Hilfsmethoden zur Formulierung einer Forschungsfrage:
Anwendung des Question-Designers

Ziel: Sie erstellen eine Canvas (eine Übersicht oder eine Leinwand), um sich einen Überblick über die wichtigsten Schlüsselfaktoren Ihres Themas zu verschaffen.

In der Canvas sind verschiedene Feldergruppen zu füllen:

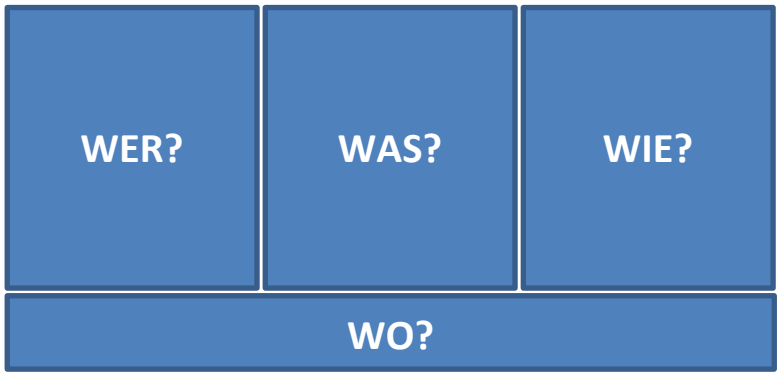

Abb. 1: Feldergruppen der Question-Designer Canvas

Insbesondere das WAS-Feld ist relevant für die Forschungsfrage. Die anderen Felder sollten aber auch gefüllt werden, um hinterher die Eingaben bzw. Einträge in der Kombination noch einmal prüfen zu können. Eine Korrektur der Einträge ist erlaubt und sinnvoll.

Nutzen Sie unsere Word- oder pdf-Vorlage.

WER-Feld:
Füllen Sie das Feld mit Informationen zur **eigenen Person**. Antworten Sie z.B. in Stichpunkten auf die folgenden Fragen:

- Was interessiert Sie in Bezug auf Ihr ausgewähltes Schwerpunktthema?
- Was interessiert Sie überhaupt nicht?
- Gibt es einen Bereich, in dem Sie schon Vorerfahrungen bzw. Vorwissen haben?
- Welche Methoden machen Ihnen Spaß (Programmieren, mathematische Modellierung, SWOT-Analyse, Interpretation von Daten, Zusammenfassung von Resultaten etc.)?

WAS-Feld:
Das Feld besteht aus 2 Komponenten: **Problemstellung** und **Forschungsfrage**.

Im Rahmen der **Problemstellung** suchen Sie Antworten auf die Fragen:

- Welches Problem wollen Sie genauer verstehen bzw. lösen?
- Für wen besteht das Problem? Wann? Warum?
- Ist das Problem in weitere Probleme zerlegbar?

Zur Beantwortung können Sie die Methoden: **Clustering** und **Themenfächer** anwenden:

Clustering: *Ziel*: Beim Clustering werden assoziativ Ideen entwickelt. So können innovative Impulse auftauchen und ungewohnte Gedankenverbindungen entstehen. Es kommt beim Clustern darauf an, dass sich die eigenen Ideen möglichst unzensiert entfalten können. Es sollten möglichst viele Ideen generiert werden,

ganz egal, ob sich diese später als brauchbar herausstellen oder nicht. Es findet keine explizite Bewertung und Selektion statt.

- Beim Clustering wird ein zentraler Begriff, eine Idee, ein Wort oder ein Thema in die Mitte eines großen Papiers gestellt.
- Vom Zentrum ausgehend werden alle assoziativen Ideen strahlenförmig angezeichnet.
- Es wird zunächst ein Zweig bearbeitet und so viele Ideen wie möglich angetragen. Die Ideen werden dann miteinander verbunden. Sobald man keine Ideen mehr hat, wird an einem neuen Zweig weitergearbeitet.
- Ideen sollen ungehindert in einem kreativen Prozess fließen, ohne Urteil.
- Zweige und Äste, die besonders ohne viel Aufwand erstellt werden konnten, deuten darauf hin, dass hier relevantes Wissen bereits vorhanden ist. Hier eignet es sich, bei der Cluster-Verfeinerung anzusetzen.

Die folgende Abbildung zeigt ein Clustering für das Thema Marketing. Bitte beachten Sie, dass Ihr zentraler Begriff gern detaillierter sein kann, z.B. Marketingkommunikation, Marketingmaßnahme.

Abb. 2: Beispiel für ein Cluster zum Thema Marketing (in Anlehnung an Gabler Wirtschaftslexikon 2022, online im Internet unter https://wirtschaftslexikon.gabler.de/definition/marketing-39435)

Themenfächer: *Ziel*: Der Themenfächer ist ein Verfahren zur Eingrenzung eines Themas. Auf Grundlage des Clustering sollen nun Aspekte der Problemstellung herausgearbeitet werden, die für die eigene Person relevant und interessant sind und näher betrachtet werden sollen. Es werden Präferenzen für Themen erarbeitet, um im Anschluss eine Auswahl des Themas, der Problemstellung treffen zu können.

Im ersten Schritt sehen Sie sich die Äste des Clustering an. Versuchen Sie sich über Fragen dem dort eingetragenen Thema bzw. Wort anzunähern. Das können subjektive Fragen sein wie: „Was irritiert mich an dem Thema? Was verstehe ich noch nicht? Was reizt mich an dem Thema? Was finde ich besonders spannend?“

Danach führen Sie eine kurze dialektische Auseinandersetzung im Sinne eines Pro- und Contra-Dialogs durch. Was spricht für ein Thema bzw. ein Word und was dagegen?

Schließlich kann nun ein mögliches Thema ausgewählt werden und mit den notierten Fragen daraus eine Problemstellung abgeleitet werden. Die Problemstellung sollte nicht zu allgemein und auch nicht zu speziell sein. Versuchen Sie ein geeignetes Level zu finden.

Beispielhafte Problemstellungen, die aus dem Clustering in Abbildung 2 und der Anwendung des Themenfächers entstehen können:

- Nachhaltiges Marketing in der Lebensmittelbrache
- Nachhaltiges Wirtschaften als Marketingstrategie
- Einfluss eines nachhaltigen Marketing auf das Kaufverhalten

Im Rahmen der **Forschungsfrage** suchen Sie Antworten auf die Fragen:

- Was wollen Sie in der Arbeit herausfinden?
- Auf welche Art und Weise möchten Sie Ihr Problem erforschen?

Eine Forschungsfrage hat grob die Form: WAS passiert WIE mit WAS, WO oder UNTER WELCHEN BEDINGUNGEN?

Beispiele:

- Wie kann ein nachhaltiges Marketing in der Lebensmittelbrache etabliert werden?
- Kann ein nachhaltiges Wirtschaften im Bereich Transport und Logistik als eine Marketingstrategie verkauft werden?
- Wirkt sich ein nachhaltiges Marketing von Unternehmen positiv oder negative auf das Kaufverhalten der Kunden aus?
- Welche Anforderungen sind essenziell für die Umsetzung der digitalen Ethik in Unternehmen?
- Wie kann ein Prozess aussehen, der bei Problemlösungen in Unternehmen die Aspekte der Ethik mit berücksichtigt?

WIE-Feld:

Füllen Sie das Feld mit Informationen zum Vorgehen. Antworten Sie z.B. in Stichpunkten auf die folgenden Fragen:

- Welche Modellierungsmethode oder Analysemethode soll eingesetzt werden?
- Welches Tool soll zur Unterstützung der Auswertung verwendet werden
- Werden Umfragen oder Interviews eingesetzt?
- Wie erfolgt die Auswertung von qualitativen Ergebnissen?
- Erfolgt eine Implementierung?
- Wie ist die Zeitplanung der Umsetzung?

WO-Feld:

Füllen Sie das Feld mit Informationen zu Stärken und Schwächen. Antworten Sie z.B. in Stichpunkten auf die folgenden Fragen:

- Wo sehen Sie die große Stärke in dem Vorgehen?
- Wo können Sie bestehendes Wissen und Erfahrungen nutzen und dadurch Risiken mindern
- Ist die gewählte Problemstellung fokussiert genug?
- Ist die Forschungsfrage spezifisch und korrekt?
- Können Sie das Vorhaben mit Ihren verfügbaren Ressourcen umsetzen?