



Ankündigung zum Hauptseminar der Allgemeinen Betriebswirtschaftslehre:

„Fallstudienseminar: Plattform-Geschäftsmodelle und Marketingstrategien in der digitalen Transformation“

Ablauf und Inhalt:

Im Rahmen des Fallstudienseminars sollen die Geschäftsmodelle digitaler Innovatoren analysiert, sowie aktuelle strategische Probleme und Fragestellungen betrachtet werden. In den Implikationen soll eine passende Marketing- oder Geschäftsmodellstrategie erarbeitet werden. Die Ergebnisse sollen in einer schriftlichen Arbeit zusammengefasst und in einem Veranstaltungsblock vorgestellt und verteidigt werden. **Dabei bearbeiten zwei Personen zusammen jeweils ein Thema.** Die Ausarbeitungen zu den Themen haben eine Länge von 30 Seiten (+/- 10 %). Jeder Teilnehmer hat seinen bearbeiteten Teil (ca. 15 Seiten) deutlich zu kennzeichnen. Zusätzlich wird eine aktive Mitarbeit der Seminarteilnehmer bei der späteren Präsentation der Themen ausdrücklich erwartet! Dieses Seminar kann für die Mastervertiefung Marketing und Services Modul V-3-3 (BWL) sowie B-1-5 (Sportökonomie) angerechnet werden. Auch eine Anrechnung im Ergänzungsmodul ist möglich.

Termine:

- Anmeldezeitraum: **19.01. bis 23.01.2026** über cm-life: <https://my.uni-bayreuth.de/cmlife/s/courses/Ly91YnRAY21jby9hcGkvY291cnNlcy8zNzk2MTM/overview>
- Kick-Off/Themenvergabe: Mittwoch, **28.01.2026, 10:30-11:30 Uhr, Raum TBA**
- Zwei individuelle Besprechungstermine: vss. **23.02.2026** (Idee und Gliederung), **25.03.2026** („Feinschliff“), digitale Abhaltung möglich
- Abgabe der schriftlichen Ausarbeitung: **14.4.2026 bis 23:59 per Mail an marius.fortagne@uni-bayreuth.de**
- Präsentation der Seminararbeiten: **TBA, vss. Mai 2026**

Alle Termine sind Pflichtveranstaltungen!

Wer einen Platz auf der Warteliste hat, soll zur Einführungsveranstaltung erscheinen.

Nach der Anmeldung werden Sie dem e-learning Kurs hinzugefügt, in dem die weiteren Informationen folgen.

Themen:

1. [IKEA Leveraging AI to Streamline the Customer Journey](#)
2. [Netflix Beyond Streaming: Strategies for the Next Era of Entertainment](#)
3. [Spanish Soccer League LALIGA's Digital Transformation](#)
4. [Digital Transformation at McDonald's: From Mass Marketing to Mass Personalization](#)
5. [Roblox: Virtual Commerce in the Metaverse](#)
6. [Brian Gursky: Using Social Media to Build an Athlete Brand in the Name, Image, Likeness \(NIL\) Era](#)
7. [LEGO: Fostering Brand Love Through Customer Communities](#)
8. [YouTube: Bidding for NFL Sunday Ticket](#)

Für einen genaueren Einblick in die Cases können Sie auf die Titel klicken und den Abstract lesen.

Organisation:

- Die schriftlichen Ausarbeitungen umfassen insgesamt ca. 15 Seiten je Teilnehmer. Diese sind zu Beginn des kommenden Semesters (PDF und Word) an Marius Fortagne (marius.fortagne@uni-bayreuth.de) zu senden. Einzelheiten zur Anfertigung der Seminararbeit und zur Zitierweise finden Sie auf unserer Lehrstuhlhomepage in Form der gängigen Zitierrichtlinien.
- Die Präsentation der Seminararbeiten findet nach der Abgabe in Form einer Blockveranstaltung statt.
- Ein konkreter Termin zur Gliederungsbesprechung mit den Seminarbetreuern, Einzelheiten zur Präsentation sowie die genaue Gruppeneinteilung werden in der Einführungsveranstaltung besprochen.

Bei Fragen wenden Sie sich bitte an: marius.fortagne@uni-bayreuth.de
oder erkundigen Sie sich auf unserer Homepage: <http://abwl.uni-bayreuth.de/de/index.html>