

WiSe 2023/24

Bachelorarbeit mit Seminar – Themenliste

1	"Alles im grünen Bereich": Die Bedeutung von Nachhaltigkeit im Marketing
2	"Ein sinnliches Vergnügen": Die Bedeutung multisensorischer Einflüsse im Marketing
3	"Was will ich kaufen?" – Wie Konsumenten entscheiden, welche Produkte sie kaufen
4	"Mehr Vielfalt": Die Bedeutung von Variety Seeking im Konsumentenverhalten
5	"Gesunde Konsumenten": Wie können Unternehmen ein gesundes Konsumentenverhalten motivieren?
6	A Gift Worth Giving? – Aktuelle Erkenntnisse zu Einflussfaktoren auf das Spendenverhalten von Konsumenten
7	Erfolgsfaktoren von Crowdfunding und dessen Bedeutung für das Marketing
8	Emojis, Emotionalität & Co. – Erfolgsfaktoren von Electronic Word-of-Mouth und dessen Auswirkungen auf das Konsumentenverhalten
9	Loyal to none? – Aktuelle Erkenntnisse zu Einflussfaktoren auf die Markenloyalität von Konsumenten
10	Snickers vs. Peanut Bits – Die Bedeutung von Hersteller- und Handelsmarken im Marketing
11	"I really know you" – Was macht effektive Online-Werbung aus
12	"Das glaube ich dir sofort!" - Erfolgsfaktoren überzeugender Werbebotschaften

13 "Mensch oder Maschine" – Chancen und Risiken künstlicher Intelligenz im Marketing

14 "TikTok, Instagram und Co." – Wann wird Influencer-Marketing erfolgreich

15 "Want" versus "Need": Der Einfluss von Sprache auf das Konsumentenverhalten

16 „Reden ist silber - Sprache ist gold“ – Unterschiedliche linguistische Elemente in der Unternehmenskommunikation und deren Einfluss auf das Konsumentenverhalten

17 „HelloFresh, Spotify und Netflix“ – Verschiedene Abonnement-Geschäftsmodelle und deren Effekt auf das Konsumentenverhalten

18 „Es war Liebe auf den ersten Blick!“ – Die Gestaltung visueller Elemente in der Marketingkommunikation und deren Auswirkung auf die Markenperformance

19 „Kleine Spende bitte“ – Unterschiedliche Gestaltungsformen von Spendekampagnen und deren Einfluss auf das Spendenverhalten

20 „Appfalleimer und iKorb auf Gran Klarnaria“ – Die Gestaltung von Nudges und deren Effektivität zur Förderung gewünschter Verhaltensweisen