

Ausschreibung der Abschlussarbeiten am Lehrstuhl für Internationales Management

Stand 07. Januar 2013

Bewerbung möglich bis 21. Januar 2013, 9 Uhr

Thema 1

Methoden zur Messung von Zahlungsbereitschaft: Funktionsweisen und Anwendungsgebiete

Die Bestimmung der Zahlungsbereitschaft von Unternehmen und Individuen für bestimmte Güter und Dienstleistungen bildet die Grundlage für die Vorhersage der Nachfrage nach diesen sowie für die Entwicklung eines angemessenen Preises. Daher ist es von entscheidender Bedeutung sowohl für den Markterfolg von Gütern und Dienstleistungen als auch für den Unternehmenserfolg, die Zahlungsbereitschaft so exakt wie möglich zu messen bzw. vorherzusagen.

In Ihrer Abschlussarbeit geben Sie einen strukturierten Überblick über unterschiedliche Methoden zur Messung von Zahlungsbereitschaft, die in aktuellen Fachzeitschriften angewendet werden. Sie erläutern die einzelnen Methoden hinsichtlich nötiger Voraussetzungen zu deren Durchführung sowie Stärken bzw. Schwächen der Methoden in Bezug auf ihre Erhebungs- bzw. Prognosegenauigkeit. Abschließend diskutieren Sie wissenschaftlich fundiert, in welchen Situationen welche Messmethoden empfehlenswert sind. Ziel der Arbeit ist es, einen Überblick über den aktuellen Stand der Forschung zum genannten Thema zu erarbeiten.

Zum Einstieg in die Thematik lesen Sie bitte den Beitrag von

- Wertenbroch, K. and Skiera, B., 2002. Measuring Consumers' Willingness to Pay at the Point of Purchase. *Journal of Marketing Research*, 39(2), S. 228-241.

Einen Einblick in die Vorgehensweise beim Abfassen einer Literatur Review erhalten Sie durch den Beitrag von

- Provan, K., Fish, A. und Sydow, J., 2007. Interorganizational Networks at the Network Level: A Review of the Empirical Literature on Whole Networks. *Journal of Management*, 33(3), S. 479-516.

Thema 2

Organizational Support Theory – State of the Art

Die Organizational Support Theory (Rhoades und Eisenberger, 2002) beruht auf der Theorie des sozialen Austauschs (Muchinsky und Monahan, 1987). Wenn Geführte sich/ihre Beiträge vom Führenden bzw. von der Organisation geschätzt fühlen, dann erwidern sie dies durch stärkeres Engagement und höhere

Motivation, was letztlich zu höherer Performance führt (Grant, 2012; Grant, Gino und Hofmann, 2011). In dieser Arbeit stellen Sie zunächst die Organizational Support Theory und ihre Ausprägungen im Detail vor. In einem zweiten Schritt recherchieren Sie empirische Arbeiten, die auf Basis der Organizational Support Theory entstanden sind und eruieren zentrale Ergebnisse dieser Studien. Bitte systematisieren Sie Ihre Rechercheergebnisse nach selbst aufgestellten Kriterien. Abschließend stellen Sie zentrale Implikationen für Theorie und Praxis dar.

Einen Einblick in die Vorgehensweise beim Abfassen einer State of the Art-Analyse erhalten Sie durch den Beitrag von:

- Provan, K., Fish, A. und Sydow, J., 2007. Interorganizational Networks at the Network Level: A Review of the Empirical Literature on Whole Networks. *Journal of Management*, 33(3), S. 479–516.

Thema 3

Mehrebenenanalyse – State of the Art

Viele zentrale Fragestellungen der betriebswirtschaftlichen Forschung beziehen sich auf mehr als eine Untersuchungsebene. Eine Mehrebenenstruktur (Multi-level Analyse) liegt vor, wenn Daten einer Analyseebene hierarchisch in einer zweiten geschachtelt sind. Da z.B. Schüler in Schulklassen geschachtelt sind, muss die Leistung eines Schülers als Funktion von Einflüssen auf individueller Ebene (etwa kognitive Fähigkeiten) und auf Klassenebene (z.B. Erfahrung des jeweiligen Lehrers) analysiert werden. Dies gilt z.B. auch für das Führungsverhalten von Führungspersonen und die Wahrnehmung der Geführten. In dieser Arbeit stellen Sie zunächst die Multi-level Analyse und ihre Ausprägungen im Detail vor (Geiser, 2010; Graen und Uhl-Bien, 1995; Hox, 2010; Wieske, 2008). In einem zweiten Schritt recherchieren Sie empirische Arbeiten, die auf Basis der Mehrebenenanalyse entstanden sind. Hierbei recherchieren Sie in gut bis sehr gut gerankten Journals wie z.B. dem Academy of Management Journal oder dem Leadership Quarterly. Bitte systematisieren Sie Ihre Rechercheergebnisse nach selbst aufgestellten Kriterien.

Einen Einblick in die Vorgehensweise beim Abfassen einer State of the Art-Analyse erhalten Sie durch den Beitrag von:

- Provan, K., Fish, A. und Sydow, J., 2007. Interorganizational Networks at the Network Level: A Review of the Empirical Literature on Whole Networks. *Journal of Management*, 33(3), S. 479–516.

Thema 4

Geschäftsmodelle von Unternehmensnetzwerken – Eine Typologie

Unternehmen kooperieren mit anderen Unternehmen, um sich durch diese Zusammenarbeit strategische Wettbewerbsvorteile gegenüber ihren Konkurrenten zu sichern. Eine wichtige Plattform, die diese Zusammenarbeit ermöglicht, sind interorganisationale Netzwerke. Die strukturelle Ausgestaltung dieser Netzwerke kann ebenso wie ihr Geschäftsmodell (engl. *Business Model*) sehr unterschiedlich sein.

In Ihrer Abschlussarbeit stellen Sie zunächst das Business Model Framework von Osterwalder und Pigneur (2010) vor und leiten die einzelnen Bestandteile theoretisch her. Auf Basis dieser theoretischen Grundlage untersuchen Sie die Geschäftsmodelle mehrerer real existierender Unternehmensnetzwerke, z.B. der Strategischen Partnerschaft Sensorik e.V. Bei dieser Analyse stützen Sie sich auf frei zugängliche Sekundärdaten, wie z.B. Berichte, Pressemitteilungen, Internetpräsenzen, etc. Ergebnis Ihrer Arbeit ist

eine Ausarbeitung und Charakterisierung von in Unternehmensnetzwerken empirisch vorzufindenden Geschäftsmodell-Typen.

Eine Einführung in die Thematik gibt Ihnen folgende Literatur:

- Lavie, D., 2006. The competitive advantage of interconnected firms: An extension of the Resource-based View. *Academy of Management Review*, 31(3), S. 638-658.
- Osterwalder, A. und Pigneur, Y., 2010. *Business Model Generation*. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
- Zott, C., Amit, R. und Massa, L., 2011. The business model: Recent developments and future research. *Journal of Management*, 37(4), S. 1019-1042.

Thema 5

Herausforderungen der Zusammenarbeit in internationalen, virtuellen Projektteams

In Zeiten der voranschreitenden Globalisierung ist die Zusammenarbeit über Ländergrenzen hinweg in vielen Unternehmen eine Selbstverständlichkeit. Häufig wird diese Art der Zusammenarbeit durch modernende Informations- und Kommunikationstechnologien unterstützt. Dennoch sehen sich internationale Projektteams, die auf virtueller Basis miteinander arbeiten, verschiedenen Problemfeldern gegenüber. Diese ergeben sich nicht nur durch offensichtliche Unterschiede wie z.B. unterschiedliche Sprachen, sondern auch durch verschiedene Vorstellungen von Arbeitsteilung, Prozesssteuerung, Monitoring, o.ä.

In Ihrer Abschlussarbeit recherchieren Sie in der A+ und A-Literatur, welche verschiedenen Herausforderungen sich in internationalen, virtuellen Projektteams ergeben und wie die Erwartungen hinsichtlich der Performanceauswirkung sind. Ihre Ergebnisse systematisieren Sie nach selbst aufgestellten Kriterien. Für die identifizierten Bereiche stellen Sie die in der Forschung verwendeten empirischen Messmethoden und Ergebnisse vor. Ergebnis Ihrer Arbeit ist eine übersichtliche Zusammenfassung zum aktuellen theoretischen sowie empirischen Forschungsstand zum Thema.

Eine Einführung in die Thematik gibt Ihnen folgende Literatur:

- Gilson, L.L., Mathieu, J.E., Maynard, M.T. und Rapp, T.L., 2012. Something(s) old and something(s) new: Modeling drivers of global virtual team effectiveness. *Journal of Organizational Behavior*, 33(3), S.342-365.
- Kirkman, B.L., Rosen, B., Tesluk, P.E. und Gibson, C.B., 2004. The impact of team empowerment on virtual team performance: The moderating role of face-to-face interaction. *Academy of Management Journal*, 47(2), S.175-192.
- Montoya-Weiss, M.M., Massey, A.P. und Song, M., 2001. Getting it together: temporal coordination and conflict management in global virtual teams. *Academy of Management Journal*, 44(6), S.1251-1262

Thema 6

New Public Management - Chancen und Risiken für das deutsche Hochschulsystem?

Aufgrund knapper werdender Grundfinanzierungen der Hochschulen, sind diese bemüht, neben der politisch umstrittenen Erhebung von Studiengebühren, weitere Einnahmequellen zu erschließen und Maßnahmen zu ergreifen, um die gesamtstaatliche Verantwortung für Forschung und Lehre weiterhin ge-

währleisten zu können. Durch die sukzessive Einführung unternehmerischer Steuerungsmechanismen in der öffentlichen Verwaltung im Rahmen des New-Public-Management Ansatzes, soll der Ressourceneinsatz wirtschaftlicher gestaltet und dadurch die Effizienz der staatlichen Verwaltung steigen. Eine weitere Maßnahme hierbei ist die vermehrte Einwerbung von Drittmitteln.

Im Rahmen Ihrer Master-Abschlussarbeit werden Sie untersuchen, inwiefern Instrumente des New-Public-Management bei der Steuerung der Hochschulen zum Einsatz kommen können und welche Chancen und Risiken sich hieraus für die deutsche Hochschullandschaft ergeben. Hierfür arbeiten Sie die wesentlichen Kernpunkte des New-Public-Management aus der Literatur heraus. Anschließend prüfen Sie, inwieweit diese Instrumente auch zur Anreizgestaltung für Professoren/-innen dienen können, um im Rahmen einer leistungsorientierten Mittelvergabe vermehrt Drittmittel zu akquirieren.

Als Grundlage Ihrer Literaturrecherche dienen Ihnen:

- Kegelmann, J., 2007. *New Public Management. Möglichkeiten und Grenzen des neuen Steuerungsmodells*. Wiesbaden: VS Verlag.
- Langen, S. und Gläser, J., 2009. Performancesteigerung durch Selektivität? Erwartbare Effekte von Forschungsevaluationen an deutschen Universitäten im Lichte internationaler Erfahrungen. *Zeitschrift für Public Policy, Recht und Management*, 2, S. 411-432.
- Jansen, D., Wald, A., Franke, K., Schmoch, U. und Schubert, T., 2007. Drittmittel als Performanceindikator der wissenschaftlichen Forschung. *Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie*, 59(1), S. 125-149.

Thema 7 (Masterarbeit)

Aktuelle Aspekte und externe Einflussgrößen in der deutschen KMU-Finanzierung

Der in dieser Abschlussarbeit reflektierte Aspekt der KMU-Forschung thematisiert Finanzierungswege für kleine und mittelständische Unternehmen (KMU). Anlass für die Themenwahl ist neben der weltweiten Finanzmarktkrise und deren Auswirkungen die zunehmende Erkenntnis, dass sich externe Einflussgrößen, wie z.B. der regionale Standort, auf die Finanzierungsstrategien von KMUs auswirken können. Erst kürzlich veröffentlichte die OECD einen Leitfaden zum Thema „Financing SMEs and Entrepreneurs 2012“ (OECD, 2012), in welchem die Organisation für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung Länderprofile erstellt und regionale Disparitäten (Stichwort: „financing gap“) als zentrale Einflussfaktoren auf Finanzierungsentscheidungen in 18 von 34 Mitgliedsländern identifiziert. Eine Analyse für Deutschland unterbleibt jedoch. Aktuelle Erkenntnisse zu KMU-Finanzierungsentscheidungen innerhalb von Deutschland und dort vorhandenen regionalen Disparitäten im Kapitalmarkt sind jedoch sowohl für Unternehmen als auch politische Initiativen von sehr hoher Bedeutung. Aus diesem Grund setzen Sie sich insbesondere mit den folgenden Fragestellungen auseinander: Was sind die fundamentalen Unterschiede zwischen Großunternehmen und KMUs hinsichtlich geeigneter Finanzierungsstrategien? Welche externen Faktoren beeinflussen die Kapitalstruktur sowie das Finanzierungsverhalten von KMUs innerhalb von Deutschland? Inwieweit kann unterschiedliches Finanzierungsverhalten von KMUs durch Standortfaktoren bzw. räumlichen Disparitäten erklärt werden?

Einstiegliteratur:

- Brav, O., 2009. Access to capital, capital structure, and the funding of the firm. *Journal of Finance*, LXIV (1), S. 263-308.

- Butler, A.W. und Cornaggia, J., 2011. Does access to external finance improve productivity? Evidence from a natural experiment. *Journal of Financial Economics*, 99, S. 184-203.
- Kochhar, R., 1996. Explaining firm capital structure: the role of agency vs. transaction cost economics. *Strategic Management Journal*, 17(9), S. 713-728.
- Korajczyk, R.A. und Levy, A., 2003. Capital structure choice: macroeconomic conditions and financial constraints. *Journal of Financial Economics*, 68, S. 75-109.
- Leary, M.T. und Roberts, M.R., 2010. The pecking order, debt capacity, and information asymmetry. *Journal of Financial Economics*, 95, S. 332-355.
- Loughran, T. und Schultz, P., 2005. Liquidity: Urban versus rural firms. *Journal of Financial Economics*, 78, S. 341-374.
- Matthews, C.H., Vasudevan, D.P., Barton, S. L. und Apana, R., 1994. Capital structure decision making in privately held firms: beyond the finance paradigm. *Family Business Review*, 7(4), S. 349-367.
- OECD, 2012. *Financing SMEs and Entrepreneurs 2012*. Verfügbar unter: <http://www.news.admin.ch/NSBSubscriber/message/attachments/26627.pdf>, 16.12.2012.
- Schwienbacher, A., 2007. A theoretical analysis of optimal financing strategies for different types of capital-constrained entrepreneurs. *Journal of Business Venturing*, 22, S. 753-781.
- Simerly, R.L. und Li, M., 2000. Environmental dynamism, capital structure and performance: a theoretical integration and an empirical test. *Strategic Management Journal*, 21, S. 31-49.
- Wojcik, D., 2009. Financial centre bias in primary equity markets. *Cambridge Journal of Regions, Economy and Society*, 2, S. 193-209.

Thema 8 (Bachelorarbeit)

„Die DNS der Hidden Champions“

Als „Heimliche Gewinner“ oder besser bekannt unter dem englischen Begriff „Hidden Champions“ werden relativ unbekannte kleine oder mittelständische Unternehmen verstanden, die in ihrem Markt jedoch Marktführer sind. Die Idee, mittelständische Unternehmen zu untersuchen, geht auf den amerikanischen Marketingprofessor Theodore Levitt zurück. Der Begriff „Hidden Champions“ wurde zuerst von Hermann Simon als Titel eines Artikels in der Zeitschrift für Betriebswirtschaft 1990 geprägt.

Die Abschlussarbeit arbeitet die Erfolgsfaktoren der Hidden Champions systematisch heraus und beurteilt deren Nachhaltigkeit anhand von wissenschaftlichen Erkenntnissen der einschlägigen Fachliteratur. Die Arbeit trägt insbesondere zur Offenlegung von möglichen Wertschöpfungsaktivitäten im Sinne von „Best Practices“ bei und bietet KMUs sowie politischen Initiativen wichtige Handlungsempfehlungen aus organisationstheoretischer Sicht.

Konkret beantworten Sie im Rahmen dieser Arbeit folgende Forschungsfrage:

„Welche Strategien verfolgen Hidden Champions, um im internationalen Wettbewerb einzigartige, nicht imitierbare, wertvolle und nicht substituierbare Wettbewerbsvorteile aufzubauen?“

Grundlagenliteratur:

- Meffert, J. und Klein, H., 2007. *DNS der Weltmarktführer*. Heidelberg: Redline Wirtschaft.

- O'Cass, A. und Weerawardena, J., 2009. Examining the role of international entrepreneurship, innovation and international market performance in SME internationalization. *European Journal of Marketing*, 43(11), S. 1325-1348.
- Simon, H., 1990. Hidden champions: Speerspitze der deutschen Wirtschaft. *Zeitschrift für Betriebswirtschaft (ZfB)*, 60(9), S. 875-890.
- Simon, H., 2009. *Hidden Champions of the 21st Century*. Heidelberg: Springer Science.
- Simon, H., 2012. *Hidden Champions – Aufbruch nach Globalia*. Frankfurt: Campus Verlag.
- Voudouris, I., Lioukas, S., Makridakis, S. und Spanos, Y., 2000. Greek hidden champions: lessons from small, little known firms in Greece. *European Management Journal*, 18(6), S. 663-674.
- Hooley, G., Broderick, A. und Möller, K., 1998. Competitive positioning and the resource-based view of the firm. *Journal of Strategic Marketing*, 6, S. 97-115.

Thema 9

Mentoring als Instrument zur Förderung von Vielfalt in Führungspositionen - Eine Analyse der Erfolgswirkung am Beispiel der DB AG

Als Mentoring wird eine Tätigkeit bezeichnet, bei der die/der Mentor/-in sein/ihr Fachwissen bzw. seine/ihre Erfahrungen an den Mentee, z.B. eine Nachwuchskraft in einem Unternehmen weitergibt. Ziel ist es, Mentees bei der beruflichen und persönlichen Entwicklung zu unterstützen und zu beraten. Solche Mentoringprogramme werden häufig in Unternehmen implementiert, um Vorbilder für junge weibliche Führungskräfte zu schaffen und damit der Unterrepräsentanz von Frauen in Führungspositionen entgegenzuwirken. Die Deutsche Bahn AG, als eines der weltweit führenden Mobilitäts- und Logistikunternehmen, ist in unterschiedlichen, konzernübergreifenden Mentoringprogrammen aktiv.

In Ihrer Abschlussarbeit untersuchen Sie die Erfolgswirkung von Mentoringprogrammen anhand von semistrukturierten Interviews mit Mentees und Mentoren/-innen der Deutschen Bahn AG und analysieren, inwiefern sich Mentoring als Instrument zur gezielten Förderung von Frauen in Führungspositionen eignet. Anhand der gewonnenen Ergebnisse erarbeiten Sie die Erfolgsfaktoren und diskutieren abschließend mögliche Wege der Implementierung.

Die Auswahl der Kandidatin/des Kandidaten erfolgt nicht nur durch den Lehrstuhl, sondern auch durch die Deutsche Bahn AG.

Thema 10

Determinanten zur Erklärung der Geschlechterungleichverteilung in der wissenschaftlichen Karriere

Der Frauenanteil bei den Promotionen lag 2010 bei 44 Prozent, bei den Habilitationen sind es nur noch rund 25 Prozent. Diese Geschlechterungleichverteilung in der deutschen Hochschullandschaft ist auch auf Ebene der Professuren zu erkennen. Im Jahr 2010 lehrten und forschten nach den Daten des Statistischen Bundesamtes rund 7.945 Professorinnen. Dabei unterscheidet sich der Frauenanteil deutlich zwischen den einzelnen Fachrichtungen. In den Ingenieurwissenschaften ist die Ungleichverteilung am höchsten, mit einem Professorinnenanteil von 9%. Während die Promotionsphase und Professuren häufig im Fokus der deutschsprachigen als auch anglo-amerikanischen Literatur stehen, wird die Habilitationsphase im Rahmen einer wissenschaftlichen Karriere in vielen Studien als Black Box betrachtet. Zwar belegen wissenschaftliche Arbeiten, dass der Anteil habilitierender Wissenschaftler weitaus höher ist als

der Anteil habilitierender Wissenschaftlerinnen (Franzke 2011, 174) jedoch sind die Gründe für diese Geschlechterungleichheit weitestgehend unerforscht.

In Ihrer Abschlussarbeit beschäftigen Sie sich mit Determinanten, die eine Geschlechterungleichverteilung in der Habilitationsphase erklären könnten und erstellen einen umfassenden Literaturüberblick. Gerne können Sie Ihre theoretischen Ergebnisse anhand strukturierter Interviews mit z.B. den Habilian- den/-innen bzw. Doktoranden/-innen der Universität Passau belegen.

- Franzke, A., 2011. Aufstieg mit Hindernissen: Vom PostDoc zur Professur. In: Blättel-Mink, B., Franzke, A. und Wolde, A., 2010. *Gleichstellung im Reformprozess der Hochschulen – Neue Karrierewege für Frauen?*. Sulzbach/Taunus: Ulrike Helmer Verlag.

Thema 11

The stakeholders' perception of the Ernst & Young Advisory global

This master thesis considers one of the four divisions at Ernst & Young (EY) global, namely Advisory. The idea is to analyze how the profile (not the brand) “Ernst & Young Advisory” (EY Advisory) is perceived by its stakeholders. Since this profile is closely intertwined with the perception of the company itself, the latter has to be included in the analysis.

Basis of this analysis is a study conducted every two years by Ernst & Young, concerning the stakeholders' perceptions of their main competitors and how Ernst & Young is positioned in the market compared to its competitors worldwide.

Core of this thesis should be

- to analyze the profile of EY Advisory in the overall context of the company
- to reveal strengths and weaknesses in the context of EY's overall objectives
- and then to develop alternatives on how to improve the stakeholders' perception.

For the company, a well-developed internal branding strategy is essential to ensure that its employees can successfully transfer the profile EY Advisory to the outside. Therefore, in order to develop alternatives for improving EY Advisory's perception, EY's internal branding strategy needs to be reassessed.

- Simoes, C., Dibb, S. and Fisk, R.P., 2005. Managing corporate identity: An internal perspective. *Journal of the Academy of Marketing Science*. 33(2), pp. 153-168.
- Vallaster, C. and Lindgreen A., 2012. The role of social interactions in building internal corporate brands: Implications for sustainability. *Journal of World Business*, <http://dx.doi.org/10.1016/j.jwb.2012.07.014>.