerdeals und aus Nonmarket-Instrumenten wie Governance-Anpassungen, Transparenzinitiativen und Audits, Compliance-Routinen sowie gezieltem Issue-Framing untersucht werden. Ziel ist es aufzuzeigen, wie die Kombination von Market- und Non-Market-Entscheidungen Vertrauen aufbaut, Zugänge sichert oder Konflikte entschärft. Erwartet wird eine klar strukturierte, fallbasierte Darstellung einiger weniger, gut nachvollziehbarer Muster, die Entscheidungsträger:innen in vergleichbaren Unternehmen Orientierung für integrierte Strategien gibt. Es reicht aus, die Verzahnung von Market- und Nonmarket-Schritten in einem eindeutig abgegrenzten Online-Geschäftsmodell zu analysieren; methodisch bietet sich dafür eine literaturgestützte Fallstudie oder ein qualitatives Forschungsdesign an.

**Literatur:** BARON, D. P. (1995). Integrated strategy: Market and nonmarket components. *California Management Review*, 37(2), 47–65. <https://doi.org/10.2307/41165788>

ZHENG, W., ANG, S. H., & SINGH, K. (2022). The interface of market and nonmarket strategies: Political ties and strategic competitive actions. *Journal of World Business*, 57(4), 101345. <https://doi.org/10.1016/j.jwb.2022.101345>