

## BU-Professor\*innen im öffentlichen Diskurs

### SportsTalk@HHN: Prof. Dr. Brugger bringt Profisport-Management an den Campus

Im Rahmen der neuen Veranstaltungsreihe SportsTalk@HHN war **Michael Becker, Geschäftsführer des Karlsruher SC**, zu Gast an der Hochschule Heilbronn. Die Veranstaltung wurde von Prof. Fabian Brugger initiiert und moderiert und stieß mit rund 100 Teilnehmenden auf großes Interesse.

Das neue Format bietet offene Gespräche mit Persönlichkeiten aus dem Profisport und ermöglicht authentische Einblicke hinter die Kulissen des Sportbusiness. Bei der Premierenveranstaltung am Bildungscampus berichtete Michael Becker über wirtschaftliche, strukturelle und sportliche Herausforderungen im Profifußball. Dabei gab er Einblicke in den Arbeitsalltag eines Zweitliga-Geschäftsführers, erläuterte zentrale Kennzahlen des Karlsruher SC und ordnete aktuelle sportliche Entscheidungen ein.

Im Gespräch ging es zudem um seinen persönlichen Karriereweg, strategische Fragestellungen im Profifußball sowie den Umgang mit Fans, Medien und öffentlichen Erwartungshaltungen. Besonders betonte er die Bedeutung von Resilienz und Führungskompetenz in verantwortungsvollen Positionen. Im Anschluss nutzten Studierende und Gäste die Gelegenheit, eigene Fragen zu stellen.

Den Abschluss bildete ein Get-together, bei dem Michael Becker für persönliche Gespräche zur Verfügung stand und den Austausch mit den Teilnehmenden vertiefte.



## BU-Professor\*innen im öffentlichen Diskurs

### Herzliche Einladung zum 21. Marketing- und Vertriebstag am Do, 19.03.2026

Der Marketing- und Vertriebstag des M&V-Unternehmerkreises ist eine gemeinsame Initiative des Unternehmerkreises Marketing und Vertrieb, der Hochschule Heilbronn, der IHK Heilbronn-Franken und der Heilbronner Stimme. Auch zahlreiche Alumni unseres Studiengangs engagieren sich im Netzwerk.

Die Veranstaltung bietet Führungskräften eine Plattform für Austausch und Praxisimpulse zu aktuellen Entwicklungen im B2B-Marketing und -Vertrieb. Geleitet wird der Unternehmerkreis von **Prof. Dr. Rainer Schnauffer**, der seit vielen Jahren den Dialog zwischen Wissenschaft und Praxis fördert.



Alle Infos zum Marketing- und Vertriebstag [hier](#)



### Prof. Dr. Rainer Schnauffer über den erfolgreichen Einsatz von KI in Marketing und Vertrieb

Im IPAI Space Heilbronn fand die Veranstaltung „KI in Marketing und Vertrieb“ statt, zu der der Unternehmerkreis Marketing und Vertrieb von Prof. Dr. Schnauffer, die IHK Heilbronn-Franken, sowie das KI-Transferoffice KITO eingeladen hatten.

Prof. Dr. Schnauffer brachte gemeinsam mit Conrad Schlenkhoff (AI Transformation Institut) und Sebastian Mader (Schwarz Digits) aktuelle Perspektiven zum praktischen Einsatz von Künstlicher Intelligenz in Marketing und Vertrieb in den Austausch mit Unternehmensvertreter:innen ein.

Künstliche Intelligenz ist in vielen Unternehmen bereits angekommen, der tatsächliche Implementierungsgrad – insbesondere im Mittelstand – bleibt jedoch noch hinter den Möglichkeiten zurück, wie Prof. Dr. Rainer Schnauffer erläuterte. Er betonte, dass Unternehmen jetzt handeln müssen, um langfristig wettbewerbsfähig zu bleiben, und dass der Einsatz von KI vor allem eine Führungsaufgabe darstellt.

## BU-Professor\*innen im öffentlichen Diskurs

### Neue soziale Realität: Prof. Dr. Susanne Wilpers über Influencer und Social Media

Wie stark Influencer unser Verhalten prägen und welche psychologischen Mechanismen dabei wirken, erläutert **Prof. Dr. Susanne Wilpers**, unsere Professorin für Leadership und Personalmanagement, in einem aktuellen Beitrag der Heilbronner Stimme.

Gemeinsam mit Ann-Kathrin Harms (Hamburg School of Business Administration) hat Prof. Wilpers ein Kapitel im Buch *Influencer Marketing (2025)* veröffentlicht. Darin geht es unter anderem um sogenannte parasoziale Beziehungen, also einseitige Bindungen zwischen Followern und Influencern, sowie um die Rolle von Authentizität, Vertrauen und Transparenz in sozialen Medien. Ihre Forschung zeigt, dass Influencer für viele Menschen Orientierung, Wissen und emotionale Nähe bieten – zugleich aber auch Risiken wie Abhängigkeit oder problematische Dynamiken entstehen können.

Prof. Wilpers betont, dass digitale Plattformen neue Formen sozialer Interaktion hervorbringen, die reflektiert genutzt werden sollten – sowohl von Influencern als auch von Nutzerinnen und Nutzern. Ziel sei es nicht, soziale Medien zu verteufeln, sondern ihre Wirkung besser zu verstehen und verantwortungsvoll damit umzugehen.

