



KATHOLISCHE UNIVERSITÄT
EICHSTÄTT-INGOLSTADT



Themensammlung Abschlussarbeiten

Katholische Universität Eichstätt-Ingolstadt
Wirtschaftswissenschaftliche Fakultät

Lehrstuhl für Internationales Management
Univ.-Prof. Dr. Katja Gelbrich

Stand: Dezember 2023

Bachelorarbeiten	
Thema	Digitale Assistenten und ihr Einsatz in peinlichen Dienstleistungssituationen
Thema (engl.)	Digital assistants and their usage in embarrassing service encounters
Kurzbeschreibung	Digital assistants permeate everyday life – yet, they are not used as often as they could. This Bachelor thesis investigates the phenomena of embarrassing service encounters and why robots and other digital assistants might be used up to their potential especially in this context. Which factors have been identified already and which haven't? For example, what happens in future service encounters where a formerly embarrassing encounter is not repeated, but a normal encounter takes place – do the positive effects persist?
Relevante Literatur	<ul style="list-style-type: none"> • Pitardi, V., Wirtz, J., Paluch, S. and Kunz, W.H. (2022). Service robots, agency and embarrassing service encounters. <i>Journal of Service Management</i>, 33(2), 389-414. Doi: 10.1108/JOSM-12-2020-0435 • Holthöwer, J., van Doorn, J. (2022). Robots do not judge: service robots can alleviate embarrassment in service encounters. <i>Journal of the Academy of Marketing Science</i>, forthcoming, doi: 10.1007/s11747-022-00862-x
Bearbeitungssprache	Englisch
Art der Arbeit	Literaturrecherche
Betreuerin	Kerath/Miederer

Thema	Technologieakzeptanz und Geschlecht – Ein Erklärungsversuch
Thema (engl.)	Technology acceptance and gender - An attempt at explanation
Kurzbeschreibung	Technik ist Männersache – oder nicht? Diese Arbeit soll sich mit der Frage auseinandersetzen, ob eher Frauen oder Männer offen für neue Technologien sind und warum. Bisherige Forschung hat sich diesem Thema bereits ausführlich gewidmet, ist jedoch zu unterschiedlichen Erkenntnissen gekommen. Diese Arbeit soll das Spannungsfeld der geschlechterbezogenen Technologieakzeptanz aufarbeiten und zugrundeliegende Faktoren identifizieren, welche einen Einfluss darauf haben, welches Geschlecht, welche Art von Technologie bevorzugt und warum.
Relevante Literatur	<ul style="list-style-type: none"> • Belanche, Casaló & Schepers (2020). Service robot implementation: a theoretical framework and research agenda. <i>The Service Industries Journal</i>, 40:3-4, 203-225, Doi: 10.1080/02642069.2019.1672666 • Blut, M., Wang, C., Wunderlich, N. V., & Brock, C. (2021). Understanding anthropomorphism in service provision: A meta-analysis of physical robots, chatbots, and other AI. <i>Journal of the Academy of Marketing Science</i>, 49(4), 632–658 • Tsikriktsis, Nikos (2004). A Technology Readiness-Based Taxonomy of Customers. <i>Journal of Service Research</i>, 7 (1), 42–52. • Hernandez-Ortega, Blanca and Ivani Ferreira (2021). How Smart Experiences Build Service Loyalty: The Importance of Consumer Love for Smart Voice Assistants. <i>Psychology & Marketing</i>, 38 (7), 1122–39
Bearbeitungssprache	Deutsch/Englisch
Art der Arbeit	Literaturrecherche
Betreuerin	Kerath/Miederer

Thema	Auswirkungen kulturbezogener Einflüsse auf die Führungschancen von Frauen in multinationalen Unternehmen
Thema (engl.)	Effects of Culture-Related Influences on Women's Leadership Opportunities in Multinational Corporations
Kurzbeschreibung	<p>Nur 4,8% aller <i>Fortune Global 500</i> Unternehmen, werden von weiblichen CEO's geführt, und auch wenn vielerorts bereits Anstrengungen unternommen werden, um dies zu ändern, so läuft die Entwicklung doch schleppend. Ein Faktor, welcher Einfluss auf die Repräsentanz von Frauen in Führungspositionen hat, ist die kulturelle Umgebung eines Unternehmens. Diese Arbeit soll sich daher mit der Frage beschäftigen, inwiefern die Landeskultur einen Einfluss darauf hat, ob Frauen in Führungspositionen vertreten sind. Hierzu sollen bestehende Arbeiten zu diesem Thema zusammengefasst und Forschungslücken identifiziert werden.</p> <p>In bisheriger Forschung hat sich gezeigt, dass Frauen in Führungspositionen einen positiven Einfluss auf die Innovationskraft und Performance von Unternehmen haben. Daher soll sich zusätzlich mit der Frage beschäftigt werden, welche Managementempfehlungen sich aus den Erkenntnissen für Unternehmen ableiten, welche auf der Suche nach neuen, internationalen Märkten sind.</p>
Relevante Literatur	<ul style="list-style-type: none"> • Ng, E.S. and Sears, G.J. (2017). The glass ceiling in context: the influence of CEO gender, recruitment practices and firm internationalization on the representation of women in management'. <i>Human Resource Management Journal</i>, 27: 1, 133-151 • Omar, A. and Davidson, M.J. (2001). Women in management: a comparative cross-cultural overview. <i>Cross Cultural Management: An International Journal</i>, Vol. 8 No. 3/4, pp. 35-67. Doi: 10.1108/13527600110797272 • Griffin, D., Li, K., & Xu, T. (2021). Board Gender Diversity and Corporate Innovation: International Evidence. <i>Journal of Financial and Quantitative Analysis</i>, 56(1), 123-154. doi:10.1017/S002210901900098X
Bearbeitungssprache	Deutsch/Englisch
Art der Arbeit	Literaturrecherche
Betreuerin	Kerath/Miederer

Thema	Zusammenhang zwischen Landeskultur und der Entwicklung von nachhaltigen Geschäftsmodellen - Das Phänomen Secondhand
Thema (engl.)	Connection between country cultures and the development of sustainable business models - The Secondhand phenomenon
Kurzbeschreibung	Die nationale Kultur bezieht sich auf die geteilten Werte innerhalb eines Landes. Sie beeinflusst damit weite Teile des täglichen Lebens, wie soziale Strukturen und Umgangsformen, aber auch grundsätzliche Einstellungen, welche die Bewohner teilen. Eine dieser Einstellungen betrifft die Relevanz von Nachhaltigkeit. Daraus resultiert, dass Nachhaltigkeit in einigen Ländern einen höheren Stellenwert hat, als in anderen. Bestehende Forschung hat hierzu bereits verschiedene Thesen überprüft, welche kulturellen Besonderheiten den größten Einfluss auf Nachhaltigkeit haben. Diese Arbeit soll diese bestehende Forschung wieder aufgreifen und sie mit der Akzeptanz von Second-hand Fashion zusammenbringen. Der Markt für Second-hand Kleidung wächst stetig, wofür das ökologische Bewusstsein nur ein Grund von vielen ist. Ziel dieser Arbeit ist es herauszufinden, welche kulturellen Eigenschaften den größten Einfluss auf die Akzeptanz von Second-hand Kleidung haben und welche Möglichkeiten sich hieraus für Geschäftsmodelle in den entsprechenden Ländern ergeben.
Relevante Literatur	<ul style="list-style-type: none"> • Vachon (2010). International operations and sustainable development: Should national culture matter? <i>Sustainable Development</i> 18, 350–361(2010), doi: 10.1002/sd.398 • Piwowar-Sulej, K. (2022). Sustainable development and national cultures: a quantitative and qualitative analysis of the research field. <i>Environment, Development and Sustainability</i> 24, 13447–13475. doi: 10.1007/s10668-021-02011-w • Xu et al (2014). Second-hand clothing consumption: a cross-cultural comparison between American and Chinese young consumers. <i>International Journal of Consumer Studies</i>, 38, 670–677. doi: 10.1111/ijcs.12 • https://de.statista.com/statistik/daten/studie/1222396/umfrage/umfrage-zum-konsum-von-secondhandprodukten-weltweit-nach-laendern/ • https://de.statista.com/infografik/29674/anteil-der-befragten-die-nachhaltige-mode-kaufen/ • https://de.statista.com/infografik/28411/geschaetzter-anteil-von-secondhand-mode-am-gesamtumsatz-in-den-aktuell-groessten-modemaerkten/
Bearbeitungssprache	Deutsch/Englisch
Art der Arbeit	Literaturrecherche
Betreuerin	Kerath/Miederer

Masterarbeiten	
Thema	Der aktuelle Forschungsstand zur Uncanny-Valley-Hypothese für digitale Agenten
Thema (engl.)	The current state of research on the uncanny valley hypothesis for digital agents
Kurzbeschreibung	<p>In der einschlägigen Literatur besteht Konsens, dass digitale Assistenten und Roboter menschenähnlich sein sollten, um positiv von ihren Nutzern wahrgenommen zu werden. Trotzdem gibt es die Theorie des Uncanny-Valley, die besagt, dass es einen Tipping Point gibt, und dass Roboter, die zu menschenähnlich sind, als gruselig und entsprechend negativ wahrgenommen werden. Diese Masterarbeit soll sich mit dem aktuellen Stand der Forschung in diesem Bereich beschäftigen. Wann und warum wird Anthropomorphismus als positiv wahrgenommen und wann schlägt es ins Gegenteil um? Welcher Unterschied besteht zwischen Sprachassistenten und anderen Assistenten (verkörpert oder nicht)? Und sind diese Thesen auch haltbar für Animatronics (tierartige Roboter)?</p> <p>Achtung: Vor allem in englischsprachiger Literatur wird auswechselbar von <i>assistants</i>, <i>agents</i> und <i>robots</i> gesprochen. Dies bitte bei der Recherche berücksichtigen</p>
Relevante Literatur	<ul style="list-style-type: none"> • Kim, S., Rocky P.C., Ke Z., (2016). Anthropomorphized Helpers Undermine Autonomy and Enjoyment in Computer Games. <i>Journal of Consumer Research</i>, 43(2), 282–302. doi: 10.1093/jcr/ucw016 • Lv, L., Huang, M., & Huang, R. (2022). Anthropomorphize service robots: the role of human nature traits. <i>The Service Industries Journal</i>, forthcoming, doi: 10.1080/02642069.2022.2048821 • Burleigh, T. J.; Schoenherr, J.R.; Lacroix, G.L. (2013). Does the uncanny valley exist? An empirical test of the relationship between eeriness and the human likeness of digitally created faces. <i>Computers in Human Behavior</i>, 29(3), 759-771.
Bearbeitungssprache	Deutsch/Englisch
Art der Arbeit	Empirisch
Betreuerin	Kerath/Miederer

Thema	Intelligenz von physischen und digitalen Assistenten
Thema (engl.)	Intelligence of physical and digital assistants
Kurzbeschreibung	<p>Diese Masterarbeit soll sich mit der Intelligenz von digitalen Assistenten beschäftigen. Hierfür muss zunächst der aktuelle Stand der Forschung zu den unterschiedlichen Stufen künstlicher Intelligenz betrachtet werden und dies mit aktuellen Entwicklungen abgeglichen werden. Wie wichtig ist die Intelligenz von digitalen Assistenten überhaupt, und gibt es einen Unterschied zwischen physischen und digitalen Assistenten?</p> <p>Im Rahmen dieser Arbeit sollen eigene Daten erhoben und ausgewertet werden.</p> <p>Achtung: Vor allem in englischsprachiger Literatur wird auswechselbar von <i>assistants</i>, <i>agents</i> und <i>robots</i> gesprochen. Dies bitte bei der Recherche berücksichtigen.</p>
Relevante Literatur	<ul style="list-style-type: none"> • Huang/Rust (2018). Artificial Intelligence in Service. <i>Journal of Service Research</i>, 21(2), 155-172. • Pantano/Scarpi (2022). I, Robot, You, Consumer: Measuring Artificial Intelligence Types and their Effect on Consumers Emotions in Service. <i>Journal of Service Research</i>, forthcoming. • https://nypost.com/2022/06/12/google-engineer-blake-lemoine-claims-ai-bot-became-sentient/
Bearbeitungssprache	Deutsch/Englisch
Art der Arbeit	Empirisch
Betreuerin	Miederer

Thema	Der Einfluss von Visualisierung auf die Sympathie für einen digitalen Assistenten
Thema (engl.)	The influence of visualization on liking of a digital assistant
Kurzbeschreibung	<p>Diese Masterarbeit soll sich mit dem Einfluss von Visualisierung auf die Sympathie für einen digitalen Assistenten beschäftigen. Hierfür muss zunächst Literatur zum Thema Sympathie gesichtet werden – was macht ein Gegenüber überhaupt sympathisch und welche Rolle spielt hierbei die Ähnlichkeit gegenüber einer anderen Person? Anschließend müssen verschiedene Charakteristika von Assistenten erarbeitet werden, welche einen Einfluss auf die Sympathie haben können. Auch das Phänomen Anthropomorphismus spielt hierbei eine Rolle. Im Rahmen dieser Masterarbeit sollte mit Daten gearbeitet werden – entweder in Form von bereits erhobenen Daten aus vergangenen Forschungsprojekten des Lehrstuhls oder mit selbst erhobenen Daten zu verschiedenen Charakteristika von Assistenten und dazugehörigen Moderatoren und Mediatoren, die im Rahmen des Sympathieempfindens eine Rolle spielen (könnten).</p> <p>Achtung: Vor allem in englischsprachiger Literatur wird auswechselbar von <i>assistants</i>, <i>agents</i> und <i>robots</i> gesprochen. Dies bitte bei der Recherche berücksichtigen</p>
Relevante Literatur	<ul style="list-style-type: none"> • Song, Y., Luximon, Y. (2020). Trust in AI Agent. A Systematic Review of Facial Anthropomorphic Trustworthiness for Social Robot Design. <i>Sensors</i>, 20(18), 1-3. • Kangsoo, K. et al. (2018). Does a digital assistant need a body? The influence of visual embodiment and social behavior on the perception of intelligent virtual agents in AR. 2018 IEEE International Symposium on Mixed and Augmented Reality (ISMAR).
Bearbeitungssprache	Deutsch/Englisch
Art der Arbeit	Literaturrecherche/Empirisch möglich
Betreuerin	Kerath

Thema	Der Einfluss von Niedlichkeit auf die Wahrnehmung von digitalen Assistenten
Thema (engl.)	The influence of cuteness on the perception of digital assistants
Kurzbeschreibung	<p>Diese Masterarbeit soll sich damit beschäftigen wie niedlich gestaltete digitale Assistenten von Kunden wahrgenommen werden. Hierfür muss zunächst der aktuelle Stand der Forschung bezüglich niedlich gestalteter digitaler Assistenten betrachtet werden. Wird dies positiv oder negativ von Kunden wahrgenommen? Was wurde mit Bezug auf Niedlichkeit bereits untersucht und in welchen Kontexten? Denkbar wäre auch dies in Bezug auf Animatronics (tierartige Roboter) zu untersuchen und mit der aktuellen Nachhaltigkeitsbewegung, insbesondere mit Bezug auf Zoos, zu verknüpfen. Sind Konsumenten bereit in einen Zoo zu gehen, in dem lebensecht wirkende Animatronics anstelle von echten Tieren zu sehen sind? Welche Eigenschaften von Konsumenten spielen hier eine Rolle?</p> <p>Achtung: Vor allem in englischsprachiger Literatur wird auswechselbar von <i>assistants</i>, <i>agents</i> und <i>robots</i> gesprochen. Dies bitte bei der Recherche berücksichtigen</p>
Relevante Literatur	<ul style="list-style-type: none"> • Chen C-H, Jia X. (2023). Research on the influence of the baby schema effect on the cuteness and trustworthiness of social robot faces. <i>International Journal of Advanced Robotic Systems</i>, 20(3), 1-14. • Filieri, R., Lin, Z., Li, Y., Lu, X., & Yang, X. (2022). Customer Emotions in Service Robot Encounters: A Hybrid Machine-Human Intelligence Approach. <i>Journal of Service Research</i>, 25(4), 614-629. • https://www.edgefx.com/real-time-animatronics
Bearbeitungssprache	Deutsch/Englisch
Art der Arbeit	Empirisch
Betreuerin	Miederer

Thema	Die Mitarbeiterreaktion auf einen vom Roboter verursachten Fehler
Thema (engl.)	The employee's reaction to an error caused by a robot
Kurzbeschreibung	<p>Diese Masterarbeit soll sich damit beschäftigen wie Mitarbeiter damit umgehen, wenn ein Roboter, der mit ihnen zusammenarbeitet, einen Fehler macht. Bisherige Forschung hat bereits zum einen die Reaktion der Kunden auf vom Roboter verursachte Servicefehler untersucht und zum anderen die Zusammenarbeit von Mensch und Roboter am Arbeitsplatz. Diese beiden Literaturstränge müssen zunächst betrachtet und dann zusammengebracht werden. Wie reagieren Mitarbeiter auf Roboterfehler? Wem geben sie die Schuld? Gibt es Unterschiede zu Fehlern, die durch menschliche Kollegen verursacht wurden?</p> <p>Achtung: Vor allem in englischsprachiger Literatur wird auswechselbar von <i>assistants</i>, <i>agents</i> und <i>robots</i> gesprochen. Dies bitte bei der Recherche berücksichtigen</p>
Relevante Literatur	<ul style="list-style-type: none"> • Belanche, D., Casalo L. V., Flavián C., and Schepers J. (2020). Robots or Frontline Employees? Exploring Customers' Attributions of Responsibility and Stability After Service Failure or Success. <i>Journal of Service Management</i>, 31 (2), 267-289. • Parvez, M.O., Arasli, H., Oztüren, A., Lodhi, R.N. and Ongsakul, V. (2022). Antecedents of human-robot collaboration: theoretical extension of the technology acceptance model. <i>Journal of Hospitality and Tourism Technology</i>, 13 (2), 240-263.
Bearbeitungssprache	Deutsch/Englisch
Art der Arbeit	Empirisch
Betreuerin	Kerath/ Miederer