

---

## 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](mailto: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 **Dienstag, 18. Mai 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 08. und 09. Juni 2021 statt. Bitte achten Sie für weitere Informationen auf die zeitnahen Aushänge des Lehrstuhls für Marketing & Konsumentenverhalten (<https://www.marketing.uni-bayreuth.de/de/news/index.php>).**

## 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   | Sieht aus wie Fleisch, ist Fleisch (oder?) - Das Law of Similarity und seine Wirkung im Konsumentenverhalten         | BWL III          | Diekmann              | 18. Mai 2021             |
| 2   | Convenience in der Marketing- und Konsumentenverhaltensforschung - Ein konzeptioneller Literaturüberblick            | BWL III          | Föhr                  | 18. Mai 2021             |
| 3   | Erfolgsfaktoren für die Veränderung von Verhalten bei Konsumenten  | BWL III          | Harnischmacher        | 18. Mai 2021             |
| 4   | Gemeinsamkeiten und Unterschiede von Behavioral Change Models  | BWL III          | Harnischmacher        | 18. Mai 2021             |
| 5   | Langzeiteffekte von Nudges - Ein Studienüberblick  | BWL III          | Harnischmacher        | 18. Mai 2021             |
| 6   | Beeinflussung der Customer Journey bei Lebensmitteln durch Goal-priming - State of the Art und Marketingempfehlungen | BWL III          | Merkl                 | 18. Mai 2021             |
| 7   | Digital Food Marketing: Beeinflussungstechniken im Online-Lebensmittelhandel   | BWL III          | Merkl                 | 18. Mai 2021             |
| 8   | Werbung durch Kinderaugen sehen: Die Messung von Persuasion Knowledge bei Kindern                                    | BWL III          | Vogler                | 18. Mai 2021             |

|          |   |          |                         |                         |
|----------|---|----------|-------------------------|-------------------------|
| 9        | Unterschiedliche Formen von Persuasion Knowledge bei Digital Natives  | BWL III  | Vogler                  | 18. Mai 2021            |
| 10       | Out of the dark? - eine kritische Betrachtung von "Dark side of business-to-business (B2B) relationships"                 | BWL III  | Winter                  | 18. Mai 2021            |
| <b>V</b> | Auswirkungen von Aktivierungsmaßnahmen im Sportsponsoring - Eine Analyse am Beispiel der Bauerfeind AG                    | BWL VIII | Prof. Woratschek & Team | <b>Bereits vergeben</b> |
| 11       | The attitude-behaviour gap in environmental sustainable consumption - A state-of-the-art analysis                         | BWL VIII | Prof. Woratschek & Team | 18. Mai 2021            |
| 12       | Eine Analyse des Geschäftsmodells von Lanius anhand des Triple Bottom Ansatzes  | BWL VIII | Prof. Woratschek & Team | 18. Mai 2021            |
| <b>V</b> | Sportvermarktung in Krisenzeiten - Eine Analyse der Auswirkungen in der Corona-Krise auf das Sport-Sponsoring             | BWL VIII | Prof. Woratschek & Team | <b>Bereits vergeben</b> |
| 13       | Corona als Katalysator des Omni-Channel Retailings? Eine Longitudinalstudie unter deutschen Konsumenten                   | BWL XIV  | Brand                   | 18. Mai 2021            |
| 14       | Predicting Preference: Vor- und Nachteile von Best Worst Scaling Case 3 und Choice-Based Conjointanalyse                  | BWL XIV  | Brand                   | 18. Mai 2021            |
| 15       | Funnelanalyse mit Google Analytics am Beispiel eines Online-Shops für Mode  | BWL XIV  | Prof. Baier             | 18. Mai 2021            |
| 16       | Zukunft des Einzelhandels – Analyse, Visualisierung und Optimierung von Dienstleistungsprozessen der oberfränkischen KMUs | BWL XIV  | Ewers                   | 18. Mai 2021            |
| 17       | Green Fatigue - Eine qualitative Untersuchung   | BWL XIV  | Kopplin                 | 18. Mai 2021            |

|    |   |         |          |              |
|----|---|---------|----------|--------------|
| 18 | Der Attitude-Behavior Gap und die helle und dunkle Triade   | BWL XIV | Kopplin  | 18. Mai 2021 |
| 19 | Technologieakzeptanz und das Fünf-Faktoren-Modell der Persönlichkeit  | BWL XIV | Kopplin  | 18. Mai 2021 |
| 20 | Relevante Akteure und Engagement Plattformen zur Ko-Kreation der Markenbedeutung bei Athlete Brands - ein Überblick zum Stand der Forschung | BWL XV  | Anderski | 18. Mai 2021 |
| 21 | Actor Mapping bei Klubmarken im Sport: Eine beschreibende Analyse der Akteure   | BWL XV  | Griebel  | 18. Mai 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   | Disclosure im Influencer Marketing:<br>Unterschiedliche Effekte von Persuasion Knowledge   | BWL III          | Vogler                  | 18. Mai 2021             |
| 2   | Die Bedeutung von Mission, Vision und Purpose im strategischen Management - eine empirische Analyse.                                       | BWL III          | Winter                  | 18. Mai 2021             |
| <b>V</b>  | Digitalen Transformation im Sportsponsoring – Eine analytische Betrachtung von digitalen „Engagement-Plattformen“ im professionellem Sport | BWL VIII         | Prof. Woratschek & Team | <b>Bereits vergeben</b>  |
| <b>V</b>  | Erschaffen einer Customer Experience mithilfe der Customer Journey - Case Study Baumwipfelpfad Steigerwald                                 | BWL VIII         | Prof. Woratschek & Team | <b>Bereits vergeben</b>  |
| <b>3</b>  | Neue methodische Ansätze der Funnelanalyse mit R am Beispiel eines Online-Shops für Mode   | BWL XIV          | Prof. Baier             | 18. Mai 2021             |
| 4   | Der B2B-Vertrieb als Informationsquelle für die Produktentwicklung (gerne am Beispiel KSB)   | BWL XIV          | Prof. Baier             | 18. Mai 2021             |
| 5   | Der Attitude-Behavior Gap aus der Sicht der Ego Depletion Theory – Ein Experiment  | BWL XIV          | Kopplin                 | 18. Mai 2021             |
| 6   | Technologieakzeptanz und Technologietoleranz - Eine qualitative Untersuchung   | BWL XIV          | Kopplin                 | 18. Mai 2021             |

|          |   |        |               |                         |
|----------|---|--------|---------------|-------------------------|
| <b>V</b> | Athlete Brand Building on Digital Engagement Platforms - A Netnographic Approach                        | BWL XV | Anderski      | <b>Bereits vergeben</b> |
| 7        | Brand meaning co-creation in a digital context - a netnographic analysis of the club brand FC St. Pauli | BWL XV | Griebel       | 18. Mai 2021            |
| <b>V</b> | Evolution des Sportsponsorings und aktuelles Verständnis im Sport                                       | BWL XV | Prof. Ströbel | <b>Bereits vergeben</b> |
| <b>V</b> | eSport-Marketingstrategien im deutschen Profifußball  | 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> |
| <b>V</b>  | Integrative Branding im Esports - Ko-Kreation der Marktbedeutung von Clans im Ökosystem von League of Legends | BWL VX           | Griebel               | <b>Bereits vergeben</b>  |