



UNIVERSITÄT
HOHENHEIM

Informationen zu den Seminarangeboten

MASTERSEMINARE IM SCHWERPUNKTBEREICH MARKETING

Sommersemester 2026

SEMINAR 1: ANWENDUNGSPOTENZIALE KÜNSTLICHER INTELLIGENZ IM MARKETING (LEHRSTUHL VOETH, 570A)

Seminarinhalt

Die Anwendungsfelder von Künstlicher Intelligenz in der Unternehmenspraxis sind vielfältig und verfügen insbesondere im Marketing über hohe Relevanz. In der heutigen schnelllebigen digitalen Welt ist es für das Marketing von Unternehmen von entscheidender Bedeutung, aufkommende Marketingtrends im Blick zu behalten, um entsprechende Markt- und Wachstumspotenziale zu realisieren.

In der Veranstaltung werden Studierende für den gezielten Einsatz von KI im Marketing sensibilisiert und erwerben Fähigkeiten, um maßgeschneidertes, KI-gestütztes Marketing in der Praxis umzusetzen. Das Seminar beschäftigt sich mit den theoretischen Grundlagen der Künstlichen Intelligenz und KI-gestützter Datenanalyse und Automatisierung (ML) im Marketing-Kontext. Die Studierenden lernen entsprechend KI-basierte Ansätze und Tools zielgerichtet einzusetzen sowie Marketing-Strategien und -Instrumente an sich ändernde Konsumentenbedürfnisse anzupassen.

Im Rahmen von anwendungsnahen Case Studies werden die theoretischen Inhalte praktisch angewendet und vertieft.

Ablauf & Seminarleistung:

- Das Seminar startet mit einer Kick-Off Veranstaltung zu Semesterbeginn und endet mit der Abschlusspräsentation Ihrer Arbeiten zum Ende des Semesters.
- Das Seminar findet in Plenumsveranstaltungen statt.
- Es besteht Anwesenheitspflicht bei allen Sitzungsterminen. Genaue Termine werden spätestens in der Kick-off Veranstaltung bekannt gegeben.
- Die Studierenden werden in Gruppen von 2 Personen eingeteilt.
- Die Teilnehmerzahl ist auf max. 20 Personen begrenzt.
- Die Seminarleistung besteht in der Erstellung einer schriftlichen Seminararbeit und der Abschlusspräsentation.

Dozenten & Ansprechpartner:

- Dozenten: Sebastian Drews (M.Sc.) und Dr. Marco Lützenberger (Extern: Head of AI Strategy & Transformation Ernst&Young; Previous Researcher TU Berlin)
- Ansprechpartner: Sebastian Drews (M.Sc.) (sebastian.drews@uni-hohenheim.de)

Anrechenbar für Marketing

SEMINAR 2: TRANSFORMATIONSPROZESSE IM DIENSTLEISTUNGSMANAGEMENT (LEHRSTUHL HADWICH, 570D)

Dienstleistungsmärkte sind von tiefgreifenden Transformationsprozessen geprägt. Digitale Technologien, Nachhaltigkeitsanforderungen, neue Wertschöpfungslogiken, demografische und gesellschaftliche Veränderungen sowie geopolitische und ökonomische Unsicherheiten machen es erforderlich, dass Unternehmen ihr Dienstleistungsmanagement kontinuierlich anpassen und weiterentwickeln.

Transformation bedeutet weit mehr als technologische Veränderungen: Sie umfasst **strategische Neuausrichtungen, kulturelle Entwicklung, organisatorische Erneuerung, neue Formen der Zusammenarbeit sowie strukturelle Anpassungen auf Unternehmens-, Markt- und Systemebene**. Dabei entsteht ein komplexes Zusammenspiel aus technologischen, organisationalen, mitarbeiterbezogenen und kundenseitigen Transformationsprozessen, die Unternehmen vor grundlegende Herausforderungen stellen – und gleichzeitig erhebliche Innovations- und Wertschöpfungspotenziale eröffnen.

Im Zentrum des Seminars steht die **Frage, wie Wandel angestoßen, gestaltet, gesteuert und nachhaltig verankert werden kann** – sowohl innerhalb von Dienstleistungsunternehmen als auch im Zusammenspiel mit Kunden, Mitarbeitenden, Partnern und gesellschaftlichen Akteuren. **Die Fragestellungen werden literaturbasiert bearbeitet.**

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

Seminarplätze:	20 Plätze
Kick-off Veranstaltung:	Erste Vorlesungswoche im April 2026
Präsentation der Arbeit:	Mitte Juni 2026
Abgabe der Seminararbeit:	Ende Juni 2026

Ablauf:

- Die Seminarsprache ist deutsch.
- Die Bearbeitung erfolgt in 2er-Gruppen.
- Eine Nichtteilnahme an der Kick-off Veranstaltung führt automatisch zum Verlust des Anspruches auf den Seminarplatz.
- Die Seminarleistung besteht aus einer schriftlichen Ausarbeitung, einer Präsentation sowie einer aktiven Teilnahme im Rahmen der Diskussion zu den Präsentationen.
- Ansprechpartner: Prof. Dr. Karsten Hadwich (karsten.hadwich@uni-hohenheim.de)

Anrechenbar für Marketing

SEMINAR 3: CURRENT TOPICS IN CONSUMER BEHAVIOR – SUSTAINABILITY COMMUNICATION (LEHRSTUHL HÜTTTL-MAACK, 570E)

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 „Current 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
SPSS-Einführung
Abgabe der Seminararbeit
Präsentation der Arbeit

Anfang April 2025
Digital über ILIAS (asynchron)
Ende Juni/Anfang Juli 2026
Ende Juni/Anfang Juli 2026

Ablauf:

- Die Seminarsprache ist **ENGLISCH**.
- Die Bearbeitung findet in **Kleingruppen** statt.
- Eine **Nichtteilnahme an der Kick-off Veranstaltung** führt automatisch zum **Verlust des Anspruches auf den Seminarplatz**.
- Wir setzen die Bereitschaft zur Einarbeitung in SPSS (Statistikprogramm) voraus.
- Die Seminarleistung besteht aus einer **schriftlichen Ausarbeitung**, einer **Abschlusspräsentation** sowie einer **aktiven Teilnahme** im Rahmen der **Diskussion** zu den Abschlusspräsentationen.
- Die Teilnehmerzahl ist auf 20 Plätze begrenzt.
- Ansprechpartnerin: Louisa Herbst (louisa.herbst@uni-hohenheim.de)

Anrechenbar für Marketing

SEMINAR 4: MANAGING SUSTAINABLE BEHAVIOR CHANGE (LEHRSTUHL HENN, 560G)

Im Masterseminar „Managing Sustainable Behavior Change“ setzen Studierende sich mit den psychologischen Grundlagen und Mechanismen auseinander, die nachhaltige Verhaltensänderungen ermöglichen. Im Mittelpunkt stehen Theorien und empirische Studien aus der Umweltpsychologie, die das **Zusammenwirken von menschlichen Denk- und Entscheidungsprozesse und der Gestaltung von Handlungsumwelten** hinsichtlich ihrer Bedeutung für die Förderung von nachhaltigem Verhalten analysieren. Im ersten Themenblock beleuchten wir kognitive und soziale Mechanismen, die die **Wahrnehmung und Bewertung nachhaltiger Verhaltensweisen** prägen. Im zweiten Themenblock wird Literatur behandelt, die sich mit **psychologischen, sozialen und technologischen Interventionen zur Förderung nachhaltigen Konsumverhaltens**, auch im organisationalen Kontext, auseinandersetzt. Im dritten Themenblock liegt der Fokus auf der **Gestaltung von Umwelten und Kontexten**, um nachhaltiges Verhalten zu unterstützen. Die Ziele des Seminars sind, dass die Teilnehmenden die psychologischen Grundlagen nachhaltiger Verhaltensänderungen verstehen, wissenschaftliche Literatur kritisch analysieren und eigenständig auf praktische Fragestellungen anwenden können. Sie lernen, interdisziplinäre Erkenntnisse zu verknüpfen und daraus Strategien zu entwickeln, um nachhaltiges Handeln in unterschiedlichen Kontexten zu fördern.

Die Studierenden gestalten jeweils in Kleingruppen eine thematische Sitzung, basierend auf der vorgegebenen Literatur und unter Einbezug eigener weiterführender Ideen, um die praktische Anwendbarkeit und Relevanz herauszuarbeiten. Am Ende des Seminars sollen die Studierenden in der Lage sein, fundierte Ansätze zur Förderung nachhaltiger Verhaltensweisen zu konzipieren und kritisch zu reflektieren. Dies demonstrieren sie im Rahmen einer Hausarbeit, in der sie ihr jeweiliges Thema mit eigener Schwerpunktsetzung ausarbeiten.

Ablauf:

- Das Seminar findet im Sommersemester 2025 wöchentlich in Präsenz statt
- Die Teilnehmendenzahl ist auf max. 20 begrenzt (je ca. **6 Plätze** für die Schwerpunkte EIS, OB und Marketing, Restplätze werden ggf. an weitere Studierende vergeben)
- Die Seminarleistung besteht in der Gestaltung einer thematischen Einheit und der Ausarbeitung im Rahmen einer Hausarbeit.
- Dozentin: Jun.-Prof. Dr. Laura Henn (laura.henn@uni-hohenheim.de)

Anrechenbar für Marketing

Anrechenbar für OB

Anrechenbar für EIS

WICHTIGE HINWEISE

ACHTUNG: Bitte beachten Sie, dass es sich bei diesen Seminaren um das Angebot für den **Schwerpunktbereich „Marketing“** handelt (*neuer Schwerpunkt ab Studienbeginn Wintersemester 23/24*).

Sollten Sie sich für Seminare in anderen Schwerpunkten anmelden wollen, melden Sie sich bitte direkt bei den jeweiligen Ansprechpersonen:

... **im Schwerpunktbereich Organizational Behavior:** institut570b@uni-hohenheim.de

... **im Schwerpunktbereich Digital Business Management:** digital@uni-hohenheim.de

... **im Schwerpunktbereich Entrepreneurship, Innovation & Sustainability:** <https://entrepreneurship.uni-hohenheim.de>

ANMELDUNG ZUM SEMINAR

IM SCHWERPUNKTBEREICH MARKETING (NEUER SCHWERPUNKT)

Anmeldung	Zuteilung	Bearbeitung
<ul style="list-style-type: none">• Die Anmeldung erfolgt über eine Umfrage.• Den Link zur Umfrage finden Sie weiter unten in der Präsentation oder auf der Website des Lehrstuhls für Marketing und Konsumentenverhalten (https://muk.uni-hohenheim.de/)• Die Anmeldung ist vom 15.12.2025 bis zum 15.01.2026 möglich• Jede/r Studierende äußert seine Präferenzen.• Die Studierenden werden so zugeteilt, dass alle einen Seminarplatz mit möglichst hoher Präferenz erhalten.	<ul style="list-style-type: none">• Studierende, die sich in einem höheren Semester befinden, oder bei der letzten Anmeldung keinen Platz erhalten haben, werden bevorzugt berücksichtigt. (Bitte senden Sie dazu eine kurze Erinnerung an: louisa.herbst@uni-hohenheim.de)• Es besteht kein Anspruch auf einen Seminarplatz.• Nach Anmeldeschluss dauert es in der Regel nur einige Tage, bis die Studierenden über die Zuteilung informiert werden.• Ein nachträglicher Tausch zwischen den Studierenden ist nicht möglich.	<ul style="list-style-type: none">• Beachten Sie hierzu die jeweiligen Informationen und Rahmenbedingungen der einzelnen Seminarbeschreibungen.

ANMELDUNG ZUM SEMINAR

IM SCHWERPUNKTBEREICH MARKETING (NEUER SCHWERPUNKT)

Link zur Umfrage: <https://ww2.unipark.de/uc/seminare/marketing/sose26/>



KONTAKT

Ansprechpartnerin zur Vergabe der Masterseminare im Schwerpunktbereich Marketing



Louisa Herbst

Lehrstuhl für Marketing & Konsumentenverhalten (570E)

E-Mail: louisa.herbst@uni-hohenheim.de