

---

## Themen für Abschlussarbeiten im Arbeitsbereich Marketing & Services (MuSe)

### Termine des Ausschreibungs- und Vergabeprozesses

Die Themenausschreibung erfolgt zweimal pro Semester.

- Sommersemester: Januar/Februar (parallel zu den Anmeldeterminen für Seminararbeiten) und April/Mai (zu Beginn der Vorlesungszeit)
- Wintersemester: Juni/Juli (parallel zu den Anmeldeterminen für Seminararbeiten) und Oktober/November (zu Beginn der Vorlesungszeit)

### Notwendige Bewerbungsunterlagen

Schicken Sie Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen unter dem **Betreff „Bewerbung Abschlussarbeit“** per Mail bitte an Jonas Föhr, M.A.:

**muse@uni-bayreuth.de**

Ihre Bewerbungsunterlagen müssen folgende Dokumente (**als PDF**) enthalten (bitte unbedingt als **vier getrennte Dokumente** anhängen):

1. Aktueller **CampusOnline-Notenauszug** (Benennung: Noten\_Nachname\_Vorname.pdf)
  2. **Lebenslauf** (Benennung: CV\_Nachname\_Vorname.pdf)
  3. **Motivationsschreiben** für das eine (!) Thema mit Ihrer höchsten Präferenz (Max. 200 Wörter; keine spezielle Formatierung notwendig; Benennung: MS\_Nachname\_Vorname.pdf)
  4. **Bewerbungsformular**: Finden Sie unter <http://www.muse.uni-bayreuth.de/de/lehre/Abschlussarbeiten/index.html>
- Das ausgefüllte Bewerbungsformular ist wie folgt zu benennen:  
Art der Abschlussarbeit (BA; MA; WIWIZ); Nachname; Vorname  
Bsp.: **BA\_Mustermann\_Lisa.pdf**

**Bewerbungen, die nicht diesem Format entsprechen, können aufgrund der automatisierten Auswertung leider nicht berücksichtigt werden.**

Bewerbungen für Bachelor- und Masterarbeiten sowie WiWiZ-Abschlussarbeiten werden bis **Mittwoch, 09. Februar 2022 (23:59 Uhr)** angenommen. Sollte ein Thema als „vergeben“ gekennzeichnet sein, so ist eine Bewerbung für dieses Thema leider nicht möglich.

Die Themenzusagen (bzw. Themenabsagen) erfolgen **ca. (!)** zwei Wochen nach Ende der Bewerbungsfrist.

Bitte haben Sie Verständnis dafür, dass wir im Vorfeld der Themenvergabe **nicht immer zeitnah Auskünfte zu allen Themen geben können**. Alle Themen sind daher so formuliert, dass der Arbeitsauftrag deutlich wird. Sollten Sie dennoch Fragen zu bestimmten Themen haben, werden diese von den jeweiligen Mitarbeitern (siehe Themenübersicht: „Kontaktperson“) ausschließlich im Rahmen ihrer Sprechstunden beantwortet. Bitte wenden Sie sich dafür per Mail mit einer Terminanfrage an den entsprechenden Betreuer. Fragen, die Sie per Mail an den Betreuer richten, werden ausdrücklich nicht beantwortet, da per Mail aus Kapazitätsgründen keine ausführliche Beratung möglich ist.

### **+++ Bitte beachten: Proseminar zum wissenschaftlichen Arbeiten +++**

Für alle Studierenden, die in diesem oder kommenden Semester ihre Seminar-, Bachelor-, WiWiZ- oder Masterarbeit am Lehrstuhl BWL III (Marketing & Konsumentenverhalten), am Lehrstuhl BWL VIII (Marketing & Dienstleistungsmanagement), am Lehrstuhl BWL XIV (Marketing & Innovation) oder am Lehrstuhl BWL XV (Marketing & Sportmanagement) schreiben möchten, bietet der Lehrstuhl BWL III – Marketing & Konsumentenverhalten ein Proseminar zum wissenschaftlichen Arbeiten an.

Das Proseminar findet **voraussichtlich** an **folgendem Termin** statt:

**Montag, 21. Februar 2022** und **Dienstag, 22. Februar 2022.**

Weitere Informationen entnehmen Sie bitte den Aushängen des Lehrstuhls für Marketing & Konsumentenverhalten.

**+++ Bitte beachten Sie zudem: Digitalisierung der Bewerbung auf  
Abschlussarbeiten im MuSe-Bereich +++**

Gerne möchte der MuSe-Bereich in Zukunft die Bewerbungen für Abschlussarbeiten mithilfe eines eigenen E-Learningkurses realisieren. Dazu freuen wir uns in dieser Bewerbungsrunde über Ihre Unterstützung: **Neben dem oben aufgezeigten Vorgehen möchten wir Sie zusätzlich bitten, sich in den nachfolgenden E-Learningkurs einzuschreiben und Ihre Bewerbung auch dort einzureichen.** Über diesen Link gelangen Sie zum E-Learningkurs: <https://elearning.uni-bayreuth.de/course/view.php?id=32968>, können dort Ihre Bewerbungsunterlagen hochladen und uns zusätzlich Feedback zu dem neuen Vergabeprozess geben. Dazu müssen Sie im E-Learningkurs nur die entsprechende Bewerbungsform wählen (d.h. Bachelor-, Master-, oder WiWiZ-Arbeit) und den weiteren Anweisungen folgen.

Herzlichen Dank für Ihre Unterstützung!

## Themenübersicht Bachelorarbeiten

Geben Sie im Feld **Prio** bitte Ihre Themenpräferenz an.

(Für Ihr favorisiertes Thema geben Sie **1** in das Feld ein, danach **2** und **3**. Bitte geben Sie **immer maximal drei Präferenzen** an. Die anderen Felder bitte unbedingt leer lassen.)

Themen für <b>Bachelorarbeiten</b>				
(Falls nicht anderweitig gekennzeichnet bzw. verdeutlicht, sind die Bachelorarbeiten nicht empirisch)				
	<b>Titel</b>	<b>Lehrstuhl</b>	<b>Kontakt- person</b>	<b>Bewerbung möglich bis</b>
1	Von Second Life bis Metaverse – Virtuelle Welten in der Marketing- und Konsumentenverhaltensforschung (Ein Literaturüberblick)	BWL III	Föhr	09. Februar 2022
2	Manchmal muss es eben Siri sein – Smarte Technologien als Kundeninterface (Ein State-of-the-Art)	BWL III	Föhr	09. Februar 2022
3	Konsumentenentscheidungen mit Algorithmen – Ein Literaturüberblick	BWL III	Föhr	09. Februar 2022
4	Direct-to-Consumer Commerce – Ein Literaturüberblick	BWL III	Prof. Germelmann	09. Februar 2022
5	State-of-the-Art zur wahrgenommenen Fairness in der Marketingkommunikation	BWL III	Harnischmacher	09. Februar 2022
6	State-of-the-Art zur Zielaktivierung in der Marketingkommunikation	BWL III	Harnischmacher	09. Februar 2022
7	The power and limits of digital nudging: Encouraging sustainable behavior in digital environments – ein systematischer Literaturüberblick	BWL III	Merkl	09. Februar 2022

8	Spielend leicht zu gesunden Verhaltensweisen – Ein Literaturüberlick zur Wirkung von Gamification-Elementen in Health - Apps	BWL III	Merkl	09. Februar 2022
9	Purposeful Brands? Eine quantitative Analyse oberfränkischer Unternehmen	BWL III	Winter	09. Februar 2022
10	Financial Literacy junger Konsumenten - in Kooperation mit GetMoBie	BWL III	Winter	09. Februar 2022
11	Besonderheiten der (digitalen) B2B-Customer Journey	BWL III	Winter	09. Februar 2022
<b>V</b>	Athlete Branding im Sport – eine Analyse der Rolle der sozialen Medien	BWL VIII	Prof. Woratschek & Team	<b>Bereits vergeben</b>
12	Kundenkarten bei Baumärkten: Erfolgsfaktoren und Anwendungsbeispiele	BWL XIV	Prof. Baier	09. Februar 2022
13	Kundenkarten bei Baumärkten: Untersuchung der Nutzungspotenziale in einem konkreten Fall	BWL XIV	Prof. Baier	09. Februar 2022
14	Personas im Online-Versand von Spielwaren und Kindermode: Untersuchung der Nutzungspotenziale in einem konkreten Fall	BWL XIV	Prof. Baier	09. Februar 2022
15	Warenkorbanalyse beim Online-Versand von Spielwaren und Kindermode	BWL XIV	Prof. Baier	09. Februar 2022
16	Athlete Brand Identification anhand Merchandisingumsätzen in der Fußball Bundesliga - Ein Überblick zum Stand der Forschung	BWL XV	Anderski	09. Februar 2022
<b>V</b>	Wie mega ist das Metaverse? Chancen für Sportorganisationen	BWL XV	Griebel	<b>Bereits vergeben</b>
17	Entwicklung eines Brand-Dashboards für Sportmarken	BWL XV	Griebel	09. Februar 2022

<b>V</b>	City Branding durch Sportevents - eine Analyse des FIS Skilanglauf Weltcups in Dresden	BWL XV	Prof. Ströbel	<b>Bereits vergeben</b>
18	Verändertes Fanverhalten im Sport im Zusammenhang mit der Covid-19 Pandemie	BWL XV	Prof Ströbel	09. Februar 2022

## Themenübersicht Masterarbeiten

Geben Sie im Feld **Prio** bitte Ihre Themenpräferenz an.

(Für Ihr favorisiertes Thema geben Sie **1** in das Feld ein, danach **2** und **3**. Bitte geben Sie **immer maximal drei Präferenzen** an. Die anderen Felder bitte unbedingt leer lassen.)

Themen für <b>Masterarbeiten</b>				
(Falls nicht anderweitig gekennzeichnet bzw. verdeutlicht, sind die Masterarbeiten immer empirisch)				
	<b>Titel</b>	<b>Lehrstuhl</b>	<b>Kontakt- person</b>	<b>Bewerbung möglich bis</b>
19	Consumers' Mental Models of Smart Technologies – Eine empirische Analyse	BWL III	Föhr	09. Februar 2022
20	Psychological Ownership im Direct-to-Consumer Commerce – Eine empirische Untersuchung	BWL III	Prof. Germel- mann	09. Februar 2022
21	„Bewegungsring geschlossen! - und jetzt? " – eine experimentelle Studie zum Auftreten adverser Effekte bei der Nutzung von Smartwatches	BWL III	Merkl	09. Februar 2022
22	Was bewegt und hemmt Kunden, nachhaltig produzierte Produkte zu kaufen?	BWL XIV	Prof. Baier	09. Februar 2022
23	Sind Kunden bereit, für nachhaltig produzierte Produkte ihre Qualitätsansprüche zu senken?	BWL XIV	Prof. Baier	09. Februar 2022
24	Online-Experimente in der Marktforschung: Wie kann man die Kauf- und Preisbereitschaft für nachhaltig produzierte Produkte messen?	BWL XIV	Prof. Baier	09. Februar 2022
25	Wie „menschlich“ wird Alexa wahrgenommen? Neue Einsatzmöglichkeiten für Sprachassistenten	BWL XIV	Prof. Baier	09. Februar 2022
<b>V</b>	Brand Meaning Co-creation on Instagram - An analysis of different performances during the Olympic Games in Tokyo	BWL XV	Anderski	<b>Bereits vergeben</b>

26	Brand Meaning Co-creation on Instagram - An analysis of different performances during the Olympic Games in Beijing	BWL XV	Anderski	09. Februar 2022
<b>V</b>	Athleten als zentrale Akteure im Sportsponsoring - eine qualitative Analyse	BWL XV	Anderski	<b>Bereits vergeben</b>
27	eSport Engagements traditioneller Klubmarken – eine qualitative Analyse	BWL XV	Griebel	09. Februar 2022
<b>V</b>	Strategien zum Einstieg in den eSport - eine empirische Analyse anhand eines ausgewählten Fallbeispiels	BWL XV	Griebel	<b>Bereits vergeben</b>
28	Verändertes Fanverhalten im Sport im Zusammenhang mit der Covid-19 Pandemie - eine empirische Analyse am Beispiel des FC Bayern Basketball	BWL XV	Prof. Ströbel	09. Februar 2022
<b>V</b>	Die Marke als Medium wahrscheinlicher Kommunikation. Eine interdisziplinäre Konzeption von der identitätsbasierten Markenführung zur netzwerkorientierten Interaktionsmarkierung	BWL XV	Prof. Ströbel	<b>Bereits vergeben</b>

## **Themenübersicht WiWiZ-Arbeiten**

Geben Sie im Feld **Prio** bitte Ihre Themenpräferenz an.

(Für Ihr favorisiertes Thema geben Sie **1** in das Feld ein, danach **2** und **3**. Sie können **maximal drei Präferenzen** angeben. Die anderen Felder bitte unbedingt leer lassen.)

Themen für <b>WiWiZ</b>				
(Falls nicht anderweitig gekennzeichnet bzw. verdeutlicht, sind die Masterarbeiten immer empirisch)				
	<b>Titel</b>	<b>Lehrstuhl</b>	<b>Kontakt- person</b>	<b>Bewerbung möglich bis</b>
29	Choice Curation durch Algorithmen aus Marketing- und rechtswissenschaftlicher Sicht	BWL III	Föhr	09. Februar 2022
30	Athlete Branding auf digitalen Plattformen - Aktuelle Entwicklungen und Rahmenbedingungen	BWL XV	Prof. Ströbel	09. Februar 2022