



UNIVERSITÄT  
HOHENHEIM

Wintersemester 2025/26

# PROFILSEMINARE ZUR MARKTORIENTIERTEN UNTERNEHMENSFÜHRUNG

Seminaranmeldung im Profilbereich Marktorientierte Unternehmensführung

# SEMINARANMELDUNG PROFILBEREICH MARKTORIENTIERTE UNTERNEHMENSFÜHRUNG (WS25/26)

## Der Weg zum Seminar

 <b>Anmeldung</b>	 <b>Zuteilung</b>	 <b>Seminarteilnahme</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Gemeinsames Anmeldeverfahren aller beteiligten Lehrstühle des <b>Profilbereichs Marktorientierte Unternehmensführung</b>:  <a href="https://ww2.unipark.de/uc/AnmeldungMUFWS2526/">https://ww2.unipark.de/uc/AnmeldungMUFWS2526/</a></li><li>▪ <b>Anmeldezeitraum:</b> <b>10. Juli 2025 bis zum 10. August 2025</b> über die Homepages der beteiligten Lehrstühle.</li><li>▪ <b>Ansprechpartner:</b> Nicolai Mack (M.A.) (LS Voeth) nicolai.mack@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 August</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></li></ul>

# PROFIL-/HR-SEMINAR: WAS ARGUMENTE WIRKLICH IN VERHANDLUNGEN BEWIRKEN – EINE EMPIRISCHE SPURENSUCHE

(SEMINAR AM LEHRSTUHL FÜR MARKETING & BUSINESS DEVELOPMENT 570A)

Verhandlungen begegnen uns täglich – ob beim Kauf eines Gebrauchtwagens, in der WG, im Studium oder später im Berufsleben. Oft setzen wir dabei auf Argumente, um unsere Position zu stärken. Doch wie wirkungsvoll sind Argumente in solchen Situationen wirklich? Überzeugen sie unser Gegenüber – oder sorgen sie manchmal sogar für Widerstand?

Im Rahmen dieses Seminars erforschen die TeilnehmerInnen die Rolle von Argumenten in Verhandlungssituationen anhand einer selbst durchgeführten quantitativen Befragung. Ziel ist es, auf wissenschaftlicher Basis herauszufinden, wie Argumente wirken und welchen Einfluss sie auf den Verlauf einer Verhandlung haben.

Das Seminar verbindet ein lebensnahes Thema mit einer praxisorientierten Einführung in wissenschaftliches Arbeiten. Die TeilnehmerInnen lernen Grundlagen der empirischen Forschung sowie zentrale theoretische Konzepte des Verhandlungsmanagements kennen – und wenden dieses Wissen direkt in einer eigenen Studie an.

Die Bearbeitung erfolgt in Kleingruppen (2–3 Personen), die Teilnehmerzahl ist auf maximal 12 Personen begrenzt. Die Seminarleistung besteht aus einer schriftlichen Ausarbeitung, einer Abschlusspräsentation sowie der aktiven Teilnahme in den Plenumsveranstaltungen.

Ansprechpartnerin: Clara Färber ([clara.farber@uni-hohenheim.de](mailto:clara.farber@uni-hohenheim.de))

# MOBILITÄT 4.0: DIGITALE SERVICEINNOVATIONEN FÜR DIE MOBILITÄT VON MORGEN

## (SEMINAR AM LEHRSTUHL FÜR DIENSTLEISTUNGSMANAGEMENT 570D)

Wie wird sich unsere Mobilität in den nächsten Jahren verändern? Welche Erwartungen haben Kunden an **Mobilitätsdienste** – und wie reagieren Anbieter darauf? Fragen, die sich in einer Welt stellen, in der Klimawandel, Urbanisierung und technologische Disruption unsere Lebensweise neu definieren. Mobilität wird somit zur Schlüsselfrage für Nachhaltigkeit und Innovation. Im Mittelpunkt dieses literaturbasierten Seminars stehen spannende Fragestellungen rund um digitale Serviceinnovationen (DSI) im Mobilitätsbereich. Was verbirgt sich hinter Begriffen wie „**Connected Cars**“, „**Mobilität 4.0**“ oder „**Digitale Dienste der Zukunft**“? Und wie verändern diese Trends die Erwartungen junger Zielgruppen – insbesondere der **Gen Z**? Das Seminar im Wintersemester 2025/26 bietet die Möglichkeit, diese Zukunftstrends **praxisnah** zu analysieren. In **kleinen Gruppen** (2–3 Personen) werden unterschiedliche Perspektiven erarbeitet – wahlweise aus Sicht von **Anbietenden** (z. B. Automobilhersteller) oder **Kunden/Konsumenten**. Dabei geht es unter anderem um folgende Themen:

*Was erwarten die Kunden der Zukunft von **Mobilitätsangeboten**?; Welche „**Pains & Needs**“ haben die Kunden von morgen?; Wie sollten **Mobilitätsgeschäftsmodelle** der Zukunft aussehen?; Welche **Innovationen** brauchen Anbieter, um wettbewerbsfähig zu bleiben?; Welche Schlussfolgerungen lassen sich für Unternehmen der Automobilbranche ziehen?*

Die Seminarleistung besteht aus einer Abschlusspräsentation, der schriftlichen Ausarbeitung und der aktiven Teilnahme an den Feedbackgesprächen während des Semesters.

- Zu Beginn des Semesters (Mi, 15.10.2025) findet eine **Kick-off-Veranstaltung** statt.
- Während der Bearbeitungszeit sind **individuelle Gruppengespräche** geplant.
- Die Abschlusspräsentation erfolgt am 14.01.2026 und die **Abgabe der schriftlichen Ausarbeitung** Ende Januar.
- Teilnehmendenzahl ist begrenzt auf max. **10 Plätze**
- Ansprechpersonen:
  - Prof. Dr. Karsten Hadwich**: karsten.hadwich@uni-hohenheim.de
  - Stefania Dimitrovska (M.Sc.)**: stefania.dimitrovska@uni-hohenheim.de

# ZUKUNFT IM KREISLAUF – STRATEGIEN FÜR DIE KREISLAUFWIRTSCHAFT (LEHRSTUHL HÜTTL-MAACK, 570E)

## Ablauf und Zielsetzung

Das Seminar beschäftigt sich mit Fragestellungen rund um die **Kreislaufwirtschaft**, einem Ansatz, der darauf abzielt, Produkte und Materialien möglichst lange im Umlauf zu halten – auch dann, wenn sie bereits alt oder gebraucht sind. Vor dem Hintergrund zunehmender Ressourcenknappheit und der wachsenden Notwendigkeit, natürliche Ressourcen zu schonen, rückt die Wiederverwendung und Verlängerung der Lebensdauer von Produkten immer mehr in den Fokus. Im Seminar wird untersucht, **wie zirkuläre Produkte und Programme effektiv kommuniziert werden können**, um das Bewusstsein für nachhaltigen Konsum zu fördern und die Bereitschaft für zirkuläres Verhalten zu steigern. Der Schwerpunkt liegt auf der Entwicklung und Durchführung **empirischer Projektarbeiten**. In Teams werden in Abstimmung mit dem betreuenden Lehrstuhl Studien durchgeführt. Das Seminar bietet die Möglichkeit, sich intensiv mit einem zukunftsrelevanten Thema auseinanderzusetzen und Lösungsansätze zu entwickeln, die sowohl für die Wissenschaft als auch für die Praxis von Bedeutung sind.

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

Kick-off Infoveranstaltung	Mitte Oktober
SPSS-Einführung	Digital über ILLIAS (asynchron)
Abgabe und Präsentation der Seminararbeit	Mitte/Ende Januar

## 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)

# **DIGITAL, NACHHALTIG, INNOVATIV - AKTUELLE FRAGEN DER ENTREPRENEURSHIPFORSCHUNG**

## **LEHRSTUHL FÜR UNTERNEHMENSGRÜNDUNGEN UND UNTERNEHMERTUM**

### **(PROF. KUCKERTZ)**

#### **Ablauf und Zielsetzung**

Das Seminar behandelt aktuelle Forschungstrends im Entrepreneurship mit Fokus auf Digitalisierung und Nachhaltigkeit. Es findet als Blockveranstaltung statt, deren Termine noch bekannt gegeben werden. Die Erarbeitung der Seminararbeit erfolgt in 2er-Gruppen.

#### **Organisation**

Kick-off in der ersten Vorlesungswoche  
Ca. 20 Teilnehmer  
Deutsch

#### **Seminarleistung**

Seminararbeit (80%) / kommentierte Bibliographie (20%) + Präsentation (nicht benotet)

#### **Ansprechpartner**

Johanna Slowik (johanna.slowik@uni-hohenheim.de)



## ■ Seminar „Markets and Morals“

### Inhalt:

Sollten wir Menschen erlauben, ihre Nieren zu verkaufen? Sollten Staaten Einwanderungsrechte versteigern? Dürfen wir Informationsmärkte für Terrorattacken zulassen? Märkte stoßen oft auf moralischen Widerstand. Philosophen wie Michael Sandel gehen davon aus, dass bestimmte Waren oder Dienstleistungen nicht gehandelt werden sollten, da sie unsere Werte korrumpieren. Andere weisen darauf hin, dass Märkte auf der Idee des freiwilligen Austauschs zur gegenseitigen Verbesserung beruhen und dass es keine inhärenten Grenzen für Märkte geben sollte.

Im Seminar werden wir theoretische und empirische Argumente erörtern, die einen moralischen Angriff auf Märkte oder eine moralische Verteidigung von Märkten darstellen. Zum Auftakt gibt es eine Einführung in das Forschungsfeld und eine Themenvergabe für studentische Präsentationen und Seminararbeiten. Im Blockteil halten die Studierenden Präsentationen zu selbstgewählten Themen aus dem Forschungsfeld.

### Organisatorisches:

- Das Seminar findet als Blockveranstaltung in der 2. Januarhälfte statt. Der Kick-Off findet in der 2. Semesterwoche statt.
- Die Seminarleistung besteht aus der Abgabe einer Seminararbeit (ca. 15 Seiten) und deren Präsentation (ca. 15 Min).
- Die Veranstaltung findet auf Deutsch statt
- Die Teilnehmerzahl ist auf 16 Studierende begrenzt.
- Ansprechpartner: Prof. Dr. Matthias Uhl ([matthias.uhl@uni-hohenheim.de](mailto:matthias.uhl@uni-hohenheim.de))