

## SoSe 2024

### Bachelorarbeit mit Seminar – Themenliste

- 1 Wie treffen Konsumenten Kaufentscheidungen? Die Bedeutung von Nudging im Marketing
- 2 Die Macht der Worte: Wie Wortwahl und Sprache in der Marketingkommunikation das Konsumentenverhalten beeinflussen
- 3 Grüner Konsum: Wie können Unternehmen gesunde Kaufentscheidungen von Konsumenten motivieren?
- 4 Künstliche Intelligenz im Marketing: Eine Analyse der Wirkung von künstlicher Intelligenz auf das Konsumentenverhalten
- 5 Persuasive Werbebotschaften: Wann ist Onlinewerbung effektiv?
- 6 Information is Power – Wie Fake News, Mis- und Desinformation das Konsumentenverhalten beeinflussen
- 7 Sehen, hören, kaufen? Aktuelle Erkenntnisse zu der Bedeutung von TV-, Print- und Online-Werbung für das Konsumentenverhalten
- 8 Soda Tax, Geschenkartikel & Co. – Welche Faktoren die Effektivität von Sales Promotions beeinflussen
- 9 Look local, order online? – Einflussfaktoren auf die Performance von (Online-)Retailern
- 10 Rating vs. Review – Aktuelle Erkenntnisse zu der Bedeutung von Online-Kundenbewertungen im Marketing
- 11 "Blame the Bot" – Der Einfluss von Chatbots auf das Konsumentenverhalten
- 12 "You get the message?" – Welche Einflussfaktoren steigern die Effektivität von Social Media Nachrichten?

- 
- |           |  |
|-----------|--|
| <b>13</b> | "Alles neu?" – Erfolgsfaktoren bei der Markteinführung neuer Produkte  |
| <b>14</b> | "Alles im grünen Bereich" – Einflussfaktoren für den Konsum umweltfreundlicher Produkte  |
| <b>15</b> | "Limited Editions, nur so lange der Vorrat reicht!" – Der Einfluss von Knappheitssignalen im Marketing   |
| <b>16</b> | Recycling und Re-Manufacturing als Verkaufsargument? Wie Rücknahmeprogramme Konsumenten im Kaufentscheidungsprozess beeinflussen                   |
| <b>17</b> | Minimalistisches Produktdesign als "Natürlichkeitsindikator": Wann und wodurch steigert es die Zahlungsbereitschaft von Konsumenten?               |
| <b>18</b> | Kennt der Algorithmus dich besser als du selbst? Eine vergleichende Analyse der Werbewirkung von KI-basierten Empfehlungen und abonnierten Kanälen |
| <b>19</b> | Frust beim Self-Design: Warum die individuelle Gestaltung oft vor dem Warenkorb endet  |
| <b>20</b> | Vertrauenswürdigkeit im Influencer Marketing: Eine Analyse der Erfolgsfaktoren von Micro- und Macro-Influencern                                    |