

Themen für Abschlussarbeiten im Wintersemester 2018 / 2019

Lesen Sie bitte auf jeden Fall auch unseren Leitfaden für Abschlussarbeiten!

Themenübersicht

A. Business Information Visualization	2
A.1 International Business Communication Standards – A Literature Review.....	2
A.2 Auswirkungen manipulativer Visualisierungen im Berichtswesen.....	2
B. Human-centered Management Support (HuManS)	3
B.1 Choice Architecture – Ziele und Merkmale.....	3
B.2 Choice Architecture – Anwendungsfälle	4
B.3 Digital Nudging – Ziele und Merkmale	5
B.4 Digital Nudging – Anwendungsfälle	6
B.5 Digital Nudging – Chancen und Gefahren	7
B.6 Teammanagement – Ein Vergleich verschiedener Theorien	8
B.7 Teammanagement – Grad der IT-Unterstützung.....	9
C. Stress und Stressmanagement.....	10
C.1 Technologiegestützte Ansätze zur Stressbewältigung	10
C.2 Einflussfaktoren zur Stressbewältigung	10
C.3 Ursachen und Bewältigung von Technostress.....	11
C.4 Stressmanagement – Chancen und Risiken der Reflexion	12
D. Wissens- und Aufgabenmanagement.....	13
D.1 Anwendungssysteme für das Aufgabenmanagement	13
D.2 Erfolgsfaktoren zielführender Delegation von Aufgaben.....	14
D.3 Hindernisse für erfolgreiches Wissensmanagement.....	14
D.4 Semantisches Wissensmanagement	15
E. Management digitaler Kommunikationsmittel.....	16
E.1 Stress durch den Einsatz von digitalen Kommunikationsmitteln	16
E.2 Richtlinien für E-Mail-Kommunikation: die Empfängerperspektive	17
E.3 Richtlinien für E-Mail-Kommunikation: die Senderperspektive.....	18

A. Business Information Visualization

A.1 International Business Communication Standards – A Literature Review

Motivation

Heutzutage spielt Business Information Visualization (BIV) eine wichtige Rolle im Geschäftsleben. Jedoch zeigen Studien, dass Geschäftsberichte oft uneinheitlich und visuell unzureichend gestaltet sind. Ein Rahmenwerk, welches das Ziel der einheitlichen und visuell sinnvollen Berichtserstellung verfolgt, sind die International Business Communication Standards (IBCS). Es stellt sich jedoch die Frage, inwiefern diese Regeln „alten Wein in neuen Schläuchen“ darstellen oder einen neuartigen Ansatz verfolgen.

Ziel

Ziel der Arbeit ist es, die Begriffe „Business Information Visualization“ und „International Business Communication Standards“ klar abzugrenzen. Es gilt darzustellen, in welchem Ausmaß IBCS-Richtlinien bereits in der Literatur adressiert werden.

Quellen zur ersten Orientierung

- Ware, Colin (2004): Information Visualization. Perception for design. 2. Aufl. San Francisco, CA: Morgan Kaufmann Publishers.
- Hichert, R., Faisst, J.: International Business Communication Standards. IBCS Version 1.0 (2015), Online: <http://www.ibcs-a.org/>.

A.2 Auswirkungen manipulativer Visualisierungen im Berichtswesen

Motivation

Studien zeigen, dass innerhalb des Berichtswesens von Unternehmen Visualisierungen oft manipulativ sind. Beispielsweise werden Achsen abgeschnitten oder Zeitreihen manipuliert, sodass die Wahrnehmung verzerrt wird. Daher sollen in dieser Arbeit die in der Literatur diskutierten irreführenden Visualisierungsarten identifiziert und anschließend deren Auswirkungen aufgezeigt werden.

Ziel

Ziel der Arbeit ist es die Begriffe „Business Information Visualization“ und „manipulative Visualisierung“ abzugrenzen sowie darzustellen, welche Muster und Forschungslücken sich in Bezug auf Auswirkungen manipulativer Visualisierung ergeben.

Quellen zur ersten Orientierung

- Arunachalam, V., Pei, B.K.W., Steinbart, P.J. (2002): Impression Management with Graphs: Effects on Choices. Journal of Information Systems 16, 183–202.
- Beattie, Vivien, Jones, Michael J. (1992): The Use and Abuse of Graphs in Annual Reports: Theoretical Framework and Empirical Study. Accounting and Business Research 22, 291–303.
- Courtis, John K. (1997): Corporate Annual Report Graphical Communication in Hong Kong: Effective or Misleading? Journal of Business Communication 34, 269–28.

B. Human-centered Management Support (HuManS)

B.1 Choice Architecture – Ziele und Merkmale

Motivation

Keine Entscheidung wird in einem neutralen Vakuum getroffen, vielmehr gibt es vielfältige Entscheidungsumgebungen, deren Gestaltung Einfluss auf das Ergebnis der Entscheidung nimmt. Mit diesem Wissen können Optionen in einer bestimmten Weise präsentiert werden, um die Entscheidungen (z. B. Kaufentscheidungen) von Menschen in eine bestimmte, gewünschte Richtung zu lenken. Meist bemerken Entscheider die Einflussnahme nicht. Durch digitale Medien eröffnet sich ein komplett neues Anwendungsgebiet in Form von Websites und Verkaufsportalen. Gestalter von solchen Entscheidungsräumen (z. B. Online-Verkaufsportalen) werden sozusagen zu „Entscheidungsarchitekten“ (engl. „choice architect“).

Ziel

Ziel der Arbeit ist es, in einem ersten Schritt den Begriff „Choice Architecture“ (im Kontext eines selbstgewählten betriebswirtschaftlichen Anwendungsfalls) zu definieren und gegen verwandte Begriffe abzugrenzen. Des Weiteren soll im Rahmen eines State-of-the-Art-Beitrags identifizierte Literatur daraufhin untersucht werden, welche Merkmale Entscheidungsräume und deren Gestaltung aufweisen und mit welchem Ziel das Gestalten von Entscheidungsräumen betrieben wird.

Quellen zur ersten Orientierung

- Thaler, R. H., Sunstein, C. R., & Balz, J. P. (2014). Choice architecture.
- Johnson, E. J., Shu, S. B., Dellaert, B. G., Fox, C., Goldstein, D. G., Häubl, G., ... & Wansink, B. (2012). Beyond nudges: Tools of a choice architecture. *Marketing Letters*, 23(2), 487-504.
- Schneider, C., Weinmann, M., & vom Brocke, J. (2017). Digital Nudging–Influencing Choices by Using Interface Design.

B.2 Choice Architecture – Anwendungsfälle

Motivation

Keine Entscheidung wird in einem neutralen Vakuum getroffen, vielmehr gibt es vielfältige Entscheidungsumgebungen, deren Gestaltung Einfluss auf die Entscheidung nimmt. Mit diesem Wissen können Optionen in einer bestimmten Weise präsentiert werden, um die Entscheidungen (z. B. Kaufentscheidungen) von Menschen in eine bestimmte, gewünschte Richtung zu lenken. Meist bemerken Entscheider die Einflussnahme nicht. Durch digitale Medien eröffnet sich ein komplett neues Anwendungsgebiet in Form von Websites und Verkaufsportalen. Gestalter von solchen Entscheidungsräumen (z. B. Online-Verkaufsportalen) werden sozusagen zu „Entscheidungsarchitekten“ (engl. „choice architect“).

Ziel

Ziel der Arbeit ist es, in einem ersten Schritt den Begriff „Choice Architecture“ zu definieren und gegen verwandte Begriffe abzugrenzen. Des Weiteren soll im Rahmen eines State-of-the-Art-Beitrags identifizierte Literatur daraufhin untersucht werden, welche Anwendungsfälle von Choice Architecture in der Literatur zum gegenwärtigen Zeitpunkt untersucht werden.

Quellen zur ersten Orientierung

- Thaler, R. H., Sunstein, C. R., & Balz, J. P. (2014). Choice architecture.
- Johnson, E. J., Shu, S. B., Dellaert, B. G., Fox, C., Goldstein, D. G., Häubl, G., ... & Wansink, B. (2012). Beyond nudges: Tools of a choice architecture. *Marketing Letters*, 23(2), 487-504.
- Schneider, C., Weinmann, M., & vom Brocke, J. (2017). Digital Nudging–Influencing Choices by Using Interface Design.

B.3 Digital Nudging – Ziele und Merkmale

Motivation

Keine Entscheidung wird in einem neutralen Vakuum getroffen, vielmehr gibt es vielfältige Entscheidungsumgebungen, deren Gestaltung Einfluss auf das Ergebnis der Entscheidung nimmt. Hierzu werden sogenannte „Nudges“ verwendet, Gestaltungsprinzipien, die bewusst Einfluss auf Entscheidungen ausüben. Dadurch, dass Menschen zunehmend Entscheidungen im Umgang mit digitalen Geräten oder Medien wie Mobiltelefonen, Apps oder im Internet treffen, spricht man in diesem Kontext von „Digital Nudging“.

Ziel

Ziel der Arbeit ist es, in einem ersten Schritt den Begriff „Digital Nudging“ zu definieren und abzugrenzen. Des Weiteren soll im Rahmen eines State-of-the-Art-Beitrags identifizierte Literatur insbesondere daraufhin untersucht werden, welche Merkmale „Digital Nudges“ auszeichnen und mit welchem Ziel Digital Nudging eingesetzt wird.

Quellen zur ersten Orientierung

- Weinmann, M., Schneider, C., & vom Brocke, J. (2016). Digital nudging. *Business & Information Systems Engineering*, 58(6), 433-436.
- Schneider, C., Weinmann, M., & vom Brocke, J. (2017). Digital Nudging–Influencing Choices by Using Interface Design.
- Mirsch, T., Lehrer, C., & Jung, R. (2017). Digital nudging: altering user behavior in digital environments. *Proceedings der 13. Internationalen Tagung Wirtschaftsinformatik (WI 2017)*, 634-648.

B.4 Digital Nudging – Anwendungsfälle

Motivation

Keine Entscheidung wird in einem neutralen Vakuum getroffen, vielmehr gibt es vielfältige Entscheidungsumgebungen, deren Gestaltung Einfluss auf das Ergebnis der Entscheidung nimmt. Hierzu werden sogenannte „Nudges“ verwendet, Gestaltungsprinzipien, die bewusst Einfluss auf Entscheidungen ausüben. Dadurch, dass Menschen zunehmend Entscheidungen im Umgang mit digitalen Geräten oder Medien wie Mobiltelefonen, Apps oder im Internet treffen, spricht man in diesem Kontext von „Digital Nudging“.

Ziel

Ziel der Arbeit ist es, in einem ersten Schritt den Begriff „Digital Nudging“ zu definieren und abzugrenzen. Des Weiteren soll im Rahmen eines State-of-the-Art-Beitrags identifizierte Literatur daraufhin untersucht werden, welche Anwendungsfälle von Digital Nudging in der Literatur zum gegenwärtigen Zeitpunkt untersucht werden.

Quellen zur ersten Orientierung

- Weinmann, M., Schneider, C., & vom Brocke, J. (2016). Digital nudging. *Business & Information Systems Engineering*, 58(6), 433-436.
- Schneider, C., Weinmann, M., & vom Brocke, J. (2017). Digital Nudging–Influencing Choices by Using Interface Design.
- Mirsch, T., Lehrer, C., & Jung, R. (2017). Digital nudging: altering user behavior in digital environments. *Proceedings der 13. Internationalen Tagung Wirtschaftsinformatik (WI 2017)*, 634-648.

B.5 Digital Nudging – Chancen und Gefahren

Motivation

Keine Entscheidung wird in einem neutralen Vakuum getroffen, vielmehr gibt es vielfältige Entscheidungsumgebungen, deren Gestaltung Einfluss auf das Ergebnis der Entscheidung nimmt. Hierzu werden sogenannte „Nudges“ verwendet, Gestaltungsprinzipien, die bewusst Einfluss auf Entscheidungen ausüben. Dadurch, dass Menschen zunehmend Entscheidungen im Umgang mit digitalen Geräten oder Medien wie Mobiltelefonen, Apps oder im Internet treffen, spricht man in diesem Kontext von „Digital Nudging“.

Ziel

Ziel der Arbeit ist es, in einem ersten Schritt den Begriff „Digital Nudging“ zu definieren und abzugrenzen. Des Weiteren soll im Rahmen eines State-of-the-Art-Beitrags identifizierte Literatur daraufhin untersucht werden, inwiefern in der Literatur zum gegenwärtigen Zeitpunkt beim Einsatz von Digital Nudging Nutzen erwartet und Gefahren erkannt oder befürchtet werden.

Quellen zur ersten Orientierung

- Weinmann, M., Schneider, C., & vom Brocke, J. (2016). Digital nudging. *Business & Information Systems Engineering*, 58(6), 433-436.
- Schneider, C., Weinmann, M., & vom Brocke, J. (2017). Digital Nudging–Influencing Choices by Using Interface Design.
- Mirsch, T., Lehrer, C., & Jung, R. (2017). Digital nudging: altering user behavior in digital environments. *Proceedings der 13. Internationalen Tagung Wirtschaftsinformatik (WI 2017)*, 634-648.

B.6 Teammanagement – Ein Vergleich verschiedener Theorien

Motivation

Der Teambegriff begegnet uns, beginnend bei Familien/Freunden über Freizeitteams hin zu Teams in Unternehmen, in nahezu jedem Lebensbereich. Gleichzeitig kommt es in allen Bereichen regelmäßig zu Konflikten, welche es zu lösen gilt. Dabei spielen unterschiedliche Faktoren eine Rolle und es lässt darauf schließen, dass viele Menschen hiermit Schwierigkeiten haben. Weiterhin ist der Begriff „Teammanagement“ ein Sammelbegriff, zu dem sich jeder etwas vorstellen kann, eine konkrete Definition ist jedoch nicht einfach zu finden.

Ziel

Ziel der Arbeit ist es, in einem ersten Schritt den Begriff Teammanagement zu definieren und dabei gängige Bedeutungsnuancen des Begriffs aufzudecken. Des Weiteren soll im Rahmen eines State-of-the-Art-Beitrags unterschiedliche theoretische Ansätze (u.a. Functional leadership Theory, der Social Identity Theory, Strength-Based Leadership Theorie, Leader-Member-Exchange Theory) hinsichtlich auffälliger Muster untersucht werden.

Quellen zur ersten Orientierung

- Lettice, Fiona, and Martin McCracken (2007). "Team performance management: a review and look forward." *Team Performance Management: An International Journal* 13.5/6: 148-159.
- Shaw, Jason D., et al. "A contingency model of conflict and team effectiveness." *Journal of applied psychology* 96.2 (2011): 391.
- Schriesheim, Chester A., Stephanie L. Castro, and Claudia C. Cogliser (1999). "Leader-member exchange (LMX) research: A comprehensive review of theory, measurement, and data-analytic practices." *The Leadership Quarterly* 10.1: 63-113.
- Turner, John C., and Penelope J. Oakes (1986). "The significance of the social identity concept for social psychology with reference to individualism, interactionism and social influence." *British Journal of Social Psychology* 25.3: 237-252.

B.7 Teammanagement – Grad der IT-Unterstützung

Motivation

Der Teambegriff begegnet uns, beginnend bei Familien/Freunden über Freizeitteams hin zu Teams in Unternehmen, in nahezu jedem Lebensbereich. Gleichzeitig kommt es in allen Bereichen regelmäßig zu Konflikten, welche es zu lösen gilt. Dabei spielen unterschiedliche Faktoren eine Rolle und es lässt darauf schließen, dass viele Menschen hiermit Schwierigkeiten haben. Weiterhin ist der Begriff „Teammanagement“ ein Sammelbegriff, zu dem sich jeder etwas vorstellen kann, eine konkrete Definition ist jedoch nicht einfach zu finden.

Ziel

Ziel der Arbeit ist es, in einem ersten Schritt den Begriff Teammanagement zu definieren und dabei gängige Bedeutungsnuancen des Begriffs aufzudecken.

Des Weiteren soll im Rahmen eines State-of-the-Art-Beitrags identifizierte Literatur hinsichtlich folgender Aspekte untersucht werden:

- Welche Auffälligkeiten gibt es hinsichtlich des Grades der IT-Unterstützung?
- Welche Ursachen beeinflussen den Grad der IT Unterstützung?

Quellen zur ersten Orientierung

- Lettice, Fiona, and Martin McCracken (2007). "Team performance management: a review and look forward." *Team Performance Management: An International Journal* 13.5/6: 148-159.
- Salas, Eduardo, Nancy J. Cooke, and Michael A. Rosen (2008). "On teams, teamwork, and team performance: Discoveries and developments." *Human factors* 50.3: 540-547.
- Salas, Eduardo, Dana E. Sims, and C. Shawn Burke (2005). "Is there a "big five" in teamwork?" *Small group research* 36.5: 555-599.
- Shaw, Jason D., et al. (2011). "A contingency model of conflict and team effectiveness." *Journal of applied psychology* 96.2: 391.
- Van Knippenberg, Daan, Carsten KW De Dreu, and Astrid C. Homan (2004). "Work group diversity and group performance: an integrative model and research agenda." *Journal of applied psychology* 89.6: 1008.

C. Stress und Stressmanagement

C.1 Technologiegestützte Ansätze zur Stressbewältigung

Motivation

Stress bestimmt heutzutage oft unseren Alltag. Doch was genau ist eigentlich Stress, wie kann Technologie helfen, Stress zu bewältigen?

Ziel

Ziel der Arbeit ist es, die Begriffe „Stress“ und „Stressbewältigung“ klar abzugrenzen sowie darzustellen, welche Muster und Forschungslücken sich hinsichtlich Gemeinsamkeiten und Unterschiede von technologiegestützten Ansätzen ergeben.

Quellen zur ersten Orientierung

- Jerusalem, Matthias (1993): Personal resources, environmental constraints, and adaptational processes. The predictive power of a theoretical stress model. *Personality and Individual Differences* 14, 15–24.
- Gimpel, H., Regal, C., Schmidt, M. (2015): myStress: Unobtrusive Smartphone-Based Stress Detection. ECIS 2015 Research-in-Progress Papers. Paper 16.

C.2 Einflussfaktoren zur Stressbewältigung

Motivation

Studien von Krankenkassen zeigen auf, dass Stress ein häufiger Grund für Abwesenheit vom Arbeitsplatz ist. Doch was genau ist eigentlich Stress und welche Möglichkeiten gibt es, mit Stress umzugehen?

Ziel

Ziel der Arbeit ist es, die Begriffe „Stress“ und „Stressmanagement“ klar abzugrenzen sowie darzustellen, welche Muster und Forschungslücken sich hinsichtlich Gemeinsamkeiten und Unterschiede von Ansätzen zur Stressbewältigung ergeben.

Quellen zur ersten Orientierung

- Jerusalem, Matthias (1993): Personal resources, environmental constraints, and adaptational processes. The predictive power of a theoretical stress model. *Personality and Individual Differences* 14, 15–24.
- Michie, Susan (2002): Causes and Management of Stress at Work. *Occupational and Environmental Medicine* 59, 67–72 (2002).

C.3 Ursachen und Bewältigung von Technostress

Motivation

Studien zeigen auf, dass Stress ein häufiger Grund für Krankheiten ist. Sind technische Geräte oder IT-Systeme Auslöser von Stress, spricht man von Technostress. In einer zunehmend technologisch geprägten Welt ist es daher notwendig, sich bewusst zu machen, was Technostress auslöst und wie man hier entgegenwirken kann.

Ziel

Ziel der Arbeit ist es, die Begriffe „Stress“, „Technostress“ und „Stressmanagement“ klar abzugrenzen sowie darzustellen, welche Muster und Forschungslücken sich hinsichtlich Ursachen von Technostress und deren Bewältigung ergeben.

Quellen zur ersten Orientierung

- Ayyagari, R., Grover, V., Purvis, R. (2011): Technostress. Technological Antecedents and Implications. MIS Q 35, 831–858.
- Tarafdar, M., Tu, Q., Ragu-Nathan, B.S., Ragu-Nathan, T.S. (2007): The Impact of Technostress on Role Stress and Productivity. Journal of Management Information Systems 24, 301–328.

C.4 Stressmanagement – Chancen und Risiken der Reflexion

Motivation

In der aktuellen Literatur wird dem Instrument Reflexion großes Potential hinsichtlich der Bekämpfung von Stresssituationen in vielen unterschiedlichen Lebensbereichen eingeräumt. Gleichzeitig herrscht Unklarheit, wie genau der Beitrag der Reflexion dabei aussehen kann, insbesondere sind die Unterschiede zwischen Selbst- und Teamreflexion noch nicht ausreichend erforscht.

Ziel

Ziel der Arbeit ist es, in einem ersten Schritt den Begriff Reflexion zu definieren und dabei insbesondere gängige Bedeutungsnuancen hinsichtlich Selbst- und Teamreflexion aufzudecken.

Des Weiteren soll im Rahmen eines State-of-the-Art-Beitrags identifizierte Literatur hinsichtlich folgender Aspekte untersucht werden:

- Welche Chancen und Risiken bietet das Instrument Reflexion im Rahmen des Stressmanagements hinsichtlich der Selbst- als auch der Teamreflexion?

Quellen zur ersten Orientierung

- Adarsh Kumar Kakar (2017). "Do Reflexive Software Development Teams Perform Better?". *Bus Inf Syst Eng* Vol. 59(5) 347–359.
- Schippers, Michaela C., et al. (2015). "Team Reflexivity and Innovation: The Moderating Role of Team Context". *Journal of Management* Vol. 41 (3) 769–788.
- Domke-Damonte, Darla J. and Keels, J. Kay (2015). "The Effect of Shared Versus Individual Reflection on Team Outcomes". *Business and Professional Communication Quarterly*, Vol. 78(1) 5–32.
- Michie, Susan (2002). Causes and Management of Stress at Work. *Occupational and Environmental Medicine* 59, 67–72.
- West, Michael A., et al. (2000). "Reflexivity, revolution and innovation in work teams." *Advances in interdisciplinary studies of work teams* 5.

D. Wissens- und Aufgabenmanagement

D.1 Anwendungssysteme für das Aufgabenmanagement

Motivation

Angestellte sind heutzutage konfrontiert mit einer Flut an unterschiedlichsten Aufgaben. IT-gestützte Anwendungssysteme für Aufgabenmanagement und Aufgabenverwaltung können ihnen dabei helfen, sich zu orientieren und einen Überblick zu bewahren.

Ziel

Ziel der Arbeit ist es, die Anwendungssysteme für Aufgabenmanagement und -verwaltung (z.B. Wunderlist, Hi Task, Outlook Aufgaben) im Stile einer Marktstudie systematisch darzustellen. Dabei soll insbesondere aufgezeigt und strukturiert werden,

- welche Funktionen (z.B. To-Do-Liste, Erinnerungen, Aufgabenkalender, Prozess-Dokumentation, Unterstützung von Zusammenarbeit),
- Eigenschaften (z.B. unterstützte Plattformen, Nutzungskosten) und
- Zielgruppen (z.B. Einzelperson oder Team, Unternehmen oder Privatperson)

von den Anwendungssystemen umfasst werden.

Bitte beachten Sie, dass die genannten Beispiele keine vollumfassenden Aufzählungen darstellen.

Quellen zur ersten Orientierung

- N. S. Jyothi and A. Parkavi (2016). "A study on task management system," 2016 International Conference on Research Advances in Integrated Navigation Systems (RAINS), Bangalore, pp. 1-6.
- <https://suitapp.de/produkt-und-design/aufgabenmanagement-software/>
- <https://www.computerwoche.de/a/die-besten-task-management-tools,2501669>

D.2 Erfolgsfaktoren zielführender Delegation von Aufgaben

Motivation

Eine wichtige Aufgabe von Führungskräften ist es, Aufgaben erfolgreich an Mitarbeiter delegieren zu können. In der Praxis fällt es vielen Führungskräften jedoch schwer, ihre Aufgaben weiterzugeben. Daher stellt sich die Frage, was Erfolgsfaktoren für die zielführende Delegation von Aufgaben sind, wie diese in der Praxis umgesetzt werden können.

Ziel

Ziel der Arbeit ist es, die Erfolgsfaktoren von zielführender Aufgabendelegation im Sinne eines "State-of-the-Art"-Beitrags aus wissenschaftlicher und populärwissenschaftlicher Literatur systematisch darzustellen und anhand von praktischen Handlungsempfehlungen Regeln und Richtlinien abzuleiten.

Quellen zur ersten Orientierung

- Yukl, G., & Fu, P. P. (1999). Determinants of delegation and consultation by managers. *Journal of Organizational Behavior: The International Journal of Industrial, Occupational and Organizational Psychology and Behavior*, 20(2), 219-232.
- Jha, S. (2004). Determinants of Delegation—A Study in Five Star Hotels. *Vision*, 8(2), 17-32.
- <https://karrierebibel.de/delegieren/>

D.3 Hindernisse für erfolgreiches Wissensmanagement

Motivation

Heutzutage spielt das Wissens- und Aufgabenmanagement eine wichtige Rolle im Geschäftsleben. Entsprechend gibt es eine Vielzahl von Anwendungssystemen, die helfen Wissensmanagement umzusetzen. Dennoch haben Unternehmen häufig Probleme Wissensmanagement erfolgreich zu implementieren und langfristig anzuwenden. Daher stellt sich die Frage: Aus welchen Gründen scheitert Wissensmanagement?

Ziel

Ziel der Arbeit ist es, die Hindernisse für erfolgreiches Wissensmanagement (Knowledge Management Barriers) im Sinne eines "State-of-the-Art"-Beitrags systematisch darzustellen und Möglichkeiten herzuleiten, diese Hindernisse zu bewältigen oder zu mindern.

Quellen zur ersten Orientierung

- Hawryszkiewicz, I., & Binsawad, M. H. (2016). Classifying knowledge-sharing barriers by organisational structure in order to find ways to remove these barriers. *Eighth International Conference on Knowledge and Systems Engineering*, 73-78.
- BenMoussa, C. (2009). Impediments to knowledge management. *ICIME'09. International Conference on Information Management and Engineering*, 322-329.
- Singh, M. D., & Kant, R. (2008). Knowledge management barriers: An interpretive structural modeling approach. *International Journal of Management Science and Engineering Management*, 3(2), 141-150.

D.4 Semantisches Wissensmanagement

Motivation

Im Geschäftsleben spielt es eine große Rolle, abgespeicherte Informationen wiederzufinden. Eine Möglichkeit Dokumente zu klassifizieren, dass sie geeignet gespeichert und wieder aufgerufen werden können, ist das semantische Wissensmanagement (Semantic Knowledge Management).

Ziel

Ziel der Arbeit ist es, den Begriff „semantisches Wissensmanagement“ im Sinne eines "State-of-the-Art"-Beitrags systematisch darzustellen und von anderen Arten des Wissensmanagements abzugrenzen.

Quellen zur ersten Orientierung

- Zhou, J. (2005). Knowledge dichotomy and semantic knowledge management. IFIP Working Conference on Industrial Applications of Semantic Web (pp. 305-316). Springer, Boston, MA.
- Warren, P. (2006). Knowledge management and the semantic web: From scenario to technology. IEEE intelligent systems, 21(1), 53-59.
- Uren, V., Cimiano, P., Iria, J., Handschuh, S., Vargas-Vera, M., Motta, E., & Ciravegna, F. (2006). Semantic annotation for knowledge management: Requirements and a survey of the state of the art. Web Semantics: science, services and agents on the World Wide Web, 4(1), 14-28.

E. Management digitaler Kommunikationsmittel

E.1 Stress durch den Einsatz von digitalen Kommunikationsmitteln

Motivation

Digitale Kommunikationsmittel, wie z. B. Instant Messenger oder E-Mails, sind heute nahezu allgegenwärtig und ermöglichen einen schnellen Informationsaustausch, sowohl im privaten, als auch im geschäftlichen Kontext. Allerdings geben im Laufe der letzten Jahre immer mehr Menschen an, dass die Nutzung dieser Kommunikationsmittel auch zu Stressempfinden führt.

Daher stellt sich die Frage, welche Faktoren beeinflussen den Zusammenhang von Stress und digitalen Kommunikationsmitteln und was sind zentrale Erkenntnisse daraus?

Ziel

Ziel dieser Arbeit ist es digitale Kommunikationsmittel von anderen Medienarten abzugrenzen und den aktuellen Stand der Literatur im Sinne einer „State-of-the-Art-Analyse“ systematisch zu erarbeiten. Weiter sollen in dieser Arbeit stressauslösende sowie -mindernde Faktoren herausgestellt und diskutiert werden.

Quellen zur ersten Orientierung

- Barley, S. R., Meyerson, D. E., & Grodal, S. (2011). E-mail as a Source and Symbol of Stress. *Organization Science*, 22(4), 887–906. <https://doi.org/10.1287/orsc.1100.0573>
- Chahal, R., Kaur, J., & Singh, N. (2015). A Study to Analyze Relationship between Psychological Behavioral Factors on WhatsApp Addiction among Youth in Jalandhar District in Punjab. *The Journal of Social Sciences Research*, 1(1), 1–5.
- Thomée, S., Eklöf, M., Gustafsson, E., Nilsson, R., & Hagberg, M. (2007). Prevalence of perceived stress, symptoms of depression and sleep disturbances in relation to information and communication technology (ICT) use among young adults – an explorative prospective study. *Computers in Human Behavior*, 23(3), 1300–1321. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2004.12.007>
- Galluch, P. S., Grover, V., & Thatcher, J. B. (2015). Interrupting the Workplace Examining Stressors in an Information Technology Context. *Journal of the Association for Information Systems*, 16(1), 1–47.

E.2 Richtlinien für E-Mail-Kommunikation: die Empfängerperspektive

Motivation

E-Mails sind das meistverwendete Kommunikationsmittel für den geschäftlichen Informationsaustausch. Neben vielen positiven Aspekten der E-Mail-Nutzung führt diese auch zu unerwünschtem Stress durch schlechtes Kommunikationsverhalten von Sendern und Empfängern. In der Literatur existieren hierzu Handlungsempfehlungen und Richtlinien zur E-Mail-Nutzung.

Deshalb stellt sich die Frage, welche Richtlinien existieren für Empfänger von E-Mail-Nachrichten und inwiefern mindern sie die Wahrnehmung von Stress?

Ziel

Ziel dieser Arbeit ist es E-Mail-Kommunikation von anderen Kommunikationsmittel, sowie die Thematik zu Stressempfinden durch digitale E-Mail-Kommunikation abzugrenzen. Zudem soll der aktuelle Stand der Literatur zu E-Mai-Kommunikationsrichtlinien für Empfänger zur Reduzierung von Stress im Sinne einer „State-of-the-Art-Analyse“ systematisch erarbeitet und Muster abgeleitet werden.

Quellen zur ersten Orientierung

- Barley, S. R., Meyerson, D. E., & Grodal, S. (2011). E-mail as a Source and Symbol of Stress. *Organization Science*, 22(4), 887–906. <https://doi.org/10.1287/orsc.1100.0573>
- McMurtry, K. (2014). Managing Email Overload in the Workplace. *Performance Improvement*, 53(7), 31–37. <https://doi.org/10.1002/pfi.21424>
- Jauernig, D., Köffer, S., & Becker, J. (2016). E-Mails und kein Ende – Eine Forschungsagenda für mehr Effizienz. In V. Nissen, D. Stelzer, S. Straßburger, & D. Fischer (Eds.), *Multikonferenz Wirtschaftsinformatik (MKWI) 2016: Technische Universität Ilmenau, 09. - 11. März 2016* (pp. 1535–1543). Ilmenau: Universitätsverlag Ilmenau

E.3 Richtlinien für E-Mail-Kommunikation: die Senderperspektive

Motivation

E-Mails sind das meistverwendete Kommunikationsmittel für den geschäftlichen Informationsaustausch. Neben vielen positiven Aspekten der E-Mail-Nutzung führt diese auch zu unerwünschtem Stress durch schlechtes Kommunikationsverhalten von Sendern und Empfängern. In der Literatur existieren hierzu Handlungsempfehlungen und Richtlinien zur E-Mail-Nutzung.

Deshalb stellt sich die Frage, welche Richtlinien existieren für Sender von E-Mail-Nachrichten und inwiefern mindern sie die Wahrnehmung von Stress?

Ziel

Ziel dieser Arbeit ist es E-Mail-Kommunikation von anderen Kommunikationsmitteln, sowie die Thematik zu Stressempfinden durch digitale E-Mail-Kommunikation abzugrenzen. Zudem soll der aktuelle Stand der Literatur zu E-Mail-Kommunikationsrichtlinien für Sender zur Reduzierung von Stress im Sinne einer „State-of-the-Art-Analyse“ systematisch erarbeitet und Muster abgeleitet werden.

Quellen zur ersten Orientierung

- Barley, S. R., Meyerson, D. E., & Grodal, S. (2011). E-mail as a Source and Symbol of Stress. *Organization Science*, 22(4), 887–906. <https://doi.org/10.1287/orsc.1100.0573>
- McMurtry, K. (2014). Managing Email Overload in the Workplace. *Performance Improvement*, 53(7), 31–37. <https://doi.org/10.1002/pfi.21424>
- Jauernig, D., Köffer, S., & Becker, J. (2016). E-Mails und kein Ende – Eine Forschungsagenda für mehr Effizienz. In V. Nissen, D. Stelzer, S. Straßburger, & D. Fischer (Eds.), *Multikonferenz Wirtschaftsinformatik (MKWI) 2016: Technische Universität Ilmenau*, 09. - 11. März 2016 (pp. 1535–1543). Ilmenau: Universitätsverlag Ilmenau