

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 Masterarbeiten				
(Falls nicht anderweitig gekennzeichnet bzw. verdeutlicht, sind die Masterarbeiten immer empirisch)				
	Titel	Lehrstuhl	Kontakt- person	Bewerbung möglich bis
1	Consumers' Mental Models of Smart Technologies – Eine empirische Analyse	BWL III	Föhr	09. Februar 2022
2	Psychological Ownership im Direct-to-Consumer Commerce – Eine empirische Untersuchung	BWL III	Prof. Germelmann	09. Februar 2022
3	„Bewegungsring geschlossen! - und jetzt? " – eine experimentelle Studie zum Auftreten adverser Effekte bei der Nutzung von Smartwatches	BWL III	Merkl	09. Februar 2022
4	Was bewegt und hemmt Kunden, nachhaltig produzierte Produkte zu kaufen?	BWL XIV	Prof. Baier	09. Februar 2022
5	Sind Kunden bereit, für nachhaltig produzierte Produkte ihre Qualitätsansprüche zu senken?	BWL XIV	Prof. Baier	09. Februar 2022
6	Online-Experimente in der Marktforschung: Wie kann man die Kauf- und Preisbereitschaft für nachhaltig produzierte Produkte messen?	BWL XIV	Prof. Baier	09. Februar 2022
7	Wie „menschlich“ wird Alexa wahrgenommen? Neue Einsatzmöglichkeiten für Sprachassistenten	BWL XIV	Prof. Baier	09. Februar 2022

V	Brand Meaning Co-creation on Instagram - An analysis of different performances during the Olympic Games in Tokyo	BWL XV	Anderski	Bereits vergeben
8	Brand Meaning Co-creation on Instagram - An analysis of different performances during the Olympic Games in Beijing	BWL XV	Anderski	09. Februar 2022
V	Athleten als zentrale Akteure im Sportsponsoring - eine qualitative Analyse	BWL XV	Anderski	Bereits vergeben
9	eSport Engagements traditioneller Klubmarken – eine qualitative Analyse	BWL XV	Griebel	09. Februar 2022
V	Strategien zum Einstieg in den eSport - eine empirische Analyse anhand eines ausgewählten Fallbeispiels	BWL XV	Griebel	Bereits vergeben
10	Verändertes Fanverhalten im Sport im Zusammenhang mit der Covid-19 Pandemie - eine empirische Analyse am Beispiel des FC Bayern Basketball	BWL XV	Prof. Ströbel	09. Februar 2022
V	Die Marke als Medium wahrscheinlicher Kommunikation. Eine interdisziplinäre Konzeption von der identitätsbasierten Markenführung zur netzwerkorientierten Interaktionsmarkierung	BWL XV	Prof. Ströbel	Bereits vergeben