



UNIVERSITÄT
HOHENHEIM

Seminar program

SEMINARS “ENTREPRENEURSHIP, INNOVATION & SUSTAINABILITY (EIS)” SUMMER 26

Prof. Dr. Andreas Kuckertz, andreas.kuckertz@uni-hohenheim.de

THE ART OF BEING AN INNOVATOR

Prof. Dr. Bernd Ebersberger, Innovation Management Research Group

Have you ever felt like an innovator? How does it feel to be an innovator? What experiences do innovators have? What competences do they have, or what competences do they have to have? We are trying to replicate some of these emotions and experiences through artistic interventions. Doing so will build entrepreneurial and innovators' competencies along the way. With curated artistic interventions, we improve the competences required to be an innovator. Because having felt like an innovator will make you a better innovation manager.

With 'artistic intervention', I meant that you will draw, paint, cut and glue, model, write, and possibly do much more. Participation in the seminar does not require any prior experience in drawing, painting, or other artistic activities. However, an open mind and a willingness to explore new approaches are essential. You will need something to take notes with, but there's no need to bring any special materials as I will provide them.

Each session will be interactive, with me outlining the competences required by an entrepreneur / innovator and providing references to the relevant literature. We will then delve into an artistic intervention offering unique experiences to help you develop these competences.

→ Anrechenbar als "Master Seminar in Innovation Management and Economics" und als "Schwerpunktseminar Entrepreneurship"

ADVANCED TOPICS IN BUSINESS ETHICS

Dr. Raphael Max, Economic and Social Ethics Research Group

This seminar addresses contemporary ethical challenges faced by businesses in a global and dynamic environment. We examine issues such as the ethics of supply chain management, diversity and inclusion within organizations, and the development and use of ethical performance indicators and metrics. Drawing on a range of normative ethical theories (e.g., deontology, utilitarianism, virtue ethics), students critically analyze these topics from multiple perspectives and reflect on their implications for corporate decision-making and governance. Participants are encouraged to develop and propose their own topics related to current debates in business ethics. Assessment consists of an oral presentation and an academic seminar paper, each contributing 50% to the final grade.

An overview of the research field is given in the kick-off session. This is also where the topics for the seminar papers and presentations are assigned. In the block sessions, students present key aspects of their seminar papers and put them up for discussion. The discussion will help them to refine their papers which will be handed in toward the end of the term. Individual coaching sessions are offered to support the students in writing their scientific papers.

Procedure:

- The seminar starts with a kick-off event at the beginning of the semester and ends with the presentation of your work at the end of the semester.
- The seminar takes place as a block seminar. Attendance is compulsory for all sessions. The kick-off will take place in the second half of April. Presentations will be held in blocked sessions on two consecutive days in the second half of June.
- The seminar performance consists of the preparation of an oral presentation and a seminar paper.
- The seminar will be conducted in English.
- Lecturer: Dr. Raphael Max (raphael.max@uni-hohenheim.de)

→ Anrechenbar als "Master Seminar in Innovation Management and Economics" und als
"Schwerpunktseminar Entrepreneurship"

FROM INVENTION TO INNOVATION: NAVIGATING MARKET OPPORTUNITIES IN DEEP-TECH VENTURES

Dr. Maximilian Scheu, Entrepreneurship Research Group

Ziel: Ziel des Seminars ist es, alternative Marktchancen zu identifizieren, zu vergleichen und zu priorisieren, um eine fundierte Markteintrittsempfehlung für ein Deep-Tech-Startup abzuleiten.

Perspektive: Die Teilnehmer bearbeiten ein reales, aktuelles Fallbeispiel aus dem Deep-Tech-Bereich. Sie nehmen die Perspektive früher Mitarbeitender bzw. interner Strategieberater eines Technologie-Startups ein und unterstützen das Gründerteam bei der Auswahl eines ersten Ziemarktes.

Ablauf: Das Seminar verteilt sich auf 3 Sitzungen und einer finalen Vorstellung der Ergebnisse. Zwischen den Sitzungen erarbeiten die Teilnehmer in Gruppenarbeit eigenständig ihre Ergebnisse. In der ersten Sitzung erfolgt eine Einführung in das Fallbeispiel sowie in den Market Opportunity Navigator als zentrales Analyseinstrument; auf dieser Basis identifizieren die Teilnehmer eigenständig mehrere potenzielle Marktgelegenheiten. Die zweite Sitzung dient dem Austausch mit dem Gründerteam des Fallbeispiels sowie der Diskussion und Bewertung der identifizierten Marktoptionen anhand zentraler Entscheidungskriterien. Aufbauend auf diesen Zwischenergebnissen priorisieren die Gruppen ihre Marktchancen und entwickeln eine begründete Markteintrittsempfehlung. Diese wird in einer finalen Sitzung präsentiert und im Rahmen einer Diskussion mit dem Gründerteam kritisch reflektiert.

Ergebnis: Fundierte Analyse und Bewertung verschiedener Märkte (ein Markt pro Gruppe) anhand des Fallbeispiels eines photonischen Sensorik-Startups. Reflektierte Handlungsempfehlung an die Gründer. Die Prüfungsleistung setzt sich aus einer schriftlichen und einer mündlichen Komponente zusammen (auf Team-Ebene). Schriftliche Prüfungsleistung: 10-seitiges Management Briefing & ausgefüllter Market-Opportunity-Navigator. Mündliche Prüfungsleistung: Vorstellung der Ergebnisse mit Q&A des Gründerteams.

→ Anrechenbar als "Master Seminar in Innovation Management and Economics" und als "Schwerpunktseminar Entrepreneurship"

MANAGING SUSTAINABLE BEHAVIOR CHANGE

Prof. Dr. Laura Henn, Sustainable Behavior and Management Research Group

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 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.

- Das Seminar findet im Sommersemester 2026 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 als “Master Seminar in Innovation Management and Economics”

UNDERSTANDING AI CAPABILITIES AND THEIR ROLE FOR INNOVATION MANAGEMENT

Dr. Djerdj Horvat, Innovation Management Research Group

Contemporary research posits that AI enables organizations to generate new knowledge by synthesizing various data sources to uncover hidden insights and emerging patterns. Additionally, AI applications can exploit existing data to develop novel services, products, process improvements, and business models. The growing interest in AI has sparked enthusiasm regarding its impact on knowledge creation and exploitation within organizations fostering innovation, sustainability and resilience.

This Master Seminar in Innovation Management focuses on AI capabilities, defined as a firm's ability to select, orchestrate, and leverage its AI-specific resources.

The aim of the seminar is (i) to understand the concept of AI capability and its foundation in resource-based view theory, (ii) to explore organizational resources and routines as fundamental building blocks of AI capabilities, and (iii) to examine the role of AI capabilities in fostering organizational learning, innovation, sustainability, and resilience in companies.

Your grade will consist of group performance (30%) and of individual performance (70%)

The seminar is held in hybrid form. The introductory event, interim presentation and final event will take place in person. The course is structured as follows

Your contact for further questions

Dr. Djerdj Horvat

E-Mail: djerdj.horvat@uni-hohenheim.de

→ Anrechenbar als "Master Seminar in Innovation Management and Economics"

ARBEIT, DIGITALISIERUNG, NACHHALTIGKEIT

Prof. Dr. Caroline Ruiner, Sociology Research Group

Die Transformation hin zu einer Kreislaufwirtschaft (Circular Economy) gilt als Schlüsselstrategie für eine nachhaltige Zukunft. Sie zielt darauf ab, Ressourcen effizient zu nutzen, Abfälle zu minimieren und Produkte sowie Materialien möglichst lange im Wirtschaftskreislauf zu halten. Digitale Technologien, insbesondere Künstliche Intelligenz (KI), spielen hierbei eine zentrale Rolle. Sie können Prozesse optimieren, komplexe Daten analysieren und Entscheidungen im Sinne der Nachhaltigkeitsziele unterstützen. Allerdings sind die Auswirkungen dieser Technologien auf die Arbeit von Beschäftigten vielschichtig. So bieten sie vielfältige Möglichkeiten der (Neu-)Gestaltung von Arbeit, gehen für Beschäftigte miterhöhten Anforderungen an ihre digitalen Kompetenzen (Digital Literacy) einher und können zugleich zu einer stärkeren Überwachung von Beschäftigten und der Einführung neuer Kontrollmechanismen führen. Gleichzeitig wirft der Einsatz digitaler Technologien auch Fragen nach ihrer ethischen Gestaltung auf. Algorithmen, die auf unzureichenden oder verzerrten Daten basieren oder die Überzeugungen der Entwickler:innen widerspiegeln, können Ungleichheiten (re)produzieren. Die potenziellen Ambivalenzen des Zusammenspiels von Arbeit, Digitalisierung und Nachhaltigkeit verdeutlichen die Notwendigkeit einer kritischen Reflexion der Gestaltung und des Einsatzes digitaler Technologien, um sicherzustellen, dass die ökologischen und ökonomischen Ziele der Kreislaufwirtschaft nicht auf Kosten der sozialen Nachhaltigkeit gefördert werden. Vor diesem Hintergrund wird im Seminar der aktuelle Forschungsstand zur Kreislaufwirtschaft sowie zur Gestaltung und Implementation digitaler Technologien gesichtet und diskutiert. Im Rahmen des Seminars bereiten die Studierenden in Gruppen von 2-3 Personen jeweils eine Sitzung vor, die sie in Präsenz halten und in eine vertiefende Diskussion mit dem Plenum überführt werden soll. Die Themen und Grundlagenliteratur werden vorgegeben, die Vorbereitung erfolgt in Absprache mit den Dozierenden. Das jeweilige Thema bildet zugleich die Grundlage für die Seminararbeit, in der die Inhalte von der jeweiligen Gruppe vertieft und schriftlich ausgearbeitet werden.

- Das Seminar startet mit einer Kick-Off Veranstaltung zu Semesterbeginn bei welcher auch die Vortrags- und Seminararbeitsthemen besprochen und vergeben werden.
- Das Seminar findet in als semesterbegleitende Veranstaltung statt. Genaue Termine werden vor Seminarbeginn in ILIAS angekündigt.
- Die Teilnehmer*innen werden in Gruppen von 2-3 Personen eingeteilt. Die Teilnehmerzahl ist auf 25 Personen begrenzt.
- Prüfungsleistung ist die Erstellung einer Seminararbeit. Die Studienleistung besteht aus der Vorbereitung einer Sitzung, dem Halten einer Präsentation und Gestalten der Diskussion.
- Ansprechpartner: Ronny Ehlen (ronny.ehlen@uni-hohenheim.de)

→ Anrechenbar als "Master Seminar in Innovation Management and Economics"

PROTOTYP DER ZUKUNFT – SCIENCE, FICTION UND ENTREPRENEURSHIP

Dr. Leif Brändle, Johanna Slowik, Entrepreneurship Research Group

Technologische Fortschritte verändern in einem rasanten Tempo die Gegenwart. Das Zusammenspiel aus wissenschaftlichen Entdeckungen und unternehmerischer Gestaltung treibt radikale Veränderungen. Um die Zukunft zum Besseren zu gestalten, bedarf es daher einer unternehmerischen Vision (Suddaby et al., 2021). Weil die Zukunft nur schwer vorherzusagen ist, schlagen Kreativität und Vorstellungskraft eine Brücke aus der Gegenwart in eine mögliche Zukunft. Eine Methode der Zukunftsforschung ist dabei der „Science Fiction Prototype“ – die Vorstellung eines unternehmerischen Zukunftsszenarios basierend auf technologischen Entdeckungen der Gegenwart (Bell et al., 2013). Beispielsweise visionierte der Schriftsteller Neal Stephenson bereits im Jahr 1991 das Metaverse und die Kult-Serie StarTrek inspirierte technologische Entwicklungen wie das iPad. In diesem Seminar lernen Sie Techniken und Instrumente der Zukunftsforschung kennen und entwerfen anhand einer etablierten Methode unternehmerische Zukunftsvisionen mit Relevanz für heute.

- Das Seminar beinhaltet eine zweitägige Exkursion in das Zukunftsmuseum Nürnberg
- Das Fachgebiet übernimmt 80% der Kosten für Eintritt, Fahrt und Übernachtung
- Termine: Kick-Off-Treffen zu Beginn des Sommersemesters, Exkursion voraussichtlich Mai/Juni, Abschlusspräsentation im Juli
- Benotet wird die Postererstellung und -präsentation sowie die Mitarbeit an den jeweiligen Terminen

→ Anrechenbar als “Master Seminar in Innovation Management and Economics” und als “Schwerpunktseminar Entrepreneurship”



Bild: German Museum of Masterpieces of Science and Technology.



UNIVERSITÄT
HOHENHEIM

THANK YOU!

Prof. Dr. Andreas Kuckertz, andreas.kuckertz@uni-hohenheim.de