Call for Bachelor Theses at E&I (March 2020)

Dear students,

The Institute for Entrepreneurship and Innovation is currently looking for students who want to write their bachelor thesis at our institute in one of the following areas:

When firms commercialize user innovations: The role of fairness

I am looking for students, who are interested in conducting an explorative interview study. The aim is to find out, under which conditions (user) innovators refrain from knowledge sharing. You will identify and contact user innovators in several communities. The results will be incorporated into my research.

User innovations have proven to be a valuable source of open innovation for firms. Firms identify, adopt, produce, and diffuse valuable user innovations. The underlying assumption is that user innovators with no intention to commercialize by themselves perceive commercialization of a company neutrally (or even positive). We argue that this assumption is an idealization that can be wrong. It may well be perceived as unfair. However, we lack a systematic understanding of factors that make user innovators perceive the commercialization of their innovations as fair or unfair.

If you are interested or need some more information, please contact Sophie Quach (sophie.quach@wu.ac.at).

Startups and corporate spin-offs

Die Zahlen im letztes Monat neu erschienenen Austrian Startup Monitor 2019 (miterhoben durch das Gründungszentrum der WU) zeigen, dass 14 Prozent der österreichischen Startups akademische Spin-offs sind und ca. 20 Prozent aller neuen Startups aus bestehenden Unternehmen ausgegründet wurden.

Wir suchen einen Studenten/eine Studentin, der/die in einer literaturbasierten Bachelorarbeit den Stand der Forschung zu den Themen Spin-offs, und wie sich diese von herkömmlichen, unabhängigen Startups unterscheiden, analysiert. Ziel soll sein, herauszuarbeiten, welche Unterscheidungsmerkmale bisher analysiert wurden, und welche Themen bislang in der Literatur noch weniger erforscht wurden.

Die Arbeit kann auf Deutsch oder Englisch geschrieben werden. Wenn Sie an einer Bachelorarbeit in diesem Bereich interessiert sind oder weitere Informationen benötigen, wenden Sie sich bitte an Klaus Marhold (klaus.marhold@wu.ac.at).

International Entrepreneurship Visa Schemes

As part of a planned research project, we are looking for a student to investigate international immigrant visa schemes for entrepreneurs. With the rising importance of startups as engines for job creation and technological innovation, more and more countries do not just foster startup creation by domestic actors, but allow people to immigrate when they found a startup in the country. Often these visas are tied to minimum investment amounts or the creation of a minimum number of jobs. The goal of these thesis is to collect information of such visa schemes in different countries and create a suitable reference frame for comparison. If you are interest in this topic or need more information, please contact Jan Fell (jan.fell@wu.ac.at).

Success factors in Equity Crowdfunding

Equity Crowdfunding, i.e., allowing many people to make small equity investments in a company, is increasingly becoming an interesting funding source for startups. Just like in regular crowdfunding, where people contribute money towards projects and products, the success of a equity crowdfunding campaign rests on many different factors. Prior literature has, for example, found out that video presentations of the company, the design of the pitch and other factors influence whether and to which extent people are willing to invest into a company. As part of an ongoing research project, we are looking for one to two students who create an overview of success factors for equity crowdfunding based on a review of the extant literature.

If you are interested in this topic or need more information, please contact Jan Fell (jan.fell@wu.ac.at).

New Learning Technologies

Technologies such as artificial intelligence and virtual reality play an increasingly large role in different industries by enabling new innovative products and markets. This is especially true in the field of Learning and Education, where trainees can now learn in virtual, augmented or mixed realities without the need to purchase expensive training equipment.

The E&I Institute is currently working on a multi-year project in collaboration with the world leading company in industrial education and training. The goal of the project is to investigate the business opportunities that result from the increasing use of new technologies in learning.

As part of this ongoing project, we are looking for students to write 3 - 5 bachelor theses focusing on „VR and Learning“, “E-Learning in developing regions”, “Online pricing and bundling”.

If you are interested in writing a bachelor thesis in this field or you need some more information, please contact

- Caroline Fabian (caroline.fabian@wu.ac.at) for the topic “VR and Learning”
- Shtefi Mladenovska (shtefi.mladenovska@wu.ac.at) for the topic “E-Learning in developing regions”
- Klaus Marhold (klaus.marhold@wu.ac.at) for the topic „Online pricing and bundling“

Produktdesigner oder Kunden? Wer kann es besser?

Wie sieht der perfekte Turnschuh aus? Möglicherweise kann diese Frage jeder für sich selbst beantworten – wie aber soll ein Produktdesigner diese Frage für tausende und abertausende von Kunden auch nur hinreichend beantworten können? Um diese Herausforderung zu bewältigen, werden Verbraucher von Unternehmen in die Produktentwicklung eingebunden und modifizieren Produkte nach ihren eigenen Vorstellungen (von Hippel 2005; von Hippel, De Jong, und Flowers 2012). Dieses Phänomen wird als ‚*customer co-creation*‘ (Hoyer et al. 2010) oder ‚*self-customization*‘ (von Hippel und Katz 2002) bezeichnet.

Trotz des enormen Potenzials halten Toolkits nicht, was sie versprechen, denn sehr wenige Kunden nutzen Toolkits überhaupt (Franke and Hader 2014, Gownder 2011) und wenn doch, sind sehr hohe Abbruchraten zu beobachten (Franke et al. 2017, Delleart and Stremersch 2005, Zipkin 2001), weil sie

den Prozess als überfordernd, zeitaufwendig und frustrierend empfinden (Junker et al. 2016, Zou 2007, Huffman and Kahn 1998).

Vor diesem Hintergrund stellt sich die Frage, ob Kunden überhaupt in der Lage sind, sich ihr eigenes Produkt zu kreieren, oder ob man diese Aufgabe nicht doch besser wieder professionellen Designern in Unternehmen übertragen sollte.

Wenn Sie Interesse an einer Bachelorarbeit in diesem Bereich haben oder weitere Informationen benötigen, wenden Sie sich bitte an Stefan Bolzenius (stefan.bolzenius@wu.ac.at).

Endverbraucher und Geschäftskunden – Durch Gleichheit zum Erfolg?

Co-Creation – der individuelle Anpassungsprozess von Standardprodukten an die eigenen Bedürfnisse - ist vor allem bekannt durch NikeID, MyMüsli oder andere B2C-Toolkits. Tatsächliche sind Toolkits aber auch stark im B2B-Bereich vertreten. In den Anfängen der Co-Creation-Forschung gab es auch einige empirische Studien von B2B-Märkten (z.B. Berman 2002, Wind & Rangaswamy 2001).

Heutzutage findet Forschung vor allem im B2C-Bereich statt. Dort zeigt sich, dass Toolkits zwar einerseits ein enormes Potenzial zugesprochen wird, Kunden aber selten individualisierte Produkte erhalten oder den Prozess sogar abbrechen (Franke et al. 2017, Delleart and Stremersch 2005, Zipkin 2001. Für Geschäftskunden wurden lange vor Pines (1993) Publikation über ‚*Mass Customization*' individuelle Produkte entworfen.

Vor dem Hintergrund mangelhafter B2C-Toolkits stellt sich daher die Frage, welche systematischen Unterschiede es zwischen B2C- und B2B-Toolkits gibt und in wieweit sich User-Toolkits darauf aufbauend optimieren lassen.

Wenn Sie Interesse an einer Bachelorarbeit in diesem Bereich haben oder weitere Informationen benötigen, wenden Sie sich bitte an Stefan Bolzenius (stefan.bolzenius@wu.ac.at).

Wie sieht die Zukunft von Toolkits aus?

Während die Massenanpassung hochwertiger Produkte bereits in den 1950er-Jahren erfolgte, als zum Beispiel bestimmte Mercedes-Benz-Modelle eine Reihe von kundenspezifischen Komponenten aufwiesen, die mit dem Auto bestellt werden konnten, hat die neue Welle der Massenanpassung aufgrund des technologischen Fortschritts wesentlich profanere Produkte erreicht. (Müller-Heumann 1992). In den letzten 30 Jahren wurde im Zusammenhang von Co-Creation immer wieder vom Produktdesign der Zukunft gesprochen – aktuelle Studien und Beobachtungen belegen dies jedoch nicht. Vor diesem Hintergrund stellt sich die Frage, ob es nicht eine erneute Welle neuer Technologien benötigt, um Toolkits zu verbessern. Welche Technologien finden heute Anwendung und wie könnte die Zukunft von Toolkits für Co-Creation aussehen?

Wenn Sie Interesse an einer Bachelorarbeit in diesem Bereich haben oder weitere Informationen benötigen, wenden Sie sich bitte an Stefan Bolzenius (stefan.bolzenius@wu.ac.at).

If you did not find a topic that suits you, please have a look at our website (https://www.wu.ac.at/entrep/lehre/research-fields-thesis) to see the list of general bachelor thesis topics of our E&I faculty, and contact us directly.