



Betriebswirtschaftliches Institut der Universität Stuttgart

Abteilung VI

Lehrstuhl für Allgemeine Betriebswirtschaftslehre und Marketing

Prof. Dr. Christina Kühnl

Keplerstraße 17, 70174 Stuttgart

Themen Projektstudie im SoSe 2025

Beachten Sie bitte, dass die Themen auf Deutsch ausgeschrieben sind, aber die Arbeiten auf Deutsch oder Englisch geschrieben werden können.

Bei Fragen wenden Sie sich bitte an Leon Lehnert: leon.lehnert@bwi.uni-stuttgart.de; Telefon: +49 711 685-82951

PS01. Instagram als Erfolgsfaktor: Eine Roadmap für das Betriebswirtschaftliche Institut (BWI) der Universität Stuttgart

Instagram ist längst nicht mehr nur eine Plattform für Influencer, sondern ein entscheidendes Werkzeug für Sichtbarkeit, Vernetzung und modernes Hochschulmarketing. Um das Betriebswirtschaftliche Institut (BWI) der Universität Stuttgart gezielt digital zu positionieren, soll im Rahmen dieser Projektstudie eine umfassende Roadmap für die erfolgreiche Einführung und Integration von Instagram als strategischem Kommunikationskanal entwickelt werden. Der Fokus soll dabei auf den wesentlichen Schritten zur Implementierung, darunter die Festlegung klarer Ziele, die organisatorische und technische Einrichtung sowie die Definition effizienter Prozesse und Verantwortlichkeiten liegen. Es soll untersucht werden, welche Maßnahmen erforderlich sind, um eine langfristige und nachhaltige Nutzung sicherzustellen, wie der Kanal effektiv in bestehende Kommunikationsstrukturen eingebunden werden kann und welche Rahmenbedingungen für eine professionelle Verwaltung notwendig sind. Darüber hinaus sollen Erfolgsfaktoren und mögliche Herausforderungen analysiert werden, um eine strategisch fundierte Implementierung von Instagram als Kommunikationskanal für das BWI zu gewährleisten. Die Ergebnisse dieser Projektstudie werden mithilfe einer PowerPoint-Präsentation aufbereitet und präsentiert sowie durch einen individuellen Reflexionsbericht ergänzt.

- Assimakopoulos, Costas, Ioannis Antoniadis, Oliver G. Kayas und Dragana Dvizac (2017), "Effective social media marketing strategy: Facebook as an opportunity for universities", *International Journal of Retail & Distribution Management*, 45 (05), 532–549.
- Metag, Julia und Mike S. Schäfer (2019), „Hochschulkommunikation in Online-Medien und Social Media“, in *Forschungsfeld*



Hochschulkommunikation, Birte Fähnrich, Julia Metag, Senja Post and Mike S. Schäfer, Hrsg., Wiesbaden: Springer Gabler, 363–392.

- Motta, Joana und Maria Barbosa (2018), "Social media as a marketing tool for European and North American universities and colleges", *Journal of Intercultural Management*, 10 (3), 125–154.
- Schröder, Nina (2013), „Social Media Marketing für Hochschulen?“, in *Erfolgreiches Social Media Marketing, Konzepte, Maßnahmen und Praxisbeispiele*, Michael Ceyp, und Juhn-Petter Scupin, Hrsg., Wiesbaden: Springer Gabler, 197–210.