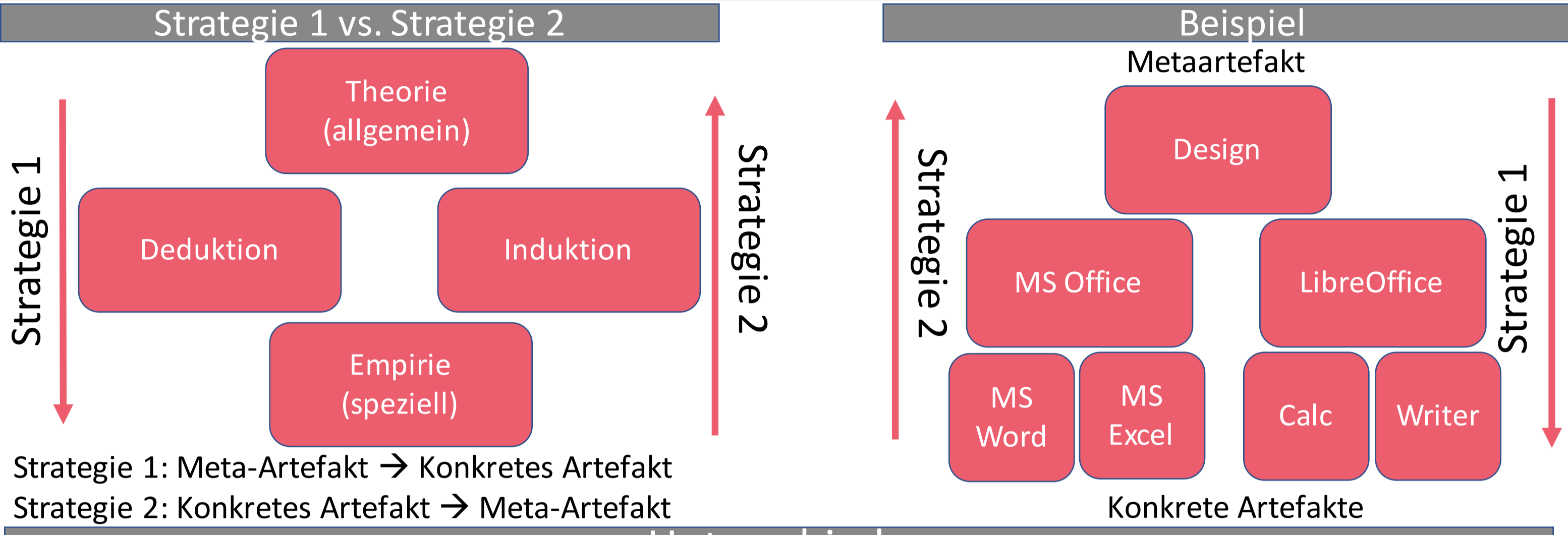


Gerrit Peek, Marwin Hugger, Rahman Garip

Universität Hildesheim, TUFM WI A, WiSe 2017/2018, peekge@uni-hildesheim.de, hugger@uni-hildesheim.de, garipr@uni-hildesheim.de



Unterschiede

	Strategie 1	Strategie 2
Kontext	<ol style="list-style-type: none"> 1. Beziehung Forscher – Kunde 2. Adressierte Hauptprobleme 3. Typische Unsicherheiten 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kunde kann involviert sein 2. generelles Problem (Klasse von Problemen) 3. über generelles Lösungskonzept über Komplexität spezifischer Lösungen
Ergebnisse	<ol style="list-style-type: none"> 4. Artefakt-Aufbau 5. Rolle der Implementierung 6. Natur der Zielartefakte 7. Natur der Metaartefakte 8. Innovationsfähigkeit 9. Praxisrelevanz 	<ol style="list-style-type: none"> 4. 1. IT-Meta-Artefakt 2. Instanziierung des Artefakts (optional) 5. Demonstration des Konzepts (Evaluierung) 6. in erster Linie designbares System 7. Innovatives Konzept für Software, Hardware, Methoden, Techniken, Ansätze, .. 8. variiert stark 9. variiert stark
Prozess	<ol style="list-style-type: none"> 10. Prozesstreiber 11. Forschungsmethoden 12. Generalisierung 	<ol style="list-style-type: none"> 10. Meta-Artefakt als generelle Problemlösung 11. konstruktiv (Meta-Artefakt), empirisch (Evaluation) 12. In Problemstellung enthalten
Ressourcen	<ol style="list-style-type: none"> 13. Kundennotwendigkeit 14. Expertise notwendig 15. Forschungsteam 16. Zeit und Kosten 	<ol style="list-style-type: none"> 11. Action (+Design) Research (Intervention), konstruktiv (Generalisierung) 12. weitere Probleme identifizieren → Lösung generalisieren 13. notwendig, kann herausfordernd sein 14. oft multi- oder interdisziplinär 15. Variiert stark (mit der optionalen Instanzi.) 16. Hängt von Komplexität und optionalen Instanziierung ab

Vergleich

- S1: oft durch akademische Interesse initiiert
- S1: Wissensgenerierung durch Forschung
- S1: keine Einbindung in ein Kundenprojekt
- S1: Risiko: möglicherweise irrelevant für die Praxis
- S2: lösungsorientierte Problemlösung für einen Kunden
- S2: Wissensgenerierung im Anwendungskontext
- S2: Intensive Einbindung in ein Projekt notwendig
- S2: Risiko: eventuell kein relevanter Forschungsbeitrag

Fazit: Keine allgemeingültige Empfehlung für eine bestimmte Strategie. Die Strategie muss projektspezifisch gewählt werden. Oft ergibt sich diese durch die Projektparameter (s. Dimensionen).