

## **Bachelorthemen Frühjahr- / Sommersemester 2009 – Erfolgsstrategien und –faktoren im Mittelstand**

Die Themen für die Bachelorarbeiten haben das gemeinsame Hauptthema der „Erfolgsstrategien und –faktoren im Mittelstand“. Dieses sehr große Forschungsfeld wird durch unterschiedliche Fragestellungen aus unterschiedlichen Perspektiven betrachtet, die im Folgenden genauer dargestellt werden. Zu jedem Thema gibt es zwei Literaturangaben, die als erster Einstieg in das Thema dienen. Studentierende, die eine Bachelorarbeit schreiben möchten, haben die Möglichkeit ein Thema aus folgenden Themengebieten zu wählen:

- Allgemeine Erfolgsfaktorenforschung
- Management und Managementkonzepte
- Corporate Governance
- Netzwerke und Cluster
- Innovationsmanagement
- Entrepreneurship- und Gründungsforschung
- Informations- und Kommunikationstechnologien

Die Bearbeitung der Bachelorarbeit kann wahlweise auf Deutsch oder Englisch erfolgen.

Nähere Angaben zu den Bachelorthemen werden zu gegebener Zeit auf der Website des Lehrstuhls (<http://woywode.bwl.uni-mannheim.de>) veröffentlicht.

## **Allgemeine Erfolgsfaktorenforschung**

### **Erfolgsfaktorenforschung – Inwiefern können die Ergebnisse der Erfolgsfaktorenforschung in der Praxis erfolgreich und nützlich sein?**

Die Erfolgsfaktorenforschung beschäftigt sich mit der wissenschaftlichen und in der Regel empirischen Feststellung von Erfolgsfaktoren von Unternehmen. Dabei ist die Erfolgsfaktorenforschung in der Wissenschaft selbst nicht unumstritten und wird häufig problematisiert. Was ist der Nutzen für die Wissenschaft? Wie können aber trotz der Kritik Ergebnisse aus der Erfolgsfaktorenforschung in die Praxis übertragen werden?

**Literatur:** Alfred Kieser, Alexander Nicolai: Trotz eklatanter Erfolglosigkeit: Die Erfolgsfaktorenforschung weiter auf Erfolgskurs, Die Betriebswirtschaft, 6, 2002, S. 579-596

Woywode, Michael: „Wege aus der Erfolglosigkeit der Erfolgsfaktorenforschung“, in: Struck, Jochen, KfW Bankengruppe (Hrsg.), Was erfolgreiche Unternehmen ausmacht, Heidelberg: Physika Verlag, 2004, S. 15-48

## **Management und Managementkonzepte**

### **Blue Ocean Strategy – Ein völlig neues Managementkonzept?**

Immer wieder werden neue Managementkonzepte entwickelt, die versprechen eine neue, bessere Lösung für bestimmte immer wiederkehrende managerielle Probleme zu liefern. Ein neues Konzept ist die „Blue Ocean Strategy“. Was genau ist die Blue Ocean Strategy? Was verspricht sie? Wo liegen Probleme in dem Konzept?

**Literatur:** W. Chan Kim, Renée Mauborgne: Blue Ocean Strategy – Hot to Create Uncontested Market Space an Make the competition Irrelevant. Harvard Business School Press, Boston, 2005

### **Corporate Social Responsibility im Mittelstand. Ein neues Phänomen oder ein neuer Name für etablierte Praktiken?**

Corporate Social Responsibility (CSR) ist in den letzten Jahren ein wichtiges Schlagwort geworden. Unter anderem wird CSR mittlerweile auch als möglicher Erfolgsfaktor angesehen. Insbesondere bei mittelständischen Unternehmen wurde verantwortliches Handeln schon vor dem Konzept CSR als wichtig erachtet. Ist nun CSR in mittelständischen Unternehmen ein neues Konzept oder lediglich ein neuer Name für etablierte Praktiken? Inwieweit kann CSR als möglicher Erfolgsfaktor gesehen werden?

**Literatur:** Campbell, J. L.: Why would corporations behave in social responsible ways? An institutional theory of corporate social responsibility. *Academy of Management Review*, 32, 3, 2007, S. 946-967

Margolis, J. D., & Walsh, J. P: Misery loves companys: Rethinking social initiatives by business. *Administrative Science Quarterly*, 48, 2003, S. 268-305

## **Strategien in der Wirtschaftskrise. Wie kann der Mittelstand mit der Krise umgehen?**

**Forschungsfrage:** Seit der Insolvenz der Lehman Brothers Bank Ende 2008 sprechen viele Wirtschaftsindikatoren für eine kommende Rezession. Auch den Mittelstand wird die Finanzkrise treffen, da insbesondere die Finanzierung von neuen Investitionen schwieriger werden dürfte. Mittlerweile gibt es Management-Ratgeber, die Handlungsempfehlungen für das Verhalten in der Krise geben. Welche Ratschläge lassen sich auf Basis der Managementliteratur ableiten? Wo sind die Grenzen?

**Literatur:** Michael Bloss et al.: Von der Subprime-Krise zur Finanzkrise: Ursachen, Auswirkungen, Handlungsempfehlungen, Oldenbourg, 2008

## **Entrepreneur und Intrapreneur – eine Abgrenzung zwei (nicht ganz) verwandter Konzeptionen**

Dem Entrepreneur wird als Unternehmensgründer eine wichtige gesamtwirtschaftliche Rolle beigemessen: er ist laut Schumpeter Träger der „schöpferischen Zerstörung“. Diese Eigenschaft ermöglicht es, neue Ideen zu neuen Unternehmen werden zu lassen. Gleichzeitig werden dadurch alte Geschäftsideen abgelöst und zerstört. Die Rolle des Entrepreneurs für die Gesamtwirtschaft übernimmt der Intrapreneur für die Unternehmung. Das Wort „Intrapreneur“ setzt sich aus den Wortteilen von „*intra-corporate*“ und „*Entre-preneur*“ zusammen. Welches sind die Gemeinsamkeiten und Unterschiede des außerbetrieblichen Entrepreneurs und des innerbetrieblichen Intrapreneurs?

**Literatur:** Pinchot, Gifford, III.: „Intrapreneuring. Mitarbeiter als Unternehmer“. Gabler, Wiesbaden, 1988

Ruef, Martin; Lounsbury, Michael : „Introduction: The Sociology of Entrepreneurship“. In: Ruef, Martin; Lounsbury, Michael (Hg.): Research in the Sociology of Organizations: The Sociology of Entrepreneurship: Elsevier, 25, 2007, S. 1-29

## **Intrapreneurship – wie Mitarbeiter zu Unternehmern werden (sollen)**

Unternehmen verfolgen das Ziel, Gewinne zu erwirtschaften. Mitarbeiter spielen bei der wirtschaftlichen Effizienz von Unternehmungen eine zentrale Rolle. Um die wirtschaftliche Effizienz von Unternehmen zu erhöhen, werden neben allgemeinen betriebswirtschaftlichen Maßnahmen auch Personalmaßnahmen ergriffen. Dienen Intrapreneurship-Maßnahmen tatsächlich dazu, Mitarbeitern mehr Freiräume zu gewähren? Oder werden sie verfolgt, um die Performance der Mitarbeiter über das übliche Maß hinaus zu erhöhen?

**Literatur:** Armbruster Daniel, Kieser, Alfred: „Jeder Mitarbeiter ein Unternehmer!? Wie Intrapreneurshipprogramme Mitarbeiter zwar nicht zu echten Unternehmern machen, aber doch zu höheren Leistungen anspornen können“. In: Zeitschrift für Personalforschung, 17, 2, 2003, S. 151-175

Wunderer, Rolf: „Führung und Zusammenarbeit: Eine unternehmerische Führungslehre“ (7. Aufl.), Luchterhand, Köln, 2007

## **Strategische Leadership-Theorie und Strategic Entrepreneurship**

Die strategische Leadership-Theorie beschreibt und analysiert, wie Führungskräfte Unternehmen führen können und sollten. Der Ansatz von Boal und Hooijberg (2000) sieht in der Führungsrolle von Managern folgende drei Perspektiven: „absorbitive“ und „adaptive“ Fähigkeiten sowie „Führungsweisheit“. Eine neue Theorie, die sich an Entrepreneurship anlehnt, ist Strategic Entrepreneurship. Diese konzeptualisiert die Führungsrolle von Managern anhand von Gründer-Eigenschaften und der Herstellung einer Gründer-Kultur in Unternehmen. Wie lassen sich beide Ansätze einordnen? Beschreiben sie denselben Sachverhalt?

**Literatur:** Boal Kimberly B., Hooijberg Robert: „Strategic Leadership Research: Moving On“. In: The Leadership Quarterly, 11, 4, 2000, S. 515-549

Kuratko, Donald F.; Audretsch, David B: „Strategic Entrepreneurship: Exploring Different Perspectives of an Emerging Concept“. In: Entrepreneurship: Theory & Practice, 33, 1, 2009, S. 1-17

## **Corporate Governance**

### **Corporate Governance in Familienunternehmen. Besonderheiten und Unterschiede zu börsennotierten Unternehmen.**

Die Berücksichtigung von Corporate Governance-Richtlinien ist spätestens seit Einführung des Corporate Governance Kodex 2002 in den Blickwinkel vieler deutscher Konzerne gerückt. Einige Unternehmen haben darüber hinaus erkannt, dass das Setzen von Verhaltensregeln nicht nur positiv für die Außenwirkung des Unternehmens ist, sondern darüber hinaus auch als möglicher Erfolgsfaktor angesehen werden kann. Im engeren Sinne ist Corporate Governance ein Bestandteil börsennotierter Unternehmen. Doch auch für mittelständische Unternehmen und Familienunternehmen können Überlegungen zu Corporate Governance bedeutsam sein. Können allerdings für Unternehmen, bei denen Eigentum und Unternehmensleitung in einer Hand liegen (oder in der Hand weniger), die gleichen Richtlinien gelten wie für börsennotierte Unternehmen? Wo liegen die Besonderheiten einer Corporate Governance für Familienunternehmen?

**Literatur:** Frasl, Rieger: Family Business Handbuch, Wien, 2006

Carney, Michael: Corporate Governance and Competitive Advantage in Family-Controlled Firms. Entrepreneurship: Theory and Praxis 29, 3, 2005, S. 249-265

## **Netzwerke und Cluster**

### **Herausforderungen beim Management von Unternehmensnetzwerken oder Clustern.**

Eine spannende Koordinationsform von Unternehmen sind sogenannte Netzwerke von Unternehmen oder Cluster. In solchen Koordinationsformen stellen sich viele Probleme der traditionellen BWL, bei denen aber die traditionellen Steuerungskonzepte häufig nicht greifen. Welche Herausforderungen stellen sich beim Management von Clustern? Sind die traditionellen Vorstellungen des Managements auf solche Unternehmensnetzwerke anwendbar?

- Literatur:** Jörg Sydow: Management von Unternehmensnetzwerken - Auf dem Weg zu einer reflexiven Netzwerkentwicklung?, in Welter, Friederike: Der Mittelstand an der Schwelle zur Informationsgesellschaft, 2005, Duncker & Humblot, Berlin
- Terstriep, Judith: Clustermanagement - Standards einer neuen Profession. IAT - Institut für Arbeit und Technik, 2008

### **Kooperationskonzepte im Mittelstand – Sind Kooperationen für KMU der Schlüssel zum Erfolg?**

Kooperationen und Netzwerke können dazu beitragen, wachsende Herausforderungen des Marktes zu bewältigen. So dienen sie etwa als Informationsquelle, stärken die Verhandlungsstärke einzelner Partner und bieten den Netzwerkpartnern die Möglichkeit, Kunden Gesamtpakete von Produkten anzubieten. Insbesondere für KMU könnten dabei Kooperationen von besonderer Bedeutung sein. Können KMU durch strategische Allianzen und andere Kooperationsformen mögliche Nachteile wie eine schlechtere Ressourcenposition, geringere Marktmacht oder Kostennachteile (über)kompensieren? Unter welchen Umständen würde sich eine Zusammenarbeit lohnen und wie könnte welcher Formen wäre besonders vorteilhaft?

- Literatur:** Becker, T., Dammer, I., Howaldt, J., Killich, S., & Loose (Hrsg.), A.: Netzwerkmanagement - Mit Kooperation zum Unternehmenserfolg. 2005, Springer, Berlin/Heidelberg
- Kowatsch, B.. Erfolgsfaktor Netzwerke - Neue Perspektiven für kleine und Mittelständische Unternehmen. 2005, VDM Verl. Berlin

## **Innovationsmanagement**

### **Die Generierung von Innovationen in Netzwerken: Wie entstehen Innovationen in Netzwerken aus mittelständischen und großen Unternehmen?**

Zusammenarbeit mit anderen Institutionen wird zunehmend wichtiger bei der Generierung von Innovationen. Unternehmen kooperieren mit anderen Unternehmen oder mit privaten oder öffentlichen Forschungs- und Entwicklungseinrichtungen auf vertikaler oder horizontaler Ebene bei der Generierung und Ausbeutung von Innovationen. Welche Chancen und Risiken bestehen hierbei? Wo bestehen die Problematiken für mittelständische Unternehmen beispielsweise bei der Zusammenarbeit mit größeren Unternehmen oder Forschungseinrichtungen?

**Literatur:** Henry Chesbrough, 2003; Open Innovation: The New Imperative for Creating and Profiting from Technology, HBS Press, 2003

Powell, W. W. and S. Grodal, 2006; Networks of Innovations. In: Fragerberg, J., Mowery, D.C. and R. R. Nelson, 2006; The Oxford Handbook of Innovation

### **Innovationen im Mittelstand: Welche Risiken und Chancen bestehen bei der Generierung von Innovationen in kleinen und mittleren Unternehmen im Gegensatz zu Großunternehmen?**

Die Generierung von Innovationen ist ein entscheidender Faktor für die Zukunftsfähigkeit und das Wachstum eines Unternehmens. Welche Probleme bestehen hierbei für den Mittelstand? Wie können diese gelöst werden? Wo liegen die Unterschiede zu Großunternehmen? Welche Handlungsempfehlungen ergeben sich für das Management von Mittelständlern und für politische Akteure?

**Literatur:** Smallbone, D., North, D. and I. Vickers: The role and characteristics of SMEs innovation. In: Asheim, B.T. et al., 2003; Regional Innovation Policy for Small-Medium Entreprises

Acs, Z. J., D. B. Audretsch: Innovation, Market Structure, and Firm Size. The Review of Economics and Statistics, Vol. 69, 4, 1987, S. 567-574



## **Innovationsmanagement im Mittelstand – Was können KMU tun, damit Innovationen nicht nur Zufall sind?**

Die Innovationsfähigkeit von Unternehmen wird zumeist als Schlüsselfaktor für wirtschaftliches Wachstum und nachhaltigen Erfolg beschrieben. Innovationen proaktiv zu fördern, zu managen und zu nutzen ist demzufolge von entscheidender Bedeutung. Zunehmend wird in diesem Forschungsbereich dabei auch KMU Bedeutung zugemessen. Dabei stellt sich die Frage, welche Besonderheiten sich beim Innovationsmanagement im Falle von KMU ergeben. Wie können KMU trotz potenzieller Nachteile wie einer schlechteren Ressourcenposition oder einer geringeren Marktmacht Innovationen fördern und gezielt hervorbringen? Wie schaffen es einige KMU ihre Innovationskraft dauerhaft so zu entfalten, dass sie zu „Hidden Champions“ werden?

**Literatur:** Hauschild, J., Salomo, S.. Innovationsmanagement: 4. Auflage, 2007, Verlag Franz Vahlen, München

Ernst-Siebert, R.: KMU im globalen Innovationswettbewerb - eine Untersuchung des betriebsgrößenspezifischen Innovationsverhaltens und innovationsinduzierter Beschäftigungseffekte. 2008, Univ., Diss. München, Mering

## **Entrepreneurship- und Gründungsforschung**

### **Survival Factors of Newly Founded Firms**

This topic deals with the survival factors of newly founded firms. The questions to be answered are as follows. What happens to the new firms subsequent to their entry into the market? Which firms do survive and which firms do exit from the market? What firm characteristics (e.g. size and age) and environmental characteristics (e.g. industry) do influence the survival probability of newly founded firms? Do the business owner's endowments with resources (e.g. start-up capital, human capital and networks) matter for the survival chances of the newly founded firms?

**Literatur:** Brüderl, J. & P. Preisendörfer: Network Support and the Success of Newly Founded Businesses, *Small Business Economics* 10, 1998, S. 213-225

Brüderl, J., P. Preisendörfer & R. Ziegler: Survival Chances of Newly Founded Business Organizations. *American Sociological Review* 57, 2, 1992, S. 227-242

### **How Entrepreneurial is Germany? The Institutional Context of Entrepreneurship and Business Start Up Costs in Germany in International Comparison**

There is great diversity in the level of entrepreneurial activity across countries. This topic focuses on the questions (i) how entrepreneurial is Germany compared to other welfare states of Western Europe and North America, and (ii) what is the role of the institutional context for entrepreneurship in Germany. By institutional context, the country-specific make-up of formal (economic, political and legal) rules and regulations as well as culturally embedded (informal) social norms is understood.

**Literatur:** Djankov, S., R. La Porta, F. Lopez-de-Silanes & A. Shleifer: The Regulation of Entry, *Quarterly Journal of Economics* 117, 2002, S. 1-37

Chapter on "What Are the Effects of Framework Conditions Relevant to Entrepreneurship in Germany?" from *Global Entrepreneurship Monitor (GEM): Executive Report*, 2000, S. 22-31, <http://www.gemconsortium.org/>

## **Informations- und Kommunikationstechnologien**

### **Geschäftsmodelle von Netzwerkportalen. Warum ist YouTube und Co. ökonomisch (noch) nicht erfolgreich?**

Netzwerkportale oder User-Content-Driven Portale wie YouTube oder Xing waren der große Hype des sogenannten Web 2.0. Obwohl diese Portale enormen Zulauf von Nutzern erleben, theoretisch deutliche Netzwerkeffekte über Ihre jeweilige Nutzerbasis haben und darüberhinaus eine starke mediale Präsenz finden, sind viele von diesen Portalen bislang ökonomisch (noch) nicht erfolgreich. Warum ist das so? Welche möglichen Strategien und Geschäftsmodelle haben solche Portale, um noch ökonomisch erfolgreich zu werden?

**Literatur:** Raphael Amit, Christoph Zott: Value Creation in E-Business, *Strategic Management Journal*, Vol. 22, No. 6/7, Special Issue: Strategic Entrepreneurship: Entrepreneurial Strategies for Wealth Creation, 2001, S. 493-520

Katz, M. L., Shapiro, C.: Systems competition and network effects. *Journal of Economic Perspectives* 8, 1994, S. 93-115

### **Chancen und Risiken einer Open Source Strategie für kleinere Softwareunternehmen.**

Open Source Entwicklung ist eine besondere Art von Softwareentwicklung bei der eine Umkehrung der „traditionellen“ Logik von Softwareherstellern wie z.B. Microsoft umgekehrt wird. Die Quelltexte der Software werden zumindest für die Nutzer der neu erstellten Software veröffentlicht. Es gibt mittlerweile schon eine Reihe von kommerziellen Organisationen, die eine solche Strategie anwenden: z.B. MySQL, Red Hat und viele andere.

Welche Chancen und Risiken ergeben sich aus einer solchen Strategie für Softwarehersteller? Wie kann ein Softwarehersteller diese Strategie für sich gewinnbringend einsetzen und die Risiken minimieren?

**Literatur:** Eric S. Raymond: *The Cathedral & The Bazaar*, O'Reilly, 1999

Josh Lerner, Jean Tirole: Some Simple Economics of Open Source, *The Journal of Industrial Economics*, 50 2, 2002, S. 197-234