

Bachelorseminar Betriebswirtschaftslehre – Wintersemester 2025/2026

Univ.-Prof. Dr. Hanna Schramm-Klein

„Stabile Werte oder leeres Versprechen? Marken von Familienunternehmen im Wandel“

Das Seminar findet als **Blockveranstaltung** statt (2 SWS). Die **Einführungsveranstaltung** findet am 15. Oktober 2025 statt. Zusätzlich wird ein Methodenkurs angeboten (Termin wird noch bekannt gegeben). Die **Seminarpräsentation** findet als Blockveranstaltung, in der eine Zwischenpräsentation des Forschungsstands erfolgt, am 28. und 29. Januar 2026 statt. **Weitere Termine** (z.B. Einführung in die empirischen Methoden, Diskussion des Zwischenstands zur empirischen Untersuchung) und Raumangaben finden **nach Ankündigung** statt.

Problemstellung und Ziel des Seminars:

Familienunternehmen gelten als vertrauenswürdig, bodenständig und auf Langfristigkeit ausgerichtet. In ihrer Kommunikation betonen sie häufig die familiäre Führung. Das damit aufgebaute Image als Familienunternehmen wird i.d.R. mit positiven Werten verbunden, wie z.B. Authentizität, der Übernahme von Verantwortung oder regionaler Verbundenheit. Nicht immer bleiben Familienunternehmen jedoch langfristig im Eigentum oder unter der Führung von Familienunternehmen. Gerade dann, wenn keine Familienmitglieder in die Geschäftsleitung aufrücken wollen oder wenn die nachfolgende Generation sich entscheidet, das Unternehmen nicht länger im Eigentum zu halten, kann dies dazu führen, dass auch das Image des Unternehmens nach außen dadurch verändert wird.

Es stellt sich daher die Frage, was mit dem Vertrauensvorsprung passiert, den Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter oder Konsumentinnen und Konsumenten dem Unternehmen gegenüber zeigen, wenn die Führung wechselt, also z.B. von einer Unternehmerfamilie auf ein externes Management übergeht. Im Rahmen des Seminars wird deshalb untersucht, wie Familienmarken in solchen Übergangsphasen wahrgenommen und bewertet werden. Im Fokus stehen Fragen wie z.B. ob das Vertrauen in die Marke bestehen bleibt, wenn die familiäre Leitung endet, oder auch generell, ob ein solcher Wechsel überhaupt wahrgenommen wird und wenn ja, ob dies Auswirkungen auf Aspekte wie das Markenimage, die Authentizität oder die Kaufabsicht hat.

Ziel ist es, im Rahmen des Seminars empirisch fundierte Erkenntnisse über die Wirkung von Markenkommunikation in Veränderungssituationen zu gewinnen und daraus erste Implikationen für Unternehmen abzuleiten. In diesem Zusammenhang sollen die Seminarteilnehmerinnen und -teilnehmer geleitet eine empirische Studie zu einer konkreten Fragestellung durchführen, ihre Ergebnisse präsentieren und in einer Hausarbeit vorstellen.

Zielgruppe:

Dieses Seminar richtet sich **vornehmlich an Studierende im Bachelorstudiengang BWL ab dem 2. Studienjahr**. Studierende aus anderen Studiengängen sind ebenso herzlich willkommen. Grundlagenkenntnisse im Marketing, in der Markt- und Marketingforschung sowie von statistischen Methoden sind empfehlenswert. Informationen zur Anrechenbarkeit für andere Studiengänge an der Fakultät III sowie für Nebenfachstudierende entnehmen Sie bitte unisono (www.unisono.uni-siegen.de) oder den Modulhandbüchern. Die Teilnehmerzahl des Seminars ist auf 20 Teilnehmerinnen und Teilnehmer begrenzt.

Seminarstruktur:

Das Seminar **„Stabile Werte oder leeres Versprechen? Marken von Familienunternehmen im Wandel“** im Wintersemester 2025/2026 beginnt mit der Einführungsveranstaltung, die am 15. Oktober 2025 von 08:30 Uhr bis 10:00 Uhr (Raum wird noch bekanntgegeben) stattfinden wird. Die Studierenden führen unter Anleitung semesterbegleitend ein **empirisches Forschungsprojekt** für die Beantwortung einer vorgegebenen Problem- bzw. Fragestellung durch. Die Durchführung und die wesentlichen Ergebnisse des empirischen Forschungsprojekts müssen im Rahmen einer schriftlichen Hausarbeit ausgearbeitet sowie in der Blockveranstaltung am 28. und 29. Januar (jeweils 8:30 bis 18 Uhr) in Form einer Zwischenpräsentation präsentiert werden.

Inhalte/Lernziele:

Die Studierenden sollen anhand ausgewählter Themen lernen, diese mithilfe der relevanten Literaturbeiträge selbstständig zu erfassen und kritisch zu würdigen. Im Vordergrund des Seminars steht dabei insbesondere die Übertragung und Anwendung theoretischer Erkenntnisse auf eine spezifische Fragestellung im Rahmen einer empirischen Studie. Ein Thema soll vertieft für die Anfertigung einer Hausarbeit (15 Textseiten) und einen Vortrag mit Diskussion bearbeitet werden. Dabei lernen die Studierenden Methoden und Techniken des wissenschaftlichen und empirischen Arbeitens ebenso kennen wie Vortrags- und Präsentationstechniken.

Anforderungen an die Hausarbeit:

Es gelten die Formvorschriften der Professur für Betriebswirtschaftslehre, insbesondere Marketing und Handel. Die „Richtlinien zur Anfertigung wissenschaftlicher Arbeiten“ können Sie von der Internetseite der Professur unter <http://www.wiwi.uni-siegen.de/marketing> unter dem Menüpunkt „Lehre → Seminare“ herunterladen.

Regelung zu Fehlversuchen:

Seminarbeitnahmen, die nicht angetreten oder abgebrochen werden, gelten bereits seit dem SoSe 2013 als „nicht bestanden Seminar“ (NB). Die Seminarveranstaltung wird mit „nicht ausreichend“ (5,0) bewertet und als Fehlversuch auf die Anzahl der Wiederholungsmöglichkeiten angerechnet. Im Rahmen der Veranstaltung sind zwei Individualleistungen zu erbringen (die Vorstellung des Forschungsstands im Rahmen einer Zwischenpräsentation und die Anfertigung einer 15-seitigen Seminararbeit). Für eine erfolgreiche Beendigung des Seminars sind beide Teilbereiche mit mindestens 4,0 zu bestehen.

Regelungen für die Anmeldung von Seminaren:

Die Seminarplatzvergabe für das Wintersemester 2025/2026 erfolgt über die Veranstaltungsbelegung in Unisono. Für Studierende entfällt damit eine Bewerbung am jeweiligen Lehrstuhl. Weitere Informationen und Regularien zur Anmeldung finden Sie unter <https://pafak3.wiwi.uni-siegen.de/info/pruefungen/seminare/>.

Pflichttermine:

- **Einführungsveranstaltung:** 15. Oktober 2025, 08:30 bis 10:00 Uhr, Raum nach Ankündigung
- **Methodenkurs:** Termin wird noch bekannt gegeben, Raum nach Ankündigung
- **Blockveranstaltung:** 28. und 29. Januar 2026, jeweils 8:30-18 Uhr, Raum nach Ankündigung
- **Abgabe der Hausarbeiten:** 31. März 2026.