

Fachbereich: MNI – Mathematik, Naturwissenschaften und Informatik Studiengang: Social Media Systems

Prüferin: Prof. Dr. Armin Wagenknecht Semester: SS 24

Exposé zur Bachelorthesis:

„Potenziale und Herausforderungen von Social Intrap-

reneurship“

Inhaltsverzeichnis

[Problemstellung 1](#_bookmark0)

[Forschungsfrage 1](#_bookmark1)

[Ziele der Arbeit 2](#_bookmark2)

[Methodische Vorgehensweise 2](#_bookmark3)

[Vorläufige Gliederung 2](#_bookmark4)

[Vorläufiges Quellenverzeichnis 3](#_bookmark5)

# Problemstellung

Unternehmensziele lassen sich in drei Kategorien einteilen: ökonomische Ziele dienen der Ge- winnmaximierung, soziale Ziele betreffen Angestellte und die Gesellschaft und ökologische Ziele betreffen das Klima, bzw. den Umweltschutz. Ein Konzept zur Umsetzung dieser Ziele ist die Nutzung von sogenannten „Intrapreneuren“, also interne Mitarbeiter mit einer Neigung zu Innovation und Risikobereitschaft, die unternehmerisch Denken und Handeln (Gehra & Hoffmann, 2022). Arbeitgeber erhoffen sich durch die Unterstützung und Förderung dieser Intrapreneure, zum Beispiel, die Entwicklung neuartiger, gewinnbringender Produkte um wett- bewerbsfähig zu bleiben (Kreitenweis, 2022). Jedoch können nicht nur ökonomische Ziele durch Intrapreneure gewinnbringend umgesetzt werden. Mittlerweile rücken auch ökologi- sche Ziele in den Fokus der Intrapreneure und hier kommt die Sonderform des Intrapreneu- rships und Thematik der Thesis in den Fokus: „Social Intrapreneurship“. Unternehmen müssen heutzutage einen positiven Einfluss auf soziale und ökologische Faktoren haben. Durch Social Intrapreneurship soll gewährleistet werden, dass diese positiven Einflüsse auf sozioökologi- sche Faktoren auch einen unternehmerischen Mehrwert bieten (Gehra & Hoffmann, 2022). Die Innovationskraft und intrinsische Motivation von Intrapreneuren ist hier von elementarer Wich- tigkeit und stellt die Idee des Social Intrapreneurship in einer zentrale Rolle, wenn es darum geht, die Potenziale internen Unternehmertums, effektiv für soziale Belange zu nutzen (Jeraj et al., 2022). Intrapreneurship ist kein neues Konzept, allerdings gab es lange Zeit keine ein- heitliche Definition des Begriffes, bis drei Ansätze identifiziert wurden (Kreitenweis, 2022). Unter Beachtung dieser Ansätze soll die folgende Forschungsfrage beantwortet werden.

# Forschungsfrage

Im Rahmen der Arbeit soll die Frage: „Welche Potenziale und Herausforderungen begegnen Unternehmen bei der Implementierung von Social Intrapreneurship-Initiativen, und wie können diese Faktoren den langfristigen Erfolg solcher Initiativen beeinflussen?“ beantwortet werden. Schwerpunkt liegt hierbei auf der Überlegung, welchen Einfluss diese Potenziale und Heraus- forderungen auf die sozioökologische Zukunftsfähigkeit von Unternehmen haben, und wie diese Ansätze dazu beitragen können, Lösungen zu entwickeln.

# Ziele der Arbeit

Ziel der Arbeit ist es, Handlungsempfehlungen zu erarbeiten, welche Aufgrund einer Analyse der gefunden Potenziale und Herausforderungen erstellt werden. Mit diesen sollen mögliche Wettbewerbsvorteile und Herausforderungen frühzeitig erkennbar gemacht werden, um diese zu nutzen, bzw. abzuwenden.

# Methodische Vorgehensweise

Mittels einer Recherche wissenschaftlicher Literatur in Online-Datenbanken, Fachzeitschriften und Bibliotheken (Sekundärforschung) sollen reproduzierbare Wege und Methoden aufgezeigt werden, um mit Social Intrapreneurship die vorhanden Ressourcen und Netzwerke eines Un- ternehmens möglichst gewinnbringend einzusetzen. Dabei wird zunächst eine umfassende Li- teraturrecherche durchgeführt, um relevante Studien, Berichte und Daten zu identifizieren und zu sammeln. Im Anschluss werden die gefundenen Ergebnisse kritisch bewertet und in den Kontext der Forschungsfrage eingeordnet. Die Voraussetzung hierfür ist eine erkennbare Un- terscheidung von Intrapreneurship zu Entrepreneurship und nachfolgend auch die Definition von Social Intrapreneurship. Anschließend werden die Potenziale und Herausforderungen aus der Forschungsfrage in bestimmten Bereichen entwickelt, um hinterher die Ergebnisse kritisch zu betrachten.

# Vorläufige Gliederung

1. Einleitung
   1. Motivation und Problemstellung
   2. Forschungsfrage und Zielsetzung der Arbeit
2. Theoretische Grundlagen und Begriffsdefinitionen
   1. Unterscheidung von Entrepreneurship und Intrapreneurship
   2. Definition von Social Intrapreneurship
3. Potentiale von Social Intrapreneurship
   1. Mitarbeiterbeteiligung und -motivation
   2. Erhöhung der Nachhaltigkeit
4. Herausforderungen von Social Intrapreneurship
   1. Widerstand im Unternehmen
   2. Ressourcenkonflikte
5. Diskussion der Ergebnisse
6. Fazit

# Vorläufiges Quellenverzeichnis

Bayrle, C. (2020) *Gestaltungsmerkmale von Kennzahlen und ihr Einfluss auf Intrapreneurship*, Nomos Verlagsgesellschaft mbH & Co. KG.

Benitez‐Amado, J., Llorens‐Montes, F. J. & Nieves Perez‐Arostegui, M. (2010) "Information technology‐enabled intrapreneurship culture and firm performance", *Industrial Manage- ment & Data Systems*, Vol. 110, No. 4, S. 550–566.

Berzin, S. & Pitt-Catsouphes, M. (2015) "Social Innovation from the Inside: Considering the "Intrapreneurship" Path", *Social Work*, Vol. 60, No. 4, S. 360–362 [Online]. Verfügbar unter https://academic.oup.com/sw/article-abstract/60/4/360/1849351?redirectedFrom=full- text (Abgerufen am 9 April 2023).

Cantaragiu, R. & Hadad, S. (2017) "Corporate social entrepreneurship versus social intrapre- neurship: same idea, different trajectories ?", *Management & Marketing. Challenges for the Knowledge Society*, Vol. 12, No. 2, S. 252–276.

Faltermeier, JF & Justus, X (Hg.) (2019) *Entrepreneurship & Intrapreneurship: Same or Diffe- rent?* (Konferenzband), Lüdenscheid, RAM-Verlag.

Gehra, W. & Hoffmann, E. (2022) "Social Intrapreneurship: Eine begriffliche Annäherung zur Darstellung der praxisrelevanten Bedeutungsvielfalt der Akteure", in Jeraj, B., Kraus, R., Kreitenweis, T. & Hrsg. (Hg.) *Intrapreneurship: Unternehmergeist, Systeme und Gestal- tungsmöglichkeiten,* [S.l.], Gabler, S. 43–57.

Geradts, T. H. & Alt, E. (2022) "Social entrepreneurial action in established organizations: De- veloping the concept of social intrapreneurship", *Journal of Business Research*, Vol. 151,

S. 197–206 [Online]. Verfügbar unter https://[www.sciencedirect.com/science/article/pii/](http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/) S0148296322005896?via%3Dihub (Abgerufen am 9 April 2023).

Hadad, S. & Cantaragiu, R. (2017) "Corporate social entrepreneurship versus social intrapre- neurship: same idea, different trajectories?", *Management & Marketing*, Vol. 12, No. 2,

S. 252–276.

Jäcklin, B. (2021) *Führung und Innovation: Analyse intrapreneurshipförderlicher Konfliktstile im Management*, Springer.

Jeraj, B., Kraus, R. & Kreitenweis, T. (2022) "Einleitung: Ideen Raum geben. Innovationen schaffen.: Intrapreneurship für die Zukunftsfähigkeit von Unternehmen", in Jeraj, B., Kraus, R., Kreitenweis, T. & Hrsg. (Hg.) *Intrapreneurship: Unternehmergeist, Systeme und Gestaltungsmöglichkeiten,* [S.l.], Gabler, S. 1.

Kreitenweis, T. (2022) "Intrapreneurship: Unternehmergeist der Mitarbeitenden", in Jeraj, B., Kraus, R., Kreitenweis, T. & Hrsg. (Hg.) *Intrapreneurship: Unternehmergeist, Systeme und Gestaltungsmöglichkeiten,* [S.l.], Gabler, S. 7–19.

Schießl, N. (2015) *Intrapreneurship-Potenziale bei Mitarbeitern: Entwicklung, Optimierung und Validierung eines Diagnoseintstruments*, Wiesbaden, Springer Fachmedien Wiesbaden.