

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 Bachelorarbeiten				
(Falls nicht anderweitig gekennzeichnet bzw. verdeutlicht, sind die Bachelorarbeiten nicht empirisch)				
	Titel	Lehrstuhl	Kontakt-person	Bewerbung möglich
1	Green Campus: State-of-the-Art zur Bedeutung und Umsetzung von Nachhaltigkeit an Universitäten und Hochschulen	BWL III	Diekmann	17. Oktober 2021
2	AI for Social Good und die Rolle des Marketing - Ein State-of-the-Art	BWL III	Föhr	17. Oktober 2021
3	The power and limits of digital nudging: Encouraging sustainable behavior in digital environments - ein systematischer Literaturüberblick	BWL III	Merkel	17. Oktober 2021
4	Das glaubst du doch selbst nicht! - Bedeutung der Glaubwürdigkeit für die Nutzung von Produktlabels	BWL III	Merkel	17. Oktober 2021
5	Die Rolle von Social Media im B2B-Marketing - ein State-of-the-Art.	BWL III	Winter	17. Oktober 2021
6	Besonderheiten der (digitalen) B2B-Customer Journey.	BWL III	Winter	17. Oktober 2021
V	Influencer Marketing – Zielsetzungen, Auswahlkriterien und Seeding-Strategien in den sozialen Netzwerken	BWL VIII	Prof. Woratschek & Team	Bereits vergeben
7	(Ecological) vulnerability of interorganisational networks - The critical role of the natural environment in the sports industry (Die Arbeit	BWL VIII	Prof. Woratschek & Team	17. Oktober 2021

	kann in deutscher oder englischer Sprache verfasst werden)			
8	Bridging the Attitude-Behaviour Gap by focusing on actual behavior – an experiment (in deutscher Sprache zu verfassen)	BWL XIV	Brand	17. Oktober 2021
9	Warenkorbanalysen im Einzelhandel - Status Quo und Nutzen	BWL XIV	Karasenko	17. Oktober 2021
10	Das "Grün" in grünen Konsumenten: Materielle Güter oder Erlebnisse? Eine Interviewstudie	BWL XIV	Kopplin	17. Oktober 2021
11	Die Beziehung von nachhaltigem Konsum und Verzicht: Eine qualitative Untersuchung	BWL XIV	Kopplin	17. Oktober 2021
12	Was ist Nachhaltigkeit aus Kundensicht? Eine vergleichende Studie mittels Präferenzanalyse	BWL XIV	Kopplin	17. Oktober 2021
13	Informationsdarstellung bei nachhaltigen Produkten - Eine Eyetrackingstudie (in Kooperation mit Myriad)	BWL XIV	Kopplin	17. Oktober 2021
14	Einsatz und Akzeptanz von Kryptowährungen beim Bezahlen	BWL XIV	PD Dr. Rese	17. Oktober 2021
15	Ein Überblick zu neueren Entwicklungen beim Teleshopping: Live Stream Commerce	BWL XIV	PD Dr. Rese	17. Oktober 2021
16	Experimente zur Modellierung nachhaltigen Verhaltens	BWL XIV	PD Dr. Rese	17. Oktober 2021
17	Athlete Brand Identification anhand Merchandising Umsätzen in der Fußball-Bundesliga – Ein Überblick zum Stand der Forschung	BWL XV	Anderski	17. Oktober 2021
18	Athlete Activism im Sport - Ein Überblick zum Stand der Forschung	BWL XV	Anderski	17. Oktober 2021
19	Brand Purpose or Brand Washing im Sport – State of the Art und Implikationen für Sportmarken	BWL XV	Griebel	17. Oktober 2021

20	Mapping the Fan-Brand Journey – Identifikation von Touchpoints	BWL XV	Prof. Ströbel	17. Oktober 2021
21	Digitale Transformation im Sport – neueste Trends und Entwicklungen	BWL XV	Prof. Ströbel	17. Oktober 2021