

## ***Bachelor-Arbeitsthemen am Lehrstuhl für Entrepreneurship***

### **Thema 1: Wachstumsstrategien von Hybriden Organisationen**

In den letzten Jahren erlangen hybride Organisationen zunehmend an Bedeutung und erhalten Zuspruch als ein nachhaltiger Lösungsansatz für schwer zu bewältigende globale Herausforderungen. Hybride Organisationen fokussieren dabei soziale Missionen mit Hilfe von marktorientierten Umsatzstrategien mit dem Ziel, soziale Veränderungen anzustoßen. Neben ihrer Selbstfinanzierung verfolgen Entrepreneurure von hybriden Organisationen zusätzlich Wachstumsstrategien, um soziale Veränderungen sowohl in nachhaltiger als auch in umfassender Weise anzustoßen und voranzutreiben.

Im Rahmen der Bachelorarbeit soll eine Literaturrecherche durchgeführt werden, um das Konzept einer hybriden Organisation zu definieren. Des Weiteren soll aus der Entrepreneurship-Literatur herausgearbeitet und argumentiert werden, welche Gründe für Wachstumsbestrebungen vorliegen und welche Strategien ein höheres Wachstum versprechen.

#### **Startliteratur:**

1. Chambers, L., 2014. *Growing a Hybrid Venture: Toward a Theory of Mission Drift in Social Entrepreneurship*, Dissertation.
2. Haigh, N., Walker, J., Bacq, S., Kickul, J., 2015. Hybrid Organizations: Origins, Strategies, Impacts, and Implications. *California Management Review*, 57(3), 5-12.

### **Thema 2: Geschäftsmodellanalyse von innovativen (Sozial-)Unternehmen mit Spendenschwerpunkt**

Geschäftsmodelle reflektieren die realisierte Strategie eines Unternehmens, bilden die Logik der Wertschöpfung ab und zeigen, wie die jeweilige Unternehmung operiert und Wert für ihre Stakeholder schafft. Grafisch können Geschäftsmodelle beispielsweise mit Hilfe des Business Model Canvas von Osterwalder und Pigneur (2010) abgebildet werden. Basierend auf neun Geschäftsmodellkomponenten ermöglicht der Business Model Canvas die Veranschaulichung der wertschöpfenden Logik einer Unternehmung und kann beliebig auf verschiedenste Märkte übertragen werden.

Im Bereich des Spendensammelns hat sich der Markt in den letzten Jahren hin zu innovativen (Sozial-)Unternehmen entwickelt, welche effizient, unkompliziert und transparent den traditionellen Spendenmarkt verändern, indem sie Spenden zu einer gesellschaftlichen Selbstverständlichkeit machen und die Beziehung zwischen Spendern und Begünstigten revolutionieren.

Im Rahmen der Bachelorarbeit soll eine Literaturrecherche durchgeführt werden, um das Konzept eines Geschäftsmodells zu definieren und seine Bedeutung für (Sozial-)Unternehmen herauszustellen. Des Weiteren sollen verschiedene Beispiele von innovativen (Sozial-)Unternehmen mit Spendenschwerpunkt zusammen getragen werden, um anhand dieser eine Geschäftsmodellanalyse mit Hilfe des Business Model Canvas durchzuführen. Ziel der Bachelorarbeit ist abschließend, Gemeinsamkeiten und Unterschiede in den Geschäftsmodellen der innovativen (Sozial-)Unternehmen herauszustellen.

#### **Startliteratur:**

- Osterwalder, A., Pigneur, Y., 2010. *Business Model Generation: a Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers*. John Wiley & Sons.

### **Thema 3: Risiko-Einstellung und Gründungsförderung**

Die Sinnhaftigkeit der Gründungsförderung wird sowohl in der Wissenschaft als auch in der Praxis kontrovers diskutiert. Einigkeit herrscht darüber, dass die finanzielle Unterstützung des Staates sinnvoll ist, wenn eine Form von Marktversagen vorliegt. Daneben könnte man auch argumentieren, dass der Staat mit der Gründungsförderung eine Risikoprämie zahlt. Wenn wir annehmen, dass potenzielle Gründer auf die Umsetzung ihrer Projekte aufgrund ihrer Risikoaversion verzichten, dann würde eine monetäre Förderung des risikoneutralen Staates (Hinweis: Risikoneutralität durch Risikodiversifizierung) das Verlust-Risiko des Gründers reduzieren und die Gründung ermöglichen. Am Ende steht eine Win-Win-Beziehung: der Staat profitiert, weil seine erwarteten Einnahmen durch erfolgreiche Gründungen höher sind als die zu erwartenden Ausgaben, die die Insolvenzen einschließen. Ziel der Bachelor-Arbeit ist es, mit Hilfe ausgewählter Literatur zu argumentieren, ob das Prinzip der Risikoprämie ein rationales Argument pro staatliche Förderung von Gründungen sein könnte.

#### **Startliteratur:**

1. Staak, T., 2011. Allokatives Marktversagen im Gründungsgeschehen – Eine wohlfahrtstheoretische Betrachtung. In: Block, J., Brockmann, H., Kohn, K., Staak, T., Ullrich, K., *Gründungsförderung in Theorie und Praxis*, KfW Bankengruppe, Frankfurt a.M., 1-24.

### **Thema 4: Big Social Enterprises**

Der Begriff „Social Enterprise“ wird als Bezeichnung für jene Sozialunternehmen und soziale Organisationen genutzt, denen Geschäftsmodelle zu Grunde liegen, die effizient und teilweise wirtschaftlich nachhaltig humane Grundbedürfnisse befriedigen, welche existierende Märkte und Institutionen nicht erfüllen. Dabei wird der Ansatz des nachhaltigen Ressourceneinsatzes mit der Bestrebung kombiniert, die Gesellschaft durch die eigene Geschäftstätigkeit zu verändern bzw. zu verbessern. Ziel dieser Bachelorarbeit ist es, eine Literaturrecherche durchzuführen, die eine geeignete Definition für „Big Social Enterprises“ ermöglicht. Anschließend sollen zehn Big Social Enterprises zusammengetragen und ausführlich nach relevanten Kriterien charakterisiert werden.

#### **Startliteratur:**

1. Delmar, F., Davidsson, P., Gartner, W. B., 2003. Arriving at the High-growth Firm. *Journal of Business Venturing*, 18(2), 189-216.
2. Vickers, I., Lyon, F., 2012. Beyond Green Niches? Growth Strategies of Environmentally-motivated Social Enterprises. *International Small Business Journal*, DOI: 10.1177/0266242612457700.
3. Wickham, P. A., 2001. *Strategic Entrepreneurship: A Decision-making Approach to New Venture Creation and Management*. Pearson Education Limited.

### **Thema 5: Die wahrgenommene Identität des Entrepreneurs**

Das öffentliche Image eines kommerziellen oder sozialen Entrepreneurs ist oftmals getrieben durch die Sichtweise der Bevölkerung auf die von ihnen gegründeten Unternehmen oder aber durch heldenhafte Charakterisierungen einzelner berühmter Unternehmer mit starkem Vorbildcharakter. So formen beispielsweise Steve Jobs (Gründer von Apple) und Mark Zuckerberg (Gründer von Facebook) das Bild eines zielorientierten und erfolgreichen kommerziellen Unternehmers. Im Gegensatz dazu gelten Bill Drayton (Gründer von Ashoka) oder Muhammad Yunus (Gründer der Grameen Bank und Nobelpreisgewinner 2006) als Sinnbilder eines sozialen Unternehmers, die durch innovative Lösungen große gesellschaftliche Probleme unserer Zeit systematisch lösen. Das Image dieser Vorbildunternehmer formt die ihnen zugeschriebenen Persönlichkeitsmerkmale und die

Erwartungen, welche mit beiden Unternehmertypen assoziiert und durch die Bildung von Stereotypen auf andere Unternehmer dieser Kategorien übertragen werden.

Im Rahmen der Bachelorarbeit soll eine Literaturrecherche durchgeführt werden, die sowohl eine geeignete Definition von *entrepreneurial identity* ermöglicht als auch zur Klärung der Frage beitragen kann, wie Stereotypen von kommerziellen und sozialen Unternehmern in der Entrepreneurship-Literatur dargestellt bzw. wahrgenommen werden (*perceived stereotypes*) und welchen Einfluss diese Stereotypen auf die tatsächliche Identität von kommerziellen oder sozialen Unternehmern haben.

#### **Startliteratur:**

1. Austin, J., Stevenson, H., & Wie-Skillern, J., 2006, Social and Commercial Entrepreneurship: Same, Different, or Both? *Entrepreneurship Theory and Practice*, 30(1): 1-22.
2. Dacin, M. T., Dacin, P. A., & Tracey, P., 2011, Social Entrepreneurship: A Critique and Future Directions. *Organization Science*, 22(5): 1203-1213.

#### **Thema 6: Corporate Social Responsibility**

Unternehmerische Initiativen im Bereich Corporate Social Responsibility (CSR) weisen in den letzten Jahren einen starken Anstieg auf. So verlauten die Jahresberichte größerer Unternehmen, dass unternehmerische Sozialverantwortung mehr und mehr Bedeutung in ihrer allgemeinen Unternehmenstätigkeit erlangt. Allerdings werden CSR-Praktiken oftmals als reine Marketingmaßnahmen oder als Taktiken zur Steuervermeidung gesehen. Im Gegensatz zu größeren Unternehmen begünstigen Sozialunternehmer nicht nur soziale Initiativen, sondern bauen ihre Unternehmen fokussiert um soziale Missionen auf und gründen mit der Bestrebung, die Gesellschaft durch die eigene Geschäftstätigkeit zu verändern bzw. zu verbessern.

Ziel dieser Bachelorarbeit ist zunächst eine scharfe Abgrenzung von CSR-Praktiken und Tätigkeiten im Bereich Social Entrepreneurship mit Hilfe ausgewählter Management- und Entrepreneurship-Literatur. Darüber hinaus soll vor dem Literaturhintergrund untersucht werden, inwiefern soziale Ausrichtungen von größeren Unternehmen mehr in den strategischen Fokus der Unternehmenstätigkeit rücken (ähnlich dem Tätigkeitsbereich Social Entrepreneurship) und als entscheidender Wettbewerbsvorteil ausgebaut werden.

#### **Startliteratur:**

1. Baron, D. P., 2007. Corporate Social Responsibility and Social Entrepreneurship. *Journal of Economics & Management Strategy*, 16(3), 683-717.
2. Matten, D., Moon, J., 2008. "Implicit" and "Explicit" CSR: A Conceptual Framework for a Comparative Understanding of Corporate Social Responsibility. *Academy of Management Review*, 33(2), 404-424.
3. Lockett, A., Moon, J., Visser, W., 2006. Corporate Social Responsibility in Management Research: Focus, Nature, Salience and Sources of Influence. *Journal of Management Studies*, 43(1), 115-136.

#### **Thema 7: Charakteristika von migrantischen Gründungsprojekten**

Eine Studie der KfW Bankengruppe kommt zu dem Schluss, dass Migranten einen überdurchschnittlichen Gründungsbeitrag leisten. Als Migranten werden dabei all jene Menschen bezeichnet, die die deutsche Staatsangehörigkeit nicht oder nicht von Geburt an besitzen. Die Gründungsneigung dieser Bevölkerungsgruppe ist höher als bei Erwerbsfähigen im Allgemeinen und sie schaffen nach ihrer Gründung zudem häufiger und mehr Arbeitsplätze. Auf der anderen Seite sind Gründungsprojekte von Migranten aber oft von kurzer Dauer, denn die Abbruchquote ist allgemein relativ hoch. Ziel der Bachelor-Arbeit ist es, mit Hilfe ausgewählter Literatur (Stichwort: „Immigrant Entrepreneurship“) zu

argumentieren, warum Migranten häufiger die Selbstständigkeit wählen als andere Erwerbsfähige. Zudem soll argumentativ bzw. anhand empirischer Studien geklärt werden, ob die Gründungsprojekte von Migranten innovativer sind und welche Unterschiede in den Gründungshemmnissen vorliegen.

#### **Startliteratur:**

1. Metzger, G., 2016. Migranten überdurchschnittlich gründungsaktiv – Arbeitsmarkt spielt große Rolle. *KfW Research: Fokus Volkswirtschaft*, 115, 1-7.

#### **Thema 8: Integration von Migranten durch Entrepreneurship**

Die demografische Entwicklung Sachsen-Anhalts zeigt, dass im Jahr 2030 36 Prozent der Bevölkerung aus über 65-Jährigen bestehen wird (zur Zeit: etwa 25 %). Damit wird die Bevölkerung des Bundeslandes die älteste in ganz Europa sein. Die Überalterung der Gesellschaft wird vor allem die ländlichen Räume treffen, da gerade hier junge Menschen aus der Gruppe der 18-32-Jährigen abwandern. Gleichzeitig wurden im letzten Jahr ca. 41.000 Asylsuchende in Sachsen-Anhalt aufgenommen, wovon Schätzungen zu Folge ca. 28.000 im Land verblieben sind. Nach dem Königsteiner-Schlüssel ist Sachsen-Anhalt auch in den kommenden Jahren verpflichtet, einen festgelegten Anteil (2016: 2,83 %) der in Deutschland ankommenden Flüchtlinge aufzunehmen. Auf Grund der geschilderten Entwicklungen sind einige Wissenschaftler und Politiker der Meinung, dass eine dauerhafte Integration von Migranten in den ländlichen Raum sinnvoll ist, um der Landflucht-Problematik entgegenzusteuern. Ziel der Bachelor-Arbeit ist es, mit Hilfe ausgewählter Literatur (Stichwort: „Immigrant Entrepreneurship“) zu argumentieren, ob und unter welchen Bedingungen eine Integration von Migranten in den ländlichen Raum in Form von Unternehmensgründungen gelingen kann.

#### **Startliteratur:**

1. Lo, L., Teixeira, C., 2015. Sustaining Immigrant Entrepreneurship in Small and Medium-sized Cities. *Journal of Entrepreneurship and Innovation in Emerging Economies*, 1(2), 146-162.