ifm
institut für mittelstandsforschung

UNIVERSITÄT MANNHEIM

Bachelorthemen Frühjahr- / Sommersemester 2010 – Erfolgsstrategien und –faktoren im Mittelstand

Studierende, die die im FSS 2010 eine Bachelorarbeit am Lehrstuhl für Mittelstandsforschung und Entrepreneurship schreiben möchten, haben die Möglichkeit ein Thema aus folgenden Bereichen 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

Erfolgsfaktor Manager?

Can managers be considered as a success factor?

CEOs, Manager und Geschäftsführer sind zentrale Entscheidungsträger in Unternehmen. Auf Basis ihrer bisherigen Erfahrungen, ihres Bildungshintergrunds und Alters treffen sie Entscheidungen mit (teilweise) dauerhaften Konsequenzen für das Unternehmen. Es kann somit angenommen werden, dass sie großen Einfluss auf die strategische Ausrichtung von Unternehmen als auch deren Erfolg haben. Gleichzeitig sind Unternehmen Umweltbedingungen und Ansprüchen von Interessensgruppen ausgesetzt, auf die sie keinen oder nur sehr begrenzt Einfluss nehmen können und an die es sich anzupassen gilt. Welche Rolle spielen also Manager im Hinblick auf die Steuerung und Ausrichtung von Unternehmen? Welche individuellen Merkmale von Managern und Geschäftsführern beeinflussen dabei ihre Entscheidungen? Kleine und mittelständische Unternehmen (KMU) sind zumeist durch eine Einheit von wirtschaftlicher Existenz des Unternehmens und seiner Leitung gekennzeichnet, d.h. Eigentum, Leitung, Haftung und Risiko liegen häufig in einer Hand. Inwiefern haben Geschäftsführer von KMUs demzufolge besonders starken Einfluss auf das Unternehmen?

Hambrick, D., & Mason, P. (1984). *Upper Echelons: The Organization as a Reflection of Its Top Managers*. Academy of Management Review , 193-206.

Zajac, E. (1990): *CEO selection, succession, compensation, and firm performance: A theoretical integration and empirical evidence*. Strategic Management Journal, 217-230.

Datta, K., & Rajagopalan, N. (2003): *New CEO Openness to Change and Strategic Persistence: the Moderating Role of Industry Characteristics*. British Journal of Management, 101-114.

Management und Managementkonzepte

Shareholder Value: Nicht Willkommen – Ein Managementkonzept stößt auf Widerstand

Shareholder Value: Not Welcome – a much criticized management concept

Der Shareholder Value Ansatz hat Ende der 80er Jahre eine rasante Verbreitung besonders in den USA und Großbritannien erfahren und wurde von zahlreichen Spitzenmanagern als Instrument zur Unternehmensführung eingesetzt. Er sah sich aber vor allem in Deutschland bereits in den 90er Jahren heftiger Kritik verschiedenster Interessensgruppen ausgesetzt. Entsprechend kam es in Deutschland und auch in Japan nur zu einer schleppenden Verbreitung des Shareholder Value Ansatzes. Aber was sind genau die Gründe für diese Nicht-Verbreitung? Ist die Skepsis und Kritik am Shareholder Value Ansatz berechtigt oder rührt sie vielleicht von einer falschen Interpretation des Shareholder Value Ansatzes? Was sind die tatsächlichen Aussagen der Shareholder Value Orientierung? Was sind seine Verdienste und was sind seine wahren Schwachpunkte und Limitationen?

Rappaport, Alfred (1986): *Creating Shareholder Value* (1. Edition ed.). New York: The Free Press.

Dore, Ronald (2000): *Stock Market Capitalism: Welfare Capitalism, Japan & Germany Versus the Anglo-Saxons*. Oxford: Oxford University Press

Fiss, Peer C.; Zajac, Edward J. (2004): *The Diffusion of Ideas over Contested Terrain: The (Non)adoption of a Shareholder Value Adoption among German Firms*. Administrative Science Quarterly, 49: 501-534.

Benchmarking – Was kann der Mittelstand von Großunternehmen lernen?

Benchmarking – What Small and Medium Sized Firms can learn from large corporations

Benchmarking bezeichnet den Prozess fortlaufenden Vergleichens und Messens der eigenen Organisation mit führenden anderen Organisationen, mit dem Ziel eine Verbesserung der Leistungsfähigkeit in der eigenen Organisation herbeizuführen. Da große Unternehmen aufgrund ihrer Ressourcenausstattung häufig früher in der Lage sind, moderne Organisationspraktiken zu implementieren und weiterzuentwickeln, stellen sie für mittelständische Unternehmen unter Umständen geeignete Vorbilder dar. Gleichwohl wird im Kontext von Benchmarking häufig die Gefahr beschrieben, „Äpfel mit Birnen zu vergleichen“. Welche Chancen und Risiken birgt der Benchmarking Ansatz für kleine und mittelständische Unternehmen? Sollten KMU versuchen, von Großunternehmen zu lernen oder ist es sinnvoller, sich mit Unternehmen ähnlicher Größe zu messen?

Camp, Robert C. (1989): Benchmarking. *The search for industry best practices that lead to superior performance*. Milwaukee, Wisconsin; Quality Press.

Walgenbach, Peter; Hegele, Cornelia (2000*): Was kann der Apfel von der Birne lernen, oder wozu brauchen Unternehmen Benchmarking?* In: Industrielle Beziehungen, 7. Jg., H. 2, S. 180-199.

Business Process Reengineering in der Wirtschaftskrise – Erfolgsfaktor oder Risiko?

BPR in times of economic crisis – success factor or risk?

Nachfrageeinbruch, Kreditklemme, höhere Unsicherheit – viele Unternehmen sind von der Wirtschaftskrise betroffen. Nicht wenige reagieren darauf mit Reorganisation und Umstrukturierungen der Organisation. Unternehmensstrukturen werden neu definiert, Prozessabläufe optimiert, Mitarbeiter freigesetzt. Häufig sind Umstrukturierungsprojekte mit Kostensenkungen verbunden, gleichzeitig kosten sie viel Geld. Inwiefern kann also eine solche Strategie Unternehmen durch die Krise helfen bzw. die Wettbewerbsfähigkeit des Unternehmens auch aus einer schwierigen Situation heraus nachhaltig verbessern? Sollten Unternehmen in Krisenzeiten Unternehmen „auf Kurs“ halten oder neue Wege gehen? Ist Umstrukturierung in der Krise auch für mittelständische Unternehmen eine Option oder aufgrund des hohen Ressourcenbedarfs eher für Großkonzerne geeignet?

Hommel, Ulrich; Knecht, Thomas; Wohlenberg, Holger (2006): *Handbuch Unternehmens-restrukturierung – Grundlagen, Konzepten, Maßnahmen*, Wiesbaden: Springer.

Hammer, Michael; Champy, James (1994): *Reengineering the Corporation: a Manifesto for Business Revolution*. London : Brealey.

Lean Management vs. Innovationsmanagement – zwei widersprüchliche Managementkonzepte?

Lean Management vs. Innovation Management – Two conflicting management concepts?

Ziel des Lean Management ist es, Unwirtschaftlichkeiten in Unternehmen zu identifizieren und zu beseitigen und auf diese Weise zum Unternehmenserfolg beizutragen. Überhangpotenziale, „Organizational Slack“ und damit auch Puffer und Freiräume sollen demnach vermieden werden. Diese jedoch gelten als eine zentrale Voraussetzung innovativen Denkens und Handelns. Somit werden Innovationen erschwert oder gar vermieden, da es an Ressourcen und Kompetenzen fehlt, um Veränderungen herbei zu führen. Auch Risikobereitschaft und Fehlerakzeptanz sind wichtige Voraussetzungen bei der Generierung und Umsetzung neuer Ideen. Im Gegensatz dazu strebt der Null-Fehler-Ansatz im Rahmen des Lean Management Konzepts fehlerfreie Abläufe an. Nicht Fehlerbehebung sondern -vermeidung und die Beseitigung von Fehlerursachen sind dabei das Ziel nach dem Motto “doing it right the first time”. Trotz dieser gegensätzlichen Grundideen sind beide Konzepte in der Unternehmenspraxis weit verbreitet – auch im Mittelstand. Können Lean Management und Innovationsmanagement demnach als widersprüchliche Konzepte verstanden werden? Wie können Unternehmen es schaffen, diese widersprüchlichen Prinzipien und Ziele zu vereinbaren?

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

Womack, J.P./Jones, D.T./Roos, D. (1991): *The Machine that Changed the World - The Story of Lean Production*. New York.

Pfeiffer, W./Weiß, E. (1994): *Lean Management - Grundlagen der Führung und Organisation lernender Unternehmen*, 2. A., Berlin.

Corporate Governance

CSR im Mittelstand – Wie kann der Deutsche Mittelstand die Übernahme gesellschaftlicher Verantwortung als Erfolgsfaktor nutzen?

CSR in SMEs – How can german SMEs profit by adopting Social Responsibility?

Bislang wurde Corporate Social Responsibility (CSR) bzw. gesellschaftliches Engagement eher mit großen börsennotierten Unternehmen verbunden. Nahezu alle DAX und MDAX Unternehmen veröffentlichen Informationen zu ihren CSR-Aktivitäten. Bei mittelständischen Unternehmen und speziell Familienunternehmen, die meist öffentlichkeitsscheu agieren, findet man eher weniger Meldungen über ihre CSR-Aktivitäten. Das soll allerdings nicht unbeachtet lassen, dass sich auch Familienunternehmen gesellschaftlich verantwortlich verhalten. In der Öffentlichkeit herrscht sogar überwiegend das Bild vor, dass Familienunternehmen mehr gesellschaftliche Verantwortung übernehmen, als Nicht-Familienunternehmen und eine besondere Standorttreue aufweisen. Darüber hinaus wird in der Öffentlichkeit kolportiert, Familienunternehmen würden gesellschaftliches Engagement im Gegensatz zu Unternehmen ohne Familieneinfluss nicht nur als Verpflichtung, sondern auch als Teil ihrer grundsätzlichen Ausrichtung ansehen. Wie aber kann der Deutsche Mittelstand von der Übernahme gesellschaftlicher Verantwortung gegenüber seinen Stakeholdern profitieren?

Münchener Beiträge zur Nachhaltigen Entwicklung – Band 1 (2006): CSR – Erfolgsfaktor für den Mittelstand, München.

Stiftung Familienunternehmen (2007): Das gesellschaftliche Engagement von Familienunternehmen, München.

Corporate Governance in Familienunternehmen aus dem Blickwinkel der Aktionäre

Corporate Governance in Family Businesses from the perspective of Shareholders

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 gesehen werden kann. Im engeren Sinne ist Corporate Governance ein Bestandteil börsennotierter Unternehmen. Bei diesem Unternehmenstypus sollen Corporate Governance Richtlinien dazu beitragen, dass der Vorstand im Sinne der Aktionäre handelt. Bei Familienunternehmen, wo die Familie oftmals alle Eigenkapitalanteile hält, stellt sich die Frage, ob Corporate Governance Richtlininen überhaupt Sinn machen. Gehen Sie in der Bachelorarbeit dieser Frage vor dem Hintergrund der Aktionärsinteressen nach.

Frasl, Rieger (2006): Family Business Handbuch, Wien.

Carney, Michael (2005): Corporate Governance and Competitive Advantage in Family controlled firms. Entrepreneurship: Theory & Practice 29, 3 , S. 249-265.

Netzwerke und Cluster

Cluster – Chancen für überdurchschnittliches Wachstum oder ein politisches und ökonomisches Modephänomen? – Cluster in Wissenschaft und politischer Praxis auf der ganzen Welt.

Cluster – Chances for extraordinary growth or just a political and economical fashion? – Cluster in the economic literature and the political praxis around the world.

Der Begriff Cluster ist zum Modewort in Wissenschaft und Politik geworden. Agglomerationen von Unternehmen in einer Branche oder einem Technologiefeld entlang der Wertschöpfungskette innerhalb einer Region können unter den richtigen Umständen große Vorteile für Unternehmen bringen und das wirtschaftliche Wachstum der Region oder ganzer Länder beschleunigen. Regierungen auf der ganzen Welt haben daher in den letzten Jahren immer wieder versucht Cluster zu erschaffen oder bestehende Agglomerationen zu fördern. Welche Vorteile bringen diese Versuche für Unternehmen und Volkswirtschaften? Unter welchen Umständen können geförderte Cluster weltweit erfolgreich sein bzw. sind erfolgreich? Ist es sinnvoll Milliarden von Euro für Clusterförderung auszugeben, oder wird hier vielfach lediglich Industriepolitik unter einem neuen Namen betrieben?

M.E. Porter (1998): *Clusters and the New Economics of competition*, Harvard Business Review

Sölvell, Ö., Lindqvist, G. and C. Ketels (2003): *The Cluster Initiative Greenbook*.

Sölvell, Ö., Lindqvist, G. and C. Ketels (2006): *Cluster Initiatives in developing and transition Economies*.

Strategische Allianz und Virtuelle Organisation – Verschiedene Formen von Netzwerken?

Strategic Alliances and Virtual Organizations – Two Different Forms of Networks?

Organisationen arbeiten miteinander zusammen, um Netzwerkvorteile auszuspielen. Insbesondere KMUs bilden strategische Allianzen, indem sie mittel- bis langfristige Partnerschaften knüpfen. Virtuelle Organisationen bestehen aus einem aktiven und latenten Netzwerk von Unternehmen. Sie schließen sich für die Erreichung dedizierter Ziele ad hoc zusammen und wechseln demnach vom latenten ins aktive Netzwerk und umgekehrt. Welches sind die Unterschiede und Gemeinsamkeiten dieser Formen der überbetrieblichen Zusammenarbeit? Welche Rolle spielen bestimmte Merkmale, wie bspw. der Einsatz von Informations- und Kommunikationstechnologien? Kann dabei von einer neuen Organisationsform gesprochen werden?

Scholz, C. (1997): *Strategische Organisation: Prinzipien zur Vitalisierung und Virtualisierung* (1st ed.). Landsberg/Lech: mi Verl. Moderne Industrie, pp. 349–381.

Sydow, J. (2006): Editorial – Über Netzwerke, Allianzsysteme, Verbünde, Kooperationen und Konstellationen. In J. Sydow (Ed.), *Management von Netzwerkorganisationen. Beiträge aus der "Managementforschung"* (4th ed., pp. 1–6). Wiesbaden: Betriebswirtschaftlicher Verlag Dr. Th. Gabler/GWV Fachverlage.

Tracing Interorganizational Relationships: Paradigms and Forms of Cooperation

Auf den Spuren interorganisationaler Beziehungen: Paradigmen und Formen der Kooperation

Organizations engage in interorganizational relationships (IOR). This makes sense if potential advantages outweigh the potential disadvantages of the cooperation. What are the theoretical foundations of IOR formation and how do IORs look like? The formation of IOR can be explained based on a variety of paradigms: transaction costs economics, resource dependency, strategic choice, stakeholder theory, organizational learning, and institutional theory. The forms of IORs include joint ventures, networks, consortia, alliances, trade associations, and interlocking directorates. To what extent do the theoretical paradigms explain different forms of IORs? What is the structure of the respective IOR form? Finally, what are the contributions and limitations of these paradigms in explaining IOR formation?

Oliver, C. (1990): *Determinants of Interorganizational Relationships: Integration and Future Directions*. The Academy of Management Review, *15*(2), 241–265.

Barringer, B. R., & Harrison, J. S. (2000): *Walking a Tightrope: Creating Value Through Interorganizational Relationships*. Journal of Management, *26*(3), 367–403.

Innovationsmanagement

Nationale Innovationssysteme – Welche Faktoren verschaffen Regionen oder Nationen komparative Vorteile in speziellen Innovationstypen? Welche Standorte sind für welche Art von Technologien für Unternehmen von Vorteil?

National Systems of Innovation – How can regions or nations gain competitive advantage in different types of innovations? Which locations are superior for firms in certain technological fields?

Der Begriff der Nationalen Innovationssysteme hat in den letzten 15 Jahren in der Wissenschaft und der Politik schnell große Beachtung gefunden. Die Ausgestaltung der institutionellen Rahmenbedingungen hat, so die einhellige Meinung, großen Einfluss darauf, welche Technologiebereiche erfolgreich sein können und welche Art von Innovationen hervorgebracht werden können. Warum sind High Tech Bereich wie etwa die Biotechnologie in den USA viel erfolgreicher als in Deutschland während im Maschinenbau oder der Automobilindustrie Deutschland große Vorteile gegenüber den USA hat? Warum sind diese Unterschiede persistent? Was kann/ sollte/ sollte nicht die Politik tun? Welche Schlüsse ergeben sich für global tätige Unternehmen?

Nelson, R.R. (1993): *National Innovation Systems – a Comparative Analyses*, Oxford University Press.

Fragberg, J., Mowery, D. C. and R. R. Nelson (2006): *The Oxford Handbook of Innovation*, Oxford University Press.

Does Public R&D Support Increase Firm Performance? A Review of Theoretical and Empirical Literature

Erhöht die öffentliche Förderung von F&E-Projekten die Leistungsfähigkeit von Unternehmen?

Policy-makers have a high interest in the ramifications of public R&D support. What effect does public funding have on different measures for firm performance such as growth, innovation activity or revenues? For example, public R&D funding can be stimulating and directly foster innovation, which is born out of the existence of market failures associated with R&D (Arrow, 1962). However, counter-effects such as a crowding out of private investments can outweigh the positive impact of public support. Classical analysis dating back to M. Keynes (Spencer and Yohe, 1970) suggests that by increasing the demand of R&D and hence its price, private investments are substituted by public ones. Other scholars argue that public funding acts as an endorsement of a company as being of high quality and hence can influence firm performance. Indirect effects are more subtle and the cumulative effect might be off either a positive or a negative sign.

Almus, M., and M. Czarnitzki (2003): *The Effects of Public R&D Subsidies on Firms' Innovation Activities: The Case of Eastern Germany*, Journal of Business & Economic Statistics, Vol. 21, No. 2, pp. 226-236.

Arrow, K. (1962): *The Economic Implications of Learning by Doing*, Review of Economic Studies, 29(2), pp. 155-173.

Spencer R. W., and W. P. Yohe (1970), *The Crowding Out of Private Expenditures by Fiscal Policy Actions*, Federal Reserve Bank of St. Louis *Review*, October 1970, pp. 12-24.

Guellec, D. and B. Van Pottelsberghe (2000), *The Impact of Public R&D Expenditure On Business R&D*, Economics of Innovation and New Technology, Taylor and Francis Journals, vol. 12(3), pp. 225-243.

Do 'Liberal Market Economies' Really Innovate More Radically than 'Coordinated Market Economies'? A Review of Literature

Innovieren „Liberale Marktökonomien" tatsächlich radikaler als „Koordinierte Marktökonomien?

In *Varieties of Capitalism: The Institutional Foundations of Comparative Advantage, Peter A. Hall and David Soskice* argue that technological specialization patterns are largely determined by the prevailing 'variety of capitalism'. The hypothesize that 'liberal market economies' (LME) (such as the United States or the United Kingdom) specialize in radical innovation, while 'coordinated market economies' (CME) focus more on incremental innovation. Defining radical innovations as those which entail *'substantial shifts in product lines, the development of entirely new goods, or major changes to the production processes…'* (Hall and Soskice, 2001, pp. 38-39), the authors stated that radical innovation is particularly important for dynamic technology fields, such as biotechnology, semiconductors, software, and telecommunications equipment. Incremental innovations, on the other hand, have been associated with technology fields such as machine tools, consumer durables, engines and specialized transport equipment. To test their hypothesis, Hall & Soskice (H&S) compared the technological specialization patterns of the United States (a typical LME) with those of Germany (a typical CME). They found that the European Patent Office granted relatively many patterns in dynamic technology fields to US inventors, and relatively many patents in technology fields associated with incremental innovations to German investors.

However, recent empirical evidence (see e.g. Akkermans et al. 2009, Taylor, 2004)) started rejecting H&S' hypothesis, arguing that H&S hypothesis cannot be upheld as a general rule, but it deserves closer scrutiny for a substantial number of industries and different definitions of radicality. In this bachelor thesis, you should describe this current research debate and critically discuss it. You should also discuss the applicability of the H&S theoretical framework for explaining international differences in the invention and implementation of radical (versus incremental) innovations.

Akkermans, D., Castaldi, C., Los, B. (2009): Do Liberal Market Economies Really Innovate More Radically than Coordinated Market Economies?. Research Policy 38, pp. 181-191.

Hall, P.A., Soskice, D., (2001): Varieties of Capitalism. The Institutional Foundations of Comparative Advantage. Oxford University Press, Oxford.

Taylor, M.Z. (2004), Empirical Evidence Against Varieties of Capitalism's Theory of Technological Innovation, International Organization 58, pp. 601-631.

Entrepreneurship- und Gründungsforschung

The Contrasting Roles of Government in the Support of Biotechnology Industry in the US and Germany. A Review of Literature

Die unterschiedlichen Rollen der Regierung bei der Unterstützung der Biotechnologie-Branche in den USA und Deutschland.

During the last 30 years, biotechnology development has taken different paths in the US and Germany. Although in Germany federal support programs started very early to target biotechnology, the innovative performance of this industry is lagging behind that of the US, where the federal support was less direct.

In this bachelor thesis, you should compare and discuss the advantages and disadvantages of the institutional make-up of these two countries, i.e. political, economic, and legal rules and regulations (e.g. national science and technology policies), which have been installed to promote biotechnology entrepreneurship and innovation in this industry.

Casper, S., J. R. Hollingsworth, R. Whitley (2005): *Varieties of Capitalism: Comparative Institutional Approaches to Economic Organization and Innovation*, In: Casper, S. & F. van Waarden (2005), Innovation and Institutions: A Multidisciplinary Review of the Study of Innovation Systems, Edward Elgar Publishing, pp. 193-229.

Casper, S. (2000): *Institutional Adaptiveness, Technology Policy, and the Diffusion of New Business Models: The Case of German Biotechnology*, Organization Studies 21(5), pp. 887-914.

Giesecke, S. (2000): *The Contrasting Roles of Government in the Development of Biotechnology Industry in the US and Germany*, Research Policy 29, pp. 205-223.

Does a Clustered Location Matter for Bio-Technology Companies' Survival and Growth?

Beeinflusst ein Standort in einem Cluster für die Erfolgswahrscheinlichkeit der Unternehmung?

Young research-intensive high-technology firms tend to agglomerate in regions, by establishing their companies nearby public scientific institutes as providers of knowledge and infrastructure, and also clustering around large industrial companies and venture financing. The acceptance of the existence of cluster advantages is clearly visible when looking at national and regional public policies in Europe and US to enhance new firm formation in high-technology. Theoretically, it is suggested that various mechanisms such as low transaction costs, knowledge spillovers and tacit knowledge flows which result from spatial proximity and networking in clusters contribute to a better performance of firms. However, despite a growing literature on this topic, there is *scarce* empirical evidence on whether a clustered location results in a superior company performance. Giving an overview of recent work, Geenhuizen & Reyes-Gonzalez (2007, p. 1683) argue that there is a shortage of studies in which the theoretical and policy claims of the cluster advantages in biotechnology are critically evaluated on basis of a *systematic* and *longitudinal analysis*. Thu, also little can be said about the *precise mechanisms* which might underlie the link between cluster belonging and firm success. Particularly, the assumption that spatial proximity promotes learning and tacit knowledge flow is challenged by several scholars. The criticism is that e.g. highly specialized knowledge can also be transmitted among geographically distant actors, if they are embedded in specific organizational networks (such as strategic alliances) (see e.g. Bathelt et al. 2004). This thesis should address the following questions while reviewing and presenting theory and empirical evidence on the association between cluster embeddedness and firm performance: *(i)* whether and to what extent does cluster embeddedness result in a better performance of bio-technology firms, *(ii)* what distinguishes good clusters from "bad" ones or, put differently, can clusters be seen as being heterogeneous when it comes to their characteristics, development over time and their contribution to the firm development?

Bunker, K., J. Owen-Smith, W. Powell (2009): *Networks, Propinquity, and Innovation in Knowledge-Intensive Industries*, Administrative Science Quarterly, 54, pp. 90-122.

Baptista, R., Swann, P. (1998), *Do Firms in Clusters Innovate More?*, Research Policy 27, pp. 525-540.

Geenhuizen, van, M., & Reyes–Gonzalez, L. (2007): *Does a Clustered Location Matter for High-Technology Companies' Performance? The Case of Biotechnology in the Netherlands.* Technological Forecasting and Social Change, 74, pp. 1681–1696.

Erfolgsfaktoren und Erfolgsmessung von Entrepreneurship

Innovative Unternehmensgründungen sind der Motor moderner Ökonomien. Mit ihnen kommen neue Produkte, Technologien und Konzepte auf den Markt. Sie erhalten den Wettbewerb und führen zu Produktivitätswachstum. Innovative Gründungen sind wichtige Träger des wirtschaftlichen, technologischen und sozialen Wandels. Daher bietet ein Überblick der theoretischen Ansätze der Gründungs- und Faktorenforschung sowie ein Vergleich der empirischen Untersuchungen aus diesem Bereich nicht nur neuen Unternehmern Anhaltspunkte für ein erfolgreiches Wirtschaften, sondern ist auch für Politik, Wirtschaft und Wissenschaft sehr wichtig. Diese können anhand der Erkenntnisse z.B. ihre Wirtschaftspolitik, bestimmte Fördermaßnahmen und nicht zuletzt die Business-Ausbildung besser gestalten.

Das Wissenschaftsgebiet Entrepreneurship ist noch verhältnismäßig jung. Systematische Untersuchungen über den Unternehmenserfolg begannen erst Ende der 70/Anfang der 80 Jahren in den USA. Am Beginn der Erforschung von Entrepreneurship standen vor allem die Persönlichkeitsmerkmale („traits“) von Entrepreneuren im Mittelpunkt. **Ende der 80er und Anfang der 90er Jahre wurde eine Reihe von Artikeln veröffentlicht, die den „trait approach“ kritisierten. Infolgedessen** konzentrierte sich die Forschung auf eine Reihe von neuen Aspekten , z.B. darauf, wie Entrepreneure Wissen, Informationen, Netzwerke und anderer Ressourcen nutzen, um ihre Unternehmen aufzubauen oder auf die Rolle von Teams und Geschäftsmodellen sowie auf wirtschaftlichen Fördermaßnahmen.
Vor diesem Hintergrund stellen sich vor folgende zwei Forschungsbereiche als wichtig heraus.

Welche Persönlichkeitsmerkmale des Entrepreneurs stellen einen Erfolgsfaktor dar? - Eine Literaturübersicht der theoretischen und empirische Erkenntnisse

Which personality traits of entrepreneur can be considered as a success factor? A review of theoretical and empirical insights

Im Rahmen der „traits“-Forschung sind vor allem Persönlichkeitsmerkmale wie eine hohe interne Kontrollüberzeugung („internal locus of control“), ein stark ausgeprägtes Leistungsstreben („need of achievement“) sowie eine hohe Risikobereitschaft („risk taking“) von Bedeutung. Insgesamt setzte sich allmählich die Erkenntis durch, dass für den Erfolg des gegründeten Unternemens die Persönlichkeitsmerkmale zwar nicht das Hauptkriterium, zweifellos aber sehr wichtig sind.

Jacobsen, L. K. (2006): Erfolgsfaktoren bei der Unternehmensgründung. Entrepreneurship in Theorie und Praxis. Deutscher Universitäts-Verlag: Wiesbaden 2006

Rauch, A. /Frese, M. (2007): *Let's put the person back into entrepreneurship research: A meta-analysis on the relationship between business owners' personality traits, business creation, and success*. European Journal of Work and Organizational Psychology, 16 (4): 353-385

Welche organisationalen und externen Dimensionen beeinflussen maßgeblich den Erfolg bei der Unternehmensgründung? - Eine Literaturübersicht der theoretischen und empirische Erkenntnisse

Which organizational and external dimensions significantly impact the success of business ventures? A review of theoretical and empirical insights

Andere Forschungsarbeiten erkennen, dass die Erklärung von Erfolg nicht nur die Berücksichtigung der Persönlichkeitsmerkmale voraussetzt, sondern und vor allem auch der organisatorischen Dimension wie z.B. das jeweilige Geschäftsmodell, die formelle und informelle Struktur, seine Organisation, die Strategie, die Planung sowie die Finanzierung. Darüber hinaus spielt auch das Umfeld des spezifischen Unternehmens (externe Dimension) eine wichtige Rolle.

Jacobsen, L. K. (2006): Erfolgsfaktoren bei der Unternehmensgründung. Entrepreneurship in Theorie und Praxis. Deutscher Universitäts-Verlag: Wiesbaden 2006

Lumpkin, G. T. /Dess, G. G. (1996): *Clarifying the entrepreneurial orientation construct and linking it to performance.* Academy of Management Review, 21(1): 135-172

van Gelderen, M. / Thurik, R. / Bosma, N. (2006). *Success and risk factors in the pre-startup phase*. Small Business Economics, 26, 319-335.

How Entrepreneurial is Your Firm? – How to Assess the Entrepreneurial Orientation of Organizations

Wie unternehmerisch ist Ihr Unternehmen? – Bewertungsmöglichkeiten der unternehmerischen Ausrichtung von Organisationen

Corporate structure, corporate culture, and corporate strategy moderate the ability of an organization to innovate and constitute the organization's entrepreneurial orientation. Innovation—encompassing new products, new services, and new processes—is one outcome of corporate entrepreneurship. In contrast to a broad economic view, in a corporate context, new business venturing, self-renewal, risk-taking, proactiveness, and competitive aggressiveness are additional outcomes of an entrepreneurial orientation. How to assess the entrepreneurial orientation of a company? What are the methods and the measures to evaluate possible entrepreneurial outcomes of a corporation?

Antoncic, B., & Hisrich, R. D. (2003) : *Clarifying the intrapreneurship concept*. Journal of Small Business and Enterprise Development, 10(1), 7–24.

Hornsby, J. S., Kuratko, D. F., & Zahra, S. A. (2002): *Middle managers' perception of the internal environment for corporate entrepreneurship: assessing a measurement scale*. Journal of Business Venturing, 17(3), 253–273.

Determinants of Corporate Entrepreneurship – A Cognitive Perspective

Determinanten von Corporate Entrepreneurship – Eine kognitive Perspektive

Research suggests that role schemas of intrapreneurs and entrepreneurs differ. A role schema (or mental script) is partly shaped by the context and directs the intrapreneur's or the entrepreneur's respective actions: Which knowledge structures are used to make assessments, judgments, or decisions leading to opportunity evaluation, venture creation, and growth? Both intrapreneurs and entrepreneurs act in different contexts: The intrapreneur within an established corporation and the entrepreneur in the market. What is the surrounding context of both intrapreneurs and entrepreneurs? What are the role schemas of entrepreneurs and fledgling intrapreneurs? How does the context influence or even determine the entrepreneur's and the intrapreneur's role schemas?

Pinchot, G., III. (1985): *Intrapreneuring: Why you don't have to leave the corporation to become an entrepreneur.* New York: Harper & Row, pp. 195–259.

Corbett, A. C., & Hmieleski, K. M. (2007): *The Conflicting Cognitions of Corporate Entrepreneurs.* Entrepreneurship Theory and Practice, 31(1), 103–121.

Informations- und Kommunikationstechnologien

Soziale Netzwerke: Diffusionsmechanismen und die Chancen für kleine Organisationen

Social Networks: Mechanisms of diffusion and opportunities for SMEs

Soziale Netzwerktools wie Xing, Facebook und Studi-VZ haben in den letzten Jahren eine hohe Bedeutung in der öffentlichen Aufmerksamkeit erhalten. Diese sozialen Netzwerke ziehen viele Nutzer an, die in diesen Portalen erstaunlich viele Informationen wie Interessen, Alter, Geschlecht und vor allem (Freundschafts-) Beziehungen zu anderen Nutzern angeben.

Für diese Arbeit sind insbesondere zwei Fragestellungen relevant: 1) Wie funktionieren die Diffusionsmechanismen von solchen sozialen Netzwerken? 2) Welche Möglichkeiten und Chancen bieten sich für kleinere Organisationen, um an solchen Netzwerken teilzunehmen und inwiefern können sie von der Teilnahme an solchen Netzwerken profitieren? Für die Beantwortung dieser beiden Fragen soll eine ausführliche Literaturrecherche erstellt werden, welche die theoretischen Aspekte beleuchtet und auch insbesondere empirische Arbeiten berücksichtigt. Insbesondere bei der zweiten Fragestellung ist eine eigene kritische Auseinandersetzung der Möglichkeiten nötig.

Goldenberg, J.; Han, S.; Lehmann, D. R; Hong, Jae W. (2009). *The Role of Hubs in the Adoption Process.* Journal of Marketing, Vol. 73 Issue 2, S. 1-13.

Trusov, M; Bucklin, R E; Pauwels, K (2009): *Effects of Word-of-Mouth Versus Traditional Marketing: Findings from an Internet Social Networking Site*. Journal of Marketing, Vol. 73 Issue 5, S. 90-102.

Businessmodelle: Shopping Communities als neues Geschäftsmodell

Business Models: Shopping Communities as a new Business Model

Im den letzten zwei Jahren sind im Internet durch den sogenannten Web 2.0-Boom sogenannte „Shopping-Communities“, wie z.B. brands4friends.de, entstanden, die auf den ersten Blick durch zwei herausragende Eigenschaften charakterisiert werden können: 1) Angebote sind immer limitiert, sowohl zeitlich als auch mengenmäßig und 2) Angebote werden nur an persönlich eingeladene Gäste versendet. Durch ein solches Modell sollen in der Regel Netzwerkeffekte, die sich bei der Ausbreitung von sozialen Netzwerkportalen schon bewährt haben, zurückgegriffen werden.

Ziel dieser Arbeit ist es das Konzept der Businessmodelle, welches in den letzten Jahren in der wissenschaftlichen Literatur an Bedeutung gewonnen hat, anhand des Beispiels der Shopping-Communities zu diskutieren. Welches bestehende Modell fasst dieses neue Geschäftsmodell am ehesten? Wie müssten bestehende Modelle evtl. erweitert werden? Ist es möglich anhand von solchen Businessmodellen die Erfolgswahrscheinlichkeit von Organisationen vorherzusagen?

Amit, R., & Zott, C. (2001*): Value Creation in E-Business.* Strategic Management Journal, 22, S. 493-520.

Malone, T.W. et. Al. (2006): *Do Some Business Modells Perform Better than Others?* Working Paper 4615-06, MIT Sloan School of Management.

Open Source Software: Erfolg durch die Anwendung von OSS?

Open Source Software: Success by applying OSS?

In der Softwarebranche hat seit einigen Jahren die Softwarekategorie der Open Source Software (OSS) einige Aufmerksamkeit erfahren. Unter OSS-Software werden in der Regel zwei Phänomene verstanden: Zum einen ein spezieller Softwareentwicklungsprozess und zum anderen ein bestimmtes Vertriebsmodell der Software, die häufig kostenlos im Internet heruntergeladen werden kann und die grundsätzlich den Quellcode – eine Art Blaupause für das Softwareprodukt – in den Vertrieb miteinschließt. In der Diskussion über solche Software ist ein häufig beleuchteter Aspekt, dass durch den in der Regel kostenlosen Vertrieb der Software deutliche Kosteneinsparungen in den IT-Abteilungen möglich sind. Demgegenüber stehen allerdings eventuell höhere Betriebskosten der Software, da z.B. Mitarbeiter besser ausgebildet werden müssen.

Ziel dieser Arbeit ist es eine umfassende Literaturrecherche und insbesondere Studien bzw. Metastudien in diese Arbeit zu berücksichtigen, die sich explizit mit der Messung des Erfolges von OSS in Organisationen, insbesondere KMUs, beschäftigen.

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

Josh Lerner, Jean Tirole (2002): *Some Simple Economics of Open Source, The Journal of Industrial Economics*, 502, S. 197-234