



Qualitative oder quantitative Managementforschung – die richtige Wahl zählt

Was wissen wir über Wertschöpfungsprozesse, was über Realitäten und Mythen des Organisationsmanagements? Qualitativ hochwertige, praxisrelevante Managementforschung erfordert theoretische und praktische Vertrautheit mit Forschungsgegenständen und -methoden. Die Gültigkeit der Methodenwahl wird mit dem Nachweis der Gegenstandsbezogenheit zentraler Forscherentscheidungen belegt.



Prof. Dr. Andrea Gurtner
Dozentin Masterstudiengang
Business Administration
Forschungsschwerpunkt
Unternehmensentwicklung
Bernere Fachhochschule
andrea.gurtner@bfh.ch



Dr. Peter Kels
Wissenschaftlicher Mitarbeiter
Forschungsschwerpunkt
Unternehmensentwicklung
Bernere Fachhochschule
peter.kels@bfh.ch

Die multidisziplinäre und historisch betrachtet junge Managementforschung generiert Wissen über Managementprozesse in Organisationen. Ihre Erkenntnisse können über die Wissenschaft hinaus auch die unternehmerische Praxis befruchten, beispielsweise wenn die Voraussetzungen eines zeitgemässen Personalmanagements beleuchtet werden. In manchen Fällen folgt Managementforschung auch einem kritisch-aufklärerischen Anspruch, z.B. wenn wie bei Henry Mintzberg folkloristisch anmutende Vorstellungen von Managern als reflektiert und planerisch Handelnde nüchternen Darstellungen des Alltagshandelns von Managern entgegengestellt werden. Wenn wir Management mit Peter Drucker als Aktivität des Lenkens und Umgehens mit genuin sozialen, meist organisierten Prozessen der Wertschöpfung verstehen, dann

verfolgt die Managementforschung den Anspruch, diese Aktivitäten und Prozesse zu beschreiben, zu verstehen und zu verbessern. Angesichts des beschleunigten Wandels von Gesellschaften, Märkten, Wissen und Technologien stehen Managerinnen und Manager heute vor der Aufgabe, die Adäquatheit ihrer Handlungsprämisse und Vorgehensweisen immer wieder einer kritischen Prüfung zu unterziehen. Eine empirisch fundierte Managementforschung kann hierfür wertvolles Fakten-, Deutungs- und Orientierungswissen bereitstellen.

Was ist gute Managementforschung?

Dem gezielten Einsatz von Forschungsmethoden wie auch der Erfahrung der Forschenden kommt bei der Generierung von Managementwissen ein zentraler

Stellenwert zu. Managementforschung zu betreiben erfordert theoretische wie praktische Kenntnisse des Forschungsgegenstands und Vertrautheit im Einsatz unterschiedlicher Forschungsmethoden (Befragung- und Beobachtungstechniken, Techniken der Auswertung und Analyse). Damit qualitativ hochwertige Forschungsergebnisse entstehen, braucht es ein hohes Mass an Reflexion sowie Kritik- und Lernfähigkeit im Umgang mit den zahlreichen Herausforderungen, die sich in allen Phasen eines Forschungsprozesses stellen. Neben diesen personalen Voraussetzungen lassen sich einige Kriterien einer aus methodischer Sicht «guten» Managementforschung benennen: So leitet sich der Einsatz von Forschungsmethoden aus Forschungsfrage und -gegenstand ab. Erhebungs- und Auswertungsmethoden sind aufeinander abgestimmt und werden in kontrollierter Weise eingesetzt. Schliesslich setzen sich Forschende in der anwendungsorientierten Managementforschung frühzeitig und fortlaufend mit Rollenirritationen auseinander. Diese entstehen insbesondere dann, wenn Forschende gemeinsam mit Praxispartnern im Rahmen von «Action Research» Problemlösungen erarbeiten und deren Implementierung begleiten.

Methodeneinsatz in der Managementforschung

Die angewandte Managementforschung arbeitet mit einem breiten Spektrum an sozialwissenschaftlichen Forschungsmethoden, um Wirksamkeit und (Neben-) Wirkungen von Managementhandeln und -konzepten zu untersuchen und neue Impulse für deren Weiterentwicklung oder Neuausrichtung zu liefern. Eine fundierte Analyse der Managementpraxis arbeitet mit einem auf den Forschungsgegenstand abgestimmten Set an quantitativen oder qualitativen Forschungsmethoden (Triangulation) oder auch einer Mischung aus beiden (mixed methods): Quantitative Forschungsmethoden (wie etwa Fragebogenstudien oder strukturierte Beobachtungen) können dort ihre Stärke entfalten, wo es darum geht, die betriebliche Realität mit gewisser Distanz und dem Anspruch auf Verallgemeinerbarkeit der gewonnenen Aussagen zu untersuchen. Qualitative Forschungsmethoden (wie etwa offene oder teilstrukturierte Interviews, teilnehmende Beobachtung oder Fokusgruppen) zielen hingegen darauf, den Forschungsgegenstand umfassend abzubilden und die Handlungsorientierungen, Sinnzusammenhänge und Interaktionsmuster im Untersuchungsfeld offenzulegen. Insgesamt lassen sich fünf verschiedene, je nach Zielsetzung kombinierbare, methodische Vorgehensweisen unterscheiden:

- Deskriptive Untersuchungen zielen auf eine möglichst präzise und vollständige Beschreibung der Merkmale eines Untersuchungsgegenstands (z.B. der Repräsentanz von Frauen in Führungsetagen von Unternehmen).
- Explorative Untersuchungen bieten sich an, wenn der zu erforschende Bereich relativ unbekannt ist und kaum spezifizierbare Annahmen über Struktur und Routinen der sozialen Praxis im Handlungsfeld getroffen werden können (z.B. eine Untersuchung der organisationalen und sozialen Prozesse, die die Einführung neuer Managementkonzepte verhindern). Explorative Untersuchungen kommen häufig auch als Vorstudien einer Hauptuntersuchung zum Einsatz.
- Hypothesen- und theorieprüfende Forschung zielt darauf, in der Managementtheorie erarbeitete Theorien und Hypothesen auf ihre Gültigkeit in bestimmten Untersuchungsfeldern hin zu untersuchen, zu differenzieren oder zu widerlegen.
- Aktions- und Interventionsforschung zielt darauf, über die direkte Interaktion und Partizipation von Stakeholdern im Forschungsprozess praxisrelevante und umsetzbare Problemlösungen zu kreieren. Der Vorzug von «action research» gegenüber der klassischen akademischen Forschung liegt in ihrer dezidierten Praxis- und Umsetzungsorientierung.
- Evaluationsstudien ermitteln die Wirksamkeit eingeführter Konzepte oder umgesetzter Massnahmen auf Basis eines oder mehrerer Erfolgskriterien und schätzen hierbei auch die erwünschten wie unerwünschten Effekte und Nebenwirkungen solcher Massnahmen ab (z.B. die Auswirkungen eines neuen Gehaltssystems auf die Entwicklung der Personalkosten im Unternehmen).

Qualität in der anwendungsorientierten Managementforschung

Die Qualität von Managementforschung lässt sich immer nur am Einzelfall ermesen. Während die Qualität theoretischer wie empirischer Beiträge auf der Basis bereits genannter Kriterien fortlaufend in den jeweiligen wissenschaftlichen Communities kritisch hinterfragt und gewürdigt wird, sind die Qualitätskriterien im Bereich der anwendungsorientierten Managementforschung weniger eindeutig. Aspekte wie Praxistauglichkeit, Kontextsensibilität (Unternehmen, Branchen, Berufe) erarbeiteter Lösungen oder auch der Einbezug unterschiedlicher Sichtweisen und Interessengruppen in den Forschungsprozess liefern wichtige Hinweise darauf, ob Forschungsergebnisse auch für praktisches Managementhandeln und dessen sozialen Kontext wertvoll sind. ■

Managementforschung im Masterstudiengang Business Administration

Der Masterstudiengang Business Administration (MSc BA) der Berner Fachhochschule weist der wissenschaftlichen Ausbildung der Studierenden eine hohe Bedeutung zu. Im ersten Studiensemester machen sich die Studierenden in drei Modulen mit Wissenschaftstheorie und insbesondere mit den Grundprinzipien der Managementforschung vertraut. Sie erarbeiten eine Forschungsskizze, bei der neben der Begründung des praktischen und wissenschaftlichen Nutzens auch der Gegenstandsangemessenheit des Forschungsdesigns und der vorgeschlagenen Methoden eine hohe Bedeutung zukommt. Schliesslich setzen sie sich mit konkreten quantitativen und qualitativen Erhebungs- und Analysemethoden theoretisch und praktisch auseinander. In den folgenden Semestern erarbeiten sich die Studierenden in einem umfangreichen wissenschaftlichen Praxisprojekt und schliesslich in ihrer Masterthesis praktische Erfahrungen in der Planung und Durchführung von Managementforschung.

In die Inhalte der Module aus dem General Management und des Majors Corporate / Business Development fliessen aktuelle Erkenntnisse der internationalen Managementforschung und -lehre ein. Auch anhand laufender Projekte im Forschungsschwerpunkt «Corporate and Business Development», aktuell z.B. zu Karriereentwicklung und Personalbindung, Teamentwicklung oder Leadership gewinnen Studierende wertvolle Einsichten über Design und Methoden der Managementforschung. Studierende gewinnen auch anhand der laufenden Forschungsprojekte zu Karriereentwicklung und Personalbindung, Teamentwicklung oder Leadership im Forschungsschwerpunkt «Corporate and Business Development» wertvolle Einsichten über Design und Methoden der Managementforschung.

Literatur

- Drucker, Peter F. (1992): Managing for the Future: The 1990s and Beyond. New York: Truman Talley Books/Dutton.
- Mintzberg, H. (1989): Mintzberg on management: Inside our strange world of organizations. New York: The Free Press.