

Professur für Marketing und Handel

Studienprojekt Bachelor

Start: WiSe 2024/2025

Thema: Internationalisierung von E-Commerce Unternehmen

Veranstalter: Adrian Schütz, M.Sc.

Mittwoch, 08.00-12.00 Uhr, Raum C3, Teilnehmerzahl max. 30

Thema

Das Studienprojekt widmet sich der Internationalisierung von E-Commerce Unternehmen, und damit einem enorm praxisrelevanten und dynamischen Thema. Die Internationalisierung ist ein zentraler Bestandteil des Wachstums für diese Unternehmen. Dazu gehörige Entscheidungen zur Marktauswahl, -eintritt und -bearbeitung sind gut beleuchtet, aber primär für produzierende (Offline-)Unternehmen. Wie AboutYou, Amazon, Shein, Temu oder Zalando im Ausland expandieren und warum sie bestimmte Entscheidungen treffen, ist hingegen kaum beleuchtet. Sie unterscheiden sich aber klar von Offline-Unternehmen, so bzgl. Kundenansprache in Ländermärkten, Eintrittsstrategien, Angeboten, Services und vielem mehr. Das Studienprojekt widmet sich der lokalen Marktbearbeitung i.S.v. Standardisierung vs. Adaption der Angebote und Services in Auslandsmärkten, sowie den Treibern dieser Entscheidungen oder deren Konsequenzen für die Performance im Gastland. E-Commerce Unternehmen wie HelloFresh oder Zalando passen ihre Online-Angebote (z.B. Sortiment, Preis) und -Services (z.B. Zahlungsmethoden, Kundenchats) dabei in manchen Ländern an, während sie in anderen Ländern eher standardisiert vorgehen. Adaption ermöglicht eine zielgerichtete Kundenansprache und Abgrenzung von Wettbewerbern, während bei Standardisierung Skaleneffekte genutzt und so Kosten reduziert werden können. Inwiefern diese Entscheidungen von unternehmens- oder länderspezifischen Faktoren bedingt werden und wie das die Performance beeinflusst, sind mögliche Forschungsfragen im Studienprojekt.

Vorgehensweise

Die Vorgehensweise im Studienprojekt folgt dem Muster einer theoriegeleiteten, empirischen Forschung. Im Rahmen des Studienprojekts werden Sie sich zunächst mit dem internationalen Marketing und Management von E-Commerce Unternehmen aus einer konzeptionellen Perspektive beschäftigen. Sie leiten Thesen ab und prüfen die Zusammenhänge anhand empirischer Daten der führenden E-Commerce Unternehmen in Europa, die wir Ihnen zur Verfügung stellen und die weltweit einzigartig sind. Sie gehören zu den ersten, die sich mit diesem enorm praxisrelevanten Thema beschäftigen. Danach diskutieren Sie Ihre Ergebnisse, leiten Implikationen für Forschung und Praxis ab und formulieren Limitationen sowie Empfehlungen für die zukünftige Forschung.

Kompetenzgewinn

- Neben Inhalten zu E-Commerce Märkten v.a. das Erlernen der Durchführung empirischer Studien: Konzeptionierung, Fundierung, Thesenableitung, Stichprobenbildung, Datenauswertung, Diskussion
- Erlernen von Literaturanalysen in Top-Journals und Schärfen englischer Sprachkenntnisse
- Führung, Zusammenarbeit und Abstimmung in kleinen Teams
- Gestaltung und Präsentation von diversen Vorträgen in sehr engem Kontakt zur Professur
- Optimale Vorbereitung auf das eigenständige Verfassen Ihrer Abschlussarbeit.

Voraussetzungen

- Interesse am praktischen, aktuellen Thema an der Schnittstelle von internationalem Marketing und Management sowie an empirischen Studien
- Hilfreich, aber keine Voraussetzung sind Vorkenntnisse aus den Modulen Marketing, Handel und Innovation oder Käuferverhalten und Marktforschung
- Grundlegende Kenntnisse der englischen Sprache sowie Engagement, Motivation, Einsatzbereitschaft.

Einstiegsliteratur

- Schu, Matthias; Morschett, Dirk (2017), "Foreign Market Selection of Online Retailers – A Path-Dependent Perspective on Influence Factors," *International Business Review*, 26 (4), 710-723.
- Swoboda, Bernhard; Sinning, Carolina (2022), "Effects of Internationalization Rhythm and Speed on E-commerce Firms' Growth and the Role of Institutional Distances," *Management International Review*, 62 (2), 169-201.

- Swoboda, Bernhard; Müller, Marius (2022), "E-Commerce Firms' Geographic Scope. Roles of Intangible Resources and Country-Specific Moderators," *Marketing ZFP – Journal of Research and Management*, 44 (1), 3-22.

Nach erfolgter Zuteilung zum Studienprojekt kann die Literatur als PDF auf Stud.IP heruntergeladen werden. Ihre Kenntnis der Einstiegsliteratur wird in einem kurzen Test während des ersten Termins überprüft, um sicherzustellen, dass alle Studierenden einen vergleichbaren Basiswissensstand haben.

Organisation

- Der erste Termin ist der **23.10.2024**. Hier wird die Kenntnis der Pflichtliteratur kurz geprüft, die Organisation vorgestellt (Termine für Plenumsitzungen oder alternativ wöchentliche Sprechstunden) und es erfolgt ein inhaltlicher Vortrag zum Thema durch die Professur.
- Im Projekt erstellen Sie diverse Präsentationen und schärfen so die für Ihr Berufsleben sehr wichtige Fähigkeit, diese zu erstellen und frei zu präsentieren, sowie einen Endbericht in Gruppenarbeit.
- Wir machen durchgehend Präsenzveranstaltungen und Sie können wahlweise in deutscher oder in englischer Sprache vortragen und schreiben, die Diskussionsprache ist Deutsch.