



UNIVERSITÄT
HOHENHEIM

Sommersemester 2026

PROFILSEMINARE ZUR MARKTORIENTIERTEN UNTERNEHMENSFÜHRUNG

Seminaranmeldung im Profilbereich Marktorientierte Unternehmensführung



■ **Die FIFA-Fußballweltmeisterschaft 2026: Was denkt die deutsche Bevölkerung?** (Lehrstuhl Voeth, 570A) **Anrechenbar für den Schwerpunktbereich Marketing**

Nach dem historischen WM-Titel 2014 in Brasilien und den enttäuschenden Vorrundenaus bei den Weltmeisterschaften 2018 in Russland und 2022 in Katar richtet sich im kommenden Sommer der Blick der deutschen Fußballfans erneut auf das nächste globale Großereignis: **Die FIFA-Fußballweltmeisterschaft 2026.**

Der Lehrstuhl für Marketing und Business Development (Prof. Voeth) begleitet die FIFA-Fußballweltmeisterschaften seit 2001 durch regelmäßige repräsentative Bevölkerungsbefragungen. Schwerpunkte der Befragung sind Themen wie die Begeisterung, Pläne und Fanverhalten der Bevölkerung, ergänzt durch wechselnde Sonderschwerpunkte wie beispielsweise politische Themen rund um die sportlichen Großereignisse. Die bevorstehende Weltmeisterschaft 2026 wird als Anlass genommen, ebenso eine bevölkerungsrepräsentative begleitende wissenschaftliche Untersuchung durchzuführen. In diesem Zusammenhang sollen im Rahmen eines Seminars Studierende für das **wissenschaftliche Arbeiten** begeistert werden, indem ein **Marktforschungsprozess im Kontext der WM 2026** konzeptionell und empirisch durchlaufen wird.

Schwerpunktthemen der WM-Studie 2026: Sportliche Erwartungen der deutschen Bevölkerung, Medienwirksamkeit, Marketing insb. Sponsoring / Sport-Vermarktung, Politik / Gesellschaftskritik, im Querschnitt zu vergangenen sportlichen Großereignissen. Informationen zu vergangenen Studien finden Sie hier: <https://mub.uni-hohenheim.de/wm2022>

Organisation und Ablauf:

- Begrenzung der Teilnehmerzahl auf **max. 30 Studierende**
- Studierende arbeiten über die Dauer des Seminars in Kleingruppen zusammen.
- Das Seminar findet in deutscher Sprache statt.
- Plenumsveranstaltungen mit Anwesenheitspflicht (Beginn voraussichtlich zum Semesterstart).
- Datenerhebung & Auswertung (Gruppenleistung), Präsentation der Ergebnisse in der letzten Plenumsveranstaltung (Gruppenleistung) sowie die Erstellung eines Ergebnisberichts (Individualleistung).

Ansprechpartner

- Julius Schmid (julius.schmid@uni-hohenheim.de)

„From Waste to Value: Organisationen, Individuen und Praktiken der Circular Economy“

(Lehrstuhl für Soziologie)

Ablauf und Zielsetzung

Der nachhaltige Umgang mit Ressourcen ist eine der wesentlichen Herausforderungen der Gegenwart. Unternehmen der Circular Economy adressieren dieses Problem nach dem „from waste to value“-Prinzip: Abfälle und Reststoffe werden als wertvolle Ressourcen verstanden und in neue Produkte überführt. Doch wie geschieht diese Aufwertung im Unternehmensalltag? Wie wird entschieden, welche Materialien ein zweites Leben erhalten und welche Kriterien sind dabei maßgeblich? Welche Personen, Tätigkeiten und Prozesse haben daran einen Anteil, wie interagieren sie miteinander und welche Herausforderungen müssen sie dabei bewältigen?

Aufbauend auf der Vermittlung einschlägiger Theorien und Konzepten und einer entsprechenden methodischen Schulung werden die Studierenden lernen, Forschungslücken zu identifizieren, Forschungsfragen zu formulieren und diese im Rahmen einer Forschungsarbeit und auf der Basis qualitativer Interviews mit Vertreter:innen von Unternehmen und Interessensvertretungen der Circular Economy empirisch beantworten. Zudem werden die Studierenden die Ergebnisse im Rahmen einer Posterpräsentation vorstellen. Sie werden dabei eng durch die Dozierenden betreut und unterstützt. Nach einer Kick-Off-Veranstaltung findet die interaktive Arbeit an ihren Themen im Rahmen von 5 Präsenzsitzungen (jeweils 4 Stunden) über das Semester verteilt statt.

Bei dem Seminar handelt es sich um ein Humboldt-Reloaded-Seminar.

Organisation

15.04.26; Insgesamt bis zu 25 Personen, 5 Plätze davon sind für den Profilbereich marktorientierte Unternehmensführung reserviert
Deutsch

Seminarleistung

Durchführung einer eigenen empirischen Studie und Aufbereitung der Ergebnisse als Posters und im Rahmen einer Forschungsarbeit

Ansprechpartner

Ronny Ehlen (ronny.ehlen@uni-hohenheim.de)

HOT TOPICS IN CONSUMER BEHAVIOR – SUSTAINABILITY COMMUNICATION (LEHRSTUHL HÜTTL-MAACK, 570E)

Ablauf und Zielsetzung

Im Rahmen des Seminars wird eine **aktuelle Fragestellung** im Bereich **Consumer Behavior und Nachhaltigkeitskommunikation** bearbeitet. Das genaue Thema orientiert sich i.d.R. an unseren Forschungsschwerpunkten (siehe Homepage). Mögliche thematische Schwerpunkte könnten beispielsweise der Einsatz narrativer Elemente, die sprachliche Gestaltung in nachhaltigen Werbeanzeigen oder Kommunikationsansätze im Kontext der Kreislaufwirtschaft sein. Zu diesem „Hot Topic“ werden **empirische Projektarbeiten** in Teams durchgeführt. Die Studierenden konzipieren und realisieren, in Abstimmung mit der zuständigen Lehrstuhlmitarbeiterin, eine eigene **empirische Studie**.

Das Seminar findet semesterbegleitend statt. Genaue Uhrzeiten und Daten werden noch bekannt gegeben.

Kick-off Informationsveranstaltung	Anfang April 2025
SPSS-Einführung	Digital über ILIAS (asynchron)
Abgabe der Seminararbeit	Ende Juni/Anfang Juli 2026
Präsentation der Arbeit	Ende Juni/Anfang Juli 2026

Organisation

- Die Teilnehmerzahl ist auf 20 Studierende begrenzt. Die Bearbeitung erfolgt in 3er oder 4er Teams. Die Teams können von den Studierenden selbst gebildet werden.
- Eine Nichtteilnahme an der Kick-off Veranstaltung führt automatisch zum Verlust des Anspruches auf den Seminarplatz.
- Die Seminarleistung besteht aus einer schriftlichen Ausarbeitung, einer Abschlusspräsentation sowie einer aktiven Teilnahme im Rahmen der Diskussion zu den Abschlusspräsentationen.

Ansprechpartnerin

Louisa Herbst (M.Sc.) (louisa.herbst@uni-hohenheim.de)

Service Roboter: Einsatzfelder, Wirkungen und Erfolgsfaktoren

(Lehrstuhl für Dienstleistungsmanagement)

Ablauf und Zielsetzung

Das Bachelorseminar untersucht den Einsatz von Service Robotern aus einer marktorientierten Perspektive. Service Roboter gewinnen im Marketing, im Kundenservice und entlang der Customer Journey an Bedeutung, da sie Interaktionen automatisieren, Serviceerlebnisse prägen und die Wahrnehmung von Marken nachhaltig beeinflussen. Ziel des Seminars ist es, Studierenden ein vertieftes Verständnis für Einsatzfelder von Service Robotern im Marketing, deren Wirkung auf Kundenerlebnis, Kundenakzeptanz und Kundenbindung sowie für zentrale Erfolgsfaktoren aus Sicht von Markt und Kunde zu vermitteln.

Der Seminarablauf umfasst die eigenständige Bearbeitung einer ausgewählten Fragestellung zum Einsatz von Service Robotern auf Basis aktueller wissenschaftlicher Literatur, die Konzeption und Durchführung einer kleinen empirischen Studie, die Präsentation und Diskussion der Ergebnisse im Plenum sowie die Anfertigung einer schriftlichen Seminararbeit.

Organisation

Teilnehmerzahl: max. 15 Teilnehmer

Sprache: deutsch

Kick-off: Mittwoch, 08.04.2026, 16 – 18 Uhr

Abschlusspräsentation: Dienstag, 09.06.2026, 14 – 18 Uhr

Abgabe der Seminararbeit: Dienstag, 23.06.2026

Seminarleistung

Die Seminarleistung besteht aus einer schriftlichen Ausarbeitung, einer Präsentation sowie einer aktiven Teilnahme im Rahmen der Diskussion zu den Präsentationen. Die Bearbeitung und Präsentation der Seminarthemen erfolgt in 2er oder 3er-Gruppen.

Ansprechpartner

Karsten Hadwich (karsten.hadwich@uni-hohenheim.de)



UNIVERSITÄT
HOHENHEIM

HR-Seminar

Infos folgen demnächst...

Eine Anmeldung ist für Interessierte trotzdem schon jetzt möglich.