FREIE UNIVERSITÄT BERLIN

Wissenschaftliche Konzepte und Methoden im Marketing

Verantwortung im Marketing

Wintersemester 2025/2026

Bachelor Betriebswirtschaftslehre

Prof. Dr. Andreas Eggert

Berlin, 10.09.2025

Betreuer
Prof. Dr. Andreas Eggert

Inhalt und Lernziele
Studierende des Studiengangs Bachelor-BWL sollen im Forschungsseminar aktuelle Forschungsfragen aus einem speziellen Bereich der BWL kennenlernen und kritisch würdigen. Die Verantwortung von Kund:innen und Anbietern für die Konsequenzen ihres Marktverhaltens hat sich im Kontext der Nachhaltigkeitsforschung zu einem zentralen Konzept innerhalb der Marketingdisziplin entwickelt. Um das Konzept der Verantwortung im Marketing systematisch zu erschließen, können (1) die Akteure, (2) die Quellen und (3) die Anwendungsbereiche der Verantwortung unterschieden werden (siehe Abbildung).

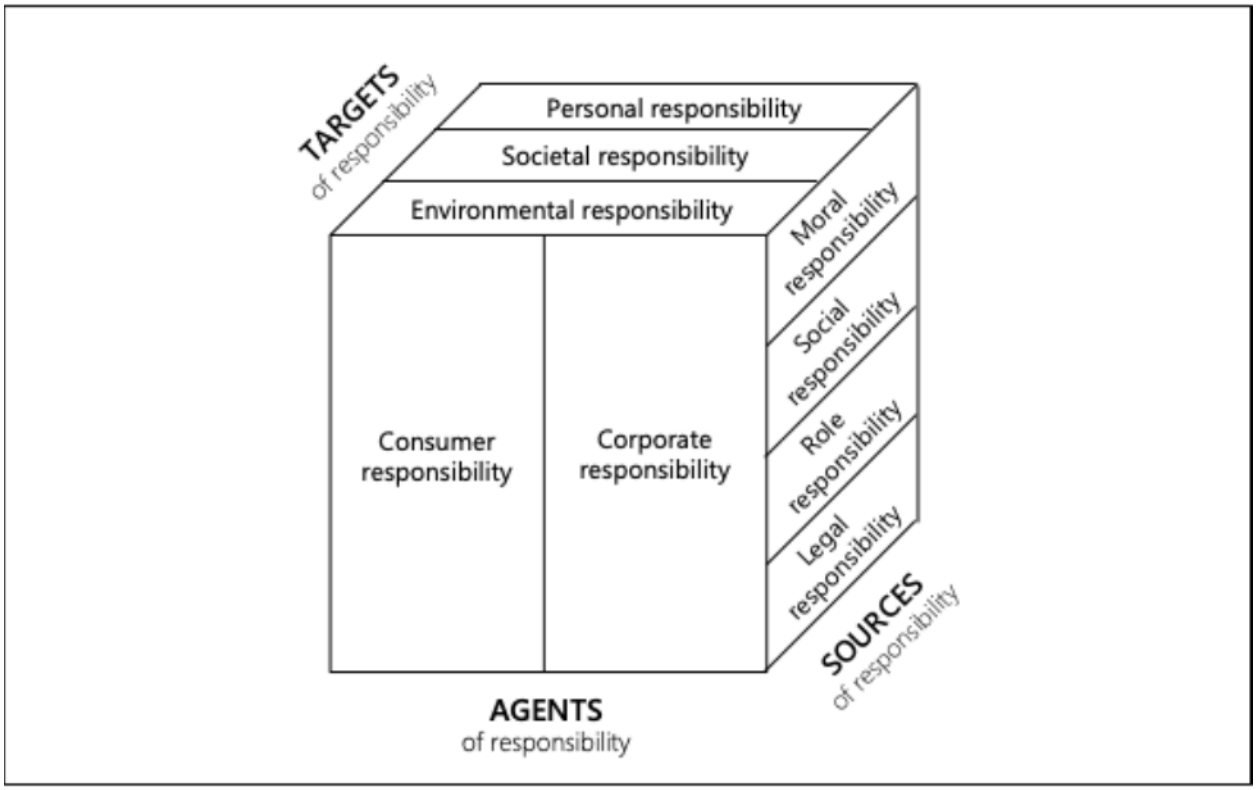

Abbildung: Ausprägungsformen der Verantwortung im Marketing (Quelle: Alberternst et al. 2025, S. 45)

Während des Seminars werden wir die verschiedenen Ausprägungsformen der Verantwortung im Marketing genauer kennenlernen und uns mit der (gemeinsamen) Übernahme, aber auch dem Versuch des Abschiebens von Verantwortung auf andere Marktakteure beschäftigen.

Die Studierenden können aus sechs Themenblöcken wählen:

1. Grundlagen des Verantwortungskonzepts in der Philosophie und Soziologie
2. Verantwortung der Kund:innen für nachhaltiges Konsumverhalten
3. Verantwortung der Anbieter für nachhaltiges Marktverhalten
4. Spannungsfelder der Verantwortungsübernahme aus Kund:innensicht
5. Spannungsfelder der Verantwortungsübernahme aus Anbietersicht
6. Co-Responsibility: Konzept und Anwendungsmöglichkeiten im Marketing

Ziel des Seminars ist neben einer inhaltlichen Auseinandersetzung mit dem Konzept der Verantwortung die optimale Vorbereitung auf die Anfertigung der Bachelorarbeit. Studierende erhalten eine umfassende Einführung in das wissenschaftliche Arbeiten. Dazu gehören die Diskussion unterschiedlicher Literaturquellen und Zitierweisen, der Aufbau und die Struktur wissenschaftlicher Arbeiten sowie das Verständnis empirischer Artikel. Darüber hinaus werden Präsentationstechniken und Strategien für Zeit- und Selbstmanagement besprochen.

Ablauf und Zeitplan

Jeweils zwei Studierende werden den gleichen Themenblock bearbeiten, verfassen jedoch eigenständige und separate Seminararbeiten. Neben der schriftlichen Abgabe der Seminararbeit wird es eine Präsentation über den Zwischenstand des Projekts geben. Die Themenblöcke werden zu Beginn des Seminars vorgestellt.

Termine	**Inhalte**
Donnerstag, 09.10.2025, bis 13:00 Uhr	Bewerbungsschluss (siehe Anmeldeformular)
Donnerstag, 16.10.2025, 09:00-13:00 Uhr	Einführungsveranstaltung • inhaltlicher Einstieg und Vorstellung der Themen • Themenvergabe
Montag, 10.11.2025, bis 13:00 Uhr	Abgabe der Gliederungspräsentation • als PPTX und PDF per Upload in Blackboard • kurze Vorstellung des Vorgehens (ca. 3-5 Folien)
Donnerstag, 13.11.2025, 09:00-15:00 Uhr	Gliederungsbesprechung: Gemeinsame Diskussion der Entwürfe
Donnerstag, 04.12.2025, 09:00-12:00 Uhr	Zwischenkonsultation (freiwillig) • Möglichkeit zur Klärung offener Fragen und Probleme • Feedback zum aktuellen Fortschritt der Arbeit
Donnerstag, 18.12.2025, 09:00-12:00 Uhr	Zwischenkonsultation (freiwillig) • Möglichkeit zur Klärung offener Fragen und Probleme • Feedback zum aktuellen Fortschritt der Arbeit
Donnerstag, 08.01.2026, 10:00-12:00 Uhr	Workshop • Präsentationstechniken • Tipps für den „Endspurt“

Montag, 19.01.2026, bis 13:00 Uhr	Abgabe der Seminarpräsentation • als PPTX und PDF per Upload in Blackboard • max. 10 Folien
Donnerstag, 22.01.2026, 09:00-17:00 Uhr	Seminarpräsentationen mit Diskussion Präsentation (10 Minuten) und Diskussion (10 Minuten) der Seminararbeiten
Freitag, 06.02.2026, bis 13:00 Uhr	Abgabe der Seminararbeit als PDF per Upload in Blackboard

Prüfungsleistung

Das Seminar umfasst 3 SWS (6 Leistungspunkte). Die Anwesenheit im Seminar ist bei den nicht-freiwilligen Terminen verpflichtend. Die Prüfungsleistungen in diesem Seminar umfassen im Einzelnen:

- Ausarbeitung einer Seminararbeit (Umfang max. 15 Seiten inkl. Literaturverzeichnis, in deutscher oder englischer Sprache möglich); Details zu den Formalia finden sich unter: https://www.wiwiss.fu-berlin.de/fachbereich/bwl/marketing/studium-lehre/Merkblatt_wiss_-Arbeiten_Marketing-Department_neu.pdf (70%)
- Halten eines mündlichen Vortrags (30%)
- Mündliche Beteiligung (notwendige Voraussetzung)

Anmeldung

Das Seminar richtet sich an Bachelorstudierende (BWL), die im Wintersemester 2025/2026 mindestens ein Vertiefungsmodul im Fach Marketing absolvieren oder bereits absolviert haben. Interessierte Studierende senden ihre Bewerbung bis zum 09.10.2025, 13.00 Uhr an florian.voelkl@fu-berlin.de. Die Bewerbung sollte die folgenden Dokumente enthalten:

1. das ausgefüllte Anmeldeformular
2. eine aktuelle Übersicht Ihrer Studienleistungen
3. ein Motivationsschreiben (max. 1 Seite). In diesem Schreiben sollten Sie darüber reflektieren, inwiefern Sie als Konsument:in bereits mit dem Thema der Verantwortungsübernahme konfrontiert wurden und welche Erfahrungen Sie dabei gemacht haben.

Das Seminar ist auf 12 Studierende begrenzt. Als Auswahlkriterien werden die Motivation sowie die bisher erbrachten Leistungen im Bereich Marketing herangezogen. Bei gleicher Qualifikation entscheidet das Los. Die Teilnehmer:innenliste wird nach Abschluss des Anmeldeverfahrens bis zum 13.10.2025 kommuniziert.

Den zugelassenen Studierenden wird der folgende Artikel zur Verfügung gestellt, der zur Vorbereitung auf die Einführungsveranstaltung zu lesen ist:

Alberternst, B., Kessing, K., Böhm, E., Eggert, A., Garnefeld, I., Schaefers, T. (2025). A relational perspective on responsibility for sustainable market behavior. Manuscript under review at Journal of the Academy of Marketing Science.