Bachelor-Arbeitsthemen am Lehrstuhl für Entrepreneurship (WS17/18)

Thema 1: Social Ventures and Competitive Advantage

Der Begriff „Social Venture“ 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.

Im Rahmen der Bachelorarbeit soll eine Literaturrecherche durchgeführt werden, um das Konzept eines Wettbewerbsvorteils zu definieren. Des Weiteren soll auf Basis von hochrangig publizierten Forschungsarbeiten herausgearbeitet werden, welche zentralen Eigenschaften Sozialunternehmen aufweisen. Ziel der Bachelorarbeit ist es abschließend herauszustellen, ob Sozialunternehmen Wettbewerbsvorteile aufweisen und welche Eigenschaften von Sozialunternehmen Wettbewerbsvorteile darstellen.

Startliteratur:

1. Porter, M. E. 2008. *Competitive advantage: Creating and sustaining superior performance*, Simon and Schuster, New York.
2. Peteraf, M. A. 1993. The cornerstones of competitive advantage: A resource-based view. *Strategic Management Journal*, 14(3): 179-191.
3. Austin, J., Stevenson, H., & Wie-Skillern, J. 2006. Social and Commercial Entrepreneurship: Same, Different, or Both?. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 30(1): 1-22.

Thema 2: Dual Missions of Hybrid Ventures

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 ihren sozialen Missionen verfolgen Entrepreneure von hybriden Organisationen auch ökonomische Missionen, um soziale Veränderungen selbstfinanziert und demzufolge nachhaltig voranzutreiben.

Im Rahmen der Bachelorarbeit soll eine Literaturrecherche durchgeführt werden, um das Konzept einer hybriden Organisation unter Berücksichtigung von dualen Missionen zu definieren. Des Weiteren soll auf Basis von mehreren deutschen Sozialunternehmen recherchiert werden, wie duale Missionen in realen Organisationen gestaltet sind. Ziel der Bachelorarbeit ist es abschließend herauszustellen, wie duale Missionen in den untersuchten Sozialunternehmen zusammenwirken.

Startliteratur:

1. Haigh, N., Walker, J., Bacq, S., Kickul, J. 2015. Hybrid organizations: origins, strategies, impacts, and implications. *California Management Review*, 57(3): 5-12.
2. Doherty, B., Haugh, H., & Lyon, F. 2014. “Social enterprises as hybrid organizations: A review and research agenda.” *International Journal of Management Reviews*, 16 (4): 417-436.

Thema 3: Social Impact and Social Impact Measurement

Soziales Unternehmertum umfasst verschiedene Unternehmensformen wie non-profit und for-profit Organisationen, welche soziale Mission verfolgen und die Gesellschaft durch die eigene Geschäftstätigkeit verändern bzw. verbessern wollen. Während sich Organisationsformen im sozialen Unternehmertum erheblich unterscheiden können, stehen alle sozialen Interventionen vor einer gemeinsamen Herausforderung: Der Messung ihrer sozialen Wirkungsmacht in der Gesellschaft.

Im Rahmen der Bachelorarbeit soll eine Literaturrecherche durchgeführt werden, um den Begriff der sozialen Wirkungsmacht („Social Impact") auf Basis von hochrangig publizierten Forschungsarbeiten zu definieren. Des Weiteren soll eine systematische Literaturrecherche zum Thema Impact Measurement durchgeführt werden, die darlegt, welche Ansätze zur Messung der sozialen Wirkungsmacht in der Forschung diskutiert werden. Ziel der Bachelorarbeit ist es abschließend, einen ausführlichen Überblick über erforschte Methoden zur Messung der sozialen Wirkungsmacht zu geben.

Startliteratur:

1. Nicholls, A. (2009). 'We do good things, don't we?':'Blended Value Accounting'in social entrepreneurship. *Accounting, Organizations and Society*, *34*(6), 755-769.
2. McLoughlin, J., Kaminski, J., Sodagar, B., Khan, S., Harris, R., Arnaudo, G., Mc Brearty, S. (2009). A strategic approach to social impact measurement of social enterprises: The SIMPLE methodology. *Social Enterprise Journal*, *5*(2), 154-178.
3. Maas, K., Liket, K. (2011). *Social impact measurement: Classification of methods.* In: Environmental management accounting and supply chain management, 171-202, Springer Netherlands.

Thema 4: Business Model Innovation

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. Das Geschäftsmodell ist auch ein wichtiger Bestandteil in der Innovationsforschung. Das Geschäftsmodell kann dabei Innovationen in Produkten und Technologien realisieren oder aber selbst durch Veränderungen des ursprünglichen Geschäftsmodells eine Quelle für Innovation darstellen.

Im Rahmen der Bachelorarbeit soll eine Literaturrecherche durchgeführt werden, um den Begriff der Geschäftsmodellinnovation zu definieren und einen Überblick über die wichtigsten Forschungsstränge im Bereich von Geschäftsmodellinnovationen zu geben. Ziel der Bachelorarbeit ist es abschließend herauszuarbeiten, in welcher Form und mit welchen zentralen Ergebnissen Geschäftsmodellinnovationen in der Forschung diskutiert werden, um den aktuellen Forschungsstand von Geschäftsmodellinnovationen in der Forschung herauszustellen.

Startliteratur:

1. Massa, L., Tucci, C. L. (2013). *Business model innovation*. The Oxford Handbook of Innovation Management, 420-441.
2. Chesbrough, H. (2010). Business model innovation: opportunities and barriers. *Long Range Planning*, *43*(2), 354-363.

Thema 5: Sozialunternehmerische Hürden und Aufgaben
In den letzten Jahren befasst sich die Entrepreneurship-Forschung zunehmend mit den Besonderheiten von Sozialunternehmern und ihren Unterschieden zu kommerziellen Unternehmern. Sozialunternehmer haben ein persönliches Interesse daran, bestehende soziale Missstände oder Umweltprobleme auf Dauer zu lösen und gründen eigens für diesen Zweck nachhaltige Unternehmen. Dabei stehen sie ständig besonderen Hindernissen gegenüber – aufgrund der geringen oder fehlenden Zahlungsbereitschaft der Kunden/Nutzer der Leistung des Unternehmens fehlen Ertragsströme. Dieses Defizit führt dazu, dass Sozialunternehmer kaum/keine (Gründungs-) Finanzierungen erhalten und folglich keine notwendigen Ressourcen einkaufen und Mitarbeiter einstellen können. Weiterhin agieren Sozialunternehmer oft auf Märkten, in denen die politischen und wirtschaftlichen Interessen verschiedener Stakeholder im Gegensatz zu den gesellschaftlichen Interessen stehen. Ziel der Bachelorarbeit ist es, Studien zu den besonderen Hürden und den damit verbundenen Aufgaben von Sozialunternehmern zusammenzutragen. Anschließend soll vor diesem Literaturhintergrund diskutiert werden, welche politischen Implikationen hieraus abgeleitet werden können.

Startliteratur:

1. Dacin, M. T., Dacin, P. A., & Tracey, P., 2011, "Social Entrepreneurship: A Critique and Future Directions", *Organization Science*, Vol. 22(5), 1203-1213.
2. Dees, J. G., 1998, "The meaning of 'Social Entrepreneurship'." *Draft Report for the Kauffman Center for Entrepreneurial Leadership*, Stanford University.
3. Leadbeater, C., 1997, *The rise of the social entrepreneur*, London: Demos.

Thema 6: Stakeholder Analysis in Social Entrepreneurship
Sozialunternehmen unterliegen mehrdimensionalen Zielsetzungen und sind bestrebt, soziale und/oder ökologische als auch ökonomische Missionen am Markt umzusetzen. Aufgrund der mehrdimensionalen Ziele haben Sozialunternehmen in der Regel eine Vielzahl von Stakeholdern, die oftmals unterschiedliche Erwartungen und Präferenzen in Bezug auf die verschiedenen Zielsetzungen von Sozialunternehmen haben. Trotz möglicher Differenzen zwischen Stakeholdern ist das Zusammenbringen ihrer Interessen von entscheidender Bedeutung für Sozialunternehmer für das Überleben ihrer Organisationen.

Im Rahmen der Bachelorarbeit soll eine Literaturrecherche durchgeführt werden, um den Begriff Stakeholder zu definieren. Des Weiteren sollen mit Blick auf die Social Entrepreneurship Literatur relevante Merkmalskriterien zur Differenzierung von Stakeholder-Gruppen herausgestellt werden, um im Anschluss die unterschiedlichen Stakeholder von Sozialunternehmen ausführlich zu charakterisieren.

Startliteratur:

1. Stevens, R., Moray, N., Bruneel, J. (2015). The social and economic mission of social enterprises: Dimensions, measurement, validation, and relation. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 39(5), 1051-1082.
2. Smith, L., Woods, C. (2015). Stakeholder engagement in the social entrepreneurship process: identity, governance and legitimacy. *Journal of Social Entrepreneurship*, 6(2), 186-217.

Thema 7: Entrepreneurische Entscheidungslogiken

Entrepreneure zeichnen sich gegenüber anderen Wirtschaftsakteuren dadurch aus, dass sie Gelegenheiten zur Wertschöpfung wahrnehmen, aber dann auch in der Lage sind, diese unternehmerisch auszuschöpfen. Hierzu sind vielfältige, zum Teil komplexe Entscheidungen zu treffen in einer meist durch hohe Unsicherheit gekennzeichneten Situation. Aber wie sollten unternehmerische Entscheidungen getroffen werden, und wie werden sie von Unternehmern in der Praxis tatsächlich getroffen? Seit mehreren Jahrzehnten führen Wissenschaftler zu dieser Thematik eine lebhafte Diskussion. Für die eine Fraktion basiert ein erfolgreiches Unternehmenskonzept auf einer fundierten Planung. Wenn der Businessplan gut konzipiert ist, bietet er eine quantitative Einschätzung vom potenziellen Erfolg des Vorhabens und liefert dem Unternehmer auch zielgerichtete Handlungsanweisungen. Für die andere Fraktion ist die Entscheidungssituation des Entrepreneurs so neuartig und daher von unkalkulierbarer Unsicherheit bestimmt, dass eine Planung nutzlos, u. U. sogar schädlich erscheint. Stattdessen sollten sich Entrepreneure an dem orientieren, was sie zur Verfügung haben und greifbare Effekte realisieren statt auf hohe Gewinne zu spekulieren.

Ziel dieser Arbeit ist es, anhand der Literatur zunächst herauszustellen welche deskriptiven und normativen Forschungserkenntnisse für die eine oder andere Sichtweise sprechen. Darauf aufbauend sollen dann die Implikationen beider Sichtweisen für die Entrepreneurshipausbildung diskutiert werden.

Startliteratur:

1. Reymen, I.M.M.J., Andries, P., Berends, H., Mauer, R., Stephan, U., Van Burg, E. 2015. Understanding Dynamics of Strategic Decision Making in Venture Creation: A Process Study of Effectuation and Causation. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 9(4), 351-379
2. Sarasvathy, S.D. 2001. Causation and Effectuation:Toward a Theoretical Shift from Economic Inevitability to Entrepreneurial Contingency. *Academy of Management Review*, 26(2): 243-263
3. Fisher, G. 2012. Effectuation, Causation, and Bricolage: A Behavioral Comparison of Emerging Theories in Entrepreneurship Research. *Entrepreneurship Theory & Practice*, 1019-1051

Thema 8: Kontextuelle Faktoren und Businessplanung
Entrepreneure haben unterschiedliche Vorstellungen darüber, inwiefern die Businessplanung vor der Gründung sinnvoll ist. In den meisten empirischen Studien variiert der Anteil derer, die einen Businessplan vor der Gründung schreiben, zwischen 23 und 69 Prozent. Anstatt Informationen zu sammeln und zu planen, vertrauen offensichtlich viele Entrepreneure auf das sogenannte Trial-and-Error-Prinzip, d.h. die Idee wird unmittelbar in die Tat umgesetzt und anschließend wird analysiert, welche Entwicklungen sich ergeben und wie mit ihnen weiter verfahren werden soll. Des Weiteren wurde herausgefunden, dass bei der Entscheidung, ob eine Businessplanung durchgeführt oder auf das Trial-and-Error-Prinzip vertraut werden soll, sogenannte kontextuelle Faktoren eine Rolle spielen, wie z.B. die Vorhersagbarkeit von Umweltzuständen.

Ziel der Bachelorarbeit ist es zunächst, eine Literaturrecherche durchzuführen, die einen Überblick über die verschiedenen in den Studien identifizierten kontextuellen Faktoren gibt, die eine Auswirkung auf die Businessplanungs-Entscheidung des Entrepreneurs haben. Anschließend soll diskutiert werden, ob und inwiefern die identifizierten Faktoren eine Rolle für die erwartete Rendite oder für das wahrgenommene Risiko des Gründungsprojekts spielen.

Startliteratur:
1. Matthews, C. H., Scott, G. S. 1995. Uncertainty and Planning in Small and Entrepreneurial Firms: An Empirical Assessment. *Journal of Small Business Management*, 33(4), 34-52.

Thema 9: Die Sustainable Development Goals als betriebswirtschaftliche Grundlage

Im Zuge der Agenda 2030 haben die Vereinten Nationen im vergangenen Jahr insgesamt siebzehn verschiedene Ziele für nachhaltige Entwicklung (Sustainable Development Goals, SDGs) aufgestellt, die sich grob in Biosphäre, Gesellschaft und Wirtschaft einteilen lassen. Diese SDGs werden zurzeit verstärkt kommuniziert und diskutiert, da sie erstmalig eine Liste von Zielindikatoren zur Erreichung sozialer und ökologischer Wirkung aufstellen. Insbesondere Sozialunternehmer greifen sie für die Legitimierung und Messbarkeit ihrer fundamentalen Tätigkeiten auf. Auch Unternehmen, die neben ihrer wirtschaftlichen Wertschöpfung eine soziale Verantwortung (CSR) übernehmen, tragen bereits zur Realisierung einiger dieser SDGs bei.

Im Rahmen dieser Bachelorarbeit sollen die SDGs und ihre Zielindikatoren bezüglich ihrer Definitionen und Abgrenzungen genauer untersucht und in Zusammenhang gebracht werden. Sind sie tatsächlich konkret und weitreichend genug, um die Unternehmenslandschaft sichtbar zu verändern? Ferner soll untersucht werden, inwiefern diese Ziele für Sozialunternehmen, umweltorientierte Unternehmen und Wirtschaftsunternehmen mit CSR eine betriebswirtschaftliche Grundlage bilden, um nachhaltig am Markt bestehen zu können.

Startliteratur:
1. https://sustainabledevelopment.un.org/sdgs