

Seminarausschreibung

Nachhaltiges Dienstleistungsmanagement

Nachhaltigkeit wird von Unternehmen als große Herausforderung der Zukunft gesehen und viele Unternehmen haben Nachhaltigkeit bereits in den Unternehmenszielen, ihrer Mission oder Vision verankert. In der wissenschaftlichen Literatur wird das Thema „Nachhaltigkeit“ vor allem unter den Begriffen der „Corporate Social Responsibility (CSR)“ und „Corporate Sustainability (CS)“ diskutiert. Unternehmen werden vor dem Hintergrund ihres Beitrages zu den 17 Nachhaltigkeitszielen der Vereinten Nationen (UN Sustainable Development Goals – SDGs) bewertet.

In diesem Seminar wollen wir uns näher ansehen, mit welchen Problemen Unternehmen und auch Konsumenten konfrontiert werden, die sich nachhaltig verhalten wollen. Hierzu werden wir zunächst verschiedene Theorien und theoretische Ansätze kennenlernen, die uns helfen, die Ursachen dieser Probleme zu verstehen und die gleichzeitig die Basis bilden, um Lösungen zu entwickeln. Darüber hinaus werden wir verschiedene Lösungsansätze und Geschäftsmodelle im Hinblick auf ihren Beitrag zur Nachhaltigkeit kritisch hinterfragen. Dabei werden wir die drei Säulen der Nachhaltigkeit – die ökonomische (Profit), die ökologische (Planet) und die soziale Dimension (People) – bei der Bewertung heranziehen. Die Grundlage der Auseinandersetzung bilden dabei die Seminararbeiten.

Das Seminar ist als 3-tägiges Präsenzseminar konzipiert. Zu den fünf Themen ist jeweils eine Hausarbeit im Umfang von ca. 4.200 Wörtern anzufertigen. Alle Themen werden 4-fach vergeben. Zur Vorbereitung des Seminars werden Gruppen gebildet, wobei jede Gruppe die Seminararbeiten einer anderen Gruppe zusammenfasst. Jede/r muss darüber hinaus die Zusammenfassungen der Seminararbeiten lesen und die Themen zueinander in Bezug setzen. Darüber hinaus ist voraussichtlich eine englischsprachige Fallstudie für das Seminar vorzubereiten.

Auf dem Seminar selbst werden wir die Seminarthemen auf der Basis der Seminararbeiten in Kleingruppen und im Plenum anhand von Diskussion erarbeiten. Leitfragen für die Diskussionen bilden Anschauungsbeispiele aus der Praxis, z.B. Websites von Unternehmen oder Videos, sowie theoretische Fragestellungen.

Themen

1. Das Attitude-Behavior Gap – Ursachen, Einflussfaktoren und Ansätze seiner Überwindung

Als Attitude-Behavior Gap wird bezeichnet, dass Konsumenten eine positive Einstellung zu nachhaltigem Konsum haben, diese positive Einstellung sich aber nicht in ihrem Verhalten niederschlägt. Im Rahmen der Seminararbeit sollen auf der Basis sowohl von Theorien als auch von empirischen Studien Ursachen und Einflussfaktoren des „attitude-behavior gaps“ offengelegt werden. Darüber hinaus sind Ansatzpunkte aufzuzeigen, wie das Attitude-Behavior Gap überwunden werden kann.

2. Nachhaltiges Marketing aus informationsökonomischer Sicht – Probleme und Lösungsansätze

Die Informationsökonomik geht davon aus, dass der Nachfrager die Qualität einer Leistung möglichst vollständig beurteilen möchte. Bei nachhaltigen Leistungen entzieht sich sowohl die ökologische als auch die soziale und die ökonomische Dimension häufig der Beurteilbarkeit der Nachfrager. Im Rahmen der Seminararbeit sollen auf der Basis der Informationsökonomik die Probleme dargestellt und die im Rahmen der Theorie vorgeschlagenen und im Rahmen des Marketing nutzbaren Maßnahmen kritisch diskutiert werden.

3. Cause-related Marketing – ein Beitrag zur Nachhaltigkeit?

Cause-related Marketing bezeichnet Marketingmaßnahmen, bei denen der Kauf eines bestimmten Produktes oder einer bestimmten Dienstleistung eine Spende des Unternehmens für einen vorher bezeichneten sozialen und/oder ökologischen Zweck oder eine vorher ausgewählte, meist gemeinnützige, Organisation auslöst. Im Rahmen der Seminararbeit soll untersucht werden, ob es sich beim Cause-related Marketing um einen Beitrag zur Nachhaltigkeit handelt. Hierzu sind Beurteilungskriterien zu definieren.

4. Access-Based Services – eine Lösung für Nachhaltigkeitsprobleme?

Access-Based Services sind solche Dienstleistungen, bei denen Kunden Zugang zu Produkten erhalten, ohne sie kaufen zu müssen. Beispiele sind mieten, leihen oder teilen im Sinne der Sharing Economy. Der Grundgedanke besteht darin, dass weniger Produkte hergestellt werden und daher Ressourcen gespart werden können, wenn sich Personen Produkte teilen, wie z.B. Bohrmaschinen, Autos (Car-Sharing) oder Kleidung (mieten). Im Rahmen der Seminararbeit sind auf theoretischer Basis (z.B. Property-Rights-Ansatz) die Grundprinzipien von Access-Based Services darzulegen, bevor diese Dienstleistungen im Hinblick auf ihren Beitrag zur Nachhaltigkeit bewertet werden. Es kann ein Branchenschwerpunkt, z.B. Car-Sharing, Mode, oder auch ein Schwerpunkt bei der Art des Access-Based Services gesetzt werden, z.B. teilen, mieten oder leihen.

5. Decoupling – eine kritische Analyse der Nachhaltigkeitspraxis in Dienstleistungsunternehmen

Decoupling (Entkopplung) bezeichnet sehr vereinfacht eine Praktik in Unternehmen, bei der Nachhaltigkeit Teil der Mission Statements und Unternehmensstrategien ist, es auch Nachhaltigkeitsprogramme gibt, diese aber nicht wirklich umgesetzt werden. Im Rahmen der Seminararbeit sind die Erscheinungsformen von Decoupling, seine Ursachen und Einflussfaktoren darzustellen und zu analysieren, inwiefern Dienstleistungsunternehmen anfälliger oder resistenter gegenüber Decoupling sind. Es kann ein Schwerpunkt gesetzt werden.

Einführungsliteratur

Ashrafi, Mehrnaz; Magnan, Gregory M.; Adams, Michelle; Walker, Tony R. (2020): Understanding the Conceptual Evolutionary Path and Theoretical Underpinnings of Corporate Social Responsibility and Corporate Sustainability. Sustainability, 12, 760; <https://doi.org/10.3390/su12030760>

Teilnahmevoraussetzungen

- Allgemeine Teilnahmevoraussetzungen gemäß Prüfungsordnung
- Einschreibung in einem der folgenden Studiengänge: Wirtschaftswissenschaft (B.Sc. oder M.Sc.), Wirtschaftsinformatik (B.Sc. oder M.Sc.), Wirtschaftswissenschaft für Ingenieur/-innen und Naturwissenschaftler/-innen (M.Sc.)
- Bestandene Klausur in einem der DLM-Module (31561, 32691, 32791)
- Funktionsfähiges, technisches Equipment für die Online-Meetings: stabile Internetverbindung, Computer mit aktuellem Webbrowser, Headset mit integriertem Mikrofon oder Kopfhörer und externes Mikrofon (keine integrierten Mikrofone in mobilen Endgeräten)

Leistungen

- Vorbereitung der Einstiegsliteratur zur Seminarvorbesprechung
- Teilnahme an der virtuellen Seminarvorbesprechung
- Teilnahme an der Online-Schulung zur Literaturrecherche
- Schriftliche Seminararbeit im Umfang von 4.200 Wörtern
- Lesen von vier Seminararbeiten und Zusammenfassung der Inhalte (Gruppenarbeit, Moodle)
- Lesen von vier Zusammenfassungen und Einordnen in das Seminarthema (Einzelarbeit, Moodle)
- Vorbereitung einer voraussichtlich englischsprachigen Fallstudie
- Aktive Beteiligung an Diskussionen & Gruppenarbeiten

Termine

bis 01.03.2023	Versand der Themenverteilung und Betreuerzuordnung	E-Mail
bis 27.03.2023	Vorstellungsrunde	Moodle
29.03.2023 16.00 - 18.00 Uhr	Virtuellen Seminarvorbesprechung: Einführung in das Seminar und das wissenschaftliche Arbeiten; Diskussion der Einführungsliteratur	Zoom
05.04.2022, 18.00 - 20.00 Uhr	Online-Schulung: Literaturrecherche (mit Achim Baecker, Fachreferent Wiwi der UB)	Adobe Connect
10.04. - 14.04.2023	Individuelle Besprechung des Exposé mit Betreuer*in (individuelle Terminvereinbarung)	Teams/Zoom /Telefon
bis 04.06.2023, 23:59 Uhr	Digitale Abgabe der Seminararbeit (PDF + Word)	Moodle
bis 16.06.2023	Versand des Benachrichtigungsschreibens, des Seminarprogramms und der Fallstudie	E-Mail

bis 30.06.2023, 23:59 Uhr	Abgabe der Gruppenzusammenfassungen	Moodle
bis 05.07.2023, 23:59 Uhr	Einordnung der Gruppenzusammenfassungen in das Seminarthema (individuell)	Moodle
10.-12.07.2023	Präsenzveranstaltung in der FernUniversität in Hagen, Universitätsstraße 11, Gebäude 3, Raum F009	Präsenz
11.07.2023	Freiwilliges Get-together bei einem gemeinsamen Abendessen mit dem Lehrstuhl-Team (Uhrzeit und Location folgen noch)	Präsenz

Ansprechpartner*innen für Fragen

Organisatorisch

Stefanie Vogt
Tel.: + 49 2331 987-2533
dlm@fernuni-hagen.de

Inhaltlich

Maarten Volkers
Tel.: + 49 2331 987-4395
maarten.volkers@fernuni-hagen.de

Katharina Hauptmann
Tel.: +49 2331 987-4562
katharina.hauptmann@fernuni-hagen.de

Werbung in eigener Sache

<https://www.fernuni-hagen.de/bwldlm/>

Folgen Sie uns auch auf [Twitter](#) & [Facebook](#)!