

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 Masterarbeiten				
(Falls nicht anderweitig gekennzeichnet bzw. verdeutlicht, sind die Masterarbeiten immer empirisch)				
	Titel	Lehrstuhl	Kontaktperson	Bewerbung möglich
1	Die Bedeutung von Authentizität in der Markenkommunikation.	BWL III	Winter	Bis 09. Februar 2020
2	Alexa, du Depp!? - Service failures bei digitalen Sprachassistenten	BWL III	Föhr	Bis 09. Februar 2020
3	Digitale Sprachassistenten in menschlichen Partnerschaften - Eine empirische Analyse	BWL III	Föhr	Bis 09. Februar 2020
4	Value Cocreation in the Circular Economy: Understanding Value Creation Beyond Financial Measures (in Englisch zu verfassen)	BWL VIII	Prof. Woratschek & Team	Bis 09. Februar 2020
V	Social Enterprises as Market Shapers: A Systemic Perspective (in Englisch zu verfassen)	BWL VIII	Prof. Woratschek & Team	Bereits vergeben
5	Market Shaping und Blue Ocean Strategy - eine empirische Analyse neuer Märkte im Sportsponsoring.	BWL VIII	Prof. Woratschek & Team	Bis 09. Februar 2020
6	Konzeptionalisierung von Sponsoring als Plattform - Eine Fallstudie	BWL VIII	Prof. Woratschek & Team	Bis 09. Februar 2020
7	Institutional work – Schaffung, Aufrechterhaltung und Durchbrechung von Institutionen: eine empirische Analyse	BWL VIII	Prof. Woratschek & Team	Bis 09. Februar 2020

8	Design vs. Entstehung von Geschäftsmodellen im Social Entrepreneurship: eine empirische Analyse	BWL VIII	Prof. Woratschek & Team	Bis 09. Februar 2020
9	Amazon vs. AliExpress: Der Einfluss von Online-Marktplätzen auf die Kaufentscheidung	BWL XIV	Brand	Bis 09. Februar 2020
10	Vermarktung kultureller Veranstaltungen am Beispiel der Wagner-Festspiele	BWL XIV	Kopplin	Bis 09. Februar 2020
11	Matchmaking im Coworking – Bedarf und Akzeptanz	BWL XIV	Kopplin	Bis 09. Februar 2020
12	Kundenbindung im Online-Textilhandel: Cross-Channel-Management in der Zielgruppe Best Ager	BWL XIV	Prof. Baier	Bis 09. Februar 2020
13	Clubmitgliedschaften im Handel: Eine Kosten-Nutzen-Analyse	BWL XIV	Prof. Baier	Bis 09. Februar 2020
14	Erfolgsfaktoren nachhaltiger Textilinnovationen: Das Beispiel ADIDAS	BWL XIV	Prof. Baier	Bis 09. Februar 2020
15	Warenkorbabbrecheranalyse mittels Association Rule Mining	BWL XIV	Rausch	Bis 09. Februar 2020
16	Welche Konsumententypen brechen ihren Online Einkauf vorzeitig ab? Eine Analyse mittels Clustering	BWL XIV	Rausch	Bis 09. Februar 2020
17	Vernetztes Branding im Sport - Eine empirische Fallstudienanalyse	BWL XV	Prof. Ströbel	Bis 09. Februar 2020
18	Stellenwert von Kultur im Rahmen der Ko-Kreation der Markenbedeutung - Eine empirische Analyse	BWL XV	Prof. Ströbel	Bis 09. Februar 2020
19	Konsequenzen der Bewerbung um internationale Events - Eine qualitative Interviewstudie bei ausgewählten Akteuren	BWL XV	Prof. Ströbel	Bis 09. Februar 2020