

MIM S2 16: Forschungsseminar Strategie & Organisation

Nachhaltige Geschäftsmodellinnovation in Norddeutschland – Bedeutung und Ausprägung in verschiedenen Kontexten

I. Ort und Zeit

Semester:	Herbstsemester 2025-26	Credit Points:	5
Zeit:	Mo., 14:30-16:00 Uhr	Raum:	MAD 130

II. Seminarinhalte und -ziele

Klimakrise, geopolitische Instabilitäten und wirtschaftliche Unsicherheiten – Unternehmen weltweit sehen sich heute mit tiefgreifenden Umbrüchen konfrontiert. Das diesjährige Forschungsseminar widmet sich den Herausforderungen und Chancen von Unternehmen in Norddeutschland, die den Weg zu mehr Nachhaltigkeit eingeschlagen haben – sei es direkt bei der Unternehmensgründung (man spricht dann auch von »born sustainables«) oder im Zuge der Transformation zu mehr sozialer und/oder umweltbezogener Nachhaltigkeit eines bestehenden Unternehmens. Dabei interessieren uns verschiedene Branchen und auch Unternehmen verschiedener Größen aus dem norddeutschen Raum (Schleswig-Holstein inklusive deutsch-dänisches Grenzland, Hamburg, Niedersachsen, Bremen und Mecklenburg-Vorpommern).

Die Schaffung nachhaltiger Geschäftsmodelle ist ein aktuelles Forschungsthema (Mignon und Bankel 2023; Macchion et al. 2023; Royer und Simon forthcoming; Schlüter et al. 2023; Thorisdottir et al. 2024). Durch die Berücksichtigung einer Vielzahl von Stakeholdern, einschließlich der Umwelt und der Gesellschaft, sind solche Geschäftsmodelle eine Möglichkeit für Unternehmen, Nachhaltigkeit in ihre Mission und ihre Wertschöpfungsaktivitäten zu integrieren (Bocken et al. 2014).

Aufgrund der negativen Umweltauswirkungen beispielsweise des Agrar- und Ernährungssektors, stehen Unternehmen dieses Sektors unter dem Druck, nicht nur wirtschaftliche, sondern auch soziale und ökologische Aspekte in ihre Geschäftsmodelle einzubetten (Desa und Jia 2020; Ulvenblad et al. 2019), das gleiche gilt für die Textil- und Modebranche (Macchion et al. 2023; Thorisdottir et al. 2024) oder im Transport- und Mobilitätsbereich (Oliveira-Dias et al. 2022; Trapp et al. 2022).

In der intensiven Auseinandersetzung mit Fallbeispielen wollen wir besser verstehen, wie Unternehmen in sozialer und/oder ökologischer Hinsicht Werte schaffen (z.B. Ulvenblad et al. 2019) und gleichzeitig im Wettbewerb bestehen. Geschäftsmodelle verstehen wir dabei in Anlehnung an Richardson (2008) als konzeptionelle Rahmen, die unternehmerische Strategien mit unternehmerischen Aktivitäten verbinden und so Wertschöpfung und -aneignung ermöglichen.

Wählen Sie gern ein Unternehmen aus, das in diese Beschreibung passt und untersuchen Sie dieses – als Inspiration können folgende Unternehmen dienen:

MIM S2 16: Forschungsseminar Strategie & Organisation

Aus dem Bereich Mode/Textil:

- Jan'n June (Hamburg)
- NOORLYS (Kiel)
- Otto Group (Hamburg)

Aus dem Bereich Landwirtschaft/Ernährung:

- Meierei Horst (Horst)
- Rügenwalder Mühle (Bad Zwischenahn)
- Zwergerwiese (Silberstedt)

Aus dem Bereich Transport/Mobilität:

- Hamburger Hafen Logistik - HHLA (Hamburg)
- Voigt-Logistik (Neumünster)
- Wunder Mobility (Hamburg)

Aus dem Bereich Heimtierbedarf:

- Landguth (Ihlow)
- Tales & Tails (St. Michaelisdonn)
- Trixie (Tarp)

III. Erstellung der Seminararbeiten

Sie arbeiten allein oder in Gruppen von 2-3 Studierenden. In einem ersten Schritt skizzieren Sie den Stand der Forschung, identifizieren eine Forschungslücke und formulieren Forschungsfragen. Zur intensiven Beleuchtung ausgewählter Fälle erarbeiten Sie dann ein konzeptionelles Fundament im Sinne des vorgegebenen Themenfeldes, welches die Basis für die Auswertung der zu sammelnden Daten über den jeweiligen Fall bildet. Die einzubeziehenden Daten erheben Sie selbst: Das können Primär- und/oder Sekundärdaten sein. Die Absprachen zur Themenvergabe und die Konkretisierung der jeweiligen Aufgabenpakete erfolgt in den ersten Veranstaltungen.

IV. Kursverlauf

15.09.2025: Einführung

Einführung in das Thema & Ablauf des Seminars.

22.09.2025: Themenvergabe & wissenschaftliches Arbeiten

Verbindliche Vergabe der Themen. Außerdem: Vermittlung von Kenntnissen des wissenschaftlichen Arbeitens (inklusive Darlegung unserer Erwartungen an eine Seminararbeit).

29.09.2025: Austausch zum Thema

Beantwortung von Fragen & Arbeit am einzureichenden ersten Kapitel
Terminvergabe für den 13.10. & 03.11.2025.

MIM S2 16: Forschungsseminar Strategie & Organisation

06.10.2025: keine reguläre Veranstaltung

Arbeit am ersten Kapitel; optionale Einzelgespräche nach Absprache.

09.10.2025: Einreichung des ersten Kapitels der Seminararbeit

13.10.2025: Besprechung des eingereichten Kapitels

Besprechung des eingereichten Kapitels mit den jeweiligen Bearbeiter:innen. Im Anschluss sollen die Teilnehmer:innen ein solides Fundament für die Erstellung ihrer Arbeit haben.

20.10.2025: Herbstferien

27.10.2025: keine reguläre Veranstaltung

Erstellung der Seminararbeit; optionale Einzelgespräche nach Absprache.

30.10.2025: Einreichung des fertiggestellten ersten Kapitels der Seminararbeit

03.11.2025: Besprechung der weiteren Vorgehensweise

Besprechung des Standes der Seminararbeit mit den jeweiligen Bearbeiter:innen. Im Anschluss sollen die Teilnehmer:innen auf der Basis des gelegten Fundaments die Abarbeitung der geplanten Vorgehensschritte weiter vorantreiben.

10.11.2025: Austausch im Plenum zu den zu untersuchenden Themen

Austausch zu den gewählten Fragestellungen und konzeptionellen Fundamenten – Ziel ist, dass die Teilnehmer:innen voneinander lernen.

17.11.2025: Status Quo aller Arbeiten

Die Studierenden stellen den Status Quo der Arbeiten vor und können Fragen zur Diskussion stellen.

24.11.2025: Feedback geben und nehmen, Austausch zum Thema & Abklärung von Fragen

Organisation der Abschlussveranstaltung und Vermittlung der grundlegenden Prinzipien zum Thema »Feedback geben und nehmen«. Klärung noch offener Fragen. *Austausch im Plenum zum Stand der Vorbereitung der Abschlusspräsentation & der vorläufigen Fassung der Arbeit.*

01.12.2025: keine reguläre Veranstaltung

Arbeit zur Vorbereitung der Abschlusspräsentation & der vorläufigen Fassung der Arbeit; optionale Einzelgespräche nach Absprache.

04.12.2025/12:00 Uhr: Späteste Abgabe der vorläufigen Fassung der Seminararbeit an Opponentengruppe und Lehrende

08.12.2025: Poster-Präsentationen zu den vorläufigen Ergebnissen: Blockveranstaltung (Teil I) von 14:30 bis 20:00 Uhr [in MAD 126]

15.12.2025: Poster-Präsentationen zu den vorläufigen Ergebnissen: Blockveranstaltung (Teil II) von 10:00 bis 18:00 Uhr [in MAD 126]

Achtung: Abweichende Zeit für den Blocktermin – Bitte rechtzeitig vormerken! Endgültige Planung der Blockveranstaltung erfolgt nach der Themenvergabe!

Die Studierenden stellen ihre Arbeiten an dem Blocktermin vor und müssen sie verteidigen. Dem jeweiligen Opponenten obliegt die Diskussionsleitung.

MIM S2 16: Forschungsseminar Strategie & Organisation

31.01.2026: Abgabe der endgültigen Version

Einreichung der Seminararbeit (digital) per E-Mail an Prof. Dr. Susanne Royer (royer@uni-flensburg.de) und Kathrin Thomsen (office.sim@uni-flensburg.de).

V. Modulzugehörigkeit & Benotung

Das Forschungsseminar Strategie und Organisation (MIM S2 16) bildet ein eigenes Modul im Schwerpunkt **S2** im Masterstudiengang International Management Studies-BWL.

Im Rahmen der Erstellung der Seminararbeit findet eine intensive schriftliche Auseinandersetzung mit einem Bereich des Schwerpunkts Strategie und Organisation statt. Zusätzlich wird im Rahmen des Seminars die Thematik im Plenum erörtert und diskutiert. Die Studierenden lernen eigene Ergebnisse zu erarbeiten, zu präsentieren, zu verteidigen und sich kritisch mit den Ergebnissen auseinanderzusetzen. Es werden 5 CP vergeben.

Die Gesamtnote setzt sich aus folgenden drei Teilnoten zusammen:

- a) aus der Note für die Abschlusspräsentation (30%),
- b) aus der Note für die Tätigkeit als Opponent:in (10%),
- c) aus der Note für die Seminararbeit (60%).

MIM S2 16: Forschungsseminar Strategie & Organisation

Relevante Literatur

- Bocken, Nancy M.P.; Short, S. W.; Rana, P.; Evans, S. (2014): A literature and practice review to develop sustainable business model archetypes. In: *Journal of Cleaner Production* 65, S. 42–56. DOI: 10.1016/j.jclepro.2013.11.039.
- Desa, Geoffrey; Jia, Xiangping (2020): Sustainability transitions in the context of pandemic: an introduction to the focused issue on social innovation and systemic impact. In: *Agriculture and human values* 37 (4), S. 1207–1215. DOI: 10.1007/s10460-020-10129-2.
- Macchion, Laura; Toscani, Antonio Cavallin; Vinelli, Andrea (2023): Sustainable business models of small and medium-sized enterprises and the relationships to be established within the supply chain to support these models. In: *Corp Soc Responsibility Env* 30 (2), S. 563–573. DOI: 10.1002/csr.2374.
- Mignon, Ingrid; Bankel, Amanda (2023): Sustainable business models and innovation strategies to realize them: A review of 87 empirical cases. In: *Bus Strat Env* 32 (4), S. 1357–1372. DOI: 10.1002/bse.3192.
- Oliveira-Dias, Diéssica; Kneipp, Jordana Marques; Bichueti, Roberto Schoproni; Gomes, Clandia Maffini (2022): Fostering business model innovation for sustainability: a dynamic capabilities perspective. In: *MD* 60 (13), S. 105–129. DOI: 10.1108/MD-05-2021-0590.
- Richardson, James (2008): The business model: an integrative framework for strategy execution. In: *Strategic Change* 17 (5-6), S. 133–144. DOI: 10.1002/jsc.821.
- Royer, S.; Simon, M. (forthcoming): Sustainable Business Model Innovation of Small Firms in Rural Areas – the Case of Agri-Food Producers in Northern Germany. In: S. Gretzinger, B. Leick und T. Makkonen (Hg.): *Sustainability and Rural Enterprise Economy: Economic, Environmental and Social Transformation*: Routledge.
- Schlüter, Leonie; Kørnøv, Lone; Mortensen, Lucia; Løkke, Søren; Storrs, Kasper; Lyhne, Ivar; Nors, Belinda (2023): Sustainable business model innovation: Design guidelines for integrating systems thinking principles in tools for early-stage sustainability assessment. In: *Journal of Cleaner Production* 387, S. 135776. DOI: 10.1016/j.jclepro.2022.135776.
- Thorisdottir, Thorey S.; Johannsdottir, Lara; Pedersen, Esben Rahbek Gjerdrum; Niinimäki, Kirsi (2024): Social, environmental, and economic value in sustainable fashion business models. In: *Journal of Cleaner Production* 442, S. 141091. DOI: 10.1016/j.jclepro.2024.141091.
- Trapp, Caledonia T.C.; Kanbach, Dominik K.; Kraus, Sascha (2022): Sector coupling and business models towards sustainability: The case of the hydrogen vehicle industry. In: *Sustainable Technology and Entrepreneurship* 1 (2), S. 100014. DOI: 10.1016/j.stae.2022.100014.
- Ulvenblad, Per-Ola; Ulvenblad, Pia; Tell, Joakim (2019): An overview of sustainable business models for innovation in Swedish agri-food production. In: *Journal of Integrative Environmental Sciences* 16 (1), S. 1–22. DOI: 10.1080/1943815X.2018.1554590.