



UNIVERSITÄT  
HOHENHEIM




Sommersemester 2024

# PROFILSEMINARE ZUR MARKTORIENTIERTEN UNTERNEHMENSFÜHRUNG

Seminaranmeldung im Profilbereich Marktorientierte Unternehmensführung

# SEMINARANMELDUNG PROFILBEREICH MARKTORIENTIERTE UNTERNEHMENSFÜHRUNG (SOSE 24)

## Der Weg zum Seminar – Ein Überblick

 <b>Anmeldung</b>	 <b>Zuteilung</b>	 <b>Seminarpartizipation</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Gemeinsames Anmeldeverfahren aller beteiligten Lehrstühle des <b>Profilbereichs Marktorientierte Unternehmensführung</b>:  <a href="https://www.unipark.de/uc/profilseminare_MUF_SoSe_24/">https://www.unipark.de/uc/profilseminare_MUF_SoSe_24/</a></li><li>▪ <b>Anmeldezeitraum:</b> <b>15. Januar 2023 bis zum 15. Februar 2023</b> über die Homepages der beteiligten Lehrstühle.</li><li>▪ <b>Ansprechpartner:</b> Yannick Urbitsch (M.Sc.) (LS Voeth) yannick.urbitsch@uni-hohenheim.de</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Die Zuteilung erfolgt <b>nicht</b> nach dem first-come, first-served Prinzip, sondern anhand der <b>Präferenzen</b> der Studierenden.</li><li>▪ Die Studierenden werden bis voraussichtlich <b>Ende Februar</b> über die Zuteilung durch die einzelnen Lehrstühle informiert.</li><li>▪ Ein nachträglicher Tausch zwischen den Studierenden ist <b>nicht möglich</b>.</li><li>▪ Ein Abbruch des Seminars ist nach der Zuteilung ebenfalls <b>nicht möglich</b>.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Bitte beachten Sie hierzu die Rahmenbedingungen der jeweiligen Seminare auf den anschließenden Folien.</li><li>▪ <b>Detailliertere Infos zum Seminarangebot finden Sie auf den Homepages der beteiligten Lehrstühle:</b>  mub.uni-hohenheim.de/aktuelle-themen</li></ul>

# TEASER – SEMINARANGEBOT SOSE 24

- **Football's coming home? – Die Heim-EM 2024: Was denkt die deutsche Bevölkerung?**  
Profilseminar am Lehrstuhl für Marketing & Business Development (Prof. Voeth)
- **Digital, nachhaltig, innovativ - aktuelle Fragen der Entrepreneurshipforschung**  
Profilseminar am Lehrstuhl für Unternehmensgründungen und Unternehmertum (Entrepreneurship) (Prof. Kuckertz)
- **Mitarbeitende als Nachhaltigkeitsbotschafter**  
Profilseminar am Lehrstuhl für Dienstleistungsmanagement (Prof. Hadwich)



Weitere Informationen erhalten Sie unter: [mub.uni-hohenheim.de/aktuelle-themen](https://mub.uni-hohenheim.de/aktuelle-themen)

# Football's coming home? – Die Heim-EM 2024: Was denkt die deutsche Bevölkerung? (LS Voeth)

## Inhalte des Seminars

Nach dem grandiosen Triumph der deutschen Fußball-Nationalmannschaft bei der WM 2014 in Brasilien und dem dramatischen Ausscheiden in der Vorrunde bei der WM 2022 in Katar, richten sich im kommenden Sommer alle Augen auf das Sportevent des Jahres – Die Heim-Europameisterschaft 2024 in Deutschland. Der Lehrstuhl für Marketing und Business Development begleitet 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 Heim-EM 2024 wird als Anlass genommen, ebenso eine bevölkerungsrepräsentative begleitende wissenschaftliche Untersuchung durchzuführen. In diesem Zusammenhang sollen im Rahmen eines Masterseminars, Studierende für das wissenschaftliche Arbeiten begeistert werden, indem ein Marktforschungsprozess im Kontext der Heim-EM 2024 konzeptionell und empirisch durchlaufen wird. Schwerpunktthemen der EM-Studie 2024: 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 aus dem Profildbereich Marktorientierte Unternehmensführung.
- Studierende arbeiten über die Dauer des Seminars in Kleingruppen zusammen.
- 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: Stjepan Jurisic (M.Sc.) ([stjepan.jurisic@uni-hohenheim.de](mailto:stjepan.jurisic@uni-hohenheim.de))

# „Digital, nachhaltig, innovativ - aktuelle Fragen der Entrepreneurshipforschung“ (LS Kuckertz)

Entrepreneurship als wissenschaftliche Disziplin hat sich in den letzten Jahren innerhalb des akademischen Fächerkanons weitgehend etabliert. Dennoch ist das Feld immer noch so jung, dass es sich weiterhin durch eine rasante Entwicklung auszeichnet – insbesondere in den Themenfeldern Sustainable Entrepreneurship und Digital Entrepreneurship. In diesem Seminar werden deshalb Themen behandelt, die gegenwärtig in der Entrepreneurship-Forschung interessieren. Ein Schwerpunkt liegt dabei auf nachhaltigen und digitalen Innovationen.

- Das Seminar findet als Blockveranstaltung statt. Darunter fallen auch Pflichttermine. Genaue Uhrzeiten und Daten werden noch auf der Homepage des Lehrstuhls bzw. per E-Mail bekannt gegeben.
- Die Seminarleistung besteht aus einer kommentierten Bibliographie (20%) und einer schriftlichen Ausarbeitung des Seminarthemas (80%).
- Die Bearbeitung erfolgt in Kleingruppen (2 Personen).
- Die Teilnehmerzahl ist auf 10 Studierende begrenzt!
- Ansprechpartner: Sebastian Hinderer ([sebastian.hinderer@uni-hohenheim.de](mailto:sebastian.hinderer@uni-hohenheim.de)).

# Mitarbeitende als Nachhaltigkeitsbotschafter (LS Hadwich)

## Inhalte des Seminars

Markenbotschafter sind Mitarbeitende, die sich mit einer Marke identifizieren und sich freiwillig dazu entscheiden, Markenwerte, die Mission oder Botschaften eines Unternehmens zu repräsentieren und zu fördern. Da Kunden zunehmend Erwartungen an die Nachhaltigkeit einer Marke stellen, lässt sich das Konzept nicht nur für die Übertragung von Markenwerten, sondern auch für Nachhaltigkeitswerte anwenden. Nachhaltigkeitsbotschafter handeln somit im Sinne der Nachhaltigkeit des Unternehmens und führen dazu konforme Verhaltensweisen aus. Um die Rolle des Nachhaltigkeitsbotschafters von Mitarbeitenden zu untersuchen, ist sowohl die Wahrnehmung aus Mitarbeitersicht als auch aus Kundensicht relevant. In dem Seminar werden folgende beispielhafte Fragestellungen untersucht:

- Was macht einen Mitarbeitenden als Nachhaltigkeitsbotschafter aus?
- Welche Verhaltensweisen übt dieser aus?
- Welche Maßnahmen können Unternehmen implementieren, um Mitarbeitende als Nachhaltigkeitsbotschafter zu aktivieren?

Im Rahmen des Seminars erhalten Sie eine Einführung in das wissenschaftliche Arbeiten. Darüber hinaus lernen Sie mittels qualitativen Untersuchungsmethoden die Fragestellungen empirisch zu bearbeiten.

## Organisation

Zu Beginn des Semesters findet eine Kick-off-Veranstaltung statt. Während der Bearbeitungszeit finden Workshop-Termine sowie individuelle Gruppengespräche statt. Die Abschlusspräsentation erfolgt Mitte Juni und die Abgabe der Seminararbeit Ende Juni. Bei den Präsenzterminen herrscht Anwesenheitspflicht. Studierende arbeiten in Kleingruppen zusammen. Die Seminarleistung besteht aus der schriftlichen Ausarbeitung einer Seminararbeit, einer Abschlusspräsentation und der aktiven Teilnahme an den Präsenzterminen. Die Teilnehmerzahl ist auf 16 Plätze begrenzt.

## Ansprechpartner

Gabriela Sitz (M.Sc.) (gabriela.sitz@uni-hohenheim.de)