



Workbook

IU Internationale Hochschule

Studiengang: Informatik

Workbook im Modul "Einführung in das wissenschaftliche Arbeiten".

Patryk Hegenberg

Matrikelnummer: 102209025

Dedendorf 8,

27333 Bücken

Betreuende Person: Dr. Kristof Jess

Abgabedatum: 31.03.2023

Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis	III
1 Einleitung	1
2 Aufgabe 1	1
2.1 Aufgabenstellung	1
2.2 Beantwortung der Aufgabe	1
3 Aufgabe 2	1
3.1 Aufgabenstellung	1
3.2 Forschungsfrage	2
3.3 Bisherige Forschungen und Begründung der Forschungsfrage	2
3.4 Titel der wissenschaftlichen Arbeit	2
4 Aufgabe 3	2
4.1 Aufgabenstellung	2
4.2 Beantwortung der Aufgabe	3
5 Aufgabe 4	3
5.1 Aufgabenstellung	3
5.2 Beantwortung der Aufgabe	3
6 Aufgabe 5	3
6.1 Aufgabenstellung	3
6.2 Beantwortung der Aufgabe	3
6.2.1 Einleitung	3
6.2.2 Theoretische Fundierung	4
6.2.3 Methodik	4
6.2.4 Ergebnisse	5
6.2.5 Implikationen	5
6.2.6 Fazit	5
7 Aufgabe 6	6
7.1 Aufgabenstellung	6
7.2 Beantwortung der Aufgabe	6

8 Aufgabe 7	7
8.1 Aufgabenstellung	7
8.2 Beantwortung der Aufgabe	7
9 Aufgabe 8	8
9.1 Aufgabenstellung	8
9.2 Beantwortung der Aufgabe	9
9.2.1 Methodik von Holzhammer	9
9.2.2 Vor- und Nachteile von qualitativen Tiefeninterviews gegenüber der Methode von Holzhammer	9
9.2.3 Persönliche Präferenz	9
10 Aufgabe 9	10
10.1 Aufgabenstellung	10
10.2 Beantwortung der Aufgabe	10
10.2.1 Ergebnisdarstellung	10
10.2.2 Ergebnisinterpretation	11
11 Aufgabe 10	11
11.1 Aufgabenstellung	11
11.2 Beantwortung der Aufgabe	13
Literaturverzeichnis	14
A Punkte der Zusammenfassung in Aufgabe 5	16

Abbildungsverzeichnis

1	Titelseite der fiktiven wissenschaftlichen Arbeit "Die Quadratur des Regenwurms"	1
2	Inhaltsverzeichnis der fiktiven wissenschaftlichen Arbeit "Karriereplanung 2.0: Wie die Generation Z digitale Werkzeuge für den Berufserfolg nutzt"	3
3	Zeitplan der fiktiven wissenschaftlichen Arbeit "Karriereplanung 2.0: Wie die Generation Z digitale Werkzeuge für den Berufserfolg nutzt"	3
4	(Thiefes, 2022) Datensatz zum Follow-Verhalten von NutzerInnen verschiedener Social-Media-Plattformen	10
5	Literaturverzeichnis der fiktiven wissenschaftlichen Arbeit "Die Quadratur des Regenwurms"	13

1 Einleitung

Das vorliegende Workbook dient als Nachweis der im Modul "Einführung in das wissenschaftliche Arbeiten" erworbenen Fähigkeiten des wissenschaftlichen Arbeitens. Im Rahmen des Moduls wurde sich intensiv mit verschiedenen Aspekten des wissenschaftlichen Arbeitens auseinandergesetzt, wie zum Beispiel der Findung einer Forschungsfrage, der Gliederung einer wissenschaftlichen Arbeit und der Durchführung von Literaturrecherchen. In den folgenden zehn Aufgaben sollen nun die Fähigkeiten zur selbständigen Bearbeitung einer wissenschaftlichen Arbeit unter Beweis gestellt werden. Dies dokumentiert nicht nur die erworbenen Fähigkeiten, sondern schafft auch die Grundlage für zukünftiges wissenschaftliches Arbeiten.

2 Aufgabe 1

2.1 Aufgabenstellung

In der ersten Aufgabe soll eine Titelseite für eine fiktive wissenschaftliche Projektarbeit zum Thema "Die Quadratur des Regenwurms" erstellt werden, welche von Professorin Paula Platzhalter betreut wird und zum 31.03.23 abgegeben werden soll. Bei der Erstellung müssen die aktuell gültigen Richtlinien zum Wissenschaftlichen Arbeiten an der IU Internationale Hochschule berücksichtigt werden. Das in diesem Rahmen erstellte Deckblatt ist Abbildung

2.2 Beantwortung der Aufgabe

3 Aufgabe 2

3.1 Aufgabenstellung

Die zweite Aufgabe fordert die Erarbeitung einer Forschungsfrage für eine 15-seitige Projektarbeit, mit einer für den eigenen Studiengang relevanten, Fragestellung und einem Bezug zur Generation Z formuliert werden. Weiterhin soll recherchiert werden, welche anderen WissenschaftlerInnen sich bereits mit dieser oder einer ähnlichen Forschungsfrage auseinandergesetzt haben und in max. 5 Sätzen begründet werden, warum in dieser Forschungsfrage eine wissenschaftlich relevante Forschungslücke besteht. Abschließend wird ein zur Forschungsfrage passender Titel der wissenschaftlichen Arbeit gefunden.

3.2 Forschungsfrage

Wie nutzen die Mitglieder der Generation Z Informationstechnik und digitale Werkzeuge, um ihre Karriereziele zu verfolgen und ihre Leistung im Arbeitsumfeld zu verbessern?

3.3 Bisherige Forschungen und Begründung der Forschungsfrage

Die aktuelle Forschungslage konzentriert sich hauptsächlich auf den Rekrutierungsprozess und die Bindung der Generation Z an Unternehmen, sowie auf die Transformationsschritte dieser, um für diese Generation attraktiv zu sein. Studien wie "Recruiting Trends 2020" (Weitzel et al., 2020) untersuchen, die durch diese Generation genutzten Kanäle zur Bewerbung. "DITTO for Gen Z" (Pichler et al., 2021) haben Frameworks entwickelt, die Unternehmen dabei helfen sollen, für die Generation Z attraktiv zu sein. Andere Studien befassen sich mit den Karrierezielen dieser Generation (Barhate und Dirani, 2021) und mit der Nutzung von Technologie durch Studenten der Generation Z (Yalcin-Incik und Incik, 2022). Allerdings gibt es bisher kaum Untersuchungen darüber, wie die Generation Z Technologie innerhalb ihres Arbeitsumfelds einsetzt, um ihre Karriereziele zu erreichen. Die Untersuchung dieses Themas kann nicht nur für Unternehmen wertvolle Erkenntnisse liefern, welche Werkzeuge sie einsetzen können, um diese Generation effektiver und motivierter zu machen, sondern auch für die Entwicklung neuer Tools, um für die Generation Z als Wirtschaftsgruppe attraktiv zu bleiben.

3.4 Titel der wissenschaftlichen Arbeit

Karriereplanung 2.0: Wie die Generation Z digitale Werkzeuge für den Berufserfolg nutzt

4 Aufgabe 3

4.1 Aufgabenstellung

In dieser Aufgabe wird ein Inhaltsverzeichnis für die fiktive Forschungsfrage aus Aufgabe 2 entworfen. Zu diesem Zweck werden die Überschriften der ersten und zweiten Ebene formuliert und deren Umfang spezifiziert. Das Ergebnis dieser Bearbeitung ist Abbildung 2 zu entnehmen.

4.2 Beantwortung der Aufgabe

Abbildung 1: Inhaltsverzeichnis der fiktiven wissenschaftlichen Arbeit "Karriereplanung 2.0: Wie die Generation Z digitale Werkzeuge für den Berufserfolg nutzt"

5 Aufgabe 4

5.1 Aufgabenstellung

In dieser Aufgabe wird aufbauend auf den Aufgaben 2 und 3 ein Zeitplan für die Erarbeitung der wissenschaftlichen Arbeit "Karriereplanung 2.0: Wie die Generation Z digitale Werkzeuge für den Berufserfolg nutzt"

erstellt. Dabei wird eine Bearbeitungszeit von drei Monaten (01.01.2023 bis 31.03.2023) angenommen, wobei einige Arbeitspakete der Vorbereitungsphase bereits abgeschlossen sind.

5.2 Beantwortung der Aufgabe

Abbildung 2: Zeitplan der fiktiven wissenschaftlichen Arbeit "Karriereplanung 2.0: Wie die Generation Z digitale Werkzeuge für den Berufserfolg nutzt"

6 Aufgabe 5

6.1 Aufgabenstellung

In der folgenden Aufgabe wird die Masterarbeit von Holzhammer (2019) auf maximal 2 DIN A4-Seiten zusammengefasst. Dabei sollen die Punkte gemäß Anhang A beantwortet werden.

6.2 Beantwortung der Aufgabe

6.2.1 Einleitung

Die Arbeit von Holzhammer richtet sich an IT-Dienstleistungsunternehmen in Österreich, die Mitarbeiter unterschiedlicher Generationen beschäftigen und ihre Arbeitsmotivation durch den Einsatz angepasster Arbeitszeitmodelle steigern wollen. Die Forschungsfrage der Arbeit lautet: "Wie werden die bei IT-Dienstleistern eingesetzten Arbeitszeitmodelle im Generationsvergleich (X, Y, Z) bewertet?" Die Arbeit soll aufzeigen, wie unterschiedliche Arbeitszeitmodelle die verschiedenen Generationen beeinflussen und die unterschiedlichen Bedürfnisse der Generationen in Bezug auf Arbeitszeitmodelle herausstellen. "Ziel dieser Arbeit ist es, auf die Generationen abgestimmte Arbeitszeitmodelle und Möglichkeiten zur Arbeitszeitgestaltung aufzuzeigen, deren Nutzen zu erläutern und die Auswirkungen auf die Arbeitsmotivation der MitarbeiterInnen hinsichtlich individuell abgestimmter Arbeitszeiten zu eruieren" (Holzhammer, 2019, S. 3).

Die Arbeit gliedert sich in mehrere Kapitel. Nach dem einleitenden Teil im ersten Kapitel wird im zweiten Kapitel auf die Unterschiede, Zusammenhänge, Trends und Charaktereigenschaften der jeweiligen Generationen eingegangen. Im dritten Kapitel werden Begriffsunterschiede erläutert und Abgrenzungen zwischen unterschiedlichen Definitionen vorgenommen. Nachdem die unterschiedlichen Einflussfaktoren der Generationen erläutert wurden, wird abschließend der rechtliche Rahmen aufgezeigt. Im vierten Kapitel wird die MitarbeiterInnen-Motivation betrachtet. Das fünfte Kapitel fasst die Kapitel 2 bis 4 noch einmal kurz zusammen. Im sechsten Kapitel wird die durchgeführte Online-Umfrage erläutert und Hypothesen abgeleitet. Die Ergebnisse der Stichprobe werden dargestellt und interpretiert und die Hypothesen werden bestätigt oder widerlegt. Das siebte Kapitel enthält ein Fazit sowie einen Ausblick auf mögliche weitere Arbeiten.

6.2.2 Theoretische Fundierung

Zu diesem Thema gibt es bereits vorangegangene Forschungen von Burgard und Pelzer, Täubner, Klaffke und Mangelsdorf. Die vorliegende Arbeit versteht sich jedoch als Fortsetzung der Studie "Von den Babyboomern zur Generation Y" von Kolland und Wanka und möchte die darin begründete Theorie bestätigen oder widerlegen.

Die Autorin definiert die grundlegenden Begrifflichkeiten, indem sie zunächst Generationen als Ganzes definiert und sich dabei auf Arbeiten von Krüger, Mannheims und Berkup bezieht. Anschließend definiert sie die Generationen X, Y und Z als einzelne Generationen mit Geburtszeiträumen und geht genau auf die Charakteristika der einzelnen Generationen ein. Im darauf folgenden Kapitel definiert die Autorin die unterschiedlichen Arbeitszeitmodelle, wobei sie sich auch hier auf andere Arbeiten als Grundlage bezieht. Abschließend gibt sie einen Überblick der rechtlichen Grundlagen gemäß dem österreichischen Arbeitszeitgesetz.

Die wissenschaftliche Arbeit von Holzhammer baut auf drei bekannten Motivationstheorien auf: der Zwei-Faktoren-Theorie von Herzberg, der Bedürfnispyramide von Maslow und der Leistungsmotivationstheorie von McClelland. Andere Studien haben postuliert, dass es einen starken Zusammenhang zwischen Arbeitszeitmodellen und den verschiedenen Generationen gibt und dass jede Generation spezifische Arbeitszeitmodelle bevorzugt. Darüber hinaus haben diese Studien gezeigt, dass die Generationen auch unterschiedliche Motivatoren haben.

6.2.3 Methodik

Die Forschungsfrage wurde mithilfe einer quantitativen Methode, in Form einer Online-Befragung, beantwortet. Die Ergebnisse basieren auf einer Stichprobe von 220 Befragten, die auf die Generationen X (71 Befragte), Y (129 Befragte) und Z (20 Befragte) verteilt sind. Von diesen TeilnehmerInnen sind 99 männlich und 121 weiblich. Die Daten wurden mit dem Statistik-Tool IBM SPSS ausgewertet, und zur Erklärung und Darstellung der Ergebnisse wurden univariate und bivariate Methoden verwendet.

6.2.4 Ergebnisse

Entgegen den Erwartungen im Theorieteil wünschen sich alle drei Generationen ein möglichst flexibles Arbeitszeitmodell, wobei Vertrauensarbeitszeit bevorzugt wird. Bezüglich der Motivation bestätigen die Ergebnisse die theoretischen Annahmen, da die Motivationsfaktoren nach Herzberg am meisten Zuspruch erhalten haben. Es zeigt sich auch, dass ein ausgewogenes Verhältnis von Hygiene- und Motivationsfaktoren angestrebt wird. Beide in Unterkapitel 6.5 aufgestellten Hypothesen konnten jedoch nicht bestätigt werden. Die Autorin schlägt als mögliche Ursache vor, dass weniger die Charaktereigenschaften der Generationen ausschlaggebend seien, sondern vielmehr, die durch den Arbeitgeber angebotenen Modelle.

6.2.5 Implikationen

Die Ergebnisse implizieren, dass es für eine gute Stimmung und Zufriedenheit in Unternehmen hilfreich sei, flexible Arbeitszeitmodelle anzubieten, auch wenn diese jedoch keinen erheblichen Einfluss auf die Motivation haben. Unternehmen könnten die Motivation ihrer MitarbeiterInnen verbessern, indem sie ihre Aufgabenbereiche, Verantwortungsbereiche und Gehälter betrachten und anpassen. Die ursprüngliche Forschungsfrage beantwortet Holzhammer damit, dass die Generationszugehörigkeit keinen Einfluss auf die Bewertung von Arbeitszeitmodellen habe, da die Faktoren Hobbys, Familie, Weiterentwicklung und Freizeit für MitarbeiterInnen im Vordergrund stünden und somit auch kein Zusammenhang zwischen MitarbeiterInnen-Motivation und Arbeitszeitmodellen bestehe.

6.2.6 Fazit

Die Quintessenz der wissenschaftlichen Arbeit ist, dass alle Generationen nach einem möglichst flexiblen Arbeitszeitmodell streben, durch die Einführung dieser jedoch keine signifikante Motivationssteigerung zu erwarten ist, sondern vor allem die Punkte Aufgabengebiet, Verantwortungsbereich und Gehalt einen Einfluss darauf haben. Weitere Forschungen in den Bereichen der Auswirkungen von Arbeitszeitmodellen auf den Unternehmenserfolg und die Steigerung der Arbeitsleistung wirken lohnenswert. Holzhammer konnte alle von ihr betrachteten Fragen beantworten. Aus der Tatsache, dass vor allem Unternehmen einen Einfluss auf die gelebten Arbeitszeitmodelle haben, ergibt sich die Frage, ob eine Änderung der möglichen Modelle auch eine Änderung der Präferenzen nach sich zieht.

7 Aufgabe 6

7.1 Aufgabenstellung

In der sechsten Workbookaufgabe soll eine Einleitung für die wissenschaftliche Arbeit aus Aufgabe 2, im Umfang von maximal einer DIN A4-Seite geschrieben werden. Die Einleitung soll dabei im Fließtext ohne weitere Unterüberschriften verfasst werden. Besonderer Wert soll dabei auf die Beantwortung der nachstehenden Punkte gelegt werden.

- Hinführung zum Thema
- Relevanz des Themas
- Forschungslücke und -frage
- Ziel und Struktur der Arbeit

7.2 Beantwortung der Aufgabe

Die heutige Arbeitswelt ist geprägt von rasanten Veränderungen und der zunehmenden Bedeutung von digitalen Technologien (Rothe et al., 2019, S.246). Vor allem die jüngere Generation der sogenannten "Digital Natives" ist in dieser Hinsicht besonders interessant, da sie bereits von Kindheit an mit digitalen Medien aufgewachsen ist (Einramhof-Florian, 2022, S. 35) und somit eine andere Herangehensweise an Technologie und Karriereplanung hat. Diese Generation, auch bekannt als Generation Z, ist mittlerweile auf dem Arbeitsmarkt angekommen und stellt Unternehmen vor neue Herausforderungen, um sich darauf vorzubereiten, eine neue Generation von Arbeitnehmern zu rekrutieren und zu managen (Einramhof-Florian, 2022, S. 35).

Während sich ältere Forschungen auf den Einsatz von Technologien in der Bildung fokussieren (Yalcin-Incik und Incik, 2022), um diese Generation bestmöglich zu fördern, untersuchen aktuellere Studien, wie diese in den Arbeitsmarkt integriert werden können (Pichler et al., 2021) und welche Veränderungen Arbeitgeber durchführen müssen (Weitzel et al., 2020), um attraktiv für die kommende Generation von Arbeitskräften zu sein. Es ist das Ziel dieser Arbeit, herauszufinden, wie die Generation Z digitale Werkzeuge und Technologien im Arbeitsumfeld einsetzt, um die persönliche Karriereentwicklung voranzutreiben und wie sich dies auf ihre Arbeitsleistung auswirkt. Somit liefert diese Arbeit einen wichtigen Beitrag zur Erforschung der Generation Z, ihrer Karriereziele und ihrer Herangehensweise an digitale Technologien im Arbeitsumfeld. Wodurch Unternehmen befähigt werden sollen, die richtigen Werkzeuge auswählen zu können, um die Arbeitsleistung der Generation Z zu maximieren. Weiterhin wird aufgezeigt, welche Tools weiter oder neu entwickelt werden sollte, da sie in der Generation Z Abnehmer für die nächsten Jahre findet. Dabei wird die folgende Forschungsfrage untersucht:

Wie nutzen die Mitglieder der Generation Z Informationstechnik und digitale Werkzeuge, um ihre Karriereziele zu verfolgen und ihre Leistung im Arbeitsumfeld zu verbessern?

Die vorliegende Arbeit gliedert sich in fünf Teile. Im theoretischen Hintergrund werden zunächst Definitionen und Merkmale der Generation Z erläutert, sowie digitale Werkzeuge definiert und deren Bedeutung für die Karriereentwicklung dargestellt. Anschließend daran wird ein Überblick über digitale Kompetenzen gegeben, der Begriff der Arbeitsleistung definiert und der Zusammenhang zwischen diesen beiden dargestellt. Im nachfolgenden Kapitel wird das methodische Vorgehen beschrieben. Dazu wird das Forschungsdesign beschrieben und die Auswahl der Stichprobe dargelegt. Abgeschlossen wird dieses Kapitel mit der Erläuterung der Erhebungsmethoden und der Datenauswertung. In der Analyse werden die Ergebnisse der Umfrage dargestellt und interpretiert, um diese in der Diskussion zusammenzufassen und daraus Implikationen für die Praxis, Einschränkungen der Studie sowie Empfehlungen für weitere Forschung abzuleiten. Schließlich wird im Fazit die Bedeutung der Arbeit im Kontext der Forschungsliteratur bewertet und ein Ausblick auf

weitere Entwicklungen und Forschungsfragen gegeben.

8 Aufgabe 7

8.1 Aufgabenstellung

In der siebten Aufgabe soll für eine fiktive wissenschaftliche Arbeit, die Theoretische Fundierung zur "Zwei-Faktoren-Theorie von Herzberg" geschrieben werden. Dies soll den Umfang von einer DIN A4-Seite nicht übersteigen.

8.2 Beantwortung der Aufgabe

Die Zwei-Faktoren-Theorie von Herzberg wurde erstmals 1959 durch eine Arbeit von Herzberg, Mausner und Snyderman mit dem Titel "The Motivation to Work" vorgestellt (Rosenstiel und Nerdinger, 2011, S. 87). Sie ist eine Theorie der Arbeitsmotivation und hat sich seit ihrer ersten Erwähnung zu einer der wichtigsten Theorien in diesem Feld entwickelt (Rosenstiel und Nerdinger, 2011, S. 87). Herzberg beschreibt die Zwei-Faktoren-Theorie als zweidimensionales Modell, in dem die beiden Dimensionen Zufriedenheit und Unzufriedenheit strikt voneinander getrennt sind. Diese werden von unterschiedlichen Faktoren beeinflusst. So tragen die sogenannten Hygiene-Faktoren dazu bei, dass es nicht zu Unzufriedenheit kommt, diese steigern aber nicht die Zufriedenheit (Rosenstiel und Nerdinger, 2011, S. 89). Die Hygiene-Faktoren nach Herzberg sind Tabelle 1 zu entnehmen. Diese Faktoren sind nicht zentraler Teil des Arbeitsinhaltes und betreffen, laut Herzberg, daher vor allem die extrinsische Motivation (Rosenstiel und Nerdinger, 2011, S. 88).

Ihnen gegenüber stehen die Motivatoren. Sie sind vom Arbeitsinhalt beeinflusst und werden daher zur intrinsischen Motivation gezählt und steigern die Zufriedenheit der Mitarbeiter. Eine Übersicht der Motivatoren ist in Tabelle 1 zu finden. Wenn genug dieser Motivatoren vorhanden sind, führt dies zu einer Steigerung der Motivation und einer Verbesserung der Arbeitsleistung. Dies ist jedoch nur möglich, wenn ein Grundmaß an Hygiene-Faktoren vorhanden ist (StudySmarter, n. d.).

Kritikpunkte an der Zwei-Faktoren-Theorie sind zum einen, dass die Begriffe Zufriedenheit und Unzufriedenheit keine wissenschaftlich messbaren Begriffe und somit sehr subjektiv sind (StudySmarter, n. d.) und zum anderen, dass sich die Ergebnisse nur unter Verwendung der gleichen Erhebungsmethode (Methode der kritischen Ereignisse) reproduzieren lassen (Sikanja, 2000, S. 14).

Hygiene-Faktoren	Motivatoren
<ul style="list-style-type: none"> • Führungsstil • Unternehmenspolitik und -verwaltung • Arbeitsbedingungen • Beziehungen zu Gleichgestellten • Beziehungen zu Unterstellten • Beziehungen zu Vorgesetzten • Status • Arbeitssicherheit • Gehalt • Persönliche berufsbezogene Lebensbedingung 	<ul style="list-style-type: none"> • Leistung • Anerkennung der eigenen Leistung • Arbeit selbst • Verantwortung • Aufstiegsperspektive • Möglichkeit zum Wachstum

Tabelle 1: (Bruno, 2020, S. 6-7) Übersicht der Hygiene-Faktoren und Motivatoren nach Herzberg

9 Aufgabe 8

9.1 Aufgabenstellung

Die achte Workbookaufgabe fordert eine Zusammenfassung der von Holzhammer genutzte Methodik auf maximal 0,5 DIN A4-Seiten und eine Darstellung der Vor- und Nachteile qualitativer Tiefeninterviews gegenüber der von Holzhammer gewählten Methodik, auf weiteren 0,5 DIN A4-Seiten. Abschließend soll eine persönliche Einschätzung zur Wahl der Methode, um Holzhammers Forschungsfrage zu beantworten, abgegeben werden.

9.2 Beantwortung der Aufgabe

9.2.1 Methodik von Holzhammer

Bei der von Holzhammer in ihrer Arbeit "Bewertung von Arbeitszeitmodellen im Generationenvergleich (X, Y, Z) - Unter Berücksichtigung des Faktors MitarbeiterInnen-Motivation" gewählten Methode, handelt es sich um eine quantitative Forschungsmethode in Form einer Online-Befragung. Die Befragung wurde mithilfe eines standardisierten Fragebogens mit MitarbeiterInnen von IT-Dienstleistungsunternehmen in Österreich/Wien durchgeführt. Dieser Fragebogen umfasst Fragen zu Arbeitszeitmodellen, Arbeitszufriedenheit und -motivation, sowie zur Identifikation der Generationen. Die erhobenen Daten wurden mittels deskriptiver Statistik ausgewertet, um Zusammenhänge zwischen den Variablen zu identifizieren und die Aus-

wirkung der Arbeitszeitmodelle auf die, durch die TeilnehmerInnen berichtete, Motivation und Zufriedenheit zu untersuchen.

9.2.2 Vor- und Nachteile von qualitativen Tiefeninterviews gegenüber der Methode von Holzhammer

Qualitative Tiefeninterviews sind eine Methode der empirischen Sozial- und Marktforschung, die darauf abzielt, tiefergehende Informationen und Einsichten in die Sichtweisen, Erfahrungen und Meinungen von Befragten zu gewinnen (Hagendorf, 2000, S. 4). Im Gegensatz zur quantitativen Online-Befragung, die auf standardisierten Fragebögen basieren und hauptsächlich auf die Erfassung numerischer Daten abzielen, ermöglicht das qualitative Tiefeninterview einen intensiven Austausch zwischen Interviewer und Interviewten und erlaubt eine flexible und offene Befragung (Hagendorf, 2000, S. 4). Sie bieten eine höhere Datentiefe als Online-Befragungen, da die Interviewer gezielte Nachfragen stellen können. Sie sind flexibel und passen sich den Bedürfnissen und Erfahrungen der InterviewpartnerInnen an (Hagendorf, 2000, S. 5). Weiterhin besteht eine höhere Kontrolle über die Stichprobe. Die dadurch erzielten Ergebnisse sind qualitativ und erlauben Einblicke in die subjektiven Erfahrungen und Meinungen der Interviewten. Dadurch sind Tiefeninterviews besonders für komplexe Fragestellungen geeignet. Nachteile der qualitativen Tiefeninterviews sind ihr höherer Zeit- und Kostenaufwand (Wikipedia, 2022), da sowohl Interviewer als auch Interviewter für die Teilnahme entschädigt werden müssen. Weiterhin sind Tiefeninterviews anfälliger, für Verzerrungen, da InterviewerInnen subjektiv interpretieren und bestimmt nach Antworten suchen können (Hagendorf, 2000, S. 8). Die resultierenden Ergebnisse sind schwer quantifizierbar (Foerster, 2016) und lassen sich somit nicht statistisch auswerten. Auch Aspekte des Datenschutzes sind hier schwerer umzusetzen und einzuhalten.

9.2.3 Persönliche Präferenz

Für diese Arbeit empfehle ich die von Holzhammer gewählte Methode der Online-Umfrage, da sie die beste Option darstellt, um die Forschungsfrage zu beantworten. Die Verwendung von Tiefeninterviews würde einen erhöhten Zeit- und Kostenaufwand sowie eine erschwerte Auswertung bedeuten, was keinen Mehrwert für die Forschungsfrage bringt. Ein quantitativer Ansatz bietet dagegen einen besseren Überblick über die Ausprägungen der verschiedenen Generationen. Insbesondere bei der Betrachtung mehrerer Generationen ist eine große Stichprobe erforderlich, was sich schwierig qualitativ bewerkstelligen lässt. Schließlich erfordert ein Vergleich zwischen den Generationen die Verwendung von quantitativen Daten.

10 Aufgabe 9

10.1 Aufgabenstellung

Fasse die Ergebnisse von Datensatz 1 oder Datensatz 2 auf einer halben DIN A4-Seite zusammen und interpretiere diese auf einer weiteren halben DIN A4-Seite. Zur Erfüllung dieser Aufgabe wurde Datensatz 1 ausgewählt.

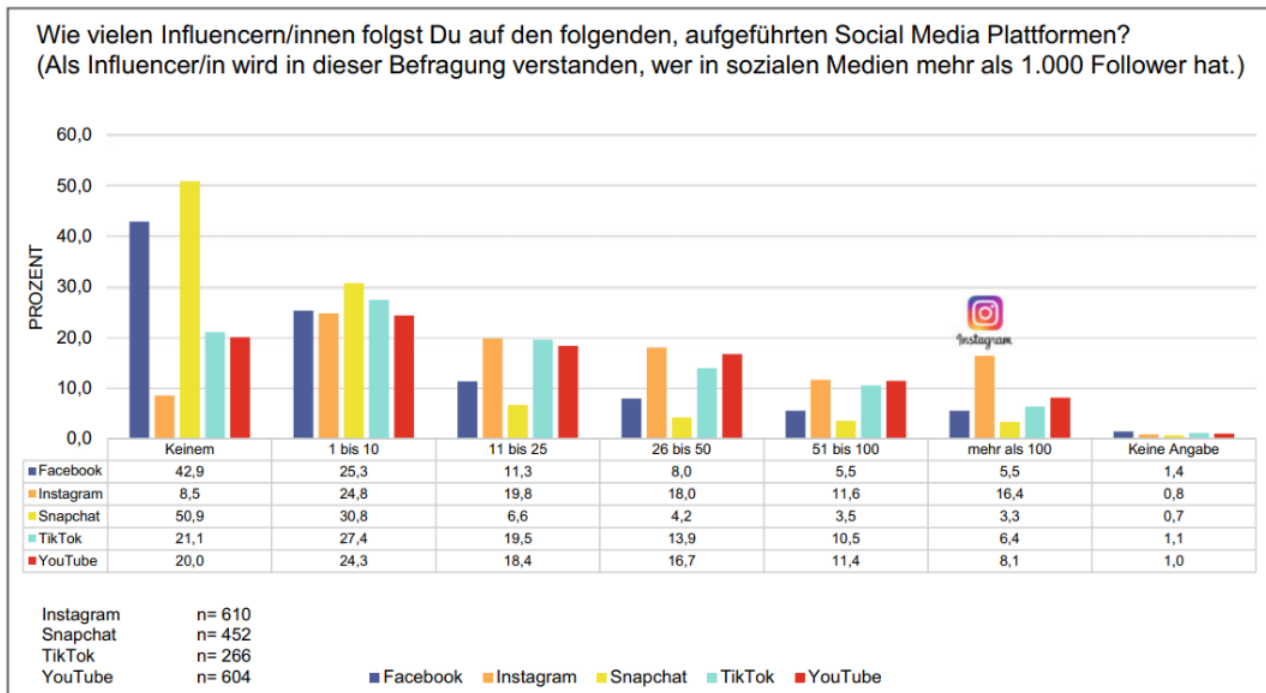


Abbildung 3: (Thiefes, 2022) Datensatz zum Follow-Verhalten von NutzerInnen verschiedener Social-Media-Plattformen

10.2 Beantwortung der Aufgabe

10.2.1 Ergebnisdarstellung

Abbildung 4 zeigt das Follow-Verhalten der NutzerInnen verschiedener Social-Media-Plattformen. Hierbei wird die prozentuale Darstellung in einzelne Teilbereiche zusammengefasst, um zielgerichtet ablesen zu können, in welchen Bereichen die jeweiligen Plattformen am stärksten vertreten sind. Zu diesem Zweck wurde eine Einteilung in die Bereiche keinem, 1 bis 10, 11 bis 25, 26 bis 50, 51 bis 100 und mehr als 100, sowie ein Bereich für das Fehlen einer Angabe gewählt. Der Abbildung ist zu entnehmen, dass die Plattform Instagram, bei einer Stichprobengröße von $n = 610$ mit einem Anteil von 16,4% die meisten NutzerInnen besitzt, welche mehr 100 InfluencerInnen folgen, gefolgt von Youtube ($n = 604$) und TikTok ($n = 266$), mit jeweils 8,1% und 6,4%. Die wenigsten NutzerInnen in dieser Kategorie hat die Plattform Snapchat ($n = 452$) mit 3,3%. Diese Plattform weist mit 50,9% auch die meisten NutzerInnen in der Kategorie "keinem" auf.

Dies spiegelt sich ebenfalls wider, wenn die Bereiche mit mehr als 10 und weniger als 10 InfluencerInnen, denen gefolgt wird, jeweils in Summe betrachtet werden. Für den Bereich von 10 und mehr Influencern, denen gefolgt wird, sind auch hier bei Instagram, mit 65,8%, prozentual die meisten NutzerInnen zu finden. Youtube und TikTok folgen hier mit 54,6% und 50,3%. Betrachtete man den Bereich mit 10 oder weniger Influencern, denen gefolgt wird, liegt hier die Plattform Snapchat mit 81,7% vorn, gefolgt von Facebook mit 68,2%. Detaillierte Zahlen der einzelnen Bereiche sind der Abbildung 4 zu entnehmen.

10.2.2 Ergebnisinterpretation

Die Daten zeigen, dass Social-Media-Plattformen unterschiedliche Profile von NutzerInnen anziehen, die unterschiedliche Interessen und Bedürfnisse haben. Instagram und Youtube haben einen höheren Anteil an NutzerInnen, die InfluencerInnen folgen, was durch ihre Struktur und Ausrichtung erklärt werden kann. Instagram ist eine visuell orientierte Plattform, die Bilder und kurze Videos in den Vordergrund stellt und so NutzerInnen anzieht, die sich für Lifestyle, Mode und Beauty interessieren und entsprechenden Accounts folgen möchten. Youtube bietet lange Videos und detaillierte Inhalte, was für NutzerInnen attraktiv ist, die sich für Tutorials, Unterhaltung oder bestimmte Themengebiete interessieren. Snapchat hingegen ist eher auf die Kommunikation zwischen NutzerInnen ausgerichtet und hat keine so starke Betonung auf das Folgen von InfluencerInnen. NutzerInnen, die Snapchat bevorzugen, nutzen es in erster Linie für den Austausch von Nachrichten, Schnappschüssen und kurzen Videos mit Freunden und Familie. Insgesamt spiegeln die Ergebnisse wider, dass verschiedene Plattformen unterschiedliche Zielgruppen ansprechen und dass die Anzahl der InfluencerInnen, denen NutzerInnen folgen, auch von der Plattform und deren Ausrichtung abhängt.

11 Aufgabe 10

11.1 Aufgabenstellung

In der zehnten Aufgabe soll ein Literaturverzeichnis für die fiktive Projektarbeit erstellt werden. Dazu sollen die folgenden Quellen genutzt werden:

- Die Zufallsfunde der Regenwürmer (Lumbricidae) auf den untersuchten Binnendünen in Sachsen-Anhalt (Elisabeth Neubert und Jörg Schuboth)
- <https://doi.org/10.1002/biuz.202010706>
- <https://enveurope.springeropen.com/counter/pdf/10.1065/usws2006.07.120.1.pdf>
- <https://blogs.nabu.de/regenwurmsuche/>
- Sally Coulthard und Andrea Kunstmann: Das Buch des Regenwurms (2022)

11.2 Beantwortung der Aufgabe

Literaturverzeichnis

- Hagendorf, J. (2000, Mai). *Qualitative Forschungsmethoden in der Markt- und Meinungsforschung*. Verfügbar 20. Februar 2023 unter <https://www.grin.com/document/94880>
- Sikanja, D. (2000, Mai). *Darstellung und Kritik der Herzbergschen Zweifaktorentheorie der Führung mit Empfehlung für ihre praktische Anwendung*. Verfügbar 17. Februar 2023 unter <https://www.grin.com/document/95452>
- Rosenstiel, L. v., & Nerdinger, F. W. (2011). *Grundlagen der Organisationspsychologie [electronic resource] : Basiswissen und Anwendungshinweise*. Schäffer-Poeschel Verlag. <http://search.ebscohost.com.pxz.iubh.de:8080/login.aspx?direct=true&db=cat05114a&AN=ihb.29109&lang=de&site=eds-live&scope=site>
- Foerster, B. (2016, März). Tiefeninterview als Methode der Marktforschung— DIM-Blog. Verfügbar 20. Februar 2023 unter <https://www.marketinginstitut.biz/blog/tiefeninterview/>
- Holzhammer, A.-M. (2019). Bewertung von Arbeitszeitmodellen im Generationenvergleich (X, Y und Z) —b Unter Berücksichtigung des Faktors MitarbeiterInnen-Motivation. Verfügbar 14. Februar 2023 unter <https://fhburgenland.contentdm.oclc.org/digital/collection/p15425dc/id/78224/rec/4>
- Rothe, I., Wischniewski, S., Tegtmeier, P., & Tisch, A. (2019). Arbeiten in der digitalen Transformation – Chancen und Risiken für die menschengerechte Arbeitsgestaltung. *Zeitschrift für Arbeitswissenschaft*, 73(3), 246–251. <https://doi.org/10.1007/s41449-019-00162-1>
- Bruno, C. (2020, Januar). *Wie können Unternehmer die Zufriedenheit ihrer Mitarbeiter steigern?* Verfügbar 22. Februar 2023 unter <https://www.grin.com/document/514882>
- Weitzel, D. T., Maier, D. C., Weinert, D. C., Pflügner, K., Oehlhorn, C., Wirth, J., & Laumer, D. S. (2020). Generation Z - die Arbeitnehmer von morgen.
- Barhate, B., & Dirani, K. (2021). Career aspirations of generation Z: a systematic literature review. *European Journal of Training and Development*. <https://doi.org/10.1108/EJTD-07-2020-0124>
- Pichler, S., Kohli, C., & Granitz, N. (2021). DITTO for Gen Z: A framework for leveraging the uniqueness of the new generation. *Business Horizons*, 64(5), 599–610. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2021.02.021>
- Einramhof-Florian, H. (2022). *Fit für die jungen Generationen am Arbeitsplatz: Wie ticken sie und was macht sie aus*. Springer Fachmedien Wiesbaden. <https://doi.org/10.1007/978-3-658-39149-2>
- Thiefes, D. (2022, Januar). *Influencer Branding in der Versicherungswirtschaft*. <https://doi.org/10.1007/978-3-658-37278-1>
- Wikipedia. (2022). Tiefeninterview — Wikipedia, die freie Enzyklopädie [[Online; Stand 22. Februar 2023]]. <https://de.wikipedia.org/w/index.php?title=Tiefeninterview&oldid=226313573>

- Yalcin-Incik, E., & Incik, T. (2022). Generation Z Students' Views on Technology in Education: What They Want What They Get. *Malaysian Online Journal of Educational Technology*, 10(2), 109–124. <https://doi.org/10.52380/mojet.2022.10.2.275>
- StudySmarter. (n. d.). Zwei Faktoren Theorie Herzberg: Definition & Beispiele. Verfügbar 15. Februar 2023 unter <https://www.studysmarter.de/schule/wirtschaft/betriebswirtschaftslehre/zwei-faktoren-theorie-herzberg/>

A Punkte der Zusammenfassung in Aufgabe 5

Einleitung	<ul style="list-style-type: none"> • Wer ist die Zielgruppe der wissenschaftlichen Arbeit? Für wen wurde sie geschrieben? Wer ist der Adressat? • Welches Problem soll gelöst, welche Forschungsfrage beantwortet werden? Was ist das Ziel der wissenschaftlichen Arbeit? • Wie ist die wissenschaftliche Arbeit aufgebaut?
Theoretische Fundierung	<ul style="list-style-type: none"> • Welche anderen Wissenschaftler haben auch schon zu diesem Thema geforscht? • Wie definiert die Autorin die für ihre wissenschaftliche Arbeit relevanten Begrifflichkeiten? • Auf welchen Theorien/Modellen/Frameworks baut sie auf? • Welche Ergebnisse zeigten sich in anderen Studien zum Forschungsthema?
Methodik	<ul style="list-style-type: none"> • Mit welchen wissenschaftlichen Methoden will die Autorin die Forschungsfrage beantworten? • Auf welcher Datenbasis beruhen der Ergebnisse? • Wie wurden die Daten ausgewertet?
Ergebnisse	<ul style="list-style-type: none"> • Welche Ergebnisse zeigen sich bei der Datenauswertung? • Welche Annahmen konnten bestätigt werden, welche nicht? • Was könnten mögliche Ursachen für diese Ergebnisse sein?
Implikationen	<ul style="list-style-type: none"> • Was kann man aus den Ergebnissen ableiten? Welche Implikationen ergeben sich für wen? • Wie wird die ursprünglich formulierte Forschungsfrage beantwortet?
Fazit	<ul style="list-style-type: none"> • Was ist die Quintessenz der wissenschaftlichen Arbeit (idealerweise 1 Satz)? • Wo lohnt es sich weiterführend zu forschen? • Welche Fragen konnte die Autorin nicht beantworten? • Welche überraschenden (Neben-)Ergebnisse bedürfen einer intensiveren Betrachtung?

Tabelle 2: Inhalte der Zusammenfassung