

# Themenvorschläge für Abschlussarbeiten zum 15.01.2019



**Kontakt:**

[organisation@wiwi.uni-goettingen.de](mailto:organisation@wiwi.uni-goettingen.de)

**Themenvorschläge für Abschlussarbeiten zum 15.01.2019**  
**Professur für Organisation und Unternehmensentwicklung**

Anmerkung: Bei der folgenden Auflistung handelt es sich um Themenvorschläge für Bachelorarbeiten. Einzelne Themenvorschläge, die einen entsprechenden Vermerk haben, können auch als Anregung für Masterarbeiten verwendet und ausgebaut werden. Eine Schwerpunktsetzung innerhalb einzelner Themen erfolgt in der ersten Phase des Betreuungsprozesses und soll durch den Autor der Abschlussarbeit wesentlich mitgestaltet werden. Ausdrücklich willkommen sind zudem eigene Themenvorschläge! Sprechen uns hierzu gerne persönlich an.

1. Die Rolle des/der ManagerIn bei der Internationalisierung von KMU	2
2. Deutsche Führungskräfte und indische Mitarbeiter: Führungsverhalten und Führungsinstrumente in Indien – eine Analyse von Hintergründen und Erfolgsfaktoren	3
3. Leadership in hochqualifizierten Teams und Projektgruppen	4
4. Unternehmen des informellen Sektors: Legitime Wirtschaftsform oder unlauterer Wettbewerb?	5
5. Das Scheitern der Sharing Economy: Eine Untersuchung unternehmerischen Misserfolgs	6
6. Herausforderungen und Chancen des institutionellen Umfeldes bei der Internationalisierung in Emerging Markets	7
7. Sharing Economy als Trend des kollaborativen Konsums - Stand der Forschung und Ausblick	8
8. Analyse der Wettbewerbstreiber des stationären Pflegemarktes in Deutschland	9
9. Unternehmensübernahmen im stationären Pflegemarkt	11

## 1. Die Rolle des/der ManagerIn bei der Internationalisierung von KMU

### Themenvorschlag: Masterarbeit, empirisch

Ziel der Arbeit ist es, die Rolle des/der ManagerIn im Kontext der Internationalisierung von kleinen und mittleren Unternehmen (KMU) zu untersuchen. Hierzu soll ein kurzer Überblick über den Stand der Forschung gegeben werden sowie eine Interviewstudie durchgeführt werden, bei der ManagerInnen in mittelständischen Unternehmen zum Thema Internationalisierung befragt werden. Der Fragebogen hierzu wird zur Verfügung gestellt. Auf Basis der Interviews soll eine Analyse zum Selbstverständnis von ManagerInnen im Kontext der Internationalisierung erfolgen.

Bei Interesse an diesem Thema können Sie sich gerne vorab bei Dr. Clarissa Weber melden.

#### *Einstiegsliteratur:*

Maitland, E.; Sammartina, A. (2015): Managerial Cognition and internationalization. *Journal of International Business Studies*, 46: 733-760.

Hutzschenreuter, T; Pedersen, T; Volberda, H. (2007): The Role of Path Dependency and Managerial Intentionality: A Perspective on International Business Research. *Journal of International Business Studies*, 38: 1055-1068.

Child, J.; Rodrigues, S.; Frynas J. (2009): Psychic distance, its impact and coping modes – Interpretation of SME decision makers. *Management International Review*, 49: 199-224.

## **2. Deutsche Führungskräfte und indische Mitarbeiter: Führungsverhalten und Führungsinstrumente in Indien – eine Analyse von Hintergründen und Erfolgsfaktoren**

Indien, eines der bevölkerungsreichsten Länder der Erde, zieht viele deutsche Unternehmen an. Dabei stehen deutsche Unternehmen in Indien gerade im Leadership vor besonderen Herausforderungen. Kenntnisse über die indische Lebens- und Arbeitskultur erscheinen unerlässlich. Die Fähigkeit, interkulturelle Schwierigkeiten zu meistern, entscheidet mitunter über den Erfolg der Zusammenarbeit. Erfolgreiches Leadership in Indien setzt somit Wissen über die Motive, Werte und Präferenzen indischer Mitarbeiter voraus.

Die diesbezügliche Abschlussarbeit soll dieses Thema aus wissenschaftlicher Perspektive systematisch beleuchten und in diesem Zusammenhang u.a. folgenden Forschungsfragen nachgehen: Wo liegen wesentliche kulturelle Unterschiede zwischen Indien und Deutschland? Warum wirft Leadership im indischen Kulturraum so häufig Probleme auf? Wie kann die Zusammenarbeit zwischen indischen Mitarbeitern und westlichen Führungskräften gestaltet werden? Wie sind indische Mitarbeiter an ein Unternehmen zu binden und welche Anreizsysteme können in der indischen Kultur eingesetzt werden?

### *Einstiegsliteratur:*

Yukl, G. (2012): Leadership in Organizations, 8. Aufl., Pearson, New York.

Wunderer, R. (2011): Führung und Zusammenarbeit, 9. Aufl., Stuttgart.

Cappelli, P.; Singh, H.; Singh, J.V.; Useem, M. (2010): Leadership Lessons from India, in: Harvard Business Review, March 2010, 1-9.

Messner, W. (2006): Das Management interkultureller Teams: Deutschland/Indien, in: W. Messner, Strategien deutscher Unternehmen in Indien, Frankfurt am Main, 223-237.

Lau Chin, J.; Trimble, J.E.; Garcia, J.E. (2018): Global and Culturally Diverse Leaders and Leadership: New Dimensions and Challenges for Business, Education and Society, Bingley, UK.

### 3. Leadership in hochqualifizierten Teams und Projektgruppen

In der heutigen Zeit sehen sich Organisationen vermehrt Aufgaben und Problemstellungen gegenüber, die mittels traditioneller abteilungsbezogener Aufbauorganisation nicht effizient erfüllt werden können. Die hohe Komplexität, Bedeutung oder Neuartigkeit von Aufgaben, beispielsweise im Consulting, in der Forschung oder im Eventmanagement, erfordert zu ihrer Bewältigung häufig funktionsübergreifend agierende Experten, welche hohe Kompetenzen mit hoher Effizienz verbinden.

Diesen Anforderungen kommen hochqualifizierte Teams und Projektgruppen entgegen, die hohe spezifische, zumeist interdisziplinäre Expertise und Kompetenzen zusammenbringen und die in kooperativer Weise die Aufgabe schnell und effizient bearbeiten können und dabei offen für Umweltveränderungen (z.B. veränderte Kundenwünsche) bleiben.

Leadership in derart hochqualifizierter Teams und Projektgruppen unterliegt typischerweise besonderen Anforderungen: Zunächst ist die Auswahl fachlich besonders qualifizierter Mitglieder von hoher Bedeutung, dann die Durchführung von Kick-Off-Meetings, die aktive Teamentwicklung, die Formulierung attraktiver Aufgaben und Ziele und vieles mehr. Eine besondere Herausforderung besteht darin, dass die Führung von hochqualifizierten Gruppen häufig eine Führungsaufgabe ‚auf Zeit‘ darstellt und durch weitgehenden Verzicht auf Hierarchie gekennzeichnet ist.

Die diesbezügliche Abschlussarbeit soll dieses Thema aus wissenschaftlicher Perspektive systematisch beleuchten und in diesem Zusammenhang u.a. folgenden Forschungsfragen nachgehen: Wie verläuft Leadership und Kooperation in hochqualifizierten Projektteams, welche Formen der Führung hochqualifizierter Teams werden unterschieden, und inwiefern eignet sich z.B. die verteilte Führung in diesem Zusammenhang? Ferner sind die Aufgaben bei der Führung in und von hochqualifizierten Teams zu diskutieren und evtl. Praxisbeispiele zu analysieren.

#### *Einstiegsliteratur:*

Yukl, G. (2012): Leadership in Organizations, 8. Aufl., Pearson, New York

Nerdinger, F.W. (2014): Teamarbeit. In: F.W. Nerdinger; G. Blickle; N. Schaper (Hrsg.), Arbeits- und Organisationspsychologie, 3. Aufl., Berlin, 103-118.

Blessin, B.; Wick, A. (2017): Führen und führen lassen. Ansätze, Ergebnisse und Kritik der Führungsforschung, 8. Aufl., Konstanz und München.

Wegge, J. (2004): Führung von Arbeitsgruppen, Göttingen.

Kuster, J. et al (2011): Handbuch Projektmanagement, 3. Aufl., Berlin.

Kühl, S. und Matthiesen, K. (2012): Wenn man mit Hierarchie nicht weiterkommt: Zur Weiterentwicklung des Konzepts des Lateralen Führens. In: S. Grote (Hrsg.), Zukunft der Führung, Berlin, 531-556.

Pearce, C.L.; Sims, H.P. (2002): Vertical versus shared leadership as predictors of the effectiveness of change management teams: An examination of aversive, directive, transactional, transformational and empowering leader behaviors. In: Group Dynamics: Theory, Research, and Practice, 6, 172-197.

#### 4. Unternehmen des informellen Sektors: Legitime Wirtschaftsform oder unlauterer Wettbewerb?

##### Themenvorschlag: Masterarbeit

Bis heute ist der informelle Sektor ein rätselhaftes und nur geringfügig erforschtes Phänomen. Wenngleich es keine einheitliche Definition für diesen Begriff gibt, bezieht er sich bei den meisten Forschern auf die Bereitstellung von Dienstleistungen und Gütern ohne eine ordnungsgemäße Anerkennung sowie Registrierung durch die zuständigen regulativen Behörden. Die allgemeinen Charakteristika sowie Motivation der Akteure in dieser Wirtschaftsform ist größtenteils unbekannt und umstritten. Einigkeit herrscht jedoch bei der Einschätzung der hohen gesamtwirtschaftlichen Bedeutung des informellen Sektors.

Wie alle Organisationen müssen auch diejenigen im informellen Sektor über ein gewisses Maß an Legitimität verfügen, um ihren Betrieb aufrechtzuerhalten und nicht als illegale Wettbewerber angesehen zu werden. Ziel der vorliegenden Arbeit ist es zu untersuchen, wie informelle Unternehmen, trotz ihrer Missachtung bestehender Regularien, von ihren Wettbewerbern wahrgenommen werden. Diesbezüglich könnte eine quantitative Analyse basierend auf Datenbanken erwogen werden.

##### *Einstiegsliteratur:*

Godfrey, Paul C. (2011): Toward a theory of the informal economy. In: The Academy of Management Annals 5 (1), S. 231–277.

Meyer, John W.; Rowan, Brian (1977): Institutionalized organizations: Formal structure as myth and ceremony. In: American Journal of Sociology 83 (2), S. 340–363.

Webb, Justin W.; Bruton, Garry D.; Tihanyi, Laszlo; Ireland, R. Duane (2013): Research on entrepreneurship in the informal economy: Framing a research agenda. In: Journal of Business Venturing 28 (5), S. 598–614.

Webb, Justin W.; Tihanyi, Laszlo; Ireland, R. Duane; Sirmon, David G. (2009): You say illegal, I say legitimate: Entrepreneurship in the informal economy. In: Academy of management Review 34 (3), S. 492–510.

## 5. Das Scheitern der Sharing Economy: Eine Untersuchung unternehmerischen Misserfolgs

### Themenvorschlag: Masterarbeit

Neue Kommunikationstechnologien und das gesamtgesellschaftliche Streben nach Nachhaltigkeit gaben den Anstoß zu einem Phänomen, das gemeinhin als Sharing Economy bezeichnet wird. Obgleich der Begriff sehr vielfältig verwendet wird, bezieht er sich zumeist auf Unternehmen, die online-basierte Vermittlungsplattformen bereitstellen und als Intermediär zwischen zwei Parteien fungieren, die Transaktionen des Teilens, Tauschens oder Verleihens durchführen wollten. Die zunehmende Verbreitung von Breitband-Internetverbindungen und Smartphones sorgte für eine immense Welle unternehmerischer Aktivität, die in zahlreichen Plattformen überall auf der Welt resultierte. Unzählige Gründerinnen und Gründer strebten nach großem Erfolg mit der Entwicklung und Verbreitung von app-basierten Online-Plattformen. War das gewaltige Wachstum von Plattformen wie Uber, Airbnb und Couchsurfing stets ein Ansporn für viele Unternehmer, so gerät oft in Vergessenheit, wie viele dieser Unternehmungen bereits wieder verschwunden sind.

Ziel der vorliegenden Arbeit ist die Analyse der Gründe für das Scheitern dieser speziellen Geschäftsmodelle.

#### *Einstiegsliteratur:*

Atsan, N. 2016. Failure Experiences of Entrepreneurs: Causes and Learning Outcomes. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 235: 435–442.

Belk, R. 2014. You are what you can access: Sharing and collaborative consumption online. *Journal of Business Research*, (67): 1595–1600.

Botsman, R., & Rogers, R. 2011. What's mine is yours: How collaborative consumption is changing the way we live.

Duchesneau, D. A., & Gartner, W. B. 1990. A profile of new venture success and failure in an emerging industry. *Journal of Business Venturing*, 5(5): 297–312.

Mantere, S., Aula, P., Schildt, H., & Vaara, E. 2013. Narrative attributions of entrepreneurial failure. *Journal of Business Venturing*, 28(4): 459–473.

## **6. Herausforderungen und Chancen des institutionellen Umfeldes bei der Internationalisierung in Emerging Markets**

Die geografische Expansion von Unternehmen über die Grenzen souveräner Staaten hinweg – gemeinhin als Internationalisierung bekannt – ist von großer Wichtigkeit für das Wachstum und den Erfolg zahlreicher Firmen. Durch ihr starkes wirtschaftliches Wachstum sind für Unternehmen der entwickelten Länder die so genannten Emerging Markets von besonderem Interesse. Wenn Unternehmen ihre Geschäftsoperationen dorthin verlagern, sehen sie sich jedoch mit vollkommen anderen institutionellen Kontexten im Hinblick auf Regularien, Normen und Kulturen konfrontiert, an welche diese ihr Geschäftsmodell – also die Art und Weise wie sie Gewinn generieren – anpassen müssen. In diesem Zusammenhang sind insbesondere das Fehlen oder die mangelnde Durchsetzung von Gesetzen und Bestimmungen, man spricht hier von institutional voids, von Bedeutung. Weniger Bestimmungen ausgesetzt zu sein kann einerseits für Unternehmen mit Schwierigkeiten verbunden sein, andererseits jedoch auch die Möglichkeit für eine barrierefreie Entwicklung liefern.

Ziel der vorliegenden Arbeit ist es zu klären, welche Strategien Unternehmen für den Umgang mit schwachen oder nicht durchgesetzten Institutionen verwenden und wo die Herausforderungen und Chancen diesbezüglich liegen. Hierbei kann die Analyse anhand eines Praxisbeispiels erfolgen.

### *Einstiegsliteratur:*

Hoskisson, Robert / Eden, Lorraine / Lau, Ching / Wright, Mike (2000): Strategy in Emerging Economies. The Academy of Management Journal. 43 (3), 249 – 367.

Khanna, Tarun / Palepu, Krishna / Bullock, Richard (2010): Winning in Emerging Markets. A Road Map for Strategy and Execution. Harvard Business Press: Boston.

Kutscher, Michael / Schmid, Stefan (2008): Internationales Management. Oldenbourg Wissenschaftsverlag: München.

Landau, Christian / Karna, Amit / Sailer, Miriam (2016): Business model adaptation for emerging markets: a case study of a German automobile manufacturer in India. R&D Management. 46(3), 480 - 503.

Marquis, Chris & Raynard, Mia (2015): Institutional Strategies in Emerging Markets. The Academy of Management Annals. (9) 1, 291 – 335.

Meyer, John & Rowan, Brian (1977): Institutional Organizations: Formal Structure as Myth and Ceremony. In: Powell, Walter & DiMaggio, Paul (edt.): The New Institutionalism in Organizational Analysis. The University of Chicago Press: Chicago.



## **7. Sharing Economy als Trend des kollaborativen Konsums - Stand der Forschung und Ausblick**

Der Begriff „Sharing Economy“ beschreibt den in den vergangenen Jahren entstandenen Trend, Güter und Dienstleistungen, die nicht dauerhaft gebraucht werden, anderen zeitlich begrenzt zu Verfügung zu stellen. Bei diesen Geschäftsmodellen geht es nicht um den klassischen An- und Verkauf (z.B. Amazon, ebay, usw.), sondern um die Grundidee des Teilens, Tauschens oder Verleihens (z.B. Couchsurfing, airbnb, Uber, Kleiderkreisel, usw.). Die einzelnen Geschäftsmodelle versprechen, ökonomische Ziele in Kombination mit ökologischen Zielen (z.B. durch erhöhte Ressourceneffizienz) und/oder sozialen Zielen (z.B. durch stärkere Teilhabe) zu erreichen. Die mit der Sharing Economy verbundenen positiven Wirkungen können sich auf der Ebene des Individuums, der einzelnen Organisation, der Branche oder der Gesellschaft entfalten. Gleichzeitig werden die Wirkungen der Sharing Economy auch sehr kontrovers diskutiert, und es zeigt sich, dass neben großen Potentialen auch Risiken und (nicht intendierte) negative Auswirkungen bestehen. Die empirischen sowie theoretischen Forschungserkenntnisse befinden sich noch in den Anfängen und vielen Annahmen fehlt es an empirischer Evidenz. Dieses noch junge Forschungsgebiet bietet folglich eine Vielzahl von Untersuchungsmöglichkeiten und Forschungsperspektiven. Ziel dieser Arbeit ist es, den aktuellen Stand der Forschung zu würdigen und Ausblick für zukünftigen Forschungsbedarf zu geben.

### *Einstiegsliteratur:*

Belk, R. (2013). You are what you can access: Sharing and collaborative consumption online. *Journal of Business Research*, 67(8), 1595-1600.

Botsman, R. and R. Rogers (2011): *What's mine is yours*, revised and updated edition, London: Harper Collins Publishers.

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).

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

## **8. Analyse der Wettbewerbstreiber des stationären Pflegemarktes in Deutschland**

Der Pflegemarkt in Deutschland ist einer der am stärksten wachsenden Märkte im Gesundheitssektor. Das Marktwachstum führt zu einer zunehmenden Präsenz von Großinvestoren, die durch M&A Transaktionen den Markt umstrukturieren und eine Konsolidierung vorantreiben. Dabei grenzt sich der stationäre Pflegemarkt von anderen Märkten ab, da innerhalb des Sozialstaates die Sicherstellung seiner Funktionsweise garantiert werden muss, was mit einer Einschränkung der Marktmechanismen einhergeht. Gleichzeitig stehen staatliche Budgets unter einem hohen fiskalischen Druck, wodurch ein effizienter Einsatz der Ressourcen, umgesetzt durch eine Ökonomisierung der Pflege, notwendig ist. Dieses Spannungsfeld macht den stationären Pflegemarkt zu einem interessanten Forschungsgegenstand, insbesondere im Hinblick auf die herrschenden Wettbewerbskräfte. Die Wettbewerbskräfte auf einem Markt beschreiben die Intensität des Wettbewerbs und können mit Hilfe des „Five Forces“ Modell erfasst werden. Das Five Forces Modell umfasst die Wettbewerbskräfte (i) neue Anbieter, (ii) Verhandlungsstärke der Abnehmer, (iii) Verhandlungsstärke der Lieferanten, (iv) Substitutionsprodukte und (v) Grad der Rivalität. Das Ziel dieser Arbeit ist es, das Five Forces Modell auf den Markt für stationäre Pflegeleistungen unter Berücksichtigung der Marktbesonderheiten und aktuellen Entwicklungen anzuwenden und einen Ausblick über die Chancen und Risiken für stationäre Pflegedienstleister anzufertigen.

### *Einstiegsliteratur:*

Hottenrott, Hanna und Annika Herr (2016): Higher Prices, Higher Quality? Evidence from German Nursing Homes, Health Policy 120, 179-189.

Schanz, Benno (2008): Pflege als Markt für Investoren. Ein Überblick über die Situation. Pflegewissenschaft, 7/8.

Holzkämper, Hilko. (2016)"Analyse Der Marktentwicklung Und Strategischer Erfolgsfaktoren in Der Stationären Pflege." *Pflegewissenschaft* 18.7/8

Baumstark, Melanie, (2017): Prozessstandardisierung als Hebel für Qualität und Effizienz in der stationären Altenpflege. Frankfurt am Main: Frankfurt School of Finance & Management gGmbH.

Welge M.K.; Al-Laham-A.(2008): Strategisches Management, 5. Auflage.

Hielscher, V. Zwischen Kosten, Zeit und Anspruch. Das alltägliche Dilemma sozialer Dienstleistungsarbeit. Wiesbaden: Springer VS, 2013, S. 13; Hielscher (2013), Kosten, Zeit und Anspruch.

Porter, M.E. (2008): Die Strukturanalyse von Branchen. In: Porter, M.E.: Wettbewerbsstrategien: Methoden zur Analyse von Branchen und Konkurrenten. Frankfurt: Campus, S. 35-65.

Porter, M.E. (2008): The five competitive forces that shape strategy. Harvard Business Review, 86 (1): 78-93.

Porter, M.E. (1979): How competitive forces shape strategy. *Harvard Business Review*, 57(2): 137-145.

Porter, M.E. (1991): Towards a dynamic theory of strategy. *Strategic Management Journal*, 12(2): 95-117.

## 9. Unternehmensübernahmen im stationären Pflegemarkt

Der Pflegemarkt, insbesondere der Markt für stationäre Pflegeleistungen ist der am stärksten wachsende Markt im Gesundheitswesen. Diese Attraktivität lockt in- und ausländische Investoren an, wodurch eine voranschreitende Privatisierung und Konsolidierung von stationären Pflegeeinrichtungen durch strategische Unternehmensübernahmen zu beobachten ist. Die Gründe für strategische Unternehmensübernahmen im stationären Pflegemarkt sind vielfältig und liegen u.a. in der Realisierung von Skaleneffekten und dem Bündeln von Managementkompetenzen. Allerdings sind Übernahmen nicht risikolos. Mangelnde Auslastungsraten und eine konzentrationsbedingte Wettbewerbsintensivierung steigern die Insolvenzgefahr. Zudem erschweren staatliche Regulierungen den Wettbewerb für private Pflegedienstleister. Ziel dieser Arbeit ist es, basierend auf der Theorie zu strategischen Unternehmensübernahmen Nutzen und Risiken von Unternehmenszusammenschlüssen innerhalb des Marktes für stationäre Pflegedienstleistungen zu analysieren und Handlungsempfehlungen für Unternehmen zu erarbeiten.

### *Einstiegsliteratur:*

Schanz, Benno, (2008): Pflege als Markt für Investoren. Ein Überblick über die Situation. Pflegewissenschaft 7/8.

Holzkämper, Hilko, (2016): "Analyse Der Marktentwicklung Und Strategischer Erfolgsfaktoren in Der Stationären Pflege." Pflegewissenschaft .7/8.

Ernst & Young (2011): "Stationärer Pflegemarkt im Wandel".

Augurzky et al., (2017): Pflegeheim Rating Report 2017“, VINCENTZ NETWORK, Hannover.

Hielscher, V. (2013): Zwischen Kosten, Zeit und Anspruch. Das alltägliche Dilemma sozialer Dienstleistungsarbeit. Wiesbaden: Springer VS, 2013.

Grabowski et al., (2016): "Low-Quality Nursing Homes Were More Likely Than Other Nursing Homes To Be Bought Or Sold By Chains In 1993 -2010" In: Health Affairs 35, no.5 907-914. doi: 10.1377/hlthaff.2015.1042.

Arindam Das, Sheeba Kapil, (2012): "Explaining M&A performance: a review of empirical research", Journal of Strategy and Management, Vol. 5 Issue: 3, pp.284-330, <https://doi.org/10.1108/17554251211247580>.

Jansen, Stephan A. (2016): Mergers & Acquisitions: Unternehmensakquisitionen und -kooperationen. Eine strategische, organisatorische und kapitalmarkttheoretische Einführung. - Wiesbaden : Springer Fachmedien Wiesbaden, 2016.

BCG (2004): Growing through acquisitions – The successful value creation record of acquisitive growth strategies, 2004.