



Themen für Bachelor- und Masterarbeiten am Lehrstuhl für Personalwirtschaft im Sommersemester 2025

An der Professur für Personalwirtschaft können Sie im folgenden Semester eine Bachelor- oder Masterarbeit in einem der unten aufgeführten Themengebiete bearbeiten. Die Beispielfragen sollen Ihnen veranschaulichen, wie ein mögliches Thema für eine Abschlussarbeit aussehen könnte.

Jede Bachelor- oder Masterarbeit bearbeitet eine klar abgegrenzte Frage mithilfe wissenschaftlicher Methodik. Dies bedeutet, dass in jeder Abschlussarbeit erstens eine theoretische Argumentation entfaltet und zweitens eine empirische Methode angewendet wird. Wir denken insbesondere an die folgenden Methoden: systematischer Literaturüberblick, Inhaltsanalyse, Regressionsanalyse und Qualitative Comparative Analysis (QCA). Wir geben Ihnen während der Bearbeitungszeit wichtige Hinweise dazu, wie Sie diese Methoden richtig anwenden können.

Falls Sie sich am Lehrstuhl bewerben und eine Zusage erhalten, können Sie ein Thema in einem der von Ihnen angegebenen Themenbereiche (es sind drei Präferenzen anzugeben) bearbeiten. Auf Basis der Beispielfragen und der einführenden Literatur wird im Gespräch mit dem Betreuer oder der Betreuerin eine konkrete Fragestellung für die Abschlussarbeit entwickelt.

Abschlussarbeiten in Zusammenarbeit mit einem Unternehmen sind prinzipiell möglich, falls Sie dabei Zugang zu Unternehmensdaten haben. Sie können für solche Arbeiten auch andere Themen als die unten aufgeführten vorschlagen. Auch für solche Arbeiten gelten jedoch die oben genannten Anforderungen (theoretische Argumentation und Anwendung einer empirischen Methode).

Themenbereich 1:

Folgen von Dresscodes und Kleidung in Unternehmen

Kleider machen Leute. Daher ist zu vermuten, dass die Art und Weise, wie Beschäftigte und Führungskräfte sich kleiden, wichtigen Einflüsse auf Wahrnehmung und Selbstwahrnehmung sowie Einstellungen und Arbeitsergebnisse ausübt. Kleidung kann Macht demonstrieren und festigen, sie kann Teil der eigenen Identität sein, mit entsprechenden Folgen für Selbstverständnis, Leistungsvermögen, aber auch Diskriminierung durch andere. In Unternehmen existieren zahlreiche Vorschriften zum Dresscode und in „jungen“ Unternehmen sind eher Hoodies als Anzüge üblich geworden. Dresscodes können somit Teil einer Organisationskultur sein oder diese symbolisieren. In diesem Themenbereich sollen solche Zusammenhänge, die oft aus psychologischer Perspektive untersucht worden sind, in ökonomische Überlegungen übersetzt werden, wobei die Ökonomie der Identität und die Signalisierungstheorie zwei wichtige

Referenzpunkte sein können. Einige der in diesem Themenbereich vielen möglichen Fragen sind:

- Warum wählen Unternehmen bestimmte Dresscodes?
- Verändern Dresscodes die Wahrnehmung von Unternehmen als Arbeitgeber?
- Wie beeinflusst Kleidung die Wahrnehmung von Beschäftigten, Führungskräften oder Bewerberinnen und Bewerber?
- Welche Machtspiele sind mit hierarchisierten Dresscodes verbunden?

Einführende Literatur:

- Rafaeli, A., & Pratt, M. G. (1993). Tailored meanings: On the meaning and impact of organizational dress. *Academy of Management Review*, 18(1), 32-55. <https://doi.org/10.5465/amr.1993.3997506>
- Sotak, K. L., Serban, A., Friedman, B. A., & Palanski, M. (2023). Perceptions of Ethicality: The Role of Attire Style, Attire Appropriateness, and Context. *Journal of Business Ethics*, 149, 149–175. <https://doi.org/10.1007/s10551-023-05347-7>

Themenbereich 2:

Automatisierung und Digitalisierung: Potenziale, Erwartungen und Befürchtungen

Die Diskussion darüber, wie stark und wo neue Technologien Arbeitsplätze „vernichten“ werden, hat durch intelligente Robotik und maschinelles Lernen („Künstliche Intelligenz“, KI) in den vergangenen Jahren neue Nahrung erhalten. Es existieren Prognosen von großen Automatisierungspotenzialen auch in vielen, bislang als sicher betrachteten Berufen. Empirische Analysen zeigen gleichzeitig, dass die bisherigen Effekte als eher moderat zu bezeichnen sind. Auch Beschäftigte scheinen für den eigenen Arbeitsplatz überraschend gelassen zu sein. Allerdings scheint die Berufswahlentscheidung junger Menschen von jüngeren Entwicklungen in der KI beeinflusst zu werden. Auffällig in der Debatte sind die weit auseinanderliegenden Erwartungen, was Tempo und Ausmaß der Jobverluste angeht. Dieser Themenbereich ermöglicht vielfältige Analysen, in denen personalwirtschaftliche Folgen und Implikationen der Automatisierung in den Fokus genommen werden. Mögliche Fragen sind z.B.:

- Wie hoch ist das Automatisierungspotenzial in Abhängigkeit von verschiedenen Berechnungsmethoden?
- Wie hoch schätzen Experten und Expertinnen in Betrieben das Automatisierungspotenzial ein?
- Welche Erfahrungen haben Beschäftigte in den Betrieben mit Automatisierung?
- Fürchten Beschäftigte, dass ihr Arbeitsplatz verändert oder vernichtet wird?
- Inwieweit beeinflusste die Berichterstattung über Automatisierung die Berufswahl junger Menschen?

Einführende Literatur:

- Goller, D., Gschwendt, C., & Wolter, S. C. (2023). *This Time It's Different" Generative Artificial Intelligence and Occupational Choice*. IZA DP No. 16638. <https://EconPapers.repec.org/RePEc:iza:izadps:dp16638>
- Arntz, M., Gregory, T., & Zierahn, U. (2020). Digitalisierung und die Zukunft der Arbeit. *Wirtschaftsdienst*, 100(Konferenzheft), 41-47.

Themenbereich 3:

Selbstständige Gestaltung von Arbeit:

Eine hohe Mitarbeitermotivation und -zufriedenheit werden vor dem Hintergrund des Fachkräftemangels zunehmend zum Ziel der Unternehmen. Ein Phänomen, das zu einer Verbesserung beider Aspekte führen kann, nennt sich Job Crafting. Beim Job Crafting verändern Beschäftigte selbstständig und proaktiv die Arbeit, um die Passung zwischen der Arbeitsaufgabe und den individuellen Fähigkeiten und Interessen zu verbessern (Person-Job-Fit). Während Unternehmen die Vorteile des Job Crafting zunehmend erkennen, ist ihnen eine andere Art der eigenständigen Arbeitsgestaltung meist ein Dorn im Auge – die Anwendung von Workarounds. Workarounds, die von den Beschäftigten oft selbstständig und unbemerkt durchgeführt werden, gelten weithin als Störfaktor im Unternehmen und werden daher oft unterbunden. Neue Forschungsansätze machen darauf aufmerksam, dass diese Art der eigenständigen Umgestaltung ebenfalls als Vorteil genutzt werden kann, da Workarounds auf Prozessschwächen hinweisen und so als Innovationstreiber genutzt werden können. Da Workarounds bisher kaum Gegenstand der Literatur waren, ist oft unklar, welche Faktoren zu Workarounds führen oder sie verhindern. Erkenntnisse aus der Job Crafting Literatur könnten hier Hinweise liefern.

- Welche Faktoren begünstigen oder hemmen Workarounds?
- Welche Gemeinsamkeiten und Unterschiede existieren zwischen Job Crafting und Workarounds?

Einführende Literatur:

- Bartelheimer, C., Wolf, V., & Beverungen, D. (2023). Workarounds as generative mechanisms for bottom-up process innovation—Insights from a multiple case study. *Information Systems Journal*.
- Tang, X., Wei, S., & Chen, X. (2024). How do technology-driven stressors influence workarounds? Moderating roles of support structures and trait resilience. *International Journal of Information Management*, 74, 102718.
- Soffer, P., Outmazgin, N., Hadar, I., & Tzafrir, S. (2023). Why work around the process? Analyzing workarounds through the lens of the theory of planned behavior. *Business & Information Systems Engineering*, 65(4), 369-389.
- Zhang, F., & Parker, S. K. (2019). Reorienting job crafting research: A hierarchical structure of job crafting concepts and integrative review. *Journal of Organizational Behavior*, 40(2), 126-146. <https://doi.org/10.1002/job.2332>

Themenbereich 4:

Geschlechterunterschiede

Trotz gesellschaftlicher Bemühungen um Gleichberechtigung bestehen nach wie vor deutliche Geschlechterunterschiede in wirtschaftlichen und organisatorischen Kontexten: Frauen sind häufig unterrepräsentiert und schlechter bezahlt, besonders in höheren Hierarchieebenen. Die Ursachen hierfür sind komplex. Unterschiede in Risiko- und Wettbewerbsbereitschaft werden oft als mögliche Erklärungen für den geringeren Erfolg von Frauen in Gehaltsverhandlungen oder Beförderungen genannt. Allerdings bleibt unklar, ob diese Unterschiede tatsächlich geschlechtertypisch oder durch Sozialisierung geprägt sind.

Stereotypisierte Wahrnehmungen tragen ebenfalls zur Ungleichbehandlung bei, sowohl auf individueller Ebene als auch hinsichtlich spezifischer Unternehmenspositionen. So werden etwa IT-Bereiche eher als maskulin und HR-Bereiche als feminin wahrgenommen – mit einer oft besseren Bezahlung für „männlich“ konnotierte Positionen. Maßnahmen zur Förderung der

Gleichberechtigung, wie der Einsatz objektiver Auswahlkriterien, können helfen. In manchen Fällen sind diese Kriterien für Männer und Frauen jedoch aufgrund bestehender Ungleichheiten unterschiedlich gut zu erreichen, sodass die Kriterien unter Umständen nur „schein-objektiv“ sind und somit systematische Unterschiede weiter verfestigen können.

Dieser Themenbereich bietet vielseitige Forschungsansätze, etwa die Analyse bestehender Ungleichheiten, deren Ursachen und Konsequenzen, sowie die Bewertung von Maßnahmen zur Förderung von Gleichberechtigung. Mögliche Fragen sind z.B.:

- Welche Rolle spielen Unterschiede in Risiko- und Wettbewerbsbereitschaft zwischen Männern und Frauen bei Gehaltsverhandlungen?
- Inwiefern beeinflussen geschlechtsspezifische Stereotypen die Wahrnehmung und Besetzung von Positionen in Unternehmen?
- Wie effektiv sind Maßnahmen zur Förderung der Gleichberechtigung, wie z.B. Quotenregelungen, in der Praxis?
- Inwiefern sind objektive Auswahlkriterien tatsächlich geschlechterneutral?

Einführende Literatur:

- Diederich, S., Iseke, A., Pull, K., & Schneider, M. (2024). Role (in-) congruity and the Catch 22 for female executives: how stereotyping contributes to the gender pay gap at top executive level. *The International Journal of Human Resource Management*, 35(7), 1283-1311.
- Croson, R., & Gneezy, U. (2009). Gender differences in preferences. *Journal of Economic Literature*, 47(2), 448-474.
- Schneider, M. R., Iseke, A., & Pull, K. (2021). The gender pay gap in European executive boards: the role of executives' pathway into the board. *The International Journal of Human Resource Management*, 32(14), 2952-2974.
- Niederle, M., & Vesterlund, L. (2007). Do women shy away from competition? Do men compete too much? *The Quarterly Journal of Economics*, 122(3), 1067-1101.

Themenbereich 5:

Die Rolle des Büros heute und die Auswirkungen von Präsenzpflcht

Durch die Flexibilisierung von Arbeitsmodellen hat sich die Rolle des Büros stark verändert und bedarf einer neuen Definition. Welchen Sinn und Zweck das Büro heute erfüllen soll, ist für viele Unternehmen und auch Mitarbeitende jedoch noch unklar. Dies zeigt sich beispielsweise an den kontroversen Debatten rund um das Thema Präsenzpflcht, die jüngst von großen Unternehmen wie z.B. SAP oder Amazon eingeführt wurde. Die COVID-19-Pandemie hat gezeigt, dass produktives Arbeiten auch außerhalb physischer Bürogrenzen möglich ist. Gleichzeitig bleibt das Büro jedoch vielerorts ein zentraler Ort für soziale Interaktion, informellen Wissensaustausch und die Pflege einer Unternehmenskultur. Viele Unternehmen stellen sich daher die Frage, welche Vor- und Nachteile die Anwesenheit im Büro sowie die Pflicht dazu auf die Produktivität und Zufriedenheit von Mitarbeitenden haben sowie auf die Attraktivität als Arbeitgeber. Aus Sicht von Mitarbeitenden stehen in diesem Kontext häufig Aspekte wie Flexibilität und Vereinbarkeit von Arbeit und Privatem, Autonomie und persönliche Präferenzen für die Arbeitsumgebung im Mittelpunkt. Hierdurch ergibt sich nicht selten ein Spannungsfeld aus unterschiedlichen Erwartungen und Anforderungen.

Dieses Thema bietet daher zahlreiche spannende Fragestellungen, die nicht nur wissenschaftlich relevant, sondern auch praxisnah und gesellschaftlich bedeutend sind und ermöglicht vielfältige Analysen aus theoretischer und empirischer Perspektive. Fragen in diesem Themenbereich können z.B. sein:

- Wann kommen Mitarbeitende gern zurück ins Büro? Welche Tätigkeiten erledigen sie von zu Hause, welche im Büro?
- Welche Rolle schreiben Mitarbeitende dem Büro zu? Welche Rolle schreiben Unternehmen dem Büro zu?
- Wie fördern Arbeitgeber die Motivation von Mitarbeitenden, zurück ins Büro zu kommen?
- Welche Beweggründe haben Unternehmen für eine Präsenzpflcht?
- Wie kommunizieren Unternehmen Return-to-Office Strategien?
- Welche Reaktionen zeigen Mitarbeitende auf Return-to-Office Strategien?

Einführende Literatur:

- Bloom, N., Han, R., & Liang, J. (2024). Hybrid working from home improves retention without damaging performance. *Nature*, 630(8018), 920–925. <https://doi.org/10.1038/s41586-024-07500-2>
- Bogosian, R., & Byrd-Poller, L. (2023). The Return-to-Office Decision Post-COVID: The Effects on Firm Performance. *Rutgers Business Review*, 8(2), 251-275.
- Ding, Yuye and Ma, Mark (Shuai), Return-to-Office Mandates (December 25, 2023). Available at SSRN: <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.4675401>
- Gibson, C. B., Gilson, L. L., Griffith, T. L., & O'Neill, T. A. (2023). Should employees be required to return to the office?. *Organizational Dynamics*, 52(2), 1-11. <https://doi.org/10.1016/j.orgdyn.2023.100981>
- Williamson, S., Jogulu, U., Lundy, J., & Taylor, H. (2024). Will return-to-office mandates prevent proximity bias for employees working from home?. *Australian Journal of Public Administration*, 83(4), 717-722. <https://doi.org/10.1111/1467-8500.12634>

Themenbereich 6:

Employer Branding im Gesundheitssektor

Vor dem Hintergrund des Mangels an hoch qualifizierten Arbeitskräften in einer Vielzahl an Branchen stellt sich fortwährend die Frage, wie Unternehmen als attraktive Arbeitgeber am Markt auftreten und ihre Employer Branding Strategie entsprechend ausrichten können. Neben der allgemeinen Relevanz von Employer Branding Ansätzen, spielt die Suche und Ansprache von Arbeitskräften insbesondere für den Bereich des **Gesundheitssektors** eine entscheidende Rolle. Dieser Sektor ist von einem starken Fachkräftemangel betroffen und ist gleichzeitig von höchster Relevanz, um unser gesellschaftliches Wohlergehen aufrecht zu erhalten. Daher ist es von besonderem Interesse, diejenigen Faktoren zu identifizieren, die aus Sicht von (potenziellen) Pflegekräften und anderen Berufsgruppen des Gesundheitssektors einen attraktiven Arbeitsplatz und Arbeitgeber ausmachen.

Je nach Fragestellung kann in dem beschriebenen Themenbereich eine eigene empirische Erhebung durchgeführt oder aber bestehende Literatur analysiert werden. Beispielfragen sind:

- Wie wirkt sich der Einsatz unterschiedlicher Social-Media-Kanäle auf die Arbeitgeberattraktivität im Gesundheitssektor aus?
- Welche Rolle spielt das Gehalt in Bezug auf das Image von Pflegeberufen?
- Welche Rolle spielt das Gehalt von Pflegeberufen im Hinblick auf die Berufsentscheidung (z.B. bei Schülern) oder im Hinblick auf die Arbeitgeberattraktivität?
- Welche Form flexibler Arbeitspraktiken ist im Pflegesektor umsetzbar und wie wirkt sich Flexibilität auf die Arbeitgeberattraktivität aus?

Einführende Literatur:

- Carpentier, M., Van Hoye, G., Stockman, S., Schollaert, E., Van Theemsche, B., & Jacobs, G. (2017). Recruiting nurses through social media: Effects on employer brand

and attractiveness. *Journal of advanced nursing*, 73(11), 2696-2708. <https://doi.org/10.1111/jan.13336>

- Kröll, Claudia; Nüesch, Stephan; Foege, J. Nils (2021). Flexible work practices and organizational attractiveness in Germany: The mediating role of anticipated organizational support. *The International Journal of Human Resource Management*, 32 (3), 543–572. <https://doi.org/10.1080/09585192.2018.1479876>.
- Lievens, F., & Slaughter, J. E. (2016). Employer image and employer branding: What we know and what we need to know. *Annual Review of Organizational Psychology and Organizational Behavior*, 3, 407–440. <https://doi.org/10.1146/annurev-orgpsych-041015-062501>

Themenbereich 7:

Konfigurationelle Analyse von Managementpraktiken

Häufig wirken bestimmte Management- oder Personalpraktiken nicht isoliert, sondern in engem Zusammenspiel mit anderen Praktiken oder nur in bestimmten Branchen oder Unternehmenssituationen. Um solche konfigurationellen Zusammenhänge anhand von Unternehmensdaten zu untersuchen, eignet sich die Qualitative Comparative Analysis (QCA), eine Auswertungsmethode, mit der man einen Outcome auf eine Kombination von Bedingungen zurückführen kann. Eine hohe Unternehmensperformance wird z.B. nicht abhängig gemacht von den aufaddierten Netto-Wirkungen von z.B. guten Anreizsystem und einer modernen Produktionstechnologie, sondern von der gleichzeitigen Implementierung beider Bedingungen.

Beim vorgeschlagenen Thema werten Studierende eine ausgewählte Frage mit der QCA-Methodik aus und decken so komplexe Kausalität auf. Das Thema eignet sich für Studierende mit Interesse an empirischem Arbeiten und mit Interesse der Wirksamkeit von Personal- und Managementpraktiken. Die Qualitative Comparative Analysis ist mengentheoretisch fundiert, daher zwar nicht aus dem Studium bekannt, aber gut erlernbar. Es gibt zudem einen entsprechenden Einführungsworkshop in Methodik und Software. Themen und Daten können im Gespräch konkretisiert werden. Eine Möglichkeit besteht darin, mit ausgewählten Daten des World Management Survey zu arbeiten (<https://worldmanagementsurvey.org/>). (Bei Interesse können auch andere Daten genutzt werden.) Beispielfragen sind:

- Wie unterscheiden sich effiziente Kombinationen Managementpraktiken zwischen größeren und kleineren Unternehmen in Deutschland?
- ... zwischen den Branchen?
- ... zwischen Deutschland und ausgewählten anderen Ländern?
- Wann ist eine Bindungsstrategie besser als eine Strategie intensiver Rekrutierung? Hängt dies vom Länderkontext ab?
- Von welchen Managementpraktiken müssen moderne Produktionstechnologien begleitet werden?

Einführende Literatur:

- Bloom, N., & Van Reenen, J. (2010). Why do management practices differ across firms and countries?. *Journal of Economic Perspectives*, 24(1), 203-24. <https://www.aeaweb.org/articles?id=10.1257/jep.24.1.203>
Einführung zum World Management Survey
- Schneider, M., Hellweg, T., & Menzefricke, J. S. (2022). Identification of Human and Organizational Key Design Factors for Digital Maturity—A Fuzzy-Set Qualitative Comparative Analysis. *Proceedings of the Design Society*, 2, 791-800. <https://www.cambridge.org/core/journals/proceedings-of-the-design-society/article/identification-of-human-and-organizational-key-design-factors-for-digital-maturity->

[a-fuzzysset-qualitative-comparative-analysis/65CBEB40FC2C7037E08AE796276E6284](https://doi.org/10.1080/09585192.2016.1244699)

Beispiel dafür, was und wie man mit einer QCA analysieren kann.

Themenbereich 8:

HR Analytics – Aktuelle Ansätze und Entwicklung

In den letzten Jahren hat die Anwendung von Daten und statistischen Analysemethoden im Personalmanagement unter den Begriffen „HR Analytics“, „People Analytics“ oder „Workforce Analytics“ zunehmend an Aufmerksamkeit gewonnen. Forscher und Praktiker versuchen zu verstehen, wie Daten in verwertbare Erkenntnisse umgewandelt werden können, die zu besseren Entscheidungen und folglich einer gesteigerten Unternehmensleistung führen. Mehr als 70% der Unternehmen geben an, dass die Personalanalytik für sie hohe Priorität hat. Maßgebliche Faktoren für diese Entwicklung sind die Geschwindigkeit des technologischen Wandels und der einfachere Zugang zu HR-Technologien wie Personalinformationssystemen, Cloud-Plattformen und Apps mit großen Mengen an Mitarbeiterdaten. Bekannte Fallstudien sind das Projekt Oxygen von Google oder die Experimente von Dell zur Steigerung des Erfolgs von Vertriebsmitarbeitern.

Vor dem Hintergrund dieser Entwicklungen stellt sich die Frage, ob HR Analytics auch langfristig zum Unternehmenserfolg beitragen kann und welche Auswirkungen das auf die Personalforschung hat.

Je nach Fragestellung kann in dem beschriebenen Themenbereich eine eigene empirische Erhebung wie eine Inhaltsanalyse durchgeführt oder aber bestehende Literatur analysiert werden. Beispielfragen sind:

- Wie funktioniert HR Analytics? Welche Unternehmen wenden HR Analytics an und warum? Welche Themen werden in Unternehmen analysiert?
- Wie kann HR Analytics zum Thema Mitarbeiterfluktuation beitragen (Forschung und Praxis)?
- Welche Erwartungen haben Praktiker an HR Analytics? Wie reagieren Mitarbeitende oder Arbeitnehmervertreter auf HR Analytics?
- Wie kann AI zu erfolgreicher Personalarbeit beitragen? Was sind Chancen und Risiken?
- Welche Vorteile hat die Anwendung von HR Analytics für Forschung und Praxis?
- Welchen Stellenwert nimmt HR Analytics in der Management-Forschung ein und wie unterscheiden sich unterschiedliche Forschungsgebiete (z.B. Managementforschung vs. Psychologieforschung vs. IT-Forschung)?

Einführende Literatur:

- Marler, J. H., & Boudreau, J. W. (2017). An evidence-based review of HR Analytics. *The International Journal of Human Resource Management*, 28(1), 3–26. <https://doi.org/10.1080/09585192.2016.1244699>
- Chalutz Ben-Gal, H. (2019). An ROI-based review of HR analytics: practical implementation tools. *Personnel Review*, 48(6), 1429–1448. <https://doi.org/10.1108/PR-11-2017-0362>
- Charlwood, A., & Guenole, N. (2022). Can HR adapt to the paradoxes of artificial intelligence? *Human Resource Management Journal*, 729–742. <https://doi.org/10.1111/1748-8583.12433>
- Hammermann, A., & Thiele, C. (2019). People Analytics: Evidenzbasiert Entscheidungsfindung im Personalmanagement (IW-Report No. 35/2019). Institut der deutschen Wirtschaft, Köln.

Themenbereich 9:

Mitarbeiterfluktuation – Identifizierte Treiber & angewandte Methoden

Die Mitarbeiterfluktuation zieht seit mehr als 100 Jahren die Aufmerksamkeit von Wissenschaftlern und Praktikern auf sich und ist eins der meist untersuchten Konstrukte in der Personalforschung. Die Notwendigkeit für Unternehmen, Transparenz über Kündigungsgründe zu gewinnen, liegt auf der Hand: Besonders in Zeiten des Fachkräftemangels ist Fluktuation teuer. Die Modelle zur Erklärung der Fluktuation sind jedoch immer komplexer geworden und umfassen ein breites Spektrum an Einflussfaktoren, darunter demografische Merkmale der Arbeitskräfte, persönliche Ressourcen, Arbeitseinstellungen oder affektive Reaktionen. Andere Faktoren sind persönliche, arbeitsplatzbezogene, organisatorische und arbeitsmarktbezogene Merkmale. Jüngste Veröffentlichungen fordern dazu auf, den zusätzlichen Wert von "Big Data" für das Verständnis von Fluktuation und Mitarbeiterbindung zu erforschen sowie Rahmenbedingungen und Untergruppen von Arbeitnehmern zu identifizieren, für die die Fluktuationstheorien gelten.

Vor dem Hintergrund dieser Entwicklung stellt sich die Frage, was die Forschung zur bestehenden Literatur beitragen kann und welche methodischen Ansätze an Relevanz gewinnen.

Je nach Fragestellung kann in dem beschriebenen Themenbereich eine eigene empirische Erhebung durchgeführt oder aber bestehende Literatur analysiert werden. Beispielfragen sind:

- Welche Treiber (auf Individual- oder Teamebene) führen dazu, dass Mitarbeitende freiwillig kündigen? Welche theoretischen Ansätze liegen dem Konzept zu Grunde und erklären die Determinanten von Mitarbeiterfluktuation?
- Wirken die wesentlichen Faktoren universell oder gibt es kontextabhängige, gruppenspezifische Effekte (z.B. beim Faktor Mitarbeiterentwicklung)?
- Welchen Kosten sind Unternehmen durch Mitarbeiterfluktuation ausgesetzt?
- Was sind typische Untersuchungsdesigns? Welchen Stellenwert hat HR Analytics?
- Welchen Einfluss hat(te) die Corona-Pandemie auf die Mitarbeiterfluktuation von Unternehmen?

Einführende Literatur:

- Hom, P. W., Lee, T. W., Shaw, J. D., & Hausknecht, J. P. (2017). One hundred years of employee turnover theory and research. *The Journal of Applied Psychology*, 102(3), 530–545. <https://doi.org/10.1037/apl0000103>
- Alex L. Rubenstein, Marion B. Eberly, Thomas W. Lee, & Terence R. Mitchell (2018). Surveying the forest: A meta-analysis, moderator investigation, and future-oriented discussion of the antecedents of voluntary employee turnover. *Personnel Psychology*, 71(1), 23–65. <https://doi.org/10.1111/peps.12226>
- Yuan, S., Kroon, B., & Kramer, A. (2021). Building prediction models with grouped data: A case study on the prediction of turnover intention. *Human Resource Management Journal*, 31, 1–17.
- Rombaut, E., & Guerry, M.-A. (2018). Predicting voluntary turnover through human resources database analysis. *Management Research Review*, 41(1), 96–112. <https://doi.org/10.1108/MRR-04-2017-0098>

Themenbereich 10:

Stereotype, Führungsstile und Machtstrukturen in Spielfilmen und Serien

Unzählige Spielfilme und Serien zeigen Menschen bei der Arbeit in Unternehmen. Dabei werden Zusammenhänge aufgegriffen, die auch im „echten“ Arbeitsleben eine Rolle spielen: Stereotype von bestimmten Geschlechtern oder Berufen, Machtspiele, Führungstechniken und

Ungerechtigkeiten. In der Literatur wurden bereits aufschlussreiche Untersuchungen dazu veröffentlicht, z.B. zur vermeintlichen Unmoral personalwirtschaftlicher Entscheidungen sowie zu Stereotypen von Buchhalter*innen oder Verkaufsmitarbeiter*innen.

Studierende können in ihrer Abschlussarbeit ebenfalls eine solche Analyse vornehmen. Hierzu würden sie einen Korpus an Spielfilmen und Serien auswählen. Danach würden sie angeleitet mit theoretischen Konzepten analysieren, welche Erzählstrukturen und visuellen Zeichen die Konzepte aufgreifen (z.B. widerspiegeln, übertreiben, variieren, widerlegen). Das konkrete Thema und die Auswahl der Filme und Serien erfolgen in Absprache mit der betreuenden Person.

Dieser Themenbereich ist interessant für Studierende, die sich in interpretativen Methoden weiterentwickeln möchten, gerne Filme und Serien schauen und zudem etwas über das Abbild personalwirtschaftlichen und organisationalen Handelns lernen möchten. Diese Kompetenz ist in Praxis relevant z.B. für Personen, die Führung gestalten und in der Öffentlichkeitsarbeit tätig sind.

Beispielfragen sind:

- Wird Führung in Filmen oder Serien als stereotyp männlich dargestellt?
- Wie entwickelt sich die Rolle von Männern und Frauen in der Führung über die Zeit (z.B. in der Star-Wars-Serie)?
- Werden bestimmte Führungsstile als moralisch verwerflich oder wenig erfolgreich dargestellt?
- Wie wird die Situation des mittleren Managements aufgegriffen?
- Wie spiegeln Filme und Serien die Idee des Aufstiegs in Unternehmen wider? Werden Beförderungen als leistungsorientiert dargestellt oder als Machtspiel?

Einführende Literatur:

- Carollo, L., Guerci, M., Della Torre, E., & Previtali, G. (2024). Exploring representations of human resource management as moral dirty work: A film study. *Human Resource Management*. <https://doi.org/10.1002/hrm.22227>.

Themenbereich 11:

Wer bekommt Trinkgeld und wie viel?

Trinkgeld zu geben ist eine Form des Schenkens, die aber gleichzeitig eine große wirtschaftliche Relevanz hat. In vielen Berufen wie etwa der Gastronomie macht das Trinkgeld einen großen Anteil des Einkommens aus. In anderen Berufen, in denen ebenfalls personenbezogene Dienstleistungen erstellt werden, ist das Trinkgeld hingegen unüblich. Das Trinkgeld dürfte oft aus echter Empathie oder Solidarität gezahlt werden, ökonomisch ist es jedoch auch als ein Anreizinstrument zu verstehen. Die Höhe des Trinkgelds sowie die Frage, ob überhaupt eines gegeben wird, hängt stark von sozialen Normen und Konventionen ab, die sich wiederum zwischen Ländern, Berufen und organisatorischen Bedingungen unterscheiden und sich mit der Zeit ändern können.

Bei diesem Themenbereich bieten sich empirische Analysen an. Nur Studierende, die eine eigene Studie umsetzen wollen, sollten sich für dieses Thema entscheiden. Studien können als Befragungen oder Interviews, falls vorhanden auch durch sekundarstatistische Analysen gestaltet sein.

Beispielfragen sind:

- Wie unterscheidet sich die Frage, ob Trinkgeld gegeben wird, zwischen Berufen und warum?
- Wann wird in der Gastronomie wie viel Trinkgeld gegeben? Wie hängt dies von persönlichen Faktoren der Gebenden und Empfangenden ab? Wie von örtlichen Faktoren?
- Hat sich das Trinkgeldverhalten über die Zeit verändert? Wie wirkt sich elektronisches Bezahlen auf die Höhe des Trinkgelds aus?

Einführende Literatur:

- Azar, O. H. (2005). Who do we tip and why? An empirical investigation. *Applied Economics*, 37(16), 1871-1879. <https://doi.org/10.1080/00036840500119018>
- Stadelmann, M. (2022). "Stimmt so"–Welche Faktoren beeinflussen das Trinkgeld?: Befragung der Schweizer Bevölkerung zu Motiven und Präferenzen beim Trinkgeld. <https://digitalcollection.zhaw.ch/handle/11475/26082>