



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](mailto: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](mailto:karsten.hadwich@uni-hohenheim.de))

**Anrechenbar für Marketing**

# SEMINAR 3: CURRENT TOPICS IN CONSUMER BEHAVIOR – SUSTAINABILITY COMMUNICATION (LEHRSTUHL HÜTTL-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 Entscheidungsprozessen 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 Teilnehmendenanzahl 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*).

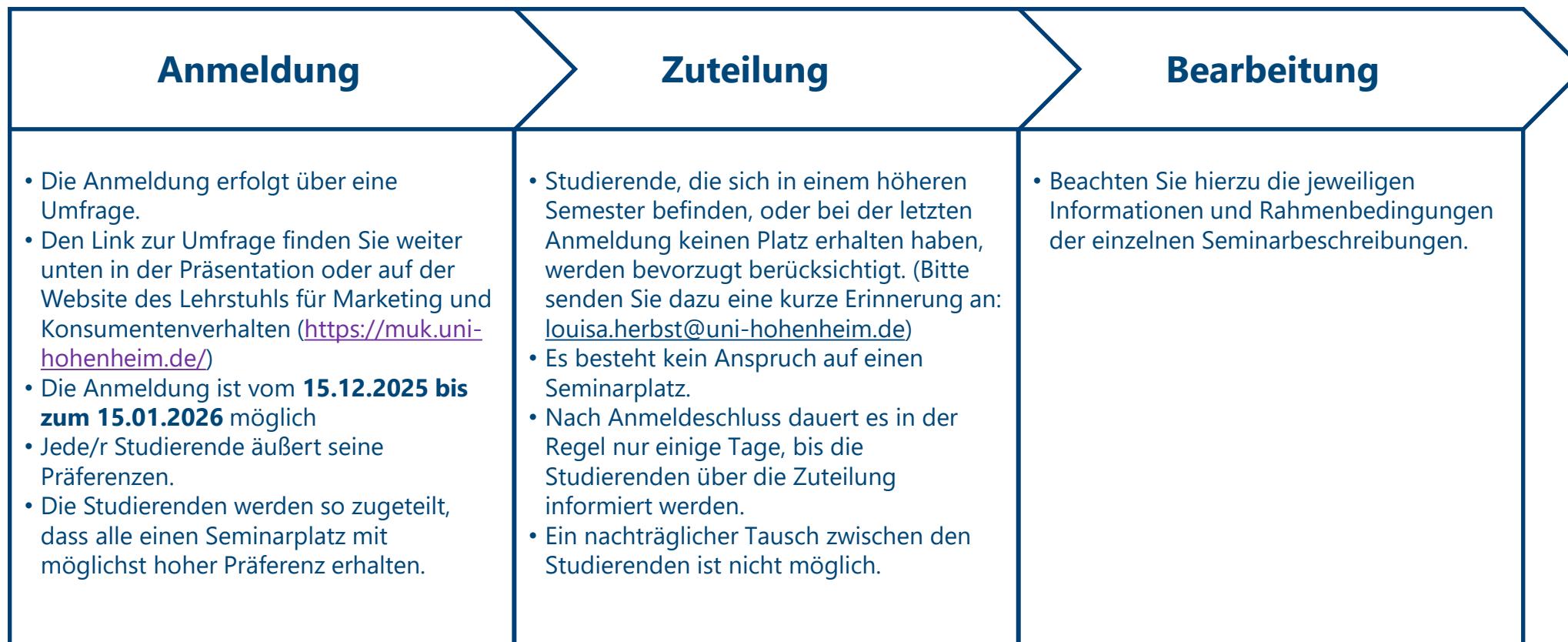
Sollten Sie sich für Seminare in anderen Schwerpunkten anmelden wollen, melden Sie sich bitte direkt bei den jeweiligen Ansprechpersonen:

... **im Schwerpunktbereich Organizational Behavior:** [institut570b@uni-hohenheim.de](mailto:institut570b@uni-hohenheim.de)

... **im Schwerpunktbereich Digital Business Management:** [digital@uni-hohenheim.de](mailto:digital@uni-hohenheim.de)

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

# ANMELDUNG ZUM SEMINAR IM SCHWERPUNKTBEREICH MARKETING (NEUER SCHWERPUNKT)



# **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](mailto:louisa.herbst@uni-hohenheim.de)