

BETRIEBSWIRTSCHAFTLICHE FORSCHUNG UND PRAXIS

Begründet durch Prof. Dr. Dr. h. c. mult. Wilhelm Hasenack · Fortgeführt von Prof. Dr. Günter Sieben
Herausgeber: Prof. Dr. Thomas Hering · Prof. Dr. Manfred Jürgen Matschke · Prof. Dr. Michael Olbrich · Prof. Dr. Lutz Richter

BFUP

6 | 2024

November/Dezember
www.bfup.de

ISSN 0340-5370
gelistet im SSCI

SCHWERPUNKTTHEMA

Aktuelle Aspekte der Hochschullehre

mit Beiträgen zum Thema von

Oskar Grün

Quo Vadis Allgemeine Betriebswirtschaftslehre?

Marvin Zunkley und Joachim Prinz

Der Einfluss unterschiedlicher Lehrformate auf die Studierendenperformance in der Betriebswirtschaftslehre

Alexander Dilger

Einkommenssteigerung durchs Studium als wichtiges Maß

Britta Bergemann und Niels Bergemann

Bologna – Anspruch und Wirklichkeit. Zur Begutachtung von Hochschulen außerhalb Deutschlands nach den Standards und Leitlinien zur Qualitätssicherung im Europäischen Hochschulraum

WEITERE THEMEN

Lara Fröbel, Janis Witte und Peter Kenning

Dark Patterns – ein Instrument des Beziehungsmarketing? Eine empirische Analyse



Inhaltsverzeichnis

- Beiträge zum Thema

- **Quo Vadis Allgemeine Betriebswirtschaftslehre?**

- Von Univ.-Prof. Dr. Oskar Grün, Wien 645

- **Der Einfluss unterschiedlicher Lehrformate auf die Studierendenperformance in der Betriebswirtschaftslehre**

- Von Dr. Marvin Zumkley und Univ.-Prof. Dr. Joachim Prinz, Universität Duisburg-Essen. 653

- **Einkommenssteigerung durchs Studium als wichtiges Maß**

- Von Prof. Dr. Alexander Dilger, Universität Münster 676

- **Bologna – Anspruch und Wirklichkeit. Zur Begutachtung von Hochschulen außerhalb Deutschlands nach den Standards und Leitlinien zur Qualitätssicherung im Europäischen Hochschulraum**

- Von Prof. Dr. Britta Bergemann, Hochschule Heilbronn und Prof. Dr. Dr. Niels Bergemann, Universität Trier. 686

- Weitere Themen

- **Dark Patterns – ein Instrument des Beziehungsmarketing? Eine empirische Analyse**

- Von Lara Fröbel, Dr. Janis Witte und Univ.-Prof. Dr. Peter Kenning, Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf 706

- Jahresinhaltsverzeichnis

Oskar Grün

Seite 645

Quo Vadis Allgemeine Betriebswirtschaftslehre?

Die Allgemeine Betriebswirtschaftslehre hat seit der Einführung der Bachelor- und Masterstudiengänge im deutschen Sprachraum an Bedeutung verloren. Der vorliegende Beitrag untersucht, ob dieser Bedeutungsverlust mit Defiziten der Allgemeinen Betriebswirtschaftslehre hinsichtlich ihrer Relevanz und ihrer Reputation erklärt werden kann oder ob er durch mangelnden Konsens hinsichtlich ihres Umfangs und ihres Inhalts bzw. durch Kompetenzdefizite der Fachvertreter verursacht wurde.

General Business Administration – Quo Vadis?

General Business Administration has lost importance since the introduction of Bachelor's and Master's degree programs in German-speaking countries. This article examines whether this loss of importance can be explained by deficits in the relevance and reputation of general business administration studies or whether it was caused by a lack of consensus regarding its scope and content or by competence deficits on the part of subject representatives.

Marvin Zumkley und Joachim Prinz

Seite 653

Der Einfluss unterschiedlicher Lehrformate auf die Studierendenperformance in der Betriebswirtschaftslehre

Nach eineinhalb Jahren Distanzstudium und Onlinelehre in Folge der Corona-Pandemie öffnen in Deutschland zum Wintersemester 2021/2022 die meisten Universitäten wieder für Studierende. In dieser Zeit rückt besonders die hybride Lehre in den Vordergrund. Zum Einfluss dieses Lehrformats auf die Studierendenperformance im Vergleich zur Präsenz- und Onlinelehre und unter der Berücksichtigung möglicher Corona-Effekte gibt es bisher wenige Erkenntnisse, was Gegenstand dieser Untersuchung ist. Die Ergebnisse zeigen, dass sich die Noten der Präsenz- und Hybridlehre nur geringfügig unterscheiden. Dies spricht dafür die Hybridlehre, vor allem bei steigenden Fallzahlen, als Alternative zu berücksichtigen. Die Noten der Onlinelehre sind signifikant schlechter als die der Präsenzlehre. Vermutlich könnte die Freiversuchsregelung einen Fehlanreiz ausüben.

The effect of different lecture formats on student performance in business administration

After a year and a half of distance learning and online teaching in the wake of the corona pandemic, most universities in Germany reopen to students for the winter term of 2021/2022. During this time, hybrid teaching (blended learning) in particular will come to the fore. There is little evidence to date on the impact of this teaching format on student performance compared to face-to-face and online teaching and taking into account possible corona effects, which is the subject of this study. The results indicate that the grades of face-to-face teaching and hybrid teaching differ only slightly. This argues in favor of considering hybrid teaching as an alternative, especially as the number of cases increases. The scores of online teaching are significantly worse than those of face-to-face teaching. Presumably, the free trial regulation could exert a disincentive.

Alexander Dilger

Seite 676

Einkommenssteigerung durchs Studium als wichtiges Maß

Die akademische Qualität der Lehre lässt sich nur schwer messen. Dagegen ist es relativ einfach, die späteren Einkommenszuwächse durch ein Studium zu bestimmen. Das ist für private wie staatliche Allokationsentscheidungen wichtig, etwa ob jemand aus finanziellen Gründen studieren soll, was und wo, während gegebene staatliche Mittel für Studienplätze effizient eingesetzt und zusätzliche Mittel gerechtfertigt werden können, wenn sie mehr bringen als kosten.

Increase in Income through Studies as an Important Measure

The academic quality of university teaching is difficult to measure. In comparison, it is easy to determine the later income growth through studying. This is important for both private and state allocation decisions, for example whether someone should study for financial reasons, what and where, while given state funds for study places can be used efficiently and additional funds justified if they bring more than they cost.

Britta Bergemann und Niels Bergemann

Seite 686

Bologna – Anspruch und Wirklichkeit. Zur Begutachtung von Hochschulen außerhalb Deutschlands nach den Standards und Leitlinien zur Qualitätssicherung im Europäischen Hochschulraum

Mithilfe des sogenannten Bologna-Prozesses sollen Hochschulabschlüsse innerhalb Europas vergleichbar gemacht werden. Das umfangliche System zur Evaluierung und Attestierung der Qualität von Forschung und Lehre schließt die europäischen Grundwerte, insbesondere die akademische Freiheit, mit ein. Seit einigen Jahren wird das System nun auch in nicht-europäischen Ländern eingesetzt. Am Beispiel von Wirtschaftshochschulen ist zu fragen, mit welchem Zweck die der Qualitätssicherung zugrunde gelegten Kriterien auch in Autokratien Anwendung finden und welche Rolle die im Rahmen des Bologna-Prozesses gegründeten Qualitätssicherungsagenturen einnehmen.

Bologna – Expectations and Reality. Assessing Universities outside Germany according to the Standards and Guidelines for Quality Assurance in the European Higher Education Area

The so-called Bologna process aims at making university degrees comparable across Europe. The comprehensive system for assessing and certifying the quality of research and teaching includes fundamental European values, in particular academic freedom. For a couple of years now, the system has also been applied in non-European countries. Taking the example of business schools, it should be analyzed whether and in how far the quality criteria can be transferred to autocracies, and what role the quality assurance agencies, established to support the Bologna process, play.

Dark Patterns – ein Instrument des Beziehungsmarketing? Eine empirische Analyse

Dark Patterns sind ein betrieblich relevantes, in der Forschung aber noch wenig untersuchtes Phänomen. Zwar gibt es erste konzeptionelle und deskriptive Arbeiten, es fehlen aber theoretisch fundierte empirische Studien zu deren Wirkung. Der vorliegende Beitrag adressiert diese Forschungslücke und untersucht die Wirkung von Dark Patterns auf zentrale Zielgrößen des Beziehungsmarketing. Die Ergebnisse verdeutlichen negative Effekte u. a. auf das Kundenvertrauen und -commitment. Vor diesem Hintergrund wird insbesondere beziehungsorientierten Unternehmen empfohlen, den Einsatz von Dark Patterns zu überdenken.

Dark Patterns – an Instrument of Relationship Marketing? An empirical analysis

Dark patterns are a new phenomenon that is relevant in practice but still little studied in research. Although there are initial conceptual and descriptive studies, there is a lack of theoretically well-founded empirical studies on their effects. This paper addresses this research gap and examines the effect of dark patterns on central constructs of relationship marketing. The results show negative effects on customer trust and commitment, among other things. Against this background, it is recommended that relationship-oriented companies in particular reconsider the use of dark patterns.

Gedruckt auf 100 % Recyclingpapier.
Zertifiziert mit dem Umweltzeichen Blauer Engel.

Versand:
Erfolgt GoGreen mit unserem Versandpartner – Deutsche Post

*** Titelseite - Finanzieller Klimabeitrag =**

Druckprodukt mit finanziellem
Klimabeitrag
ClimatePartner.com/16605-2105-1001

In eigener Sache:

Der Bezugspreis der BFuP – Betriebswirtschaftliche Forschung und Praxis beträgt ab Januar 2025 jährlich 276,00 €, für in Ausbildung befindliche Personen sind es 178,80 €, zzgl. 16,80 € Versandkosten im Jahr innerhalb Deutschlands (Preise inklusive gesetzliche MwSt.). Wir bitten um freundliche Beachtung.

Um eine gute Lesbarkeit zu gewährleisten, verwenden wir in Fachtexten in der Regel geschlechtsspezifische Personenbezeichnungen. Selbstverständlich sind damit alle Menschen gleichermaßen gemeint.

Die bestimmungsgemäße Handhabung dieses Produkts stellt kein Risiko für die Gesundheit oder Sicherheit im Sinne der Verordnung über die allgemeine Produktsicherheit (EU) 2023/988 (GPSR) dar.

NWB Verlag GmbH & Co. KG
Eschstr. 22
44629 Herne
service@nwb.de

NWB Verlag GmbH & Co. KG · AG Bochum HRA 5124 · **Geschäftsführung:** Dr. Ludger Kleyboldt, Mark Liedtke · Eschstr. 22 · 44629 Herne, Fon 02323.141-900, Fax 02323.141-123, Internet: www.nwb.de. Bankverbindung: Postbank Dortmund (IBAN DE69 4401 0046 0064 0694 67, BIC PBNKDEFF). **Herausgeber:** Prof. Dr. Thomas Hering, Hagen/Westfalen; Prof. Dr. Manfred Jürgen Matschke, Greifswald; Prof. Dr. Michael Olbrich, Saarbrücken; Prof. Dr. Lutz Richter, Trier. Schriftleitung: AOR PD Dr. Christian Toll, FernUniversität in Hagen, Lehrstuhl für Betriebswirtschaftslehre, insbesondere Investitionstheorie und Unternehmensbewertung, Universitätsstr. 11, 58097 Hagen/Westfalen, Fon 02331.987-4024. **Verantwortlich für Anzeigen:** Andreas Reimann. **Anzeigenabteilung:** Patrick Schade, Fon 02323.141-387; Rica Rüthing, Fon 02323.141-179; Susanna Marazzotta, Fon 02323.141-378; Fax 02323.141-919, E-Mail: anzeigen@nwb.de. **Anzeigenpreisliste:** Nr. 35. **Erscheinungsweise:** jährlich 6 Hefte; Jahresbezugspreis (im Voraus fällig): € 243,36 (D) zzgl. gesetzl. MwSt. (€ 260,40 (D) inkl. MwSt.); für in Ausbildung befindliche Personen (ab Vorlage der Bescheinigung) € 158,13 (D) zzgl. gesetzl. MwSt. (€ 169,20 (D) inkl. MwSt.). Die Preise verstehen sich zzgl. € 15,60 Versandkosten im Jahr (inkl. MwSt.) im Inland; zzgl. € 31,20 Versandkosten im Jahr (inkl. MwSt.) im Ausland. Kündigung: vier Wochen zum Jahresende. Die Zeitschrift und alle in ihr enthaltenen Beiträge und Abbildungen sind urheberrechtlich geschützt. Mit Ausnahme der gesetzlich zugelassenen Fälle ist eine Verwertung ohne Einwilligung des Verlages unzulässig.

Besprechungsexemplare neu erschienener Werke sind unmittelbar dem NWB Verlag einzureichen. Die Auswahl der zu rezensierenden Exemplare behält sich die Schriftleitung vor. Annahme nur von Originalaufsätzen, die ausschließlich dem Verlag zur Alleinverwertung in allen Medien (einschließlich Datenbanken) angeboten werden. Alle Manuskripte werden „doppelt blind“ begutachtet. Ein Informationsblatt mit Hinweisen für die Autoren kann bei der Schriftleitung angefordert oder unter www.bfup.de eingesehen werden.

Satz: Röser MEDIA GmbH & Co. KG, Karlsruhe
Druck: Druckerei Hachenburg PMS GmbH, Hachenburg

76. Jahrgang
ISSN 0340-5370