

## Management of Innovation

### *Innovationsmanagement*

Currently available topics for your Master's Thesis

- 
- 1. Make it a Platform – An Empirical Investigation of Firms' Focus Shift from Products to Platforms**  
*Mache eine Plattform draus – Eine Empirische Untersuchung zur Verschiebung des Fokus von Produkten hin zu Plattformen*
  - 2. What are eco-innovations? A conceptualization and definition of eco-innovations**  
*Was sind Öko-Innovationen? Eine Konzeptualisierung und Definition von Öko-Innovationen*
  - 3. Ecologically sustainable production, use, or disposal? The role of eco-innovative product attributes - A product life cycle perspective**  
*Ökologisch nachhaltige Herstellung, Verwendung oder Entsorgung? Die Rolle öko-innovativer Produkteigenschaften - Eine Produktlebenszyklus-Perspektive*
- 

*Note: Your topic can be prepared in German or in English*

**Make it a Platform – An Empirical Investigation of Firms’ Focus Shift from Products to Platforms**

***Mache eine Plattform draus – Eine Empirische Untersuchung zur Verschiebung des Fokus von Produkten hin zu Plattformen***

Spotify and Amazon are renowned examples of platform businesses that create value by enabling the interaction between two or more groups of market players. With many of these platforms exhibiting high growth rates, various incumbent (non-platform) organizations have started to shift their product focus in favor of platforms. This thesis aims to provide an in-depth insight on the shift from products to platforms and to relate the findings to organizational and innovation theory. Finally, implications for theory and practice should be derived.

*Spotify und Amazon sind bekannte Vertreter von Plattform-Geschäftsmodellen, welche Werte durch die Verbindung von zwei oder mehreren User-Gruppen schaffen. Da einige Unternehmen mit Plattform-Geschäftsmodellen enorme Wachstumsraten aufweisen, versuchen zahlreiche etablierte Unternehmen ihren Fokus auf Produkt zu einem Fokus auf Plattformen zu verschieben. Ziel dieser Arbeit ist es, einen umfassenden Überblick über diese Fokusverschiebung zu erstellen und die Erkenntnisse auf die Organisations- und Innovationsliteratur zu beziehen. Schließlich soll die Arbeit Implikationen für Theorie und Praxis abzuleiten.*

**Format:** Literature review, expert interviews, survey / *Literaturarbeit, Experteninterviews*

**Advisor/ Betreuer:** [Sebastian Starke](#)

**Literature/ Literatur:**

Aspara, Jaakko, Juha-Antti Lamberg, Arjo Laukia, and Henriikki Tikkanen (2011), “Strategic management of business model transformation: lessons from Nokia,” *Management Decision*, 49 (4), 622–47.

Huotari, Pontus and Paavo Ritala (2016), “Does Becoming a Platform Pay Off? Reconfiguring the Business Model for Two-Sided Markets,” *Academy of Management Proceedings*, 2016 (1), 13698.

Vargo, Stephen L. and Robert F. Lusch (2008), “From goods to service(s): Divergences and convergences of logics,” *Industrial Marketing Management*, 37 (3), 254–59.

## What are eco-innovations? A conceptualization and definition of eco-innovations

### *Was sind Öko-Innovationen? Eine Konzeptualisierung und Definition von Öko-Innovationen*

Given growing environmental awareness, the concept of eco-innovations has raised interest in research and practice. Despite a growing body of literature on eco-innovations, academia lacks a commonly accepted definition and a conceptually sound understanding of what eco-innovations exactly refer to. Furthermore, the lack of a common operationalization of eco-innovation limits the comparability and generalizability of research findings in the literature. Addressing these shortcomings in the literature, this thesis aims at deriving a conceptually sound definition and operationalization of eco-innovations by conducting a comprehensive literature review and expert interviews. Based on the findings, theoretical and managerial implications shall be derived.

*Angesichts des wachsenden Umweltbewusstseins hat das Konzept der Öko-Innovationen ein Interesse in Forschung und Praxis geweckt. Trotz einer wachsenden Literatur über Öko-Innovationen fehlt es der Wissenschaft an einer allgemein akzeptierten Definition und einem konzeptionell fundierten Verständnis dessen, was Öko-Innovationen genau sind. Darüber hinaus schränkt das Fehlen einer gemeinsamen Operationalisierung von Öko-Innovationen die Vergleichbarkeit und Verallgemeinerbarkeit von Forschungsergebnissen in der Literatur ein. Die Masterarbeit geht auf diese Mängel in der Literatur ein und versucht, durch eine umfassende Literaturrecherche und Experteninterviews eine konzeptionell fundierte Definition und Operationalisierung von Öko-Innovationen abzuleiten. Auf der Grundlage der Ergebnisse sollen theoretische und betriebswirtschaftliche Implikationen abgeleitet werden.*

**Format:** Literature review, expert interviews / *Literaturarbeit, Experteninterviews*

**Advisor/ Betreuer:** [Felix Ebert](#)

#### **Literature/ Literatur:**

Varadarajan, R. (2017). Innovating for sustainability: a framework for sustainable innovations and a model of sustainable innovations orientation. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 45(1), 14-36.

Hansen, E. G., Grosse-Dunker, F., & Reichwald, R. (2009). Sustainability innovation cube—a framework to evaluate sustainability-oriented innovations. *International Journal of Innovation Management*, 13(04), 683-713.

Paparoidamis, N. G., Tran, T. T. H., Leonidou, L. C., & Zeriti, A. (2019). Being innovative while being green: An experimental inquiry into how consumers respond to eco-innovative product designs. *Journal of Product Innovation Management*, 36(6), 824-847.

**Ecologically sustainable production, use, or disposal? The role of eco-innovative product attributes: A product life cycle perspective**

***Ökologisch nachhaltige Herstellung, Verwendung oder Entsorgung? Die Rolle öko-innovativer Produkteigenschaften: Eine Produktlebenszyklus-Perspektive***

Eco-innovations play a crucial role for companies in catering to the growing environmental awareness of customers. Eco-friendly product attributes, such as renewable materials or energy saving technologies, help to reduce environmental harm. Companies can integrate eco-friendly product attributes at different stages of the product life cycle, spanning from production (e.g., renewable materials) to use (e.g., low energy consumption), and disposal (e.g., biodegradable product components). Yet, little is known about whether customers favor eco-innovative product attributes in specific stages over others. Based on a comprehensive review of the literature, an online experiment with customers shall explore in which stage(s) the integration of eco-innovative product attributes influences the customer adoption most. Implications for theory and practice shall be derived.

*Öko-Innovationen spielen für Unternehmen eine entscheidende Rolle, um dem wachsenden Umweltbewusstsein der Kunden gerecht zu werden. Umweltfreundliche Produkteigenschaften, wie z. B. erneuerbare Materialien oder energiesparende Technologien, tragen dazu bei, Umweltschäden zu reduzieren. Unternehmen können umweltfreundliche Produkteigenschaften in verschiedenen Phasen des Produktlebenszyklus integrieren, von der Produktion (z. B. erneuerbare Materialien) über die Nutzung (z. B. geringer Energieverbrauch) bis hin zur Entsorgung (z. B. biologisch abbaubare Produktkomponenten). Es ist jedoch wenig darüber bekannt, ob Kunden öko-innovative Produkteigenschaften in bestimmten Phasen gegenüber anderen bevorzugen. Auf der Grundlage einer umfassenden Literaturübersicht soll in einem Online-Experiment mit Kunden untersucht werden, in welcher Phase bzw. in welchen Phasen die Integration öko-innovativer Produkteigenschaften die Akzeptanz der Kunden am stärksten beeinflusst. Daraus sollen Implikationen für Theorie und Praxis abgeleitet werden.*

**Format:** Literature review, online experiment / *Literaturarbeit, Onlineexperiment*

**Advisor/ Betreuer:** [Felix Ebert](#)

**Literature/ Literatur:**

Paparoidamis, N. G., Tran, T. T. H., Leonidou, L. C., & Zeriti, A. (2019). Being innovative while being green: An experimental inquiry into how consumers respond to eco-innovative product designs. *Journal of Product Innovation Management*, 36(6), 824-847.

Varadarajan, R. (2017). Innovating for sustainability: a framework for sustainable innovations and a model of sustainable innovations orientation. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 45(1), 14-36.