

---

## 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)

### Bewerbungsverfahren

**Die Bewerbung auf Abschlussarbeiten im MuSe-Bereich erfolgt ausschließlich über E-Learning.** Bitte schreiben Sie sich daher in den nachfolgenden Kurs ein:  
<https://elearning.uni-bayreuth.de/course/view.php?id=32968>

Wählen Sie in dem E-Learningkurs bitte die Arbeitsform aus, für die Sie sich bewerben möchten (d.h. BA, MA oder WiWiZ). Bitte folgen Sie dann den entsprechenden Anweisungen und laden Sie dort Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen hoch.

Ihre Bewerbungsunterlagen müssen folgende Dokumente (**als PDF**) enthalten (bitte unbedingt als **drei getrennte Dokumente** hochladen):

1. Aktueller **CampusOnline-** bzw. **CM Life- 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)

**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, 30. Oktober 2022 (23:59 Uhr)** angenommen. Sollte ein Thema als

„vergeben“ gekennzeichnet sein, so ist eine Bewerbung für dieses Thema leider nicht möglich. Bei Fragen oder technischen Problemen wenden Sie sich bitte an [muse@uni-bayreuth.de](mailto:muse@uni-bayreuth.de)

Die Themenzusagen (bzw. Themenabsagen) erfolgen frühestens **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 für Marketing & Konsumentenverhalten ein Proseminar zum wissenschaftlichen Arbeiten an.

Das Proseminar kann als Onlineveranstaltung jederzeit über den folgenden E-Learningkurs besucht werden:

<https://elearning.uni-bayreuth.de/course/view.php?id=31880>

Einschreibeschlüssel: ProSem10/21

## Themenübersicht Bachelorarbeiten

Die **Bewerbung** erfolgt über E-Learning: <https://elearning.uni-bayreuth.de/course/view.php?id=32968>

Bitte geben Sie bei der Bewerbung **immer drei präferierte Themen** an.

Themen für <b>Bachelorarbeiten</b>				
(Falls nicht anderweitig gekennzeichnet bzw. verdeutlicht, sind die Bachelorarbeiten nicht empirisch)				
	<b>Titel</b>	<b>Lehrstuhl</b>	<b>Kontakt- person</b>	<b>Bewerbung über E-Learning möglich bis</b>
1	Alexa oder die andere? – Markenführung mit Smart Voice-Interaction Technologies (Ein Literaturüberblick)	BWL III	Dr. Föhr	30. Oktober 2022
2	„Ich kann mich einfach nicht entscheiden!“ – Vereinfachung von Konsumentenentscheidungen	BWL III	Harnisch- macher	30. Oktober 2022
3	Nudging aus Sicht der Konsumentenverhaltensforschung – Systematischer Literaturüberblick	BWL III	Harnisch- macher	30. Oktober 2022
4	Geschlecht der Stimme bei digitalen Technologien aus Konsumentenperspektive – ein Literaturüberblick	BWL III	Koch	30. Oktober 2022
5	Food Choices in the Metaverse - Die Zukunft von Essensentscheidungen in virtuellen Welten	BWL III	Merkl	30. Oktober 2022
6	Advanced digital technologies as enablers for the Circular Economy: A literature review (Die Arbeit kann auf Deutsch oder Englisch verfasst werden)	BWL VIII	Prof. Bilstein & Team	30. Oktober 2022
7	Smart Services im Sport – Ein Literaturüberblick	BWL VIII	Prof. Bilstein & Team	30. Oktober 2022
8	Transformative Service Research – Die Stimme der Nicht-Kunden	BWL VIII	Prof. Bilstein & Team	30. Oktober 2022

9	The potential of Metaverse for Service Management: A review of academic and practitioners' discourse	BWL VIII	Prof. Bilstein & Team	30. Oktober 2022
10	Produktgestaltung auf Basis der Conjointanalyse: Simulation und Optimierung mit R	BWL XIV	Prof. Baier	30. Oktober 2022
11	Empfehlungssysteme für gezielte Belohnungen – Chancen, Risiken und Umsetzungen	BWL XIV	Karasenko	30. Oktober 2022
12	Loyalitätsprogramme im Handel – Belohnungsmechanismen und erwarteter Einfluss	BWL XIV	Karasenko	30. Oktober 2022
V	Nachhaltige Vorbilder: Was tun Sportklubs für die Zukunft? (Multi-)Case Study	BWL XV	Stegmann	Bereits vergeben
13	An analysis of the lack of top ranked American men's and women's professional tennis players the past 25 years in a sport the US once dominated (Arbeit in Englisch)	BWL XV	Prof. Ridpath/ Prof. Ströbel	30. Oktober 2022
14	A comparison of elite youth sport development in Europe versus the United States (Arbeit in Englisch)	BWL XV	Prof. Ridpath/ Prof. Ströbel	30. Oktober 2022
15	Markencontrolling-Tools und ihre Eignung für Sportmarken	BWL XV	Prof. Ströbel	30. Oktober 2022

## Themenübersicht Masterarbeiten

Die **Bewerbung** erfolgt über E-Learning: <https://elearning.uni-bayreuth.de/course/view.php?id=32968>

Bitte geben Sie bei der Bewerbung **immer drei präferierte Themen** an.

Themen für <b>Masterarbeiten</b>				
(Falls nicht anderweitig gekennzeichnet bzw. verdeutlicht, sind die Masterarbeiten immer empirisch)				
	<b>Titel</b>	<b>Lehrstuhl</b>	<b>Kontakt- person</b>	<b>Bewerbung über E-Learning möglich bis</b>
16	Smarte Technologien und Emotionen – Lieber einfühlsam oder wütend? Ein Blick aus der Konsumentenperspektive	BWL III	Koch	30. Oktober 2022
17	Promoting sustainable consumer behavior in Online Grocery Stores - An Experimental Study using the Open Science Online Grocery	BWL III	Merkl	30. Oktober 2022
18	Emojis im Service Recovery und ihr Einfluss auf "Virtual Present Others" – Eine experimentelle Studie	BWL VIII	Prof. Bilstein & Team	30. Oktober 2022
19	Entwicklung eines Erhebungsinstruments zur Messung der "Perceived Embeddedness" von intelligenten Produkten und Dienstleistungen	BWL VIII	Prof. Bilstein & Team	30. Oktober 2022
20	Humor im Service Recovery – Eine experimentelle Studie zur kundenseitigen Bewertung der wiederholten Nutzung von Humor im Service Recovery	BWL VIII	Prof. Bilstein & Team	30. Oktober 2022
21	Transformative Service Research for vulnerable people - eine systematische Literaturanalyse	BWL VIII	Prof. Bilstein & Team	30. Oktober 2022
22	Kreislaufwirtschaft in der Sportartikelindustrie: Das Erfolgsmodell Adidas Ultraboost	BWL XIV	Prof. Baier	30. Oktober 2022

23	Recycling in der Sportartikelindustrie: Das Erfolgsmodell Adidas Parley for the Oceans	BWL XIV	Prof. Baier	30. Oktober 2022
24	Produktgestaltung auf Basis der Conjointanalyse: Simulation und Optimierung mit R	BWL XIV	Prof. Baier	30. Oktober 2022
25	BERT goes sustainable – Eine Zusammenfassung von Social Media Topics	BWL XIV	Karasenko	30. Oktober 2022
26	Nachhaltigkeit in sozialen Netzwerken – Wer ist wie verbunden?	BWL XIV	Karasenko	30. Oktober 2022
27	Athlete Activism – An Analysis from a Multi-Actor Perspective during the FIFA World Cup 2022 in Qatar	BWL XV	Anderski	30. Oktober 2022
28	A comparison of professional sport in North America v. Europe concerning elite development post 16 years old: access, contracts, player movement (Arbeit in Englisch)	BWL XV	Prof. Ridpath / Prof. Ströbel	30. Oktober 2022
29	An analysis if an American professional sports franchise and/or league can sustain in the European sport marketplace (Arbeit in Englisch)	BWL XV	Prof. Ridpath / Prof. Ströbel	30. Oktober 2022
30	An analysis of European citizens view of amateurism in sport and compensating athletes for sport performance regardless of age (Arbeit in Englisch)	BWL XV	Prof. Ridpath / Prof. Ströbel	30. Oktober 2022
31	An analysis of why European athletes attend American colleges and universities for elite athletic development and higher education access (Arbeit in Englisch)	BWL XV	Prof. Ridpath / Prof. Ströbel	30. Oktober 2022
32	Head Injuries in Sport - Indications for the relationship between risk prevention and sport participation (Arbeit in Englisch)	BWL XV	Prof. Ridpath / Prof. Ströbel	30. Oktober 2022

33	Soziale Netzwerkplattformen zur Wissenschaftskommunikation im akademischen Umfeld - Building the academic personal brand	BWL XV	Prof. Ströbel	30. Oktober 2022
<b>V</b>	Auswirkungen der Digitalen Transformation auf die deutsche Medienlandschaft - Möglichkeiten der Vermarktung für ein öffentlich-rechtliches Medienhaus im Rahmen der Sportberichterstattung am Beispiel der ZDF-Sportredaktion	BWL XV	Prof. Ströbel	<b>Bereits vergeben</b>

## **Themenübersicht WiWiZ-Arbeiten**

Die **Bewerbung** erfolgt über E-Learning: <https://elearning.uni-bayreuth.de/course/view.php?id=32968>

Themen für <b>WiWiZ</b>				
(Falls nicht anderweitig gekennzeichnet bzw. verdeutlicht, sind die Masterarbeiten immer empirisch)				
	<b>Titel</b>	<b>Lehrstuhl</b>	<b>Kontakt- person</b>	<b>Bewerbung über E-Learning möglich bis</b>
34	Smart transformative services für Senior*innen – Welche rechtlichen Aspekte gilt es zu beachten?	BWL VIII	Prof. Bilstein & Team	30. Oktober 2022