Prof. Dr. Simon Kleinert

Professur für Innovationsmanagement und Entrepreneurship

Masterarbeitsthemen 2026

Die folgenden Masterarbeitsthemen stehen im Jahr 2026 (Sommer- und Wintersemester) am Institut für Innovationsmanagement und Entrepreneurship zur Bearbeitung zur Verfügung. Die genaue Themenausarbeitung erfolgt nach Annahme zur Masterarbeit in individueller Absprache mit dem Institut. Alle Themen können sowohl in deutscher als auch englischer Sprache bearbeitet werden. Es werden bevorzugt empirische Abschlussarbeiten vergeben (quantitative Studien über Surveys, Beobachtungsdaten, Sekundärdaten, Experimente; qualitative Studien über Interviews).

Eigene Themenvorschläge (beispielsweise in Kooperation mit einem Unternehmen) sind möglich, erfordern jedoch eine vorherige Abstimmung mit dem Institut. Dass eine Abstimmung erfolgt ist, ist bei der Bewerbung anzugeben.

---

1. **Künstliche Intelligenz, Innovation und Entrepreneurship: Auswirkungen von KI auf Innovationsprozesse und Unternehmertum** (quantitativ, ggf. auch qualitativ)

<u>Einstiegsliteratur:</u>

- Boussioux, L., Lane, J. N., Zhang, M., Jacimovic, V., & Lakhani, K. R. (2024). The crowdless future? Generative AI and creative problem-solving. *Organization Science*, *35*(5), 1589-1607.
- Dell'Acqua, F., McFowland III, E., Mollick, E. R., Lifshitz-Assaf, H., Kellogg, K., Rajendran, S., ... & Lakhani, K. R. (2023). Navigating the jagged technological frontier: Field experimental evidence of the effects of AI on knowledge worker productivity and quality. *Harvard Business School Technology & Operations Mgt. Unit Working Paper*, (24-013).
- Huang, H.-C. (2025). Unlocking creativity with artificial intelligence (AI): Field and experimental evidence on the Goldilocks (curvilinear) effect of human–AI collaboration. *Journal of Experimental Psychology: General.* Advance online publication.
- Obschonka, M., Gregoire, D. A., Nikolaev, B., Ooms, F., Lévesque, M., Pollack, J. M., & Behrend, T. S. (2025). Artificial intelligence and entrepreneurship: a call for research to prospect and establish the scholarly AI frontiers. *Entrepreneurship Theory and Practice*, *49*(3), 620-641.

2. **Künstliche Intelligenz in Startup-Bewertungen: Entscheidungshilfe für Investoren oder neue Quelle von kognitiven Biases?** (quantitativ, ggf. auch qualitativ)

<u>Einstiegsliteratur:</u>

- Doshi, A. R., Bell, J. J., Mirzayev, E., & Vanneste, B. S. (2025). Generative artificial intelligence and evaluating strategic decisions. *Strategic Management Journal*, 46(3), 583-610.

- Lee, M., Huang, L. (2018). Gender Bias, Social Impact Framing, and Evaluation of Entrepreneurial Ventures. *Organization Science,* 29(1), 1-16.
- Vismara, S., Latifi, G., Meinzinger, L., & Pass, A. (2025). Generative AI-powered venture screening: Can large language models help venture capitalists?. *International Review of Financial Analysis*, 104748.
- Zacharakis, A. L., & Shepherd, D. A. (2001). The nature of information and overconfidence on venture capitalists' decision making. *Journal of Business Venturing*, *16*(4), 311-332.

3. **Wie überzeugen Unternehmer Stakeholder? Cheap Talk versus Credible Signals in Stakeholder-Bewertungen** (quantitativ)

Einstiegsliteratur:

- Bafera, J., & Kleinert, S. (2023). Signaling theory in entrepreneurship research: A systematic review and research agenda. *Entrepreneurship Theory and Practice*, *47*(6), 2419-2464.
- Connelly, B. L., Certo, S. T., Reutzel, C. R., DesJardine, M. R., & Zhou, Y. S. (2025). Signaling theory: state of the theory and its future. *Journal of Management*, *51*(1), 24-61.
- Kleinert, S. (2024). The promise of new ventures' growth ambitions in early-stage funding: On the crossroads between cheap talk and credible signals. *Entrepreneurship Theory and Practice*, *48*(1), 274-309.

4. **Erfolgsfaktoren von Unternehmern auf digitalen Plattformen (z. B. Kickstarter, Airbnb): Distinctiveness, First-Mover Advantages und Plattform-Governance** (quantitativ)

Einstiegsliteratur:

- Cennamo, C. (2018). Building the value of next-generation platforms: The paradox of diminishing returns. *Journal of Management*, *44*(8), 3038-3069.
- Rietveld, J., & Schilling, M. A. (2021). Platform competition: a systematic and interdisciplinary review of the literature. *Journal of Management*, 47(6), 1528-1563.
- Taeuscher, K., Bouncken, R., & Pesch, R. (2021). Gaining legitimacy by being different: Optimal distinctiveness in crowdfunding platforms. *Academy of Management Journal*, *64*(1), 149-179.
- Taeuscher, K., & Rothe, H. (2021). Optimal distinctiveness in platform markets: Leveraging complementors as legitimacy buffers. *Strategic Management Journal*, *42*(2), 435-461.

5. **Mehr Schein als Sein? Der symbolische, strategische und messbare Nutzen von Corporate Venture Capital für die Innovativität und Nachhaltigkeit von Unternehmen** (quantitativ, ggf. auch qualitativ)

Einstiegsliteratur:

- Dushnitsky, G., & Lenox, M. J. (2006). When does corporate venture capital investment create firm value?. *Journal of Business Venturing*, *21*(6), 753-772.
- Dushnitsky, G., & Lenox, M. J. (2005). When do incumbents learn from entrepreneurial ventures?: Corporate venture capital and investing firm innovation rates. *Research Policy*, *34*(5), 615-639.
- Mayya, R., & Huang, P. (2025). Startup Accelerators, Information Asymmetry, and Corporate Venture Capital Investments. *Management Science*.
- Ryu, W., Bae, J., & Brush, T. H. (2025). Where to invest? Effects of technological capabilities on corporate venture capital investments. *Strategic Entrepreneurship Journal*, *19*(1), 83-110.

6. **Akzeleratoren und Startup-Erfolg: Kontextbedingungen, unter denen sie Performance steigern oder Reputation beeinträchtigen** (quantitativ, ggf. auch qualitativ)

Einstiegsliteratur:

- Assenova, V. A. (2021). Institutional change and early-stage start-up selection: Evidence from applicants to venture accelerators. *Organization Science*, *32*(2), 407-432.
- Assenova, V. A., & Amit, R. (2024). Poised for growth: Exploring the relationship between accelerator program design and startup performance. *Strategic Management Journal*, *45*(6), 1029-1060
- Hallen, B. L., Cohen, S. L., & Park, S. H. (2023). Are seed accelerators status springboards for startups? Or sand traps?. *Strategic Management Journal*, *44*(8), 2060-2096.

7. **Q&A als Entscheidungsarena: Interaktionsmuster zwischen Social Entrepreneuren und Impact Investoren** (qualitativ, Videomaterial in englischer Sprache)

Einstiegsliteratur:

- Cardon, M. S., Mitteness, C., & Sudek, R. (2017). Motivational cues and angel investing: Interactions among enthusiasm, preparedness, and commitment. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 41(6), 1057–1085.
- Clarke, J. S., Cornelissen, J. P., & Healey, M. P. (2018). Actions speak louder than words: How figurative language and gesturing in entrepreneurial pitches influences investment judgments. *Academy of Management Journal*, 62(2), 335–360.

- Ormiston, J., & Thompson, N. A. (2021). Viewing entrepreneurship “in motion”: Exploring current uses and future possibilities of video-based entrepreneurship research. *Journal of Small Business Management,* 59(5), 976-1011.

8. Emotionen als Einflussfaktor: Interaktionen im Kontext von Social Entrepreneurship (qualitativ)

Einstiegsliteratur:

- Jasper, J. M. (2011). Emotions and Social Movements: Twenty Years of Theory and Research. *Annual Review of Sociology*, 37, 285-303.
- Miller, T. L., Grimes, M. G., McMullen, J. S., & Vogus, T. J. (2012). Venturing for others with heart and head: How compassion encourages social entrepreneurship. *The Academy of Management Review, 37*(4), 616–640
- Stephan, U. and Drencheva, A. (2017). The Person in Social Entrepreneurship. In The Wiley Handbook of Entrepreneurship (eds G. Ahmetoglu, T. Chamorro-Premuzic, B. Klinger and T. Karcisky).

9. Zwischen den Ebenen: Wie Führungsidentität von Social Entrepreneuren in multilevel Leadership-Systemen geformt wird (konzeptionell oder empirisch (qualitativ))

Einstiegsliteratur:

- Day, D. V., & Harrison, M. M. (2007). A multilevel, identity-based approach to leadership development. *Human Resource Management Review*, 17(4), 360–373.
- Epitropaki, O., Kark, R., Mainemelis, C., & Lord, R. G. (2017). Leadership and followership identity processes: A multilevel review. *The Leadership Quarterly*, 28(1), 104-129.
- Lord, R. G., & Hall, R. J. (2005). Identity, deep structure and the development of leadership skill. *The Leadership Quarterly*, 16(4), 591-615.

10. Zwischen Unterstützung und Ausnutzung: Formen negativer Interaktion im Kontext von Social Entrepreneurship (qualitativ)

Einstiegsliteratur:

- Arenas, D., Hai, S. & De Bernardi, C. (2021). Coopetition among social enterprises: A three-level dynamic motivated by social and economic goals. *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly,* 50, pp. 165-185.
- Chalmers, D. (2021). Social entrepreneurship’s solutionism problem. *Journal of Management Studies,* 58, pp. 1363-1370.
- Oliveira, N. & Lumineau, F. (2019). The dark side of interorganizational relationships: An integrative review and research agenda. *Journal of Management,* 45, pp. 231-261.