



Universität Hamburg
DER FORSCHUNG | DER LEHRE | DER BILDUNG

FAKULTÄT
FÜR WIRTSCHAFTS- UND
SOZIALWISSENSCHAFTEN

Themenübersicht/ Overview of Topics

Bachelor- und Masterarbeiten/ Bachelor's and Master's Theses

Prof. Dr. Dirk Ulrich Gilbert

Professur für Betriebswirtschaftslehre, insb. Unternehmensethik

Von-Melle-Park 9
20146 Hamburg

Tel. +49 (0)40 - 42838-9443

Fax +49 (0)40 - 42838-2128

<https://www.wiso.uni-hamburg.de/fachbereich-sozoek/professuren/gilbert.html>

Stand: Mai 2021

Vorbemerkung

Die folgenden Themenvorschläge eignen sich grundsätzlich sowohl für Bachelor- als auch für Masterarbeiten. Eine Masterarbeit unterscheidet sich von einer Bachelorarbeit vor allem im Umfang der Recherchen und dem Anspruch an die methodische Fundierung sowie die Eigenleistung. Die Themen werden dann entsprechend angepasst, zum Teil findet sich in den Themenbeschreibungen schon ein Hinweis darauf.

Es handelt sich im Folgenden um Anregungen und Vorschläge zu möglichen Themen in unseren Forschungsbereichen. Bei einem ersten Gespräch können auch gerne eigene Ideen eingebracht werden (siehe [„Ablauf von Abschlussarbeiten an unserer Professur“](#) auf unsere Homepage).

Preliminary remarks

The topics proposed hereafter are basically suited for both bachelor's and master's theses. The fundamental difference between the two is that a master's thesis is much more extensive in terms of research and requires a technically more challenging methodological foundation as well as a higher personal contribution.

The topics will be adjusted accordingly, and in some cases the description of the topic already includes a corresponding hint.

You may find hereafter some suggestions and proposals for possible topics in our research fields. Of course, you may also present your own ideas at our first meeting (see „Procedure for writing a final thesis“ on our website).

Team der Professur Gilbert

Aktuelle Betreuungskapazität des Teams: limitierte freie Kapazitäten

Wir betreuen Abschlussarbeiten zu Themen beider Bereiche der Lehre und Forschung unserer Professur, d.h. internationales strategisches Management und Unternehmensethik/ CSR. Die Inhalte unserer Vorlesungen sowohl im BA Sozialökonomie als auch im MIBAS bilden daher einen guten Ausgangspunkt zur Identifikation von relevanten Themen. Darüber hinaus können Sie aber auch gern eigene Ideen einbringen. Die Konkretisierung der Fragestellung erfolgt dann im Exposé-Erstellungsprozess.

Wenn Sie Interesse an einer Abschlussarbeit in den oben genannten Themenfeldern haben, dann senden Sie Ihre Anfrage (inkl. Lebenslauf und dem geplanten Anfangs- und Abgabezeitraum) an die Koordinatorin für Abschlussarbeiten:

Anna-Lena Maier, M.A.: anna-lena.maier@uni-hamburg.de

Team of the Chair of Business Ethics and Management

Current internal mentoring capacity: available capacity

We provide guidance to students writing their final thesis on topics in the areas of both teaching and research, i.e. International Strategic Management and Corporate Social Responsibility (CSR). Therefore, the content of our lectures in both the BA in Socioeconomics and the MA in International Business and Sustainability (MIBAS) constitute a good starting point for identifying relevant topics. Of course, you may also contribute your own ideas. The research question will then be specified when preparing an exposé.

If you are interested in writing your final thesis on any of the aforesaid topics, please send your request (including your curriculum vitae and the envisaged date for starting and submitting your final thesis) to our coordinator for final theses:

Anna-Lena Maier, M.A. : anna-lena.maier@uni-hamburg.de

Zusätzlich zu den allgemeinen Forschungsschwerpunkten der Professur bieten die wissenschaftlichen Mitarbeiter:innen von Professor Gilbert folgende Themen mit besonderem Bezug zu den Forschungsprojekten der WiMis an.

In addition to the overall research areas of the chair, the research assistants at the chair offer following topics with particular relevance for their individual PhD/ Post-Doc research projects.

Aktuelle Betreuungskapazität von Stefanie Remmer: limitierte freie Kapazitäten
Current supervisor capacities of Stefanie Remmer: limited capacities

Kontakt:

stefanie.remmer@uni-hamburg.de

Von-Melle-Park 9 | Raum B527

Issue Buying im CSR/Sustainability-Management

Eine Vielzahl von Studien beschäftigt sich damit, wie Change Agents in Unternehmen (z.B. CSR- / Nachhaltigkeitsmanager*innen), andere Organisationsmitglieder von Veränderungen hin zu mehr Verantwortungsbewusstsein und Nachhaltigkeit überzeugen können. Diese Studien beziehen sich unter anderem auf Issue Selling, also die angewandten Überzeugungsstrategien (z.B. Business Case Framing, Unterstreichen der strategischen Relevanz von Themen etc.). Deutlich weniger Forschung besteht hinsichtlich der Empfänger dieser Bemühungen, also den Issue Buyers, die die Anliegen der Issue Sellers unterstützen sollen. Im Rahmen einer Bachelor- oder Masterarbeit soll eine Literaturstudie über den Forschungsstand zum Thema Issue Buyers erstellt werden. Als empirisches Projekt könnten auch Veränderungsprozesse in einer Organisation begleitet werden.

A large number of studies researches the strategies change agents, such as CSR-/sustainability managers use to gain support for their goals by other organizational members (issue selling). However, much less is known about the recipients of issue selling who are called issue buyers. A bachelor or master thesis concerning this topic could provide a literature review about the current state of research on issue buying. An empirical study could observe change processes in an organization.

Einführungsliteratur/ Introductory literature:

- Wickert, C., & de Bakker, F. G. A. (2018). Pitching for Social Change: Toward a Relational Approach to Selling and Buying Social Issues. *Academy of Management Discoveries*, 4(1), 50–73.
- Databank Search of the key word: Issue Buy* AND CSR OR Sustainability

Die Performativität von Instrumenten im Nachhaltigkeitsmanagement / The performativity of sustainability management instruments

Wenn Unternehmen Planungs- oder Monitoring-Instrumente im Nachhaltigkeitsmanagement benutzen, dann entscheiden diese Instrumente darüber, wie die Unternehmen sich und ihre Umwelt wahrnehmen und wie sie infolgedessen handeln. Jedes Instrument bildet aber nur einen Ausschnitt der Realität ab. Performativität beschäftigt sich mit den Konsequenzen dieser selektiven Realitätswahrnehmung. Anwendungsbeispiele zur Untersuchung dieser performativen Konsequenzen können die Wesentlichkeitsanalyse in der Berichterstattung, Foresight/ Szenariomethoden in der Strategieentwicklung, die Sustainability Balanced Score Card in der Strategieplanung und -implementierung oder Wirkungsmessungsinstrumente sein. Ziel einer Abschlussarbeit zu diesem Thema ist es, zunächst den Begriff der Performativität zu klären und das theoretische Konstrukt dann auf ein Analysebeispiel anzuwenden.

When companies use planning or monitoring instruments in sustainability management, these instruments determine how the companies perceive themselves and their environment. This perception influences how they approach sustainability issues. Any instrument however can only depict a limited part of reality. Performativity is a theoretical concept that allows us to research the consequences of the creation of such selected reality. Examples of instruments which can be analyzed using a performativity perspective are materiality analyses in sustaina-

bility reporting, foresight/ scenario methods in strategy development, the sustainability balanced scorecard in strategy planning and implementation or impact measurement tools. The aim of this assignment is to clarify and explain the concept of performativity and apply it to a CSR/sustainability management instrument.

Einführungsliteratur/ Introductory literature:

- Hahn, T., & Figge, F. (2018). Why Architecture Does Not Matter: On the Fallacy of Sustainability Balanced Scorecards. *Journal of Business Ethics*, 150(4), 919–935. <https://doi.org/10.1007/s10551-016-3135-5>.
- Remmer, Stefanie & Gilbert, Dirk Ulrich (2019): Applying Materiality Assessment in Strategic Management – The Implicit Coating of the Materiality Lens, in: Wunder, Thomas (Ed.): Rethinking Strategic Management. Sustainable strategizing for positive impact, Springer Nature.
- Kornberger M, Clegg S. Strategy as performative practice: The case of Sydney 2030. *Strategic Organization*. 2011;9(2):136-162. doi:10.1177/1476127011407758
- Carton G. How Assemblages Change When Theories Become Performative: The case of the Blue Ocean Strategy. *Organization Studies*. 2020; 41(10):1417-1439. doi:10.1177/0170840619897197
- Whittle, A., and Mueller, F. (2010), 'Strategy, enrolment and accounting: the politics of strategic ideas', *Accounting, Auditing and Accountability Journal*, 23/5: 626–46.
- Guérard, S., Langley, A. & Seidl, D. (2013). Rethinking the concept of performance in strategy research: towards a performativity perspective. *M@n@gement*, vol. 16(5), 566-578. <https://doi.org/10.3917/mana.165.0566>

Aktivismus in Unternehmen / Social activism in business

Dieses Thema bietet sich insbesondere für qualitative Forschung, bspw. Interviews in Unternehmen, Branchenverbänden oder zivilgesellschaftlichen Organisationen, im Rahmen einer Bachelor- oder Masterarbeit an./

This topic is particularly suitable for qualitative research, such as interviews with representatives of companies, business associations or civil society organizations, in the course of a Bachelor or Master thesis.

Einführungsliteratur/ Introductory literature:

- Briscoe, Forrest; Gupta, Abhinav (2016): Social Activism in and Around Organizations. In: The Academy of Management Annals 10 (1), S. 671–727. DOI: 10.1080/19416520.2016.1153261.
- Weber, Klaus; Waeger, Daniel (2017): Organizations as Polities: An Open Systems Perspective. In: The Academy of Management Annals 11 (2), S. 886–918. DOI: 10.5465/annals.2015.0152.
- Carrington, M., Zwick, D., & Neville, B. (2019). Activism and Abdication on the Inside: The Effect of Everyday Practice on Corporate Responsibility. Journal of Business Ethics, 160(4), 973–999.
- Gond, J.-P., Cabantous, L., & Krikorian, F. (2018). How do things become strategic? ‘Strategifying’ corporate social responsibility. Strategic Organization, 16(3), 241–272.
- Hengst, I.-A., Jarzabkowski, P., Hoegl, M., & Muethel, M. (2020). Toward a Process Theory of Making Sustainability Strategies Legitimate in Action. Academy of Management Journal, 63(1), 246–271.
- Hunoldt, M., Oertel, S., & Galander, A. (2018). Being Responsible: How Managers Aim to Implement Corporate Social Responsibility. Business & Society.
- Wickert, C., & de Bakker, F. G. A. (2018). Pitching for Social Change: Toward a Relational Approach to Selling and Buying Social Issues. Academy of Management Discoveries, 4(1), 50–73.
- Wright, C., & Nyberg, D. (2017). An Inconvenient Truth: How Organizations Translate Climate Change into Business as Usual. Academy of Management Journal, 60(5), 1633–1661.
- Feldman, M. S., & Orlikowski, W. J. (2011). Theorizing Practice and Practicing Theory. Organization Science, 22(5), 1240–1253.
- Nicolini, D. (2012). Practice theory, work, and organization: An introduction. Oxford: OUP Oxford.

Wirkungsmessung: Grenzen und Alternativen

Ein wichtiges Ziel in im CSR-Management, aber auch in der Arbeit zivilgesellschaftlicher Organisationen ist es, Maßnahmen zu planen und umzusetzen, die eine nachweisbare positive gesellschaftliche Wirkung haben und so den Einsatz von Geldern und Ressourcen zu rechtfertigen sowie ungewollte negative Konsequenzen eines Engagements zu vermeiden. In einer Bachelor- oder Masterarbeit sollen die Grundidee der Wirkungsmessung und die Herausforderungen der Umsetzung herausgearbeitet werden. Darüber hinaus besteht ein besonderes Interesse daran, die konkrete Frage zu beantworten, inwiefern der Ansatz der Phineo gAG eine Lösung für diese Herausforderungen bietet: <https://www.phineo.org/magazin/was-ist-soziale-wirkung>.

An important goal in CSR management, but also in the work of civil society organizations, is to plan and implement initiatives that have a verifiable positive social impact and thus justify the use of funds and resources as well as avoid unintended negative consequences of an engagement. In a bachelor or master thesis, the basic idea of impact measurement and the challenges of its implementation should be elaborated. In addition, there is a particular interest in answering the specific question whether the Phineo gAG's approach to impact offers a solution to these challenges: <https://www.phineo.org/en/impact-analyses>.

Sweatshops im Dienstleistungsbereich/ Sweatshops in service industries

In der Literatur herrscht eine rege Debatte über die Frage, ob Sweatshops (wie z.B. Textilfabriken) ein notwendiger und positiver Schritt hin zu mehr Entwicklung in Ländern des globalen Südens sind oder ob diese eine stets zu verurteilende Form der Ausbeutung und Menschenrechtsverletzung ist. Diese Debatte bezieht sich allerdings in den meisten Fällen auf einen Produktionskontext (also die Arbeit in Fabriken). Aufgabe in einer Bachelor- oder Masterarbeit zu diesem Thema wäre es, die Debatte darzustellen und zu prüfen, ob sie sich auf den Dienstleistungssektor übertragen lässt. Zur Illustration könnten z.B. Träger*innen im Gebirgstourismus genutzt werden. Interessant wäre auch zu untersuchen, ob die Gig Economy oder Erntehilfe Sweatshop-ähnliche Bedingungen in Ländern des globalen Nordens schaffen.

In the literature there is a lively debate on the question, whether sweatshops (e.g. textile factories) are a necessary and positive step towards development in the global south or whether they are exploitation and human rights violations. In this debate arguments are usually based on examples from a production context (factories). In a bachelor or master thesis, the student would outline the sweatshop debate and analyses in how far the arguments for and against sweatshops also apply to a service context. An illustrating example could be porters in mountaineering tourism. It can also be interesting to inquire whether the gig economy or temporary harvest work create sweatshop-like conditions in countries of the global north.

Einführungsliteratur/ Introductory literature:

- Berkey, B. (2021): Sweatshops, Structural Injustice, and the Wrong of Exploitation: Why Multinational Corporations Have Positive Duties to the Global Poor, in: Journal of Business Ethics, Vol. 169, No. 1, pp. 43-56.
- Gilbert, Dirk Ulrich (2019): Sweatshops in globalen Lieferketten multinationaler Unternehmen: Eine kritische Analyse, in: Wirtschaftswissenschaftliches Studium, Vol. 48, No. 12, S. 13-18.
- Gilbert, D. U./Huber, K. (2017): Labour Rights in Global Supply Chains, in: Morsing, M., Rasche, A./Moon, J. (Eds.): Corporate Social Responsibility, Cambridge University Press, pp. 451-472.
- Zwolinski, M. (2007): Sweatshops, Choice, and Exploitation, in: Business Ethics Quarterly, Vol. 17, No. 4, pp. 689-727.