

Themenliste Abschlussarbeiten

Stand: Mai 2014

Die nachfolgend aufgelisteten Themen und Ideen für Abschlussarbeiten sind größtenteils aus wissenschaftlichen Tätigkeiten, Forschungstrends, Unternehmenskontakten oder konkreten Ausschreibungen durch Unternehmen entstanden. Manche der Ideen sind bereits sehr detailliert konkretisiert, ausformuliert und abgegrenzt. Andere Ideen sind dagegen bislang noch auf sehr konzeptionellem Stadium und können sehr gerne im gemeinsamen Dialog diskutiert, eingegrenzt und ausformuliert werden.

Sehr gerne stehe ich Themenvorschläge von studentischer Seite offen gegenüber und begrüße diese sehr. Auch kooperative Abschlussarbeiten gemeinsam mit Unternehmen sind jederzeit willkommen. Sprechen Sie mich hierzu bitte an!

Die meisten Themen lassen sich sowohl als Bachelor- als auch als Master-Abschlussarbeit bearbeiten. Themen die von Umfang und Tiefe eher für Master-Abschlussarbeiten eignen, sind entsprechend gekennzeichnet.

Für die Vergabe von Abschlussarbeitsthemen bitte ich um vorherige Rücksprache. Bitte senden Sie mir hierfür Ihre Kontaktdaten (Name, Matrikelnummer, Studienfach, Semester, Festnetz- und/oder Mobilnummer) und das von Ihnen präferierte Thema per Email an rene.niethammer@htw-aalen.de zu.

Sie können mich auch gerne vorab für allgemeine Fragen zu Abschlussarbeiten sowie zur Themenfindung und –auswahl kontaktieren.

Grundsätzliches Vorgehen:

- I. Nachdem Sie sich für ein Thema entschieden haben, kontaktieren Sie mich bitte per Email unter rene.niethammer@htw-aalen.de um die Verfügbarkeit zu klären (Es kann passieren dass Themen bereits kurzfristig vor der nächsten Aktualisierung der Liste vergeben wurden oder bereits reserviert sind).
- II. Wir stimmen uns gemeinsam zum Thema ab und Sie können anschließend die Abschlussarbeit beim Prüfungsausschuss mit den Formalitäten offiziell anmelden.
- III. Exposé zur Abschlussarbeit mit folgenden Inhalten (1-2 Seiten)
 - a. Vorschlag für das Thema der Arbeit (Kann auch noch in diesem frühen Bearbeitungsstadium als Arbeitstitel geführt werden)
 - b. Detaillierte Beschreibung der Aufgabenstellung bzw. Fragestellung und Abgrenzung/Eingrenzung des Themas
 - c. Grober Stand der Wissenschaft
 - d. Vorgehensweise und methodischer Ansatz
 - e. Erwartbares Ziel der Arbeit
 - f. Grobe Gliederungsstruktur der Arbeit (Beschreibung der Inhalte in Stichworten und geschätzter Seitenumfang)
- IV. Übersicht der bisherigen Studienleistungen (Semester, Studienfächer und Noten) sowie der Praxiserfahrung (Ausbildung, Praktika etc.) und falls die Arbeit kooperativ in einem Unternehmen durchgeführt werden soll die Kontaktdaten (Unternehmen, Abteilung, Ansprechperson bzw. unternehmerischer Betreuer, Funktion, Telefon und Email-Adresse).

Konkrete Themenvorschläge für Abschlussarbeiten:

1. Innovative Geschäftsmodellentwicklung für kommunale Energieversorger im Rahmen der Energiewende

Durch die von der Bundesregierung beschlossene Energiewende werden neue Herausforderungen auf die kommunalen Energieversorger zukommen, die sicher auch vielfältige Chancen der Geschäftsentwicklung ergeben. Die Arbeit soll hierfür methodische Ansätze und Potenziale aufzeigen.

2. Crowdsourcing im Innovationsmanagement

Das Internet wird zunehmend durch Unternehmen als Informations- und Ideenquelle im Innovationsmanagement eingesetzt. Die Arbeit soll einen Überblick über den aktuellen Stand der Forschung geben und diesen an der realen Nutzung durch Unternehmen spiegeln.

3. Innovations-Tool-Box für KMUs

Entwicklung einer Tool-Box (Methoden-Baukasten) für KMUs um gerade in kleineren Unternehmen ein effektives und effizientes Innovationsmanagement zu betreiben und zu etablieren. Die Tool-Box soll dabei von der Innovationsstrategie bis zum Innovationsmarketing alle Phasen des gesamtheitlichen Innovationsprozesses einschließen.

4. Innovationsprozess in KMUs

KMUs haben häufig schlanke, flexible und informelle Organisationsstrukturen und Prozessabläufe. Wie sollte ein idealer Innovationsprozess für KMUs gestaltet sein, dass er den Anforderungen von KMUs genügt und gerade deren Flexibilität maßgeblich steigert?

Sehr gerne kann diese Arbeit auch in Zusammenarbeit mit KMUs oder eine begrenzte empirische Befragung von KMUs zur Identifikation von Erfolgsfaktoren und Best-practice-Beispielen durchgeführt werden.

5. **Innovationsstrategie – Technology-push versus Market-pull**

Eine der grundlegendsten Innovationsstrategieoptionen ist der Technology-push- und der Market-pull-Ansatz. In der Wissenschaft wurden zu deren Umsetzung schon viele empirische Untersuchungen durchgeführt um die jeweiligen Erfolgsfaktoren herauszuarbeiten.

Die Arbeit soll die Forschungsergebnisse analysieren und Handlungsempfehlungen – insbesondere auch auf die Innovationsstrategie von KMUs – ableiten.

6. **Timingstrategien**

Eine weitere grundlegende Innovationsstrategieoption ist das Timing bei der Einführung und beim Wachstum neuer Technologie und Märkte. Hier wird meist unterschieden zwischen Pionier, Früher Folger, Später Folger und Nachahmer. In der Wissenschaft wurden zu deren Umsetzung schon viele empirische Untersuchungen durchgeführt um die jeweiligen Erfolgsfaktoren herauszuarbeiten.

Die Arbeit soll die Forschungsergebnisse analysieren und Handlungsempfehlungen – insbesondere auch auf die Innovationsstrategie von KMUs – ableiten.

7. **Trendfrüherkennung für KMUs**

Welche Methoden gibt es und welche Methoden können KMUs einsetzen um bereits frühzeitig neue und aufkommende Technologie-, Markt, Kunden- und Wettbewerbstrends identifizieren und bewerten zu können.

8. **Open Innovation in KMUs**

Open Innovation Ansätze werden vornehmlich durch große und Unternehmen und globale Konzerne vorangetrieben. Wie sieht dazu im Vergleich die aktuelle Anwendung sowie Akzeptanz in KMUs aus und welche Chancen sowie Anwendungs-/Realisierungsmöglichkeiten haben KMUs?

9. **Open Innovation in Web Communities**

Open Innovation und Social Media werden zunehmend zum Erschließen größerer und breiter Innovationsnetzwerke genutzt. Wie ist der aktuelle Stand der Anwendung und Akzeptanz seitens der Unternehmen und welche Entwicklungstrends zeichnen sich ab?

10. **Geschäftsmodellinnovationen**

Geschäftsmodell werden im Innovationsmanagement zunehmend wichtiger und erfolgsentscheidend. Dies hat zu einer sehr großen Vielfalt von Definitionen für Geschäftsmodelle in der Wissenschaft geführt.

Die Arbeit soll einen Überblick über den aktuellen Stand der Definitionen für Geschäftsmodelle geben und die jeweiligen Differenzen sowie Gemeinsamkeiten herausarbeiten. Zusätzlich kann durch die detaillierte Betrachtung ein Katalog mit Kriterien für die Anwendbarkeit der unterschiedlichen Geschäftsmodelldefinitionen auf verschiedene Branchen, Unternehmensgrößen, Strategieoptionen etc. erarbeitet werden.

11. **Methoden-Baukasten für die Geschäftsmodellentwicklung in KMUs**

Geschäftsmodellinnovationen werden von zahlreichen Unternehmen und verschiedensten Branchen zunehmend als Erfolgsfaktor des Innovationsmanagement eingesetzt. Zwischenzeitlich existieren zahlreiche Methoden zur Geschäftsmodellentwicklung in der Literatur, die mehr oder weniger praktisch anwendbar sind. In dieser Arbeit soll daher ein konkret anwendbarer Methoden-Baukasten entwickelt werden, der KMUs als Leitfaden für Geschäftsmodellinnovationen umsetzungsorientiert dient.

12. **Best-practice der Geschäftsmodellinnovationen**

Suche, Identifikation und Analyse von Best-practice Beispielen aus Unternehmen zur geschäftsmodellbasierten Innovationsentwicklung und Ableitung von Erfolgsfaktoren für Geschäftsmodellinnovationen.

13. **Innovationskultur in KMUs**

Vergleich der Vor- und Nachteile von KMUs zu Großunternehmen in Bezug auf die interne Unternehmenskultur und die sich daraus ergebenden Chancen und Risiken sowie Strategieoptionen zur gezielten Chancennutzung und Risikovermeidung.

Welche „weichen“ (psychologischen) Faktoren sind für eine erfolgreiche und nachhaltige Innovationskultur wichtig und wie können diese durch den Führungsstil, die Organisationsstruktur, die Prozesse und weiterer Rahmenbedingungen positiv stimuliert werden?

14. Outside-in-Prozess für das Innovationszentrum der Hochschule Aalen

Die Hochschule Aalen hat ein neugegründetes Innovationszentrum (www.innovationszentrum-aalen.de). Hierfür soll ein Prozessablauf für das Umsetzen von Ideen, Ausgründungen und Entwicklungsvorhaben aus Unternehmen innerhalb der Infrastruktur des Innovationszentrums entwickelt werden. Dafür sind die Bedürfnisse der Unternehmen sowie der Stakeholder des Innovationszentrums zu berücksichtigen. Der entwickelte Prozessablauf soll an Best-practice-Beispielen vergleichbarer Innovationseinrichtung im deutschsprachigen Raum gespiegelt werden.

Für diese Arbeit ist die Zusammenarbeit mit der Leitung des Innovationszentrums sowie ausgewählten Unternehmen erforderlich.

15. Phasenmodell für die Inkubatorrolle des Innovationszentrums der Hochschule Aalen

Das neugegründete Innovationszentrum der Hochschule Aalen (www.innovationszentrum-aalen.de) soll potenziellen Start-ups eine Plattform zur Gründung und Geschäftsentwicklung im Sinne eines Inkubators geben. Für den gesamten Prozess von der ersten Kontaktaufnahme bis zu einem Exit ist ein transparentes Phasenmodell mit verbindlichen Meilensteinen sowohl für die Gründer als auch für die Stakeholder des Innovationszentrums erforderlich. Dieses Phasenmodell kann sich an den klassischen Gründungs- und Wachstumsphasen orientieren und soll Best-practice-Beispiele aus vergleichbaren Innovationszentren sowie von institutionellen Investoren (VC, Seed, Mezzanine etc.) integrieren.

16. Nachfolgeregelung in KMUs

Wie regeln inhabergeführte KMUs die familieninterne und familienexterne Altersnachfolge, welche Schwierigkeiten und Herausforderungen entstehen dabei und wie könnte ein Ideal-Prozess gestaltet sein?

Diskussion der Thematik anhand von Best-practice-Beispielen und Ableitung von Erfolgsfaktoren für die Nachfolgeregelung in KMUs.

17. Finanzierungssupport von Start-ups im Rahmen des Innovationszentrums der Hochschule Aalen

Zur Erfüllung einer bestmöglichen Inkubatorrolle durch das neugegründete Innovationszentrum der Hochschule Aalen (www.innovationszentrum-aalen.de) muss auch der Zugang, die Vermittlung und die Unterstützung bei der Kapitalbeschaffung prozessual erfüllt werden. Hierfür sollen einerseits ein Portfolio möglicher Finanzquellen über die einzelnen Finanzierungsphasen entwickelt werden. Und andererseits auch Strategien und Prozesse zur Erschließung und Integration der optimalen Finanzierungsquellen erarbeitet werden. Diese Arbeit umfasst sicher auch die Abstimmung mit potenziellen institutionellen Investoren, um deren Präferenzen, Strategien und Prozesse (Anforderungen, Meilensteine etc.) in dieses Konzept einzuarbeiten.

18. Marketingplanung zum Reputationsaufbau für das Innovationszentrum der Hochschule Aalen

Die Hochschule Aalen hat ein neugegründetes Innovationszentrum (www.innovationszentrum-aalen.de). Das Innovationszentrum versteht sich als „Inkubator“ und Innovationstreiber für die Region. Im Rahmen der Aufgaben und Tätigkeiten des Innovationszentrums müssen zielgerichtete Marketingaktivitäten geplant und realisiert werden. Hierfür soll ein Marketingplan mit konkreten Aktivitäten wie beispielsweise Informationsveranstaltungen, Arbeitskreisen, Workshops, Wissenszirkeln, Kaminabenden etc. entwickelt und auf Interesse bei den regionalen Unternehmen geprüft werden.

19. Gründungsfinanzierung durch Crowd-Funding

Aktueller Trend bei der Start-up- und Gründungsfinanzierung ist das Crowd-Funding im Internet. Was ist der aktuelle Stand, die Verbreitung, die Methoden und Ansätze, die Erfolge und die Plattformen.

Diese Arbeit setzt internationale (deutsch- und englischsprachige) Recherchekompetenz voraus.

20. Spieltheoretische Betrachtung von Kooperationen

Die strategische Zusammenarbeit und Interaktion in Kooperationen lässt sich anhand spieltheoretischer Methoden analysieren und das Verhalten der einzelnen Player vorhersagen. Unter diesen Gesichtspunkten ist eine Vorgehens- und Verhaltensempfehlung für KMUs zu entwickeln, die die Interaktion in Kooperationen einfach und plausibel darstellt.

21. Social Media in Kooperationen und Netzwerken

Social Media Plattformen im Internet gewinnen eine immer größer werdende Bedeutung. Welchen Einfluss hat diese Entwicklung auf das Management von Kooperationen und Netzwerken und wie kann Social Media als künftiger Erfolgsfaktor genutzt werden?

22. IP-/Patent-Management in KMUs

Technologieorientierte KMUs verfügen häufig über ein spezifisches Portfolio mit Schutzrechten (Patente, Gebrauchsmuster, Geschmacksmuster, Marken...), um ihren technologischen Wettbewerbsvorteil nachhaltig zu sichern. Wie können KMUs das IP-/Patent-Management in ihren Strategie und Technologiemanagementprozess integrieren, wie kann ein Idealprozess zum IP-Management modelliert sein und wie sollte das IP-Management hinsichtlich Kapazität und Kompetenz in der Organisationsstruktur von KMUs aufgehängt sein?

23. Integrierter Innovations- und IP-/Schutzrechts-Manager

Schutzrechte und Schutzrechtsportfolios (Patente, Gebrauchsmuster etc.) nehmen ständig an strategischer Bedeutung für Unternehmen zu. Dies nicht zuletzt angeregt durch die publizitätswirksamen Patentstreitigkeiten und Ausgleichszahlungen im Telekommunikationssektor (Bsp. Apple vs. Samsung). Unternehmen die ihre Technologien durch starke Schutzrechtsportfolios schützen und gleichzeitig auch auf Wettbewerbs-Schutzrechte achten müssen, haben meist ein IP-/Schutzrechts-Management etabliert. Bislang gibt es kaum Ausbildungsmöglichkeiten (Erst-, Zweit- oder Aufbaustudium) für IP-Manager. Wie müsste ein Curriculum/Lehrprogramm aufgebaut sein, um integrierte Innovations- und IP-/Schutzrechts-Manager für Unternehmen an Hochschulen auszubilden?



makes a difference



Abschlussarbeit im Corporate Innovation Management

Wir vergeben ständig Abschlussarbeiten in der Abteilung Corporate Innovation Management in Winnenden.

Sie können uns gern in einer Initiativbewerbung ein eigenes Thema vorschlagen – oder aber Sie bewerben sich auf eines unserer ausgeschriebenen Themen. Da diese meist vertrauliche sind schreiben wir Sie nicht öffentlich aus, schicken Sie uns einfach ihre Bewerbung mit entsprechenden Interessensgebieten und wir senden Ihnen eine Liste mit aktuellen Themen zu.

Als Student/-in der Fachrichtung Maschinenbau, Technologie-/ Innovationsmanagement, Wirtschaftsingenieurwesen oder Betriebswirtschaft können Sie schon morgen bei uns einsteigen. Wenn Sie bereits erste Erfahrung im Bereich Innovations- und Technologiemanagement gemacht haben, umso besser! Gute Englischkenntnisse und praxiserprobte PC-Kenntnisse (MS Office) erleichtern Ihnen den Einstieg. Sie denken analytisch, schätzen Teamarbeit und arbeiten selbstständig und zuverlässig.

Bitte bewerben Sie sich über unser Online-Formular unter:
<http://www.kaercher.de/de/Karriere>

Kontakt: Dr. Daniel Heubach, daniel.heubach@de.kaercher.com
Timo Lettfuß, timo.lettfluss@de.kaercher.com

Generelle Themen-Schwerpunkte für Abschlussarbeiten, zu denen von studentischer Seite Ideen und Detail-/Unterthemen jederzeit willkommen sind

Bitte um persönliche Abstimmung!

❖ Innovationsmanagement

- Innovationsstrategie
- Innovationsprozess und Innovationsorganisation
- Innovationskultur
- Innovationscontrolling
- Ideengenerierung und Kreativität
- Markt- und Wettbewerbsstrategie
- Open-Innovation und Cross-Industry-Innovation
- Geschäftsmodelle und Geschäftsmodellinnovationen
- Dienstleistungs- und Serviceinnovationen
- Strategische Früherkennung (Szenariotechnik, Roadmapping etc.)
- Erfolgsfaktoren im Innovationsmanagement
- Innovations- und Schutzrechtsmanagement als integrative Funktion
- ...

❖ Technologiemanagement

- Methoden des Technologiemanagements
- Technologieplanung und Technologieentwicklung
- F&E-Prozessmanagement und F&E-Organisation
- Technologiebewertung und Technologieverwertung
- Erfolgsfaktoren des Technologiemanagements
- Geistiges Eigentum und Gewerblicher Rechtsschutz
- Patentmanagement und Patentstrategie
- ...

❖ **Kooperationen und Netzwerke**

- Kooperations- und Netzwerkmanagement
- Initiierung, Planung, Entwicklung und Etablierung von Kooperationen und Netzwerken
- Wissensmanagement in Kooperationen und Netzwerken
- Patentmanagement in Kooperationen und Netzwerken
- Kooperationskultur
- Kooperation in den Frühen Phasen sowie den zentralen Phasen des Innovationsmanagements
- Erfolgsfaktoren im Kooperations- und Netzwerkmanagement
- Kooperationsverträge
- ...

❖ **Existenzgründung**

- Entrepreneurship
- Businessplan
- Unternehmensnachfolge
- Modell der Existenzgründung
- Phasenmodelle der Gründungs- bis Wachstumsfinanzierung
- Finanzierungsquellen (Seed, VC, Mezzanine etc.)
- Erfolgsfaktoren der Existenzgründung
- ...