

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

Prüfer: AW

Semester: SS 24

Exposé zur Bachelorthesis: Social Intrapreneurship: Potenziale und

Herausforderungen für Unternehmen in der heutigen Wirtschaft

Inhaltsverzeichnis

[Problemstellung 3](#_bookmark0)

[Forschungsfrage 3](#_bookmark1)

[Ziele der Arbeit 4](#_bookmark2)

[Methodische Vorgehensweise 4](#_bookmark3)

[Vorläufige Gliederung 4](#_bookmark4)

[Vorläufiges Quellenverzeichnis 6](#_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 Strategien können Unternehmen anwenden, um diese Herausforderungen zu meistern und das Potenzial von Social Intrapreneurship voll ausschöpfen?“ beantwortet werden. Schwerpunkt liegt hierbei auf der Überlegung, wie diese Potenziale und Herausforderungen die Fähigkeit von Unternehmen beeinflussen, soziale und ökologische Probleme nachhaltig zu bewältigen und damit einen Mehrwert für die Gesellschaft zu schaffen. Des Weiteren geht es darum, wie diese Ansätze helfen können, Lösungen für bekannte sozioökologische Probleme in Unternehmen zu entwickeln. Beispiele hierfür wären mangelnde Mitarbeitermotivation, fehlende Inklusion oder unzureichende Maßnahmen zur ökologischen oder sozialen Nachhaltigkeit.

# Ziele der Arbeit

Ziel der Arbeit ist es, ein fundiertes Verständnis für das Konzept Social Intrapreneurship zu entwickeln, indem untersucht wird, wie es von Unternehmen umgesetzt wird und welche Rolle es in der heutigen Wirtschaft einnimmt. Die Forschungsarbeit soll die theoretischen Grundlagen von Social Intrapreneurship darstellen und durch Vergleiche von Fallstudien und wissenschaftlicher Literatur praxisnahe Einblicke bieten. Es werden einerseits die positiven Aspekte wie Steigerung der Nachhaltigkeit oder Mitarbeitermotivation behandelt, andererseits aber auch Herausforderungen und Hindernisse wie Widerstände im Unternehmen oder Ressourcenkonflikte untersucht. Ziel ist es, mit den gewonnenen Erkenntnissen Handlungsempfehlungen für Unternehmen zu erarbeiten, welche Social Intrapreneurship-Initiativen erfolgreich umsetzen möchten.

# Methodische Vorgehensweise

Mit einer qualitativen Forschungsmethode basierend auf einer Kombination von Literaturrecherche und Fallstudienanalysen von Unternehmen wie Unilever, GSK und Allianz, die Social Intrapreneurship erfolgreich in ihre Unternehmensstruktur integriert haben, sollen Handlungsempfehlungen für Unternehmen aufgezeigt werden, um mit Social Intrapreneurship-Initiativen die vorhanden Ressourcen und Netzwerke möglichst optimal zu nutzen. Durch die Implementierung verschiedener Strategien und Ansätze. Als Voraussetzung für den weiteren Verlauf der Arbeit ist eine erkennbare Unterscheidung von Intrapreneurship zu Entrepreneurship und nachfolgend auch die Definition von Social Intrapreneurship nötig. Daraufhin werden die in der Fachliteratur aufgeführten Potenziale und Herausforderungen von Social Intrapreneurship herausgearbeitet und nach einer Untersuchung verschiedener Fallstudien werden die Erfolgsfaktoren herausgefiltert und bewertet. Anschließend werden anhand dieser Ergebnisse Handlungsempfehlungen und Strategien erstellt und Implikationen für die Praxis abgeleitet. Die Arbeit endet mit einem Fazit, das die Limitierung der Thesis und zukünftige Forschung betrachtet.

# Vorläufige Gliederung

1. Einleitung
   1. Hintergrund und Kontext
   2. Motivation und Problemstellung
   3. Forschungsfrage
   4. Zielsetzung der Arbeit
   5. Methodisches Vorgehen und Aufbau der Arbeit
2. Theoretische Grundlagen und Begriffsdefinitionen
   1. Definition und Konzept von Social Intrapreneurship
      1. Differenzierung zu Corporate Social Responsibility
   2. Definition und Konzept von Social Entrepreneurship
   3. Unterschiede und Gemeinsamkeiten zwischen Social Intrapreneurship, Social Entrepreneurship und Corporate Social Responsibility
   4. Relevanz von Social Intrapreneurship in der heutigen Wirtschaft
3. Potentiale von Social Intrapreneurship
   1. Förderung von Innovationen
   2. Stärkung der sozialen Verantwortung von Unternehmen
   3. Motivation und Bindung von Mitarbeitern
4. Herausforderungen von Social Intrapreneurship
   1. Strukturelle Barrieren innerhalb von Unternehmen
      1. Widerstand gegen Veränderung
      2. Mangel an Ressourcen und Unterstützung
   2. Kulturelle Herausforderungen
      1. Unternehmenskultur und Innovationsbereitschaft
      2. Kommunikation und Zusammenarbeit innerhalb des Unternehmens
   3. Management von Social Intrapreneurship-Initiativen
   4. Herausforderungen bei der Integration in bestehende Geschäftsprozesse
5. Fallbeispiele erfolgreicher Social Intrapreneurship-Initiativen
   1. Unilever „*Unilever Sustainable Living Plan 2010 to 2020. Summary of 10 years' progress”*
      1. Zusammenfassung
      2. Best Practices bei der Umsetzung von Social Intrapreneurship
      3. Fazit
   2. GSK *„PULSE Volunteer Partnership. 2014 Annual Impact Report” & “PULSE Volunteer Partnership. 2015 Annual Impact Report”*
      1. Zusammenfassung
      2. Best Practices bei der Umsetzung von Social Intrapreneurship
      3. Fazit
   3. Allianz „The social intrapreneur. *A field guide for corporate changemakers.”*
      1. Zusammenfassung
      2. Best Practices bei der Umsetzung von Social Intrapreneurship
      3. Fazit
6. Erfolgsfaktoren für Social Intrapreneurship
   1. Unterstützung durch das Management
   2. Ressourcenbereitstellung und Finanzierung
   3. Förderung einer innovationsfreundlichen Unternehmenskultur
   4. Best Practices aus erfolgreichen Unternehmen
7. Diskussion der Ergebnisse und Handlungsempfehlungen
   1. Zusammenfassung der Ergebnisse
   2. Implikationen für die Praxis
8. Fazit
   1. Limitierungen der Thesis
   2. Vorschläge für zukünftige Forschung
9. Quellenverzeichnis
10. Anhang

# Vorläufiges Quellenverzeichnis

Allianz (2008): The social intrapreneur. *A field guide for corporate changemakers. 1st ed*. [London]: Sustainability

Başar, Pınar (2018): *Social Entrepreneurship: Case Study in Unilever Food Solutions’ Trusted Hands Food Safety Online Training Program*. In: Sílvio Manuel Brito (Hg.): Entrepreneurship - Trends and Challenges: InTech

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.

PULSE Volunteer Partnership. *2014 Annual Impact Report (2015). Philadelphia.*

*Online verfügbar unter https:/*[*/www.gsk.com/media/2535/pulse-annual-impact-reort-*](http://www.gsk.com/media/2535/pulse-annual-impact-reort-) *2014.pdf, zuletzt geprüft am 23.08.2024.*

PULSE Volunteer Partnership. *2015 Annual Impact Report (2016). Philadelphia.*

*Online verfügbar unter https:/*[*/www.gsk.com/media/2537/pulse-impact-annual-report-*](http://www.gsk.com/media/2537/pulse-impact-annual-report-) *2015.pdf, zuletzt geprüft am 23.08.2024*

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

Unilever Communications (2021): *Unilever Sustainable Living Plan 2010 to 2020. Summary of 10 years' progress.* London. Online verfügbar unter https:[//www.unilever.com/files/92ui5egz/production/16cb778e4d31b81509dc593700155](http://www.unilever.com/files/92ui5egz/production/16cb778e4d31b81509dc593700155) 9f1f5c863ab.pdf, zuletzt geprüft am 23.08.24