

## 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</b>
1	Gelbe Tonne, Restmüll & Co. - Eine experimentelle Analyse zum Einfluss von Recycling-Labels auf das Recyclingverhalten von Konsumenten	BWL III	Diekmann	Bis 16. Juli 2020
2	A friend in crisis? – Konsumentenerfahrungen mit digitalen Sprachassistenten während der Corona-Krise. Eine empirische Analyse	BWL III	Föhr	Bis 16. Juli 2020
3	Digitale Sprachassistenten in menschlichen Partnerschaften - Eine empirische Analyse	BWL III	Föhr	Bis 16. Juli 2020
4	Conceptualization of sponsorship as multi-actor platform - A multiple case study	BWL VIII	Prof. Woratschek & Team	Bis 16. Juli 2020
<b>V</b>	Sponsorship Engagement in Sports: A comparative case study of online and offline platforms	BWL VIII	Prof. Woratschek & Team	<b>Bereits vergeben</b>
5	Covid-19 Krise als Auslöser für Geschäftsmodellinnovationen: eine empirische Analyse in der Kulturszene	BWL VIII	Prof. Woratschek & Team	Bis 16. Juli 2020
6	Covid-19 als Auslöser für radikalen institutionellen Wandel im Dienstleistungssektor: eine multicase study	BWL VIII	Prof. Woratschek & Team	Bis 16. Juli 2020
7	Krisen als Auslöser für innovatives Verhalten von Akteuren: eine empirische Analyse	BWL VIII	Prof. Woratschek & Team	Bis 16. Juli 2020
8	Online-Verkauf durch Sportartikelhersteller: Eine empirische Untersuchung der Erfolgsfaktoren	BWL XIV	Prof. Baier	Bis 16. Juli 2020

9	Macro-Influencer bei Sportartikeln: Eine empirische Untersuchung der Erfolgsfaktoren	BWL XIV	Prof. Baier	Bis 16. Juli 2020
10	Preisbündelung mittels ACBC: Eine empirische Untersuchung am Beispiel von Sura Running (mit Unternehmenskooperation)	BWL XIV	Brand	Bis 16. Juli 2020
<b>V</b>	Mobile Commerce: Warum shoppen Konsumenten via Handy?	BWL XIV	Rausch	<b>Bereits vergeben</b>
11	Nachhaltigkeit konkretisieren: Erhöhen Verbildlichungen des eigenen Impacts die Kaufabsicht nachhaltiger Produkte?	BWL XIV	Rausch	Bis 16. Juli 2020
<b>V</b>	Amazon Brand Stores – Eine empirische Analyse des Potenzials eines eigenen Amazon Stores für Bundesligisten	BWL XV	Anderski	<b>Bereits vergeben</b>
12	Rechtsformen in der Bundesliga - Ist eine Ausgliederung der Profiabteilung zwingend notwendig? Eine multiple Fallstudienanalyse	BWL XV	Anderski	Bis 16. Juli 2020
13	Cultural Brand Meaning – Ein systematischer Überblick zum Stand der Forschung im Marketing und Ableitung von relevanten Forschungsansätzen im Sportmanagement	BWL XV	Prof. Ströbel	Bis 16. Juli 2020