

---

## 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 **Sonntag, 28. Februar 2021 (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 zum wissenschaftlichen Arbeiten findet am 24. und 25. Februar 2021 live und online statt. Zur Veranstaltung gehört ein vorbereitendes Selbststudium, welches online bis zum 21. Februar absolviert werden muss.** Weitere

Informationen finden Sie unter folgendem Link: [https://www.marketing.uni-bayreuth.de/pool/dokumente/2021-01-21\\_Proseminar\\_WiSe2021\\_Februar.pdf](https://www.marketing.uni-bayreuth.de/pool/dokumente/2021-01-21_Proseminar_WiSe2021_Februar.pdf)

## **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>Prio</b>	<b>Titel</b>	<b>Lehrstuhl</b>	<b>Kontakt-person</b>	<b>Bewerbung möglich</b>
1	Wann ist nachhaltiges Wirtschaften erfolgreich? - State-of-the-Art zu Messansätzen nachhaltiger Geschäftsmodelle	BWL III	Diekmann	Bis 28. Februar 2021
2	Let's make the world a better place together: Die Bedeutung von Wertnetzwerken in der Circular Economy	BWL III	Diekmann	Bis 28. Februar 2021
3	Ein bisschen was von allem? - Hybrid Services. Ein konzeptioneller Literaturüberblick	BWL III	Föhr	Bis 28. Februar 2021
4	"Alexa, verdien' mir mal Geld!": Digitale Sprachassistenten als Geschäftsmodell-Disruptoren	BWL III	Föhr	Bis 28. Februar 2021
5	Corporate Digital (Ir)Responsibility - ein Überblick zum aktuellen Stand der Forschung.	BWL III	Winter	Bis 28. Februar 2021
6	"Nerv' mich nicht!" - Verhaltensauswirkungen von Unterbrechungen in digitalen Workflows.	BWL III	Winter	Bis 28. Februar 2021

V	Digitales Sponsoring als Instrument zur Förderung von Customer Engagement	BWL VIII	Prof. Woratschek & Team	<b>Bereits vergeben</b>
7	Wert Ko-Kreation im Sportmanagement - ein Literaturüberblick	BWL VIII	Prof. Woratschek & Team	Bis 28. Februar 2021
8	Geschäftsmodelle in Theorie und Praxis - ein Überblick	BWL VIII	Prof. Woratschek & Team	Bis 28. Februar 2021
9	Nachhaltige Produktinnovationen im Sport - eine literaturgestützte Analyse	BWL VIII	Prof. Woratschek & Team	Bis 28. Februar 2021
V	Digital Sponsorship Engagement Platforms: A Comparing Case Study between US and German Professional Sports	BWL VIII	Prof. Woratschek & Team	<b>Bereits vergeben</b>
10	E-Servicescapes im deutsch-chinesischen Vergleich: Treiber und Barrieren bei Silver Agern	BWL XIV	Brand	Bis 28. Februar 2021
11	Einzelhandel nach Corona: Erfolgsfaktoren	BWL XIV	Prof. Baier	Bis 28. Februar 2021
12	Markteinführung mittels Influencer	BWL XIV	Prof. Baier	Bis 28. Februar 2021
13	Gestaltung von Markenerlebnissen im Sport – ein Fallbeispiel	BWL XV	Griebel	Bis 28. Februar 2021
14	Netzwerkorientierte Perspektiven von Marken – Ein Überblick zum aktuellen Stand der Forschung	BWL XV	Griebel	Bis 28. Februar 2021
V	Das Vernetzte Branding bei kulturellen Veranstaltungen am Beispiel der Bayreuther Festspiele	BWL XV	Griebel	<b>Bereits vergeben</b>
15	Identifizierung relevanter Akteure und Plattformen zur Ko-Kreation der Markenbedeutung bei Athlete Brands - ein Überblick zum Stand der Forschung	BWL XV	Anderski	Bis 28. Februar 2021

16	Die Zukunft des Sportkonsums? Implikationen aus dem eSport	BWL XV	Prof. Ströbel	Bis 28. Februar 2021
----	--	--------	---------------	-------------------------

## 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>Prio</b>	<b>Titel</b>	<b>Lehrstuhl</b>	<b>Kontakt-person</b>	<b>Bewerbung möglich</b>
1	To-Go in Zeiten von Corona, Influenza & Co. - Empirische Analyse zur Einstellung von Konsumenten gegenüber Mehrweg-Verpackungen in Pandemiezeiten	BWL III	Diekmann	Bis 28. Februar 2021
2	Nudges im internen Marketing	BWL III	Harnischmacher	Bis 28. Februar 2021
3	"Es nervt mich, es nervt mich nicht, ...!" - Einflussfaktoren auf die Konsumentenwahrnehmung von Software-Updates.	BWL III	Winter	Bis 28. Februar 2021
4	Die Rolle der Werte-Kommunikation bei der Nutzung digitaler Gesundheitsdaten.	BWL III	Winter	Bis 28. Februar 2021
5	Purpose aus Eigennutz? Die Rolle von Moral Licensing-Effekten für die Relevanz eines höheren Unternehmenszwecks.	BWL III	Winter	Bis 28. Februar 2021
<b>V</b>	Understanding the potential of blockchain-based business models in the music industry	BWL VIII	Prof. Woratschek & Team	<b>Bereits vergeben</b>
6	Dynamic capabilities als Treiber von Geschäftsmodellinnovationen in Kulturunternehmen: eine empirische Analyse	BWL VIII	Prof. Woratschek & Team	Bis 28. Februar 2021
7	Was bedeutet eigentlich "sozialer Wert"? Eine Analyse anhand einer selbstgewählten Branche	BWL VIII	Prof. Woratschek & Team	Bis 28. Februar 2021

V	Market Management in Greater China (mit Daimler)	BWL XIV	Brand	<b>Bereits vergeben</b>
8	Marketing Intelligence in KMU: Probleme und Lösungsansätze	BWL XIV	Brand	Bis 28. Februar 2021
V	Online Experimente zur Untersuchung der Wirkung verschiedener Werbebotschaften auf die Kaufabsicht von Biopolymer-Textilien	BWL XIV	Rausch	<b>Bereits vergeben</b>
V	Forecasting online drug purchase with time series models, machine learning models, and temporal point process approaches	BWL XIV	Rausch	<b>Bereits vergeben</b>
V	Wirkung von corporate versus offiziellen Gütesiegeln auf die Kaufabsicht von Biopolymer-Textilien	BWL XIV	Rausch	<b>Bereits vergeben</b>
9	Erfolgversprechende Gestaltung neuer Produkte mittels QFD (Produktbereich frei wählbar)	BWL XIV	Prof. Baier	Bis 28. Februar 2021
10	Produkt- und Preisoptimierung (Produktbereich frei wählbar)	BWL XIV	Prof. Baier	Bis 28. Februar 2021
11	Kundenintegration im Innovationsmanagement von Industrieunternehmen (gerne am Beispiel KSB)	BWL XIV	Prof. Baier	Bis 28. Februar 2021
12	Athlete Brand Building im Kontext der Value Co-Creation - Eine empirische Interviewstudie	BWL XV	Anderski	Bis 28. Februar 2021
V	Athlete Brand Building im Kontext der Value Co-Creation - Eine Analyse relevanter Einflüsse auf den systematischen Aufbau einer Athletenmarke im Konstrukt Red Bull Soccer International	BWL XV	Anderski	<b>Bereits vergeben</b>
V	Athlete Brand Building im Kontext der Value Co-Creation - Eine empirische Interviewstudie in Kooperation mit Salomon	BWL XV	Anderski	<b>Bereits vergeben</b>
V	Der Akteur "Sponsor" im Kontext des Vernetzten Branding	BWL XV	Griebel	<b>Bereits vergeben</b>

<b>V</b>	Digitale Innovationen bei kulturellen Veranstaltungen	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>Prio</b>	<b>Titel</b>	<b>Lehrstuhl</b>	<b>Kontakt- person</b>	<b>Bewerbung möglich</b>
-	-	-	-	-