

**Bachelorseminar Betriebswirtschaftslehre – Wintersemester 2019/2020****Prof. Dr. Hanna Schramm-Klein****„Aktuelle Fragen des Handelsmarketing:  
Die Bedeutung des Standorts in einer durch Online-Kanäle  
geprägten Handelswelt“**

(Blockveranstaltung; 2 SWS; Einführung: in der ersten Semesterwoche (Termin und Ort werden noch bekannt gegeben); Zwischenpräsentation: 16. und 17. Januar 2020; weitere Termine und Raumangaben nach Ankündigung)

**Problemstellung und Ziel des Seminars:**

Im stationären Handel sind genau drei Faktoren für den Erfolg herauszustellen: der Standort, der Standort und der Standort. Dies wird nicht nur deutlich, wenn man sich den Zustand und die Veränderungen in den Zuschnitten von innerstädtischen Einkaufslagen anschaut, sondern es zeigt sich auch bei den aktuellen Neuorientierungen von Händlern, wenn sie sich für neue Standorte im Rahmen ihrer Expansion entscheiden, wenn sie Standorte erweitern, verlagern oder schließen.

Die hohe Bedeutung, die dem Standort zugesprochen wird, verlangt, dieses wichtige Marketinginstrument als strategischen Faktor zu definieren. Nicht nur für große Filialisten, sondern auch für kleinere und mittelständische Händler spielt dies eine besondere Rolle, wenn sie langfristig erfolgreich stationären Handel betreiben wollen. Betrachtet man den internationalen Kontext, dann wird deutlich, dass hier Unterschiede in den Standortstrategien von Händlern erkennen lassen.

Sich mit stationären Standorten zu beschäftigen, mag „altbacken“ wirken – prognostizieren doch immer wieder Experten ein Ende des Ladenhandels. Zum Beispiel äußerte Oliver Samwer (von Rocket Internet): „Geschäfte sind Mittelalter. Sie wurden nur gebaut, weil es das Internet nicht gab.“ Doch auch vor dem Hintergrund zunehmenden Online-Handels machen stationäre Umsätze noch den Großteil des Einzelhandelsumsatzes – oft im Rahmen von Mehrkanalsystemen – aus. Es stellt sich deshalb die Frage, wie Händler sich mit ihrer Standortstrategie positionieren müssen, um langfristig auch in einer durch den Online-Handel veränderten Handelswelt erfolgreich zu sein.

Um dieser und weiteren Forschungsfragen nachzugehen, soll eine wissenschaftliche Untersuchung durchgeführt werden mit dem Ziel, neuartige und relevante Erkenntnisse zur Standortpolitik – als besonders wichtigem Marketinginstrument von Einzelhändlern – zu generieren.

**Zielgruppe:**

Die Veranstaltung richtet sich **vornehmlich an Studierende im Bachelorstudiengang „Betriebswirtschaftslehre“**. 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](http://www.unisono.uni-siegen.de)) oder den Modulhandbüchern. Die Teilnehmerzahl des Seminars ist auf 25 TeilnehmerInnen begrenzt.

**Seminarstruktur:**

Das Seminar „**Aktuelle Fragen des Handelsmarketing: Die Bedeutung des Standorts in einer durch Online-Kanäle geprägten Handelswelt**“ im Wintersemester 2019/2020 beginnt mit der Einführungsveranstaltung in der ersten Vorlesungswoche (Termin und Ort werden noch bekanntgegeben). Die Studierenden führen unter Anleitung semesterbegleitend ein empirisches Forschungsprojekt für die Beantwortung einer vorgegebenen Problem- bzw. Fragestellung zur Standortpolitik von Einzelhandelsunternehmen durch. Die Durchführung und die wesentlichen Ergebnisse des empirischen Forschungsprojekts müssen im Rahmen einer schriftlichen Hausarbeit ausgearbeitet sowie in der Blockveranstaltung – in Form einer Zwischenpräsentation – im Wintersemester 2019/2020 präsentiert werden.

Grundsätzlich wird für das Seminar eine umfassende Auswertung der zugänglichen Literatur vorausgesetzt, d.h. sowohl deutschsprachiger wie englischsprachiger Zeitschriften und Bücher. Die Literaturliste sollte nicht weniger als 30 Quellen umfassen. Dies setzt u.a. auch die aktive Nutzung von Online-Datenbanken voraus. In der Seminararbeit wird bei jedem Thema erwartet, dass neben einer Abhandlung der konzeptionellen Grundlagen (rund die Hälfte der Ausarbeitung) explizit ein praktischer Anwendungsbezug hergestellt wird, der anhand einer empirischen Studie (unter Anleitung) betrachtet wird.

**Kreditpunkte:**

Fakultät III: 6 Kreditpunkte für die erfolgreiche Bearbeitung (mindestens ausreichend) einer Themenstellung (inkl. Datenerhebung, schriftliche Ausarbeitung, Präsentation der Zwischenergebnisse mit anschließender Diskussion) sowie für die aktive Teilnahme an der Blockveranstaltung.

**Inhalte/Lernziele:**

Die Studierenden sollen anhand ausgewählter Themen lernen, diese mithilfe der relevanten Literaturbeiträge selbständig 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 einem 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:**

Seminarteilnahmen, die nicht angetreten oder abgebrochen werden, gelten bereits seit dem SoSe 2013 als „nicht bestandenenes Seminar“ (NB). Die Seminarveranstaltung wird mit „nicht ausreichend“ (5,0) bewertet und als Fehlversuch auf die Anzahl der Wiederholungsmöglichkeiten angerechnet.

**Regelungen für die Anmeldung von Seminaren:**

Die Seminarplatzvergabe für das Wintersemester 2019/2020 erfolgt über die Veranstaltungsbelegung in Unisono (Standard-Belegungszeiten; 1. Belegungsphase: 12.08 bis 01.09). 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:** in der ersten Semesterwoche, genauer Termin und Raum nach Ankündigung
- **Methodenkurs:** im Oktober/November, Zeit und Raum nach Ankündigung
- **Blockveranstaltung:** 16. und 17. Januar 2020, genaue Zeit und Raum nach Ankündigung
- **Abgabe der Hausarbeiten:** Zum Ende des Wintersemester 2019/2020