

SoSe 2026

Bachelorarbeit mit Seminar – Themenliste

- 1** Wie treffen Konsumenten Kaufentscheidungen? — Die Bedeutung von Nudging im Marketing
- 2** Alles im grünen Bereich: Die Bedeutung von Nachhaltigkeit im Marketing
- 3** Was will ich kaufen? — Wie Konsumenten entscheiden, welche Produkte sie kaufen
- 4** Gut und günstig? — Wie Konsumenten auf Preisnachlässe reagieren
- 5** Virale Botschaften: Wann teilen Konsumenten Online-Marketinginhalte?
- 6** Wer bestimmt, was Nutzer sagen? Die Bedeutung unternehmens- und nutzergenerierter Inhalte im digitalen Marketing
- 7** Vom Schaufenster zum Screen: Der Einfluss digitaler Technologien am Point-of-Sale
- 8** Was bleibt von Werbung hängen? Effektive Videowerbung im digitalen Marketing
- 9** Die Macht der Worte: Der Einfluss von Sprache in Konsumentenbewertungen
- 10** Immer dabei, immer wirksam? Erfolgsfaktoren von Mobile In-App-Werbung
- 11** Kunde unzufrieden? Richtig reagieren! Die Bedeutung von Service Recovery für die Kundenzufriedenheit
- 12** Ein Herz für andere: Eine Analyse der Einflussfaktoren auf die Spendenbereitschaft von Konsumenten

- 13** Nutri-Score, Bio-Siegel oder Fairtrade: Die Wirkung von Labels auf das Konsumentenverhalten
- 14** Warum Konsumenten bleiben: Eine Analyse der Einflussfaktoren auf die Markenloyalität von Konsumenten
- 15** Weniger ist mehr, oder nicht? Die Wirkung visueller Markenkomplexität auf die Konsumentenwahrnehmung
- 16** Was andere sagen zählt: Die Bedeutung von Online-Bewertungen für Konsumentenentscheidungen
- 17** Wenn Algorithmen Preise machen: Der Einsatz von Künstlicher Intelligenz im Preismanagement
- 18** Für mich, für dich oder für uns? Konsumentenentscheidungen im sozialen Kontext
- 19** Gestaltung von Online-Stores: Einfluss auf Konsumentenwahrnehmung und verhalten
- 20** Do you believe me? Persuasionstechniken in der Marketingkommunikation