

---

## **Themen für Abschlussarbeiten im Arbeitsbereich Marketing & Services (MuSe)** **für das Sommersemester 2017 – Teil 2**

### **Termine des Ausschreibungs- und Vergabeprozesses**

Die Themenausschreibung erfolgt zweimal pro Semester. Voraussichtliche Themenausschreibung:

- Sommersemester: Januar (parallel zu den Anmeldeterminen für Seminararbeiten) und April (zweite Woche der Vorlesungszeit)
- Wintersemester: Juni/Juli (parallel zu den Anmeldeterminen für Seminararbeiten) und Oktober (zweite Woche der Vorlesungszeit)

### **Notwendige Bewerbungsunterlagen**

Schicken Sie Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen (4 Dokumente) unter dem **Betreff** „**Bewerbung Abschlussarbeit**“ per Mail bitte an Mario Kaiser, M.Sc.:

[muse@uni-bayreuth.de](mailto:muse@uni-bayreuth.de)

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

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.dlm.uni-bayreuth.de/de/teaching/muse/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 zum **12. Mai 2017 (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.

**Hinweis für MeKuWi-Studierende:** Bitte bewerben Sie sich ausschließlich auf Themen, die auf der offiziellen MeKuWi-Masterarbeitenliste veröffentlicht werden.

Bitte beachten Sie, dass wir einmal pro Semester unser Proseminar ("Techniken des wissenschaftlichen Arbeitens") anbieten. **Die Inhalte dieser Veranstaltung werden sowohl bei der Betreuung als auch bei der Bewertung Ihrer Arbeit zwingend vorausgesetzt.**

## Themenübersicht

| Themen für <b>Bachelorarbeiten</b>   |   |                  |                                       |                              |
|--|---|------------------|---------------------------------------|------------------------------|
| (Falls nicht anderweitig gekennzeichnet bzw. verdeutlicht, sind die Bachelorarbeiten nicht empirisch.) |   |                  |                                       |                              |
|  | <b>Titel</b>  | <b>Lehrstuhl</b> | <b>Kontakt-<br/>person</b>            | <b>Bewerbung<br/>möglich</b> |
| 1  | Wie du mir, so ich dir: Der Einfluss sozialer Normen im Marketing                                   | BWL III          | Larissa Diekmann                      | Bis 12.05.                   |
| 2  | Die Wirkung von Licht und Duft im Lebensmittelmarketing   | BWL III          | Larissa Diekmann                      | Bis 12.05.                   |
| 3  | Consumer Contamination: Wirkungsweise eines Phänomens auf zwischenmenschlicher Ebene                | BWL III          | Larissa Diekmann                      | Bis 12.05.                   |
| 4  | Die Emotion Ekel im Lebensmittelkontext   | BWL III          | Larissa Diekmann                      | Bis 12.05.                   |
| 5  | Place Branding: Strategien zur Steigerung der Attraktivität - Eine Best Practice Analyse            | BWL III          | Dr. Pablo Neder                       | Bis 12.05.                   |
| 6  | Unternehmensgeschichten als Branding-instrument (Qualitative Inhaltsanalyse)                        | BWL III          | Dr. Pablo Neder                       | Bis 12.05.                   |
| 7  | Der Einfluss von Kindheitserinnerungen auf das Brand Meaning  | BWL III          | Dr. Pablo Neder                       | Bis 12.05.                   |
| 8  | Relationship-Marketing durch Alumnivereine  | BWL III          | Maximilian Stieler                    | Bis 12.05.                   |
| 9  | Gruppen-basierte Emotionen und ihre Bedeutung für Eventkontexte                                     | BWL III          | Maximilian Stieler                    | Bis 12.05.                   |
| 10   | Circular Economy: Approach, Concept and Implications for Service Management (in englischer Sprache) | BWL VIII         | Prof. Dr. H. Woratschek & Mitarbeiter | Bis 12.05.                   |

|    |  |          |                                       |                 |
|----|--|----------|---------------------------------------|-----------------|
| 11 | Kundensegmentierung im Marketing - eine kritische Analyse bestehender Segmentierungsverfahren                            | BWL VIII | Prof. Dr. H. Woratschek & Mitarbeiter | Bis 12.05.      |
| 12 | Ressourcenintegration im Sportsponsoring - ein Literaturüberblick.   | BWL VIII | Prof. Dr. H. Woratschek & Mitarbeiter | Bis 12.05.      |
| 13 | Student Engagement und Hochschulmarketing - ein Literaturüberblick.  | BWL VIII | Prof. Dr. H. Woratschek & Mitarbeiter | Bis 12.05.      |
| 14 | Value Co-Creation im Sportartikelsektor – Evaluation von Lauffreizevents zur Ableitung von konzeptionellen Implikationen | BWL VIII | Prof. Dr. H. Woratschek & Mitarbeiter | <b>vergeben</b> |
| 15 | Neue Technologien in Sportstadien und ihre Bedeutung für Sponsoren   | BWL VIII | Prof. Dr. H. Woratschek & Mitarbeiter | <b>vergeben</b> |
| 16 | Loyalität von Brand-Community-Mitgliedern in der Sportbranche  | BWL VIII | Prof. Dr. H. Woratschek & Mitarbeiter | <b>vergeben</b> |
| 17 | Ethik im Kontext von Dialogmarketing   | BWL XIV  | Dr. Matthias J. Kaiser                | <b>vergeben</b> |
| 18 | Betriebswirtschaftliche Implikationen des e-Rezepts  | BWL XIV  | Dr. Matthias J. Kaiser                | <b>vergeben</b> |
| 19 | FabLabs und Unternehmensgründung (empirisch)   | BWL XIV  | Dr. Alexandra Rese                    | Bis 12.05.      |
| 20 | Reifegradmodelle im Innovationsmanagement (empirisch)  | BWL XIV  | Dr. Alexandra Rese                    | Bis 12.05.      |
| 21 | Innovationsfähigkeit von kleinen und mittleren Unternehmen (empirisch)   | BWL XIV  | Dr. Alexandra Rese                    | Bis 12.05.      |
| 22 | Vitale Parameter im Marketing und Fitness Tracking (empirisch)   | BWL XIV  | Dr. Alexandra Rese                    | Bis 12.05.      |

|    |   |         |                    |            |
|----|---|---------|--------------------|------------|
| 23 | Die virtuelle Anprobe im Einzelhandel - ein Überblick (empirisch) | BWL XIV | Dr. Alexandra Rese | Bis 12.05. |
| 24 | Innovationen und Geschäftsmodellentwicklung durch Digitalisierung | BWL XIV | Dr. Alexander Sänn | Bis 12.05. |

## Themen für **Masterarbeiten**

(Falls nicht anderweitig gekennzeichnet bzw. verdeutlicht, sind die Masterarbeiten immer empirisch)

|    | <b>Titel</b>  | <b>Lehrstuhl</b> | <b>Kontakt-<br/>person</b> | <b>Bewerbung<br/>möglich</b> |
|----|---|------------------|----------------------------|------------------------------|
| 1  | Consumer-Centered SEO-Strategien am Beispiel der Universität Bayreuth (in Kooperation mit Prof. Eymann) | BWL III          | Prof. Dr. C. C. Germelmann | Bis 12.05.                   |
| 2  | Der skeptische Konsument im Marketing: Mythos oder Realität?  | BWL III          | Prof. Dr. C. C. Germelmann | Bis 12.05.                   |
| 3  | Agenda Surfing Kampagnen - eine qualitative Inhaltsanalyse  | BWL III          | Prof. Dr. C. C. Germelmann | Bis 12.05.                   |
| 4  | Bitte nicht berühren! - Einfluss der Consumer Contamination auf die Genießbarkeit von Lebensmitteln     | BWL III          | Larissa Diekmann           | Bis 12.05.                   |
| 5  | Employer Branding: Die Wirkung von Mitarbeiterstatements und -filmen auf Unternehmenswebsites           | BWL III          | Dr. Pablo Neder            | Bis 12.05.                   |
| 6  | Storytelling und Employer Branding: Die Wirkung von Unternehmensgeschichten auf Mitarbeiter*innen       | BWL III          | Dr. Pablo Neder            | Bis 12.05.                   |
| 7  | Qualitätssignale bei Olivenölen am Point of Sale - Laien- vs. Expertenwissen. (Praxiskooperation)       | BWL III          | Dr. Pablo Neder            | Bis 12.05.                   |
| 8  | Individualsponsorships als Finanzierungsinstrument von Leistungssportlern - eine qualitative Analyse    | BWL III          | Maximilian Stieler         | Bis 12.05.                   |
| 9  | Die Relevanz des Marken-Fits im Sportsponsoring   | BWL III          | Maximilian Stieler         | Bis 12.05.                   |
| 10 | "Leiden gehört dazu" - gruppen-basierte Emotionen bei Sportfans   | BWL III          | Maximilian Stieler         | Bis 12.05.                   |

|    |   |          |                                       |                 |
|----|---|----------|---------------------------------------|-----------------|
| 11 | Konzept für Sponsoring im Sportmanagement -Theoretische Grundlagen und praktische Umsetzung   | BWL VIII | Prof. Dr. H. Woratschek & Mitarbeiter | <b>vergeben</b> |
| 12 | „Der Weg in die dritte Fußballliga“ -Konzept zur Steigerung des sportlichen und ökonomischen Erfolgs  | BWL VIII | Prof. Dr. H. Woratschek & Mitarbeiter | <b>vergeben</b> |
| 13 | Health Care Service Ecosystems: Understanding Medical Service Processes from a Service-Dominant Logic<br><i>(in Kooperation mit Prof. Nagels (Institut für Medizinmanagement und Versorgungsforschung))</i> | BWL VIII | Prof. Dr. H. Woratschek & Mitarbeiter | Bis 12.05.      |
| 14 | Patient Engagement as resource integrating process in health care research<br><i>(in Kooperation mit Prof. Nagels (Institut für Medizinmanagement und Versorgungsforschung))</i>                            | BWL VIII | Prof. Dr. H. Woratschek & Mitarbeiter | Bis 12.05.      |
| 15 | Business Model Innovation in Health Service Provision<br><i>(in Kooperation mit Prof. Nagels (Institut für Medizinmanagement und Versorgungsforschung))</i>   | BWL VIII | Prof. Dr. H. Woratschek & Mitarbeiter | Bis 12.05.      |
| 16 | Social Entrepreneurs: Towards more Social Responsibility in Business Ecosystems   | BWL VIII | Prof. Dr. H. Woratschek & Mitarbeiter | <b>vergeben</b> |
| 17 | Platform Business Models in the Sports Industry: A Service Ecosystem Approach   | BWL VIII | Prof. Dr. H. Woratschek & Mitarbeiter | <b>vergeben</b> |
| 18 | Qualitätsmessung im Dienstleistungsmanagement – eine empirische Anayse des Alumniver-eins der Bayreuther Sportökonomien   | BWL VIII | Prof. Dr. H. Woratschek & Mitarbeiter | Bis 12.05.      |
| 19 | Unterschiede in der Akzeptanz von Sponsoren im eSports im Vergleich zum Sport - eine empirische Analyse.  | BWL VIII | Prof. Dr. H. Woratschek & Mitarbeiter | Bis 12.05.      |

|    |   |          |                                       |            |
|----|---|----------|---------------------------------------|------------|
| 20 | Engagement im Sportsponsoring - eine empirische Analyse der nicht-finanziellen Leistungen von Sponsoren.                    | BWL VIII | Prof. Dr. H. Woratschek & Mitarbeiter | Bis 12.05. |
| 21 | Next Best Offer: Multichannel-Recommendation im 1:1 Marketing   | BWL XIV  | Prof. Dr. D. Baier                    | Bis 12.05. |
| 22 | Stoffmuster 2.0: Haptische Modeerfahrung im digitalen Shopping  | BWL XIV  | Prof. Dr. D. Baier                    | Bis 12.05. |
| 23 | Hohes Marktpotential, geringes Problemlösungsbewusstsein der Zielgruppe: Awareness für das Nischenthema Kurzgrößen schaffen | BWL XIV  | Prof. Dr. D. Baier                    | Bis 12.05. |
| 24 | Community Bildung in älteren Kundensegmenten: Wie erreicht man die 60+ Generation mit special interest Themen in der Mode?  | BWL XIV  | Prof. Dr. D. Baier                    | Bis 12.05. |
| 25 | Dialogmarketing in hybriden Zielgruppen: Golden Ager und Babyboomer   | BWL XIV  | Prof. Dr. D. Baier                    | Bis 12.05. |
| 26 | Erfolgsmessung von Geschäftsanbahnungsprozessen im Business-to-Business   | BWL XIV  | Dr. Matthias J. Kaiser                | Bis 12.05. |
| 27 | Sharing and reciprocity in neuen Innovationsräumen (Fab Labs, Co-working spaces)  | BWL XIV  | Dr. Alexandra Rese                    | Bis 12.05. |
| 28 | Konflikte und Konfliktmanagement in neuen Innovationsräumen (Fab Labs, Co-working spaces)                                   | BWL XIV  | Dr. Alexandra Rese                    | Bis 12.05. |
| 29 | Kommunikation und Austausch in neuen Innovationsräumen (Fab Labs, Co-working spaces)  | BWL XIV  | Dr. Alexandra Rese                    | Bis 12.05. |
| 30 | Innovation Communities in neuen Innovationsräumen (Fab Labs, Co-working spaces)   | BWL XIV  | Dr. Alexandra Rese                    | Bis 12.05. |
| 31 | Motive zur Nutzung von Co-Working Spaces  | BWL XIV  | Dr. Alexandra Rese                    | Bis 12.05. |

|    |   |         |                    |            |
|----|---|---------|--------------------|------------|
| 32 | Geschäftsmodelle in der digitalen Welt der KMU                    | BWL XIV | Dr. Alexander Sänn | Bis 12.05. |
| 33 | Innovationen am Arbeitsplatz - Digitalisierung und Nutzenstiftung | BWL XIV | Dr. Alexander Sänn | Bis 12.05. |

Themen für **WiWiZ-Abschlussarbeiten** (Juristische Hausarbeit)

(Falls nicht anderweitig gekennzeichnet bzw. verdeutlicht, sind die WiWiZ-Abschlussarbeiten nicht empirisch)

|   | <b>Titel</b>   | <b>Lehrstuhl</b> | <b>Kontakt-<br/>person</b>                  | <b>Bewerbung<br/>möglich</b> |
|---|--|------------------|---|------------------------------|
| 1 | Glaubwürdigkeitssignale von Geschichten -<br>Schema- vs. Attributverarbeitung        | BWL III          | Dr. Pablo<br>Neder                          | Bis 12.05.                   |
| 2 | Rechtliche Rahmenbedingungen des Ticket-<br>Zweitmarkts und ökonomische Konsequenzen | BWL VIII         | Prof. Dr. H.<br>Woratschek<br>& Mitarbeiter | Bis 12.05.                   |
| 3 | Der Spagat technischer Innovationen innerhalb<br>der EU-Datenschutzgrundverordnung   | BWL XIV          | Dr. Alexander<br>Sänn                       | Bis 12.05.                   |