

## **SoSe 2026**

### **Bachelorarbeit mit Seminar – Themenliste**

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

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