

Bachelorthemen Frühjahr- / Sommersemester 2014 – Erfolgsstrategien und –faktoren im Mittelstand

Studierende, die ihre Bachelorarbeit am Lehrstuhl für Mittelstandsforschung und Entrepreneurship schreiben, können eines der im Folgenden vorgestellten Themen bearbeiten.

Die Bearbeitung der Bachelorarbeit kann – sofern dies die Prüfungsordnung zulässt - wahlweise auf Deutsch oder Englisch erfolgen.

Entrepreneurship- und Gründungsforschung

Success of Social Networking Site Startups – A Structured Review of Existing Literature

Erfolgsfaktoren von Gründungen im Bereich sozialer Netzwerke – Eine strukturierte Literaturanalyse

Social Networking Sites (SNS) are defined as online platforms allowing users to construct and display an online profile that might be publicly or semi-publicly available. Users can then link to the profiles of others, share connections and interact digitally, e.g. via online messages (Boyd and Ellison 2007). Startups associated with Social Networking Sites (SNS) such as Facebook or LinkedIn have seen tremendous growth in recent years, especially from a user perspective. They have thereby enabled new business models which are highly depending on this large user base, trying to exploit it for business reasons. Nevertheless, not all of the startups have been successful in this highly networked economy. Hence, the aim of this thesis is to conduct a structured interdisciplinary literature review on existing research on the associated drivers of success and failure of such social networking sites.

T: Boyd, D. M., and Ellison, N. B. 2007. "Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship," *Journal of Computer-Mediated Communication* (13:1), pp. 210–230.

T: Lin, K.-Y., and Lu, H.-P. 2011. "Why People Use Social Networking Sites: An Empirical Study Integrating Network Externalities and Motivation Theory," *Computers in Human Behavior* (27:3), pp. 1152–1161.

M: Bélanger, F., and Crossler, R. E. 2011. "Privacy in the Digital Age: A Review of Information Privacy Research in Information Systems," *MIS Quarterly* (35:4), pp. 1017–A36.

M: Okoli, C., and Schabram, K. 2010. "A Guide to Conducting a Systematic Literature Review of Information Systems Research," *Sprouts: Working Papers on Information Systems* (10:26), pp. 1–5.

M: Smith, H. J., Dinev, T., and Xu, H. 2011. "Information Privacy Research: An Interdisciplinary Review," *MIS Quarterly* (35:4), pp. 980–A27.

M: Webster, J., and Watson, R. T. 2002. "Analyzing the Past to Prepare for the Future: Writing a Literature Review," *MIS Quarterly* (26:2), pp. 13–23.

M: Wolfswinkel, J. F., Furtmueller, E., and Wilderom, C. P. M. 2011. "Using Grounded Theory as a Method for Rigorously Reviewing Literature," *European Journal of Information Systems*, pp. 1–11.

Bedeutung der Migrantenökonomie für die lokale Wirtschafts- und Beschäftigungs-entwicklung

The importance of ethnic businesses for the local economic and employment development

Seit Jahren wagen Migrantinnen und Migranten im Vergleich zu Deutschen ohne Migrationshintergrund überproportional häufig den Schritt in die Selbstständigkeit. Insbesondere in den urbanen Zentren wird die zunehmende wirtschaftliche Bedeutung von Selbstständigen mit Migrationshintergrund offensichtlich. Aus ersten wissenschaftlichen Analysen wird unter anderem deutlich, dass die lokale Migrantenökonomie insbesondere auf Stadtteilebene eine wichtige Rolle einnimmt.

Ungeachtet dessen wird dem Thema Migrantenökonomie in Bezug auf lokale Wirtschaftsprozesse bis dato kaum Beachtung geschenkt. Dabei rückt die Auseinandersetzung mit lokalen Ökonomien infolge der Finanz- und Wirtschaftskrise generell wieder stärker in den Fokus wirtschaftswissenschaftlicher Untersuchungen. Vor allem im Handwerk und im Dienstleistungssektor finden sich eine Vielzahl Soloselbstständiger und kleiner Unternehmen, die im Wesentlichen auf lokale oder regionale Märkte ausgerichtet und sich nicht zuletzt deshalb durch einen hohen Grad an lokalem bzw. regionalem Verantwortungsbewusstsein auszeichnen. Dementsprechend liegt die Vermutung nahe, dass die lokale Migrantenökonomie mit ihren Beschäftigungsmöglichkeiten und Ausbildungsplätzen von herausragender Bedeutung für das soziale Gefüge in strukturell benachteiligten Stadtteilen oder Regionen.

Es stellen sich somit (u.a.) folgende Fragen:

- 1) Welchen Stellenwert nehmen selbstständige Migrantinnen und Migranten mit Blick auf lokale Wirtschafts- und Beschäftigungsstrukturen ein?
- 2) Inwiefern ist die Förderung von lokalem Unternehmertum in Strategien der Stadtentwicklung eingebunden?
- 3) Inwiefern übernehmen Unternehmerinnen und Unternehmer mit Migrationshintergrund soziale Funktionen auf Stadtteilebene, z.B. mit Blick auf Integrationsprozesse?

Die Arbeit kann auf Grundlage von Sekundärliteratur geschrieben werden. Die Durchführung eigener empirischer Untersuchung ist erwünscht aber nicht notwendigerweise erforderlich.

Schuleri-Hartje, Ulla-Kristina et al. (Hrsg.): Ethnische Ökonomie – Integrationsfaktor und Integrationsmaßstab, Berlin, 2005.

Hanesch, Walter/ Krüger-Conrad, Kirsten (Hrsg.): Lokale Beschäftigung und Ökonomie. Herausforderung für die „Soziale Stadt“, Wiesbaden, 2004.

Hillmann, Felicitas (Hrsg.): Marginale Urbanität. Migrantisches Unternehmertum und Stadtentwicklung, Bielefeld, 2011.

Soloselbständigkeit – zwischen Selbstverwirklichung und Selbstausbeutung

Solo-self-employment –between of self-realisation and self-exploitation

Berufliche Selbständigkeit war schon immer von einem beachtlichen Anteil von Personen geprägt, die lediglich ihren eigenen Arbeitsplatz geschaffen haben – sogenannte Soloselbständige. Doch der zahlenmäßige Auftrieb dieser Gruppe erreicht zwischenzeitlich ungewohnte Dimensionen. Während in den letzten 20 Jahren die Zahl der Arbeitsplätze schaffenden Selbständigen nahezu stagniert, hat sich die Zahl der allein arbeitenden Selbständigen fast verdoppelt und macht über die Hälfte aller selbständig Erwerbstätigen aus.

Soloselbständigkeit geht teils mit prekären Einkommen, Subunternehmertum, wechselnden Statuspositionen und daher oftmals mit mehr Abhängigkeit als Freiheit einher. Allerdings zeigt sich auch eine andere Seite: Viele Soloselbständige sind autonome Wissensdienstleister, die bewusst alleine arbeiten, denn in einer wissensbasierten und vernetzten Wirtschaft kommt der eigenen Qualifikation häufig eine größere Bedeutung zu als die Verfügung über zusätzliche Arbeitskräfte.

Welche Bedeutung hat die Gruppe der allein arbeitenden Selbständigen und wie setzt sie sich zusammen? Wie viele sind es und in welchen Branchen sind sie tätig?

Welche Ursachen und Motive sind für den Anstieg und diese Form der Erwerbstätigkeit ausschlaggebend? Ist es das Streben nach Unabhängigkeit oder der einzige Ausweg aus der Arbeitslosigkeit?

Bögenhold, Dieter und Fachinger, Uwe (2012): Selbständigkeit im System der Erwerbstätigkeit. In: *Sozialer Fortschritt* 11-12, S. 277-287

Brenke, Karl (2013): Allein tätige Selbständige: starkes Beschäftigungswachstum, oft nur geringes Einkommen. In: *DIW Wochenbericht: Solo-Selbständige* 07, S. 3-16.

Leicht, René und Philipp, Ralf (2007): Allein mit Wissen? Triebkräfte und Charakteristika der Entwicklung von Solo-Selbständigkeit in Deutschland. *Wirtschaftspolitische Blätter* 0307, S. 87-100.

Strategien von kleinen und mittelständischen Unternehmen für die Fachkräftesicherung: Die Bedeutung von Aus- und Weiterbildung

Strategies of SMEs in securing skilled labor: the importance of apprenticeship and professional training

Die Unternehmensentwicklung hängt von der Aneignung und Nutzung spezifischer Ressourcen ab. Um im Wettbewerb bestehen zu können bedarf es der kontinuierlichen Verbesserung der betrieblichen Leistungspotentiale, einer höheren Produktivität und daher einer umfassenden Erzeugung und Aneignung von Wissen im weitesten Sinne. Mehr denn je hängt der wirtschaftliche Erfolg der Unternehmen davon ab, inwieweit es gelingt das Humankapital der Beschäftigten zu nutzen und durch Aus- und Weiterbildung zu optimieren. Die Qualifikation der Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen ist ein zentraler Faktor für das Überleben und den Erfolg am Markt. Diesbezüglich sind die Chancen und Hemmnisse jedoch ungleich verteilt.

Insbesondere mit Blick auf kleinere Unternehmen werden nicht selten Zweifel laut, ob sie den Anforderungen des Strukturwandels durch stärkere Bildungsinvestitionen gerecht werden können. Zum einen werden gezielte Investitionen in Forschung und Entwicklung viel eher größeren Unternehmen zugeschrieben. Zum anderen mangelt es vielen kleineren Betrieben auch an strategischer Voraussicht und an Möglichkeiten, geeignetes Personal zu rekrutieren oder das vorhandene Humankapital durch die Weiterbildung der Beschäftigten zu verbessern. In der Tendenz zeigt sich, dass das Engagement kleinerer Unternehmen bei „klassischen“ Formen der Weiterbildung bzw. in der Verfolgung organisierter Weiterbildung noch vergleichsweise gering entwickelt ist, da kleinere Unternehmen i.d.R. kaum über eine formale Personalplanung und vor allem nicht über ausreichend Zeit und Kapazitäten verfügen, um Personalausfälle zu verkraften. Stattdessen werden hier wissensbezogene Investitionen stärker im Bereich der Erstausbildung im Dualen Berufsbildungssystem vorgenommen.

Mit welchen Strategien rekrutieren KMUs das erforderliche Wissen? In welchem Umfang investieren sie durch Aus- und Weiterbildung in die Unternehmensentwicklung und dabei in ihr Personal?

Rosenblatt, Bernhard von (2012): Das Beteiligungsgefälle in der betrieblichen Weiterbildung nach Unternehmensgröße und Beschäftigtengruppen. In: Loebe, Herbert und Severing, Eckart (Hrsg.): *Qualifizierungsberatung in KMU – Förderung der systematischen Personalentwicklung*. Bielefeld. S. 17-33.

Hartung, Silke (2012): Betriebliche Berufsausbildung und Weiterbildung in Deutschland. IAB Expertise für den Datenreport zum Berufsbildungsbericht 2013. Nürnberg.

Why do Startups Fail? A Systematic Literature Review

Wieso scheitern Startups? Eine systematische Literaturanalyse

“Nine out of ten businesses fail; so I came up with a foolproof plan — create ten businesses.”—
Robert Kiyosaki.

A large number of startups fail. The reasons are manifold and might be found in different parts of the businesses ecosystems: The market might be too small, the product can be of poor quality, the business model can be meager, or the management team or the financing might be weak. This thesis tries to shed light on these reasons by conducting a systematic literature review leveraging the entrepreneurship literature. Questions such as “what has been found in the literature to foster the dying of startups? Why do entrepreneurial ventures fail?” shall be addressed during the search. If a more narrow focus is needed, we will adjust to only investigating the failure factors of IT-associated startups.

Douma, S. 1991. “Success and Failure in New Ventures,” *Long range planning* (24:2), pp. 54–60.

Duchesneau, D. A., and Gartner, W. B. 1990. “A Profile of New Venture Success and Failure in an Emerging Industry,” *Journal of Business Venturing* (5:5), pp. 297–312.

M: Bélanger, F., and Crossler, R. E. 2011. “Privacy in the Digital Age: A Review of Information Privacy Research in Information Systems,” *MIS Quarterly* (35:4), pp. 1017–A36.

M: Okoli, C., and Schabram, K. 2010. “A Guide to Conducting a Systematic Literature Review of Information Systems Research,” *Sprouts: Working Papers on Information Systems* (10:26), pp. 1–5.

M: Smith, H. J., Dinev, T., and Xu, H. 2011. “Information Privacy Research: An Interdisciplinary Review,” *MIS Quarterly* (35:4), pp. 980–A27.

M: Webster, J., and Watson, R. T. 2002. “Analyzing the Past to Prepare for the Future: Writing a Literature Review,” *MIS Quarterly* (26:2), pp. 13–23.

M: Wolfswinkel, J. F., Furtmueller, E., and Wilderom, C. P. M. 2011. “Using Grounded Theory as a Method for Rigorously Reviewing Literature,” *European Journal of Information Systems*, pp. 1–11.

Qualitätsindikatoren der Existenzgründungsberatung für mittelständische Unternehmen.

The importance of ethnic businesses for the local economic and employment development

Die Gründungsberatungslandschaft in Deutschland zeichnet sich durch eine hohe Heterogenität aus. Hinter dem Etikett der „Beratung“ sammelt sich eine Vielzahl verschiedener privater und öffentlicher Einrichtungen, die ganz unterschiedliche inhaltliche Angebote an potentiell Interessierte machen. Die Angebote unterscheiden sich stark in der Intensität, den Handlungsspielräumen und Weisungsbefugnissen gegenüber den Ratsuchenden: Es finden sich Berater, die Interessenten über einen längeren Zeitraum coachen, neben reinen Erstanlaufstellen zur Informationsweitergabe. Andere Einrichtungen wiederum haben zudem Befugnisse, finanzielle Förderung auszusprechen.

Dementsprechend sind sowohl die Inhalte der Gespräche als auch die Methoden angepasst: Während sich einige Stellen um die Erarbeitung eines förderberechtigten Businessplans bemühen, geht es bei anderen Gesprächen inhaltlich deutlich „tiefer“, neben betriebswirtschaftlichen Kennziffern ist auch das persönliche Umfeld der Ratsuchenden Thema.

Somit stellt sich die Frage, welche Kennzeichen oder Charakteristika eine Existenzgründungsberatung für mittelständische Unternehmen aufweisen sollte, um Ratsuchende erfolversprechend in den Weg der Selbständigkeit zu begleiten.

Es stellen sich (u.a.) folgende Fragen:

- Welchen Einfluss kann eine Existenzgründungsberatung auf die spätere Selbständigkeit nehmen?
- Welche Bausteine muss eine „erfolgreiche“ Gründungsberatung haben? Zum einen bezüglich der vermittelten Inhalte als auch der Form der Vermittlung
- Was ist letztendlich das Ziel einer „erfolgreichen“ Existenzgründungsberatung?

Die Arbeit kann auf Grundlage von Sekundärliteratur geschrieben werden. Der Bezug zur Praxis der Existenzgründungsberatung ist erwünscht.

Peters, Sascha A; Anderseck, Klaus (2009). Gründungsberatung. Stuttgart.

Cornelia Maier-Gutheil (2009). Zwischen Beratung und Begutachtung. Pädagogische Professionalität in der Existenzgründungsberatung. Wiesbaden.

Entwicklung, Einfluss und Bedeutung der Migrantenökonomie im internationalen Vergleich

International comparison of the development, influence and significance of ethnic entrepreneurship

In den zunehmend von Migrationsprozessen geprägten Gesellschaften steigt auch die Bedeutung des Unternehmertums von Zugewanderten. Der Migrantenökonomie wird vor diesem Hintergrund ein hoher Einfluss hinsichtlich der wirtschaftlichen Innovationsfähigkeit und Internationalisierung eines Landes attestiert. Die wissenschaftliche Auseinandersetzung mit der Thematik ist im Gegensatz dazu insbesondere in Deutschland noch relativ jung. Untersuchungen zu den unternehmerischen Tätigkeiten einzelner Ethnien und deren Einfluss auf ökonomische Entwicklungen beruhen zwar grundsätzlich auf einer langen Tradition, sind aber hierzulande nur in geringem Maße Gegenstand aktueller sozial- und wirtschaftswissenschaftlicher Forschung. Demgegenüber lässt sich in „klassischen“ Einwandererländern (wie bspw. USA, Kanada, Australien) ein stärkeres Forschungsinteresse mit Blick auf die Analyse ethnischer Ökonomien verzeichnen.

Da der Thematik auch in Deutschland seit dem Beginn des 21. Jahrhunderts zunehmend wissenschaftliche Beachtung geschenkt wird, stellt sich die Frage, inwiefern im internationalen Maßstab Gemeinsamkeiten und Unterschiede mit Blick auf die Entwicklung, den Einfluss sowie die Bedeutung migrantischen Unternehmertums festzustellen sind. Hierzu bietet sich eine vergleichende Auseinandersetzung zwischen den Befunden amerikanischer und deutscher Forschung zu Migrantenökonomien an. Dazu sollten folgende Fragen im Mittelpunkt der Betrachtung stehen:

- 1.) Inwiefern unterscheiden sich die Befunde der Forschung zur Migrantenökonomie hinsichtlich ihrer wirtschaftlichen sowie gesellschaftlichen Entwicklung und Bedeutung zwischen Deutschland und den USA?
- 2.) Welche Forschungsschwerpunkte lassen sich im Vergleich zwischen Deutschland (bzw. Westeuropa) und den USA mit Blick auf bestehende Analysen zu Migrantenökonomien herausstellen?
- 3.) Inwiefern unterscheiden sich theoretische Ansätze und Forschungstrends bezüglich der Analyse von Migrantenökonomie im Vergleich zwischen Deutschland (bzw. Westeuropa) und den USA?

Die Arbeit kann auf Grundlage von Sekundärliteratur geschrieben werden.

Dana, L.-P. (2007): Handbook of Research on Ethnic Minority Entrepreneurship. A Co-evolutionary View on Resource Management, Cheltenham.

Waldinger, R./ Aldrich, H./ Ward, R. (1990): Ethnic Entrepreneurs. Immigrant Business in Industrial Societies. Newbury Park.

Institut für Mittelstandsforschung Mannheim (2004): Die Bedeutung der ethnischen Ökonomie in Deutschland. Push- und Pull-Faktoren für Unternehmensgründungen ausländischstämmiger Mitbürger. Mannheim.

Global Ecopreneurship Trends

Globale Trends des Ecopreneurship

In which sectors do start-ups create the most sustainable jobs? (last 10 years) A literature review aimed at uncovering global trends as to which business or economic sector efforts at launching environmentally sustainable start-ups or businesses create the most jobs. A secondary question: In which sectors are more jobs lost than gained?

Given the shift towards environmental sustainable energy sources, for example, what does the literature indicate in terms of the businesses or which are most apt to create more jobs after they have been started (versus, for example, those most apt to have fewer people hired because of efficiencies in new technologies or IT applications)? This topic could also tap literature which deals with efforts at educational or training strategies which raise the consciousness of would-be entrepreneurs in order to make their processes and products environmentally sustainable.

Michael Schaper, *MAKING ECOPRENEURS: Developing Sustainable Entrepreneurship* (2nd edition), (Gower)

Robert Isaak, *GREEN LOGIC: Ecopreneurship, Theory and Ethics* (Greenleaf Publishers)

Thaddeus McEwen, 'Ecopreneurship as a Solution to Environmental Problems' *International Journal of Academic Research in Business and the Social Sciences* May 2013, Vol 3, No. 5

Prerequisites for an 'Entrepreneurial Culture'

Vorraussetzungen für eine Unternehmenskultur

What is required to create entrepreneurial cultures and hot spots? How can the propensity to take risks and start up a company be stimulated by government policy? Education? (proximity between universities and a cluster of start-ups?) Access to financial credit?

The student who writes a thesis on this topic has two choices:

- (1) A literature review to answer the above questions and tap into the literature below or
- (2) Creating a questionnaire for use at the IfM at Mannheim (see MCEI site) to compare the different start-up activities in progress (such as the Start-up Lounge, the Entrepreneur Club, the Junior Accelerator, the MCEI site itself, etc.) in order to assess the relative effectiveness of these activities in contributing to an 'entrepreneurial culture' at the U. of Mannheim.

In this case, the student would have to define what is meant by an 'entrepreneurial culture', break it down into indicators and put these indicators into words in a questionnaire with a (eg.Likert) scaling system which permits the student to 'measure' which of these activities serves best to promote entrepreneurial thinking and practice.

Nathan Heller, 'Baywatched: How San Francisco's new entrepreneurial culture is changing the country', *The New Yorker*, October 13, 2013

Robert Isaak, From collective learning to Silicon Valley replication: The limits to synergistic entrepreneurship in Sophia Antipolis Research in *International Business and Finance* 23 (2009) 134-143

Edmund Phelps, *MASS FLOURISHING: How Grassroots Innovation Created Jobs, Challenge & Change* (Princeton), Chapter 10

David Kapan, *THE SILICON BOYS AND THEIR VALLEY OF DREAMS* (Perennial) The contemporary film 'Silicon Valley'

Aesthetics (Art/Style) in Management

Kunst im Management

A literature review of recent articles/books related to the role of aesthetics/style/art in management. Almost all texts have recently stressed the science of management, not management as an art.

Yet much of management deals with the intuitive, the aesthetic, the design modes which are most pleasing to potential customers (eg. the Ipad, Iphone—or, recent new automobile designs). This thesis would allow the student to discover recent articles and books which have considered the aesthetic or artistic or style dimensions of management and to make a judgement as to their contribution in the real economy.

Did the study of zen and calligraphy by Steve Jobs, for example, not make the style of the font and design of the Apple computer, much less the Apple stores, possible? To what extent is style as important as substance at 3D printing labs? For fashion designers?

Virginia Postrel, THE SUBSTANCE OF STYLE

John Kao, ENTREPRENEURSHIP; CREATIVITY AND ORGANIZATION (Prentice-Hall), or more recently, John Kao, JAMMING.

Richard Pascal and Anthony Athos, THE ART OF SE MANAGEMENT (Simon and Schuster)—particularly the chapter on zen in management.

Walter Isaacson, STEVE JOBS Steve Jobs, Stanford Commencement Address, 2005 (You-tube)

Familienunternehmen

Spezielle Herausforderungen für Familienunternehmen

Unique challenges for family firms

„Die Familie kann Stärke, gleichzeitig aber auch Schwäche des Familienunternehmens sein.“
Worauf zielt dieser Slogan ab, der häufig in Zusammenhang mit Familienunternehmen genannt wird? Definieren Sie was man allgemein unter einem Familienunternehmen versteht und zeigen Sie vor dem Hintergrund des Slogans die speziellen Herausforderungen für Familienunternehmen auf. Diskutieren Sie dabei auch, wo hierbei Unterschiede zu den großen Publikumsgesellschaften zu sehen sind. Sind die von Ihnen genannten Herausforderungen für alle Familienunternehmen gleich?

Klein, S. (2004): Familienunternehmen – Theoretische und empirische Grundlagen, Wiesbaden.

Frasl, Erwin J., Rieger, Hannah (2007): Family-Business-Handbuch. Zukunftssicherung von Familienunternehmen über Generationen, Wien.

Mitarbeiterbindung und -gewinnung in kleinen und mittleren (Familien-)Unternehmen

Retention and Recruiting of employees in SMEs

Der Fachkräftemangel ist bereits heute bei vielen Unternehmen zu spüren und wird von den Unternehmen selber als eine der zentralen Herausforderung für die Zukunft angesehen. Dieser Fachkräftemangel trifft fast jedes Unternehmen, besonders jedoch kleine und mittlere Unternehmen. Zum einen, da dieser Unternehmenstyp oftmals nicht so bekannt ist wie die großen Konzerne und deshalb Probleme hat, potentielle Arbeitnehmer auf sich aufmerksam zu machen, und zum anderen, da kleine und mittlere Unternehmen zumeist in ländlichen Regionen beheimatet sind und daher weniger attraktiv für Arbeitnehmer erscheinen. Was aber können gerade kleine und mittlere Unternehmen tun, um Mitarbeiter zu gewinnen und zu halten? Zeigen Sie dies theoretisch auf und diskutieren Sie vor diesem Hintergrund auch erfolgreiche Praxisbeispiele.

Felfe, J. (2008): Mitarbeiterbindung, Göttingen, Hofgrefe.

Klein, S. (2004): Familienunternehmen – Theoretische und empirische Grundlagen, Wiesbaden.

Familienunternehmen in der politischen Diskussion

The political discussion about family firms

Politiker betonen immer wieder gerne, dass Familienunternehmen das Rückgrat der deutschen Wirtschaft darstellen. Was aber genau verstehen Politiker und politische Parteien unter Familienunternehmen und was sind die wesentlichen Charakteristika, die sie für diese Unternehmensgruppe betonen? Welche Impulse sollen Familienunternehmen ihrer Ansicht nach in Wirtschaft und Gesellschaft setzen? Finden sich Unterschiede in den Aussagen von Politikerinnen und Politikern der unterschiedlichen Parteien?

Adenauer, P. (2009): Die Werte der Familienunternehmer. In: Rösler, P., Lindner, C. (2009): Freiheit gefühlt – gedacht – gelebt, VS Verlag für Sozialwissenschaften, Wiesbaden.

Dusch, J. (2009); Familienunternehmen und Medien – Abschied von alten Denkmustern. In: Kirchdörfer, R., Lorz, R, Wiedemann, A., Kögel, R., Frohnmayr, R. (2009): Familienunternehmen in recht, Wirtschaft, Politik und Gesellschaft, Beck, München.

Netzwerke

Motives of Network Formation and the Network Formation Process

Motive und Prozess der Netzwerkbildung

There are several reasons for and theoretical perspectives of network formation (Oliver, 1990; Barringer & Harrison, 2000; Ebers, 1999). For instance, networks form for the reason of their member firms to gain market access, exchange technology, strengthen their brands, or extend their product range, just to name a few (Child, Faulkner, & Tallman, 2005). Furthermore, there are different paths for networks to form (Doz, Olk, & Ring, 2000). What are the different motives of network formation and what is the process thereof? The topic of the present thesis revolves around different types of networks and their reason for formation. Furthermore, the author will link the reasons of network formation with the process thereof.

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

Child, J., Faulkner, D., & Tallman, S. B. (2005). *Cooperative strategy* (2. Ausg.). Oxford: Oxford University Press.

Doz, Y. L., Olk, P. M., & Ring, P. S. (2000). Formation processes of R&D consortia: which path to take? Where does it lead? *Strategic Management Journal*, 21(3), pp. 239-266.

Ebers, M. (1999). Explaining Inter-Organizational Network Formation. In M. Ebers, *The formation of inter-organizational networks* (pp. 3-40). Oxford: Oxford University Press.

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

Network Management between Pursuing Goals at Different Levels and Building the Cooperation

Netzwerkmanagement im Spannungsfeld verschiedener Ebenen und Kooperationsaufbau

There is a presence of conflicting and competing goals in interorganizational networks (Winkler, 2006). Leadership is a challenging job to perform because network managers often lack formal authority and, thus, oscillate between lack of power and building the network (Sydow, Lerch, Huxham, & Hibbert, 2011). What are central mechanisms of managing networks? How can a central person—i.e. a network manager—resolve conflicts at the network level? The topic of this study will lie in the nexus of pursuing goals at different levels (Huxham & Vangen, 1996) and of building the network as a legitimate unit as a form, an entity, and as interaction (Human & Provan, 2000).

Human, S. E., & Provan, K. G. (2000). Legitimacy Building in the Evolution of Small-Firm Multilateral Networks: A Comparative Study of Success and Demise. *Administrative Science Quarterly*, 45(2), pp. 327-365.

Huxham, C., & Vangen, S. (1996). Working together: Key themes in the management of relationships between public and non-profit organizations. *International Journal of Public Sector Management*, 9(7), pp. 5-17.

Sydow, J., Lerch, F., Huxham, C., & Hibbert, P. (2011). A silent cry for leadership: Organizing for leading (in) clusters. *The Leadership Quarterly*, 22(2), pp. 328-343.

Winkler, I. (2006). Network Governance Between Individual and Collective Goals: Qualitative Evidence from Six Networks. *Journal of Leadership & Organizational Studies*, 12(3), pp. 119-134.

Network Effectiveness by Traditional and Entrepreneurial Network Management

Netzwerkeffektivität durch traditionelles und unternehmerisches Netzwerkmanagement

Network effectiveness is main outcome of networks (Raab, Mannak, & Cambré, 2013). Its measurement varies at different levels of the network: the member organization, the network as a whole, and the community (Provan & Milward, 2001). When it comes to managing a network effectively, Turrini, Cristofoli, Frosini, & Nasi (2010) identify different fields of functioning characteristics of public networks. What does the concept of network effectiveness encompass? What are the different fields a network manager can organize the network? In this thesis, the author will elaborate on the concepts of managerial work (Page, 2003), generic networking, buffering instability/nurturing stability, and steering network processes and their link to network effectiveness.

Page, S. (2003). Entrepreneurial Strategies for Managing Interagency Collaboration. *Journal of Public Administration Research and Theory*, 13(3), pp. 311-339.

Provan, K. G., & Milward, H. B. (2001). Do Networks Really Work? A Framework for Evaluating Public-Sector Organizational Networks. *Public Administration Review*, 61(4), pp. 414-423.

Raab, J., Mannak, R. S., & Cambré, B. (2013). Combining Structure, Governance, and Context: A Configurational Approach to Network Effectiveness. *Journal of Public Administration Research and Theory*.

Turrini, A., Cristofoli, D., Frosini, F., & Nasi, G. (2010). Networking Literature about Determinants of Network Effectiveness. *Public Administration*, 88(2), pp. 528-550.

Informations- und Kommunikationstechnologien

Trust in Digital Currencies - A Literature Review

Vertrauen in digitale Währungen – Diskussion der Literatur

Larger retailers such as overstock.com are starting to accept Bitcoins in addition to Euros or other currencies; in addition US- and German legislators are among the first to actively discuss how to tax Bitcoin trading. While awareness of Bitcoins is increasing, many people lack even basic knowledge about how anonymous crypto-currencies function, including promises and risks, whether seen as a payment mechanism or as a collectible item (“digital gold”). In addition nobody even knows who started Bitcoins and many key facilitators lack a background in banking.

This leads to interesting research questions, such as: how do Bitcoin trading platforms encourage adoption and gain user trust? Does adoption by a significant mass of users of a currency create enough perceived trust to trump understanding of the underlying foundations and nonetheless lead to adoption by others?

Given the early link between Bitcoins and illicit activity (such as drug trade and money laundering), should accepting Bitcoins decrease the perceived trustworthiness of an online firm? Are there also potential benefits for startups in fast-paced regions like Silicon Valley, such as the value of an “up-to-date” image, first-mover advantages or reduced transaction fees?

These or similar questions should be further pursued in the Bachelor’s thesis, paying particular attention to publicly available information (websites, annual reports or company press releases).

CASTELLS, M. (1996). The rise of the network society. Volume I, The Information Age: Economy, Society and Culture. Malden, Massachusetts: Blackwell Publishers.

Groshoff, D. (2013) Kickstarter My Heart: Extraordinary Popular Delusions and the Madness of Crowdfunding Constraints and Bitcoin Bubbles (August 20, 2013). Available at SSRN: <http://ssrn.com/abstract=2313396> or <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.2313396>

Prins, C. (Ed.). (2002). Trust in Electronic Commerce: The Role of Trust from a Legal, an Organisational and a Technical Point of View (Vol. 15). Kluwer Law International.

Richey, S. (2007). Manufacturing trust: community currencies and the creation of social capital. *Political Behavior*, 29(1), 69-88.

Roca, J. C., García, J. J., & de la Vega, J. J. (2009). The importance of perceived trust, security and privacy in online trading systems. *Information Management & Computer Security*, 17(2), 96-113.

Singh, S. (2000). *Electronic commerce and the sociology of money*.

SINGH, S. and Slegers, C. (1997). *Trust and Electronic Money*. Policy Research Paper, No. 42. Melbourne: CIRCIT.

Taylor, M. B. (2013). Bitcoin and the age of bespoke silicon. In *Proceedings of the 2013 International Conference on Compilers, Architectures and Synthesis for Embedded Systems* (September 2013, p. 16). IEEE Press.

Greenwashing and Self-representation in select online SMBs

Greenwashing und Selbstdarstellung ausgewählter online-KMUs

Greenwashing, when businesses pretend to be greener than they are, has been heavily criticized in prominent cases like Apple Computer. While corporate social responsibility (CSR) is not a new topic, little or no research has been done on startups and SMBs that use greenwashing as a special form of symbolic management in order to acquire clients and or resources that would otherwise be harder to obtain. One such case is greengeeks.com, a webhosting provider that promises co2-neutrality, without backing up its claims with substantial evidence. Normal consumers have a hard time seeing through the web of intransparent and misleading information. To add to this problem of information asymmetry, government bodies like the environmental protection agency (epa.gov) with a strong signal effect to consumers, often do not require actual proof that businesses are co2-neutral in order to list them as such – the claim on behalf of the entrepreneur is enough, thus relying purely on the entrepreneur's reputation. Given a lack of sufficient sanctioning mechanisms and regulation, from a profit maximization perspective, when does it make sense for startups or SMBs to engage in Greenwashing (or window dressing)? What standards are in place in hi-tech and consumer products industries to allow consumers to clearly distinguish green from greenwashed (i.e. Fair Trade, biodegradable, use of renewable energy)? And finally, what is the relationship between green innovation and trust in the products/services of a firm and does this seem to differ by industry or even on a case-by-case basis? A central component of the Bachelor's thesis will be to survey and structure the relevant conceptual and empirical literature; given the limited number of journal articles on greenwashing, press articles should also be surveyed.

Alves, I. (2009). Green spin everywhere: How greenwashing reveals the limits of the CSR paradigm. *Journal of Global Change and Governance*, 2(1).

Hansen, E. G., Bullinger, A. C., & Reichwald, R. (2011). Sustainability innovation contests: evaluating contributions with an eco impact-innovativeness typology. *International Journal of Innovation and Sustainable Development*, 5(2), 221-245.

Bos- Brouwers, H. E. J. (2010). Corporate sustainability and innovation in SMEs: evidence of themes and activities in practice. *Business Strategy and the Environment*, 19(7), 417-435.

Corley, K., & Gioia, D. (2000). The rankings game: managing business school reputation. *Corporate Reputation Review*, 3(4), 319-333.

Gottlieb, R., Smith, M., & Roque, J. (1995). 'Greening or Greenwashing? The Evolution of Industry Decisionmaking. *Reducing Toxics: A New Approach To Policy And Industrial*

Decisionmaking, 170.+ Smid, G., Bijlsma- Frankema, K., Derksen, H., & Bernaert, G. (2005).

e- Innovation and trust dynamics. *Strategic Change*, 14(2), 93-106.

Winter, S. J., Saunders, C., & Hart, P. (2003). Electronic window dressing: impression management with websites. *European Journal of Information Systems*, 12(4), 309-322.

Yee, N., Bailenson, J. N., & Ducheneaut, N. (2009). The Proteus effect implications of transformed digital self-representation on online and offline behavior. *Communication Research*, 36(2), 285-312.

Zott, C., & Huy, Q. N. (2007). How entrepreneurs use symbolic management to acquire resources. *Administrative Science Quarterly*, 52(1), 70-105.

Trust formation on Crowdfunding-Platforms

Vertrauensbildung auf Crowdfunding-Plattformen

Research has examined crowdfunding as an alternative to traditional forms of venture finance, such as bootstrapping, bank lending and loans/investments by friends and family (Lasrado & Lugmayr, 2013) and the motivations behind donating or investing on these platforms (Gerber & Hui, 2013). In addition it has been found that, in addition to good media contacts, the geography of (Agrawal, 2011) and wording used in (Fernandes, 2013) project proposals significantly impacts the chances of success of crowdfunding campaigns. Little or no research has focused on how trust formation occurs prior to a crowdfunding decision and which trust mechanisms are involved. For example, is the entrepreneur/project team's reputation the only thing guaranteeing that the project is carried out once funded, and in the case of investment-based crowdfunding, that the money invested will be paid back? What are sanction- and reward mechanisms employed that establish trust on behalf of pledgers? And to what degree are funders/pledgers organizing themselves into groups to counteract information asymmetry and manage their downside risk? How do trust mechanisms in crowdfunding compare to those dominant in alternative financing methods such as with business angels, VC firms or traditional banks? Aside from a theoretical component and a review of the existing literature on the intersection between crowdfunding and trust, the thesis can contain an empirical component. For this a small number of qualitative interviews could be conducted with key actors.

Agrawal, A., Catalini, C., & Goldfarb, A. (2013). Crowdfunding: Social Frictions in the Flat World?.

Gerber, E. M., & Hui, J. (2013). Crowdfunding: Motivations and deterrents for participation. *ACM Transactions on Computer-Human Interaction (TOCHI)*, 20(6), 34.

Agrawal, A., Catalini, C., & Goldfarb, A. (2011). Friends, family, and the flat world: The geography of crowdfunding. NBER Working Paper, (16820).

Fernandes, R. (2013). Analysis of crowdfunding descriptions for technology projects (Doctoral dissertation, Massachusetts Institute of Technology).

Giudici, G., Guerini, M., & Rossi Lamastra, C. (2013). Why Crowdfunding Projects Can Succeed: The Role of Proponents' Individual and Territorial Social Capital. Available at SSRN 2255944.

Hui, J. S., Greenberg, M. D., & Gerber, E. M. (2014). Understanding the role of Community in Crowdfunding Work. CSCW.

Krasnova, H., Kolesnikova, E., & Guenther, O. (2010). Leveraging trust and privacy concerns in online social networks: An empirical study.

Lasrado, L. A., & Lugmayr, A. (2013). Crowdfunding in Finland—a new alternative disruptive funding instrument for businesses (Doctoral dissertation, Master Thesis. Business and Technology. Tampere University of Technology).

Metzger, M. J. (2004). Privacy, trust, and disclosure: Exploring barriers to electronic commerce.

Journal of Computer-Mediated Communication, 9(4), 00-00.

Shah, M. H., Okeke, R., & Ahmed, R. (2013). Issues of Privacy and Trust in E-Commerce: Exploring Customers' Perspective.

Vass, T. (2013). Adding Webinar Presentations to Equity Internet Crowd Funding Projects: Building Trust Relationships Online. Available at SSRN 2206616.

The Sharing Economy in the Information Age – an Overview of Emerging Business Models

Die Sharing Economy im digitalen Zeitalter – ein Marktüberblick der neu entstehenden Geschäftsmodelle

The information age is facilitating the sharing economy (a.k.a. share economy or collaborative economy) in unforeseen ways and to a largely unexpected degree.

Beyond traditional goods, consumers are increasingly also sharing their housing (prominent ways include via couchsurfing and airbnb.com) and their methods of transportation (carsharing, bikesharing, ridesharing). The emergence of such trusting novel business models signals a generational shift in the willingness to (over)trust online technology and accountability mechanisms. This raises research questions, such as which business models are the most successful in the sharing economy and what roles do trust and geographic proximity play in the willingness to adopt them? Also, what are incentives behind collaborative ownership and collaborative consumption? The work should be empirical, using publicly available documents (websites, annual reports, etc.).

Belk, R. (2013). You are what you can access: Sharing and collaborative consumption online. *Journal of Business Research*.

Byers, J. W., Proserpio, D., & Zervas, G. (2013). The Rise of the Sharing Economy: Estimating the Impact of Airbnb on the Hotel Industry. *Boston U. School of Management Research Paper (Forthcoming)*.

Castells, M. (2011). *The rise of the network society: The information age: Economy, society, and culture* (Vol. 1). Wiley. com.

CODE: Collaborative Ownership and the Digital Economy (2005) Edited by Rishab Aiyer Ghosh. Cambridge, MA: MIT Press.

Hamari, Juho and Ukkonen, Antti, The Sharing Economy: Why People Participate in Collaborative Consumption (May 30, 2013). Available at SSRN: <http://ssrn.com/abstract=2271971> or <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.2271971>

Cooper, M. (2006). From Wifi to Wikis and Open Source: The Political Economy of Collaborative Production in the Digital Information Age. *J. on Telecomm. & High Tech. L.*, 5, 125.

Heckscher, C.C. & Adler, P.S. (2006). The firm as a collaborative community: Reconstructing trust in the knowledge economy. New York: Oxford University Press.

Weaver, R. D. (2008), Collaborative pull innovation: origins and adoption in the new economy. *Agribusiness*, 24: 388–402. doi: 10.1002/agr.20165.