



Master-Seminar
Entrepreneurship
im Sommersemester 2021

I. Art des Seminars

In dem Seminar sollen aktuelle und relevante Phänomene des Entrepreneurships analysiert werden. Hierfür ist es erforderlich, dass die Teilnehmer sich selbstständig und umfangreich in die Methoden und Theorien einarbeiten. Auf der Basis von theoretischen und empirischen Aufsätzen sollen Forschungs- und Management-Implikationen für das Entrepreneurship abgeleitet werden.

Zielsetzung des Seminars ist die Vermittlung von tiefer gehenden inhaltlichen und methodischen Wissens im „state-of-the-art“ des Entrepreneurships. Weiterhin sollen Studierende mit der Ausarbeitung einer wissenschaftlichen Hausarbeit auf die Anforderungen einer Masterarbeit vorbereitet werden. Dies wird durch einen obligatorischen Workshop zum Thema **Wissenschaftliches Arbeiten** unterstützt.

Schließlich dient das Seminar der Weiterentwicklung der Präsentationsfähigkeiten. Wir werden daher einen **Präsentationsworkshop** in Kooperation mit einem Unternehmen veranstalten, in dem wir Sie für den Vortrag trainieren. Die Teilnahme an dem Präsentationsworkshop ist verpflichtend für alle Seminarteilnehmer. Neben einem Kurzvortrag ist die aktive mündliche Teilnahme während der Veranstaltung eine wichtige Voraussetzung für das erfolgreiche Bestehen des Seminars.

Von den Teilnehmern des Seminars erwarten wir eine hohe Affinität zum empirischen Arbeiten, eine hohe Leistungsbereitschaft und die Bereitschaft zu ausgeprägter Teamarbeit. Allerdings soll die Veranstaltung auch Gelegenheit für den informellen Austausch bieten und wird daher als Blockveranstaltung durchgeführt.

Bevor Sie sich für das Seminar anmelden, stellen Sie sicher, dass Sie an allen Terminen des Seminars teilnehmen können. Achten Sie hierbei auch auf den Zeitraum, der Ihnen zur Anfertigung der Hausarbeit zur Verfügung steht (Abgabe der Hausarbeit für alle Teilnehmer am **08.04.2021 bis 12 Uhr**) sowie auf den Zeitraum zur Anfertigung der Präsentation (Abgabe für alle Teilnehmer am **13.05.2021 bis 20 Uhr**).

Zur Erlangung der Leistungspunkte ist die erfolgreiche Anfertigung einer Hausarbeit (s. III. Hausarbeitsthemen) und das Bestehen einer mündlichen Prüfung (s. V. Zweite Teilleistung) notwendig.

Aufgrund von COVID-19 werden alle Veranstaltungen digital-synchron per Zoom stattfinden.

II. Fächerzuordnung

Das Master-Seminar wird als Pflichtseminar im Schwerpunktfach „Marketing und Medien“ angerechnet und entspricht 2 SWS (6 LP).

III. Hausarbeitsthemen

Thema 1	Entrepreneure, ihre Fähigkeiten und ihre Netzwerke
Betreuer	Leonard Rackowitz
Inhalt	Der Entrepreneur ist ein wichtiger Faktor für den Unternehmenserfolg. Aber was macht den erfolgreichen Entrepreneur aus und inwieweit unterscheidet er sich von weniger Erfolgreichen? Welche Randbedingungen helfen bei der erfolgreichen Bewältigung der sich stellenden unternehmerischen Aufgaben? Beispielsweise finden sich Faktoren bezogen auf die Persönlichkeit (z.B. Wesenszüge, Begabung oder Motivation), das Humankapital (z.B. Fertigkeiten, berufliche Erfahrung oder Netzwerk) und Umwelteinflüsse. Wie erkennen erfolgreiche Entrepreneure neue Marktchancen (z.B. durch den Besitz besserer Informationen)? Zur Bearbeitung des Themas soll relevante empirische Literatur identifiziert und sinnvoll synthetisiert werden.
Literatur	Ardichvili, A., Cardozo, R., & Ray, S. (2003). A theory of entrepreneurial opportunity identification and development. <i>Journal of Business Venturing</i> , 18(1), 105-123. Gu, F. F., Hung, K., & Tse, D. K. (2008). When does guanxi matter? Issues of capitalization and its dark sides. <i>Journal of Marketing</i> , 72(4), 12-28. Shane, S., & Venkataraman, S. (2000). The promise of entrepreneurship as a field of research. <i>Academy of Management Review</i> , 25(1), 217-226.
Thema 2	Finanzierung von Start-ups
Betreuer	Janis Denk
Inhalt	An guten Ideen und Fachwissen mangelt es Start-ups selten. Die meisten Gründungen scheitern am Kapitalbedarf und an einem langfristigen Finanzierungsmodell. Deshalb stellt die richtige Finanzierung von Start-ups einen zentralen Erfolgsfaktor im Wettbewerb dar. Neben traditionellen Finanzierungsformen wie der Kreditfinanzierung, Venture Capital, staatlichen Förderungen oder dem Bootstrapping haben sich über die Zeit immer wieder neue Ansätze herausgebildet. Heutzutage werden zahlreiche Start-ups über Crowdfunding Initiativen, Inkubatoren, Acceleratoren und Gründerwettbewerbe finanziert. Aber welchen Einfluss haben unterschiedliche Finanzierungsformen auf den Unternehmenserfolg? Welche Chancen und

	Risiken haben kollaborative Organisationsformen wie Inkubatoren und Acceleratoren für Start-ups? Und ab wann lohnt sich für Start-ups der Schritt in das internationale Geschäft, um neue Finanzierungsrunden aufzunehmen? Zur Bearbeitung des Themas soll relevante empirische Literatur identifiziert und sinnvoll synthetisiert werden.
Literatur	<p>Antonio Davila, George Foster, Mahendra Gupta (2003): Venture capital financing and the growth of startup firms, in: Journal of Business Venturing, 18(6), 689-708.</p> <p>Aernoudt, Rudy (2004): Incubators: Tool for Entrepreneurship?, in: Small Business Economics 23(2), 127–135.</p> <p>Charlotte Pauwels, Bart Clarysse, Mike Wright, Jonas Van Hove (2016): Understanding a new generation incubation model: The accelerator, in: Technovation, 50, 13-24.</p> <p>Ethan Mollick (2014): The dynamics of crowdfunding: An exploratory study, in: Journal of Business Venturing, 29(1), 1-16.</p>
Thema 3	Neue Informationstechnologien und ihre Bedeutung
Betreuer	Janis Denk
Inhalt	<p>Die Digitalisierung verändert unsere Wirtschaft. Unternehmen mit digitalen Geschäftsmodellen und Wertschöpfungsketten gewinnen zunehmend an Bedeutung. Es entstehen neue Wege der Kommunikation und Informationsverarbeitung auf Unternehmens- und Kundenseite. Plattformlösungen, Cloud-Services, und Apps gewinnen an Bedeutung und führen zur Erschließung neuer Märkte (bspw. Donation, Sharing-Economy). Aber welche digitalen Geschäftsmodelle existieren überhaupt und was sind ihre Erfolgsfaktoren? Welchen Effekt haben technologische Innovationen auf traditionelle Geschäftsmodelle (Kannibalisierung oder Ergänzung)? Und welchen Einfluss haben neue Technologien auf den Eintritt in neue Märkte (bspw. Predator Strategie) und den Unternehmenserfolg von Start-ups? Zur Bearbeitung des Themas soll relevante empirische Literatur identifiziert und sinnvoll synthetisiert werden.</p>
Literatur	<p>Craig Standing, Jan Mattsson (2016): "Fake it until you make it": business model conceptualization in digital entrepreneurship, in: Journal of Strategic Marketing, 26(5), 385 - 399.</p> <p>Jan Becker, Michel Clement, Markus Nöth, (2016): Start-ups, Incumbents, and Takeover Competition, in: Journal of Business Research, 69(12), 5925-5933.</p> <p>Nils Urbach, Paul Drews, Jeanne Ross (2017): Digital Business Transformation and the Changing Role of the IT Function, in: MIS Quarterly Executive, 16(2), 1540-1960.</p>
Thema 4	Integration von nachhaltigen Aspekten
Betreuer	Leonard Rackowitz
Inhalt	<p>Nachhaltigkeit ist ein Megatrend und bietet damit großes Potenzial für Unternehmensgründungen. Erfolgsbeispiele sind digitale Plattformen wie Kleiderkreisel, Airbnb oder Share Now, die kollaborativen Konsum ermöglichen oder Online-Marktplätze wie Avocadostore, die nachhaltig hergestellte und umweltfreundliche Produkte anbieten. Seminararbeiten in</p>

	<p>diesem Themenbereich können sich mit unterschiedlichen Fragestellungen im Bereich Nachhaltigkeit beschäftigen. Welche Rolle spielen individuelle Faktoren bei nachhaltigen Konsumententscheidungen (z.B. persönliche Werte)? Welche Rolle spielen soziale Faktoren (z.B. deskriptive vs. injunktive Norm)? Welche Rolle spielen produktspezifische Faktoren (z.B. Eco-Labeling)? Welche Rolle spielt die „Intangibilität“ der Konsequenzen nicht-nachhaltigen Konsums (z.B. zeitlich unbestimmbar, entpersonalisierte und schwer lokalisierbare Konsequenzen)? Weiterhin können sich Seminararbeiten mit den Themen Greenwashing und Lieferketten beschäftigen. Zur Bearbeitung des Themas soll relevante Literatur identifiziert und sinnvoll synthetisiert werden.</p>
Literatur	<p>Grunert, K. G., Hieke, S., & Wills, J. (2014). Sustainability labels on food products: Consumer motivation, understanding and use. <i>Food Policy</i>, 44, 177-189.</p> <p>Reczek, R. W., Trudel, R., & White, K. (2018). Focusing on the forest or the trees: How abstract versus concrete construal level predicts responses to eco-friendly products. <i>Journal of Environmental Psychology</i>, 57, 87-98.</p> <p>Ek Styvén, M., & Mariani, M. M. (2020). Understanding the intention to buy secondhand clothing on sharing economy platforms: The influence of sustainability, distance from the consumption system, and economic motivations. <i>Psychology & Marketing</i>, 37(5), 724-739.</p> <p>White, K., & Simpson, B. (2013). When do (and don't) normative appeals influence sustainable consumer behaviors?. <i>Journal of Marketing</i>, 77(2), 78-95.</p>

IV. Termine

**18.01.21 -
26.01.21**

Anmeldung über STiNE

11.02.21

Vorbesprechung und Themenvergabe

Eine Vorbesprechung der Themen und Anleitung zum Anfertigen der Seminararbeit ist für den 11.02.21 von 18:00 bis ca. 19:00 Uhr vorgesehen.

12.02.21

Obligatorischer Workshop „Wissenschaftliches Arbeiten“

Am 12.02.21 von 16:00 bis ca. 20:00 Uhr findet ein Workshop statt, in dem wichtige Aspekte des wissenschaftlichen Arbeitens diskutiert werden. Ziel des Workshops ist es, bei allen Seminarteilnehmern ein hohes Niveau mit Blick auf das wissenschaftliche Handwerkszeug zu erreichen. Neben Aspekten wie dem Zitieren, dem Erstellen einer Gliederung und dem Synthetisieren von Information ist auch die richtige technische Umsetzung Thema des Workshops.

Die Teilnahme ist für alle Seminarteilnehmer obligatorisch.

**08.04.21/
12.04.21**

Obligatorischer Präsentationsworkshop in Kooperation mit einem Unternehmen

Am 08.04.21 von 18:00 bis 21:00 Uhr findet der Präsentationsworkshop statt, der die Präsentationsfähigkeiten und das Arbeiten in Teams schulen soll – zwei für die spätere Berufspraxis wichtige Fähigkeiten, die im normalen Lehrplan viel zu kurz kommen. Sie erarbeiten dann über das Wochenende mit Ihrem Seminarteam einen Business Case, den Sie am 12.04.21 ab 18:00 Uhr präsentieren.

Die Teilnahme ist für alle Seminarteilnehmer obligatorisch.

08.04.21

Abgabe der Seminararbeiten

Die Seminararbeiten müssen am **08.04.21** bis spätestens **12:00 Uhr** im Sekretariat des Lehrstuhls abgegeben werden. Hierfür benötigen Sie zwei Exemplare, die einseitig bedruckt und mit Heftstreifen geheftet sind. Außerdem schicken Sie bitte die Arbeit bis zu diesem Zeitpunkt in **einer einzigen vollständigen PDF-Datei** (Deckblatt, Verzeichnisse, Text und Grafiken/Tabellen) per E-Mail an Rouven Seifert (rouven.seifert@uni-hamburg.de).

**14.05.21 –
15.05.21**

Blockseminar in Hamburg

Beginn der Veranstaltung am Freitag um 16:00 Uhr, Ende am Samstag um ca. 20:00 Uhr. Der genaue Zeitplan wird nach Abgabe der Seminararbeiten erstellt.

V. Zweite Teilleistung

Zweite Teilleistung zur Erreichung des Leistungsnachweises im Seminar ist eine mündliche Prüfung während des Blockseminars, in Form eines Vortrags mit anschließender Diskussion.

VI. Empfohlener Leistungsnachweis aus einer Vorlesung

Zulassungsvoraussetzung für Masterstudierende ist die Teilnahme am Schwerpunkt „Marketing und Medien“.

VII. Vergabe der Seminarplätze

Sie melden sich über STiNE vom 18.01.21 bis zum 26.01.21 an. Nach der Anmeldephase erfolgt die Platzzuweisung durch das Studienbüro bis zum 04.02.21. Die Themenverteilung findet am 11.02.21 im Rahmen der Vorbesprechung statt. Aufgrund der Gleichverteilung der Studierenden auf die Seminare kann es sein, dass weniger als 20 Studierende zu diesem Seminar zugelassen werden.

IX. Abmeldung/Rücktritt vom Seminar

Bezüglich einer Abmeldung vom Seminar gelten die Regeln des Studienbüros: Eine Abmeldung von BWL-Seminaren ist ab WiSe 12/13 nicht zulässig! Ein selbst zu vertretender Rücktritt vom Seminar ist ohne die Zuordnung von Fehlversuchen (Note 5,0) nicht möglich. Es wird ausdrücklich darauf hingewiesen, dass Krankheit nur dann als Grund für einen nicht zu vertretenden Rücktritt gilt, wenn diese durch ein qualifiziertes ärztliches Attest nachgewiesen wird. Weitere Informationen zu Krankmeldungen finden Sie auf der Homepage des Studienbüros. Ein Rücktritt von einem zugeteilten Seminarplatz ist nur bis zum offiziellen Seminar-Start (11.02.2021) möglich. Ein Rücktritt NACH offiziellem Seminar-Start ist nur in sogenannten Ausnahmefällen möglich, z.B. Krankheitsfall (Vorlage eines qualifizierten Ärztlichen Attests, eine Krankschreibung („gelber Zettel“) ist NICHT ausreichend. Bei einem Rücktritt in anderen Fällen wird die Seminarleistung mit 5.0 bewertet.

X. Krankmeldung

Sie benötigen laut der für Sie gültigen Prüfungsordnung ein qualifiziertes ärztliches Attest zum Nachweis einer Krankheit. Nähere Informationen zu Krankmeldungen finden Sie auf der Homepage des Studienbüros. Eine Verlängerung der Abgabe der Seminararbeit bei Krankheit ist bis maximal 7 Tage zulässig (bei qualifiziertem ärztlichem Attest). Bei andauernder Krankheit kann nach den unter IX genannten Kriterien vom Seminar zurückgetreten werden.

XI. Anfertigung der Hausarbeiten und Bereitstellung der Kurzfassung

A. Betreuer der Hausarbeiten

Die Arbeiten werden durch die beim jeweiligen Thema aufgeführten Mitarbeiter des Lehrstuhls betreut.

B. Einführende Literaturhinweise

Die zu jedem Thema genannte Liste bietet den Seminarteilnehmern einen ersten Einstieg in das Generalthema des Seminars. Es wird erwartet, dass die Bearbeiter der Hausarbeiten – ggf. nach Rücksprache mit der Betreuerin bzw. dem Betreuer – selbst aktiv die Literatursuche für ihr Thema betreiben.

C. Zitierrichtlinien

Handwerkliche Grundlage für die Erstellung der Hausarbeiten sind die Richtlinien des Lehrstuhls, die auf der Homepage des Lehrstuhls einsehbar sind.

gez.

Prof. Dr. Michel Clement und Rouven Seifert