



# Hauptseminar

## Marketing & Sportmanagement

### Wintersemester 2026 / 2027

Im Wintersemester 2026/2027 bietet der Lehrstuhl für Marketing & Sportmanagement für Studierende der Master-Studiengänge Betriebswirtschaftslehre (V 8-3), Sportökonomie (B 1-5), Medienkultur und Medienwirtschaft (C 4 oder D 4-1) sowie Wirtschaftsingenieurwesen (V 8-3) ein Seminar zu folgendem Thema an:

### **Sport-Related Branded Entertainment: Konzeptionelle Ansätze zur Markenaktivierung und Förderung des Customer Engagement**

In Zeiten der Sozialen Medien nimmt die Aufmerksamkeitsspanne zunehmend ab und Marken müssen neue Wege finden, um präsent zu bleiben und sich nachhaltig in den Köpfen ihrer Zielgruppen zu verankern. Eine Antwort auf diese Herausforderung ist das *Branded Entertainment*, bei dem Marken nicht mehr „nur“ werben, sondern selbst zu Produzenten von unterhaltsamen und emotionalen Inhalten werden. Insbesondere im Sport besteht die Möglichkeit, über emotionale Erlebnisse Markenwert und Markenbindung zu erzeugen, indem Unterhaltung, sportliche Inhalte und Markenkommunikation eng miteinander verknüpft werden.

Ziel des Seminars ist es, anhand ausgewählter Praxisbeispiele Konzepte des sportbezogenen Branded Entertainment zu analysieren, theoretische Ansätze zur Markenaktivierung zu entwickeln sowie Chancen und Risiken dieser Kommunikationsstrategie kritisch einzuordnen. Die Themen des Seminars beschäftigen sich beispielsweise mit:

- **Sportbezogenes Branded Entertainment als Kommunikationsstrategie**  
Wie funktioniert Branded Entertainment im Sport als Instrument der Markenkommunikation?
- **Sportevents und Erlebnisinszenierung als Instrumente der Markenkommunikation**  
Welche Event- und Erlebnisfaktoren erzeugen nachhaltig Aufmerksamkeit und Markenbindung?
- **Athlete- und Creator-Storytelling im Sportmarketing**  
Wie fördern Athleten und Creator die emotionale Markenbindung einer Supporting Brand?
- **Medien zur Verbreitung sportbezogenen Branded Entertainments**  
Wie können Medien für nachhaltiges Branded Entertainment eingesetzt werden?
- **Der Vergleich von klassischem Sport Sponsoring zu Branded Entertainment**  
Inwiefern unterscheidet sich Sport Sponsoring von Branded Entertainment?

Das Hauptseminar wird von Prof. Dr. Tim Ströbel und Sirka Eckhoff geleitet.

### **Vorbesprechung und Themenvergabe:**

- Vorbesprechung und Themenvergabe findet am 08. Juli von 10-12 Uhr statt. Details erhalten Sie nach erfolgreicher Anmeldung.
- Im Rahmen der Vorbesprechung werden detaillierte Informationen zum Seminar bekannt gegeben sowie die einzelnen Themen an die Studierenden vergeben.
- Die Vorbesprechung ist verpflichtender Bestandteil des Seminars. Sollten Sie verhindert sein, schicken Sie unbedingt eine/n Vertreter/in.

### **Abgabe und Präsentation der Seminararbeiten:**

- Bis Oktober 2026: Literaturrecherche, ggf. Datenerhebung und Erstellung der Seminararbeit (Abgabe: Anfang Wintersemester)
- Während des Semesters: Erstellung Präsentation und individuelle Konsultationstermine
- Leistungsumfang: Seminararbeit und Präsentation
- Die Präsentationen werden in einem Blocktermin stattfinden, voraussichtlich im November 2026.
- Die Anforderungen an die Seminararbeiten finden Sie im MuSe Zitierleitfaden (Stand 2021).

### **Anmeldung:**

- Die verbindliche Anmeldung zum Seminar ist vom 29. Juni 2026 (08.00 Uhr) bis zum 03. Juli 2026 (23.59 Uhr) über CampusOnline möglich.
- Die Zahl der Teilnehmerinnen und Teilnehmer des Seminars ist begrenzt. Die endgültige Zulassung erfolgt im Rahmen der Seminarvorbesprechung.
- Sollte die Veranstaltung bereits belegt sein, erhalten Sie einen Platz auf der Warteliste und rücken automatisch nach, sollte sich jemand während des Anmeldezeitraums wieder abmelden.

Bei Rückfragen zum Seminar wenden Sie sich bitte an Sirka Eckhoff unter:

[sirka.eckhoff@uni-bayreuth.de](mailto:sirka.eckhoff@uni-bayreuth.de)

Bayreuth, 22.06.2026

Prof. Dr. Tim Ströbel