

Completed Bachelor Theses

Bachelorarbeitsthemen 2015

- ▶ Rebranding Strategies in Automotive Industry: Case Studies on 4 Different Approaches
- ▶ Blog advertising vs. Printwerbung – Eine empirische Analyse der Wahrnehmung von Online und Offline Marketing
- ▶ Brand Loyalty – Eine empirische Analyse der Markentreue bei Smartphoneanbietern
- ▶ Ambient Media: Eine empirische Analyse zur Effektivität und Werbeerinnerung
- ▶ Eine Zielgruppenanalyse des Guerilla Marketing am Beispiel von Sensation Marketing
- ▶ Wunsch und Wirklichkeit: Eine empirische Analyse der Inanspruchnahme flexibler Arbeitszeitmodelle
- ▶ Kundenbindung als wichtiger Bestandteil des Social-CRM im Online-Handel
- ▶ Kundenbewertungen und ihr Einfluss auf das Kaufverhalten
- ▶ Lieber direkt beim Reiseveranstalter buchen oder die Vergleichsportale durchstöbern? – Eine empirische Analyse der Kundenwahrnehmung von Online-Reiseanbietern
- ▶ Eine empirische Untersuchung zur Wirkung interaktiver Werbung
- ▶ Imagetransfer im Sportsponsoring
- ▶ Liebe als emotionale Bindung zwischen Konsumenten und ihren Smartphones - Eine empirische Analyse der Konsumenten-Marken-Bindung
- ▶ Eine empirische Analyse des Kundensegments "Vegetarier" im Lebensmitteleinzelhandel
- ▶ Produkte richtig platzieren - Eine empirische Studie zur Wirksamkeit von Product Placement in Fernsehserien
- ▶ Prävention von Urheberrechtsverletzungen - Eine empirische Studie zur Abschreckungswirkung verschiedener Strafmaße an Beispiel illegaler Film Streaming-Portale
- ▶ Szenario-Befragung zur Erhebung der Konsumentenbewertung von nutzungsbasierter und nichtnutzungsbasierter Internetwerbung
- ▶ Eine empirische Analyse der Werbewirkung von Sportsponsoring für die Automobilbranche
- ▶ Der Arbeitgeber als Marke - Eine empirische Untersuchung zum Employer Branding
- ▶ Eine empirische Analyse von Risiken im Sportsponsoring
- ▶ Consumer Perception of Private Labels
- ▶ Cloud Commerce in sozialen Netzwerken
- ▶ Optimale Schuldenakkumulation in einem zeitdiskreten stochastischen Modell
- ▶ Recruiting in sozialen Medien
- ▶ Eine empirische Analyse des Health-Halo-Effekts im Lebensmittelmarketing
- ▶ Auswirkungen von Trainerwechseln in der Fußballbundesliga auf die wirtschaftliche und sportliche Vereinsleistung
- ▶ Eine empirische Analyse der Corporate Social Responsibility Wahrnehmung von Online- und Offline-Unternehmen
- ▶ Betriebswirtschaftliche Analyse von Share Economy-Plattformen
- ▶ Blogvertisement - Eine empirische Analyse der Werbewirkung von Produktrezensionen in sozialen Medien
- ▶ Empirische Analyse neuer Trends und Nachfragestrukturen in E-Sports

Bachelorarbeitsthemen 2014

- ▶ Eine empirische Analyse des Alumninetzwerks der Wirtschaftsfakultät OvGU
- ▶ Branchenstrukturanalyse und Konsumentenbefragung zu Nachhaltigen Sporttextilien
- ▶ Shareconomy in der Textilbranche: eine empirische Analyse
- ▶ Empirische Studie zur Emotionsmessung in Werbevideos
- ▶ Eine empirische Studie zu Online-Zahlungssystemen in Deutschland
- ▶ Eine empirische Analyse der Unternehmenskommunikation auf einer virtuellen Messe
- ▶ Eine empirische Studie zu den organischen Ergebnislisten der Suchmaschine Google – Werden große Unternehmen bevorzugt?
- ▶ Wie beeinflusste die Einführung der B-2-B-Plattform „Electronic Supplier Link“ den Beschaffungsprozess der Volkswagen AG
- ▶ QR Codes – Nutzen und Wirkung im Mobile Marketing
- ▶ Ökonomische Betrachtung der Wertschöpfung von Studierenden am Beispiel der Stadt Magdeburg
- ▶ Der Einfluss der Niedrigpreisstrategie auf die Qualitätswahrnehmung von Dienstleistungen am Beispiel von drei Billigfluggesellschaften
- ▶ Einfluss des Nachhaltigkeitsempfindens auf die Zahlungsbereitschaft: Eine empirische Analyse am Beispiel von Fleischprodukten
- ▶ Eine empirische Untersuchung von Einflussfaktoren bei der Erbringung von Pannendienstleistungen unter Berücksichtigung der Elektromobilität
- ▶ Chancen und Risiken von Schockwerbung – eine empirische Werbewirkungsanalyse der Bildkommunikation der

Tierschutzorganisation PETA

- ▶ Direktbanken vs. Filialbanken: Eine empirische Studie zum Konsumentenverhalten
- ▶ Nutzerinformationen im Online-Business: Praxis und Wahrnehmung im empirischen Vergleich
- ▶ Video-on-Demand vs. Secondhand: Kosten-Nutzen-Analyse für neue Film-Märkte
- ▶ Der Einfluss von Testimonials auf die Werbewirkung von Haarpflegeprodukten – Eine empirische Analyse
- ▶ Empirische Analyse der Imagewirkung von Motorsport-Sponsoring für beteiligte Automobilhersteller
- ▶ Der Einfluss von Sportsponsoring in der Fußball-Bundesliga auf die Markenwahrnehmung

Bachelorarbeitsthemen 2013

- ▶ Empirische Untersuchung destruktiven Verhaltens am Beispiel von Vandalismus in Nordhessen
- ▶ Marktanalyse im Online-Textil-Handel am Beispiel von Sproov.com
- ▶ Pricing-Strategien für studentische Tanzveranstaltungen: Eine empirische Analyse
- ▶ Erstellung eines ganzheitlichen Marketingkonzeptes am Beispiel von Senioren-Assistenten
- ▶ Der Einfluss des Erscheinungsbildes auf die Einschätzung der Qualifikation – Eine empirische Analyse
- ▶ Die Wertschätzung von Vereinen in der Marktkommunikation Eine empirische Analyse
- ▶ Employer Branding: Empirische Studie der Arbeitnehmeransprüche
- ▶ Hat der Name des Unterzeichnenden Einfluss auf die Wahrnehmung eines Newsletters? Eine empirische Analyse
- ▶ Experimentelle Untersuchung partizipativer Preismechanismen-Ein Vergleich von Pay-what-you-want und Mark-off-your-own price
- ▶ Die Wertschätzung eingetragener internationaler Vereine in der Marktkommunikation
- ▶ Erfolgsfaktoren von Crowdfunding-Projekten: Eine empirische Analyse am Beispiel von kickstarter.com
- ▶ Konkurrenz zwischen lokalen und marktbeherrschenden Unternehmen: Eine empirische Analyse
- ▶ Datenschutz und Datensicherheit in Großunternehmen sowie in kleinen und mittelständischen Unternehmen
- ▶ Die Globalisierung der deutschen Automobilindustrie im internationalen Vergleich
- ▶ Zufriedenheit und Motivation von Arbeitnehmern – Eine empirische Analyse am Beispiel der NTN Antriebstechnik GmbH
- ▶ Online- und Offline-Handel – Eine empirische Untersuchung des Kaufentscheidungsprozesses
- ▶ Kreativität und Zeitdruck – Eine experimentelle Analyse
- ▶ Ticketing von Sportevents auf dem Sekundärmarkt - Eine empirische Studie aus Sicht der Vereine
- ▶ Reisebüro vs. Internet – eine empirische Analyse über das Buchungsverhalten bei Urlaubsreisen
- ▶ Mobile Marketing: Eine empirische Analyse der Preissetzung von iOS und Android-Apps
- ▶ Ticketing von Sportevents auf dem Sekundärmarkt - Eine empirische Studie aus Sicht der Besucher

Bachelorarbeitsthemen 2012

- ▶ Pay-What-You-Want - Eine experimentelle Untersuchung
- ▶ Nachhaltigkeit in der Modebranche - Unternehmenskommunikation & Wahrnehmung
- ▶ Marketingrelevanz von Online- und Offline-Medien - Ein empirischer Vergleich am Beispiel des Magdeburger Nachtlebens
- ▶ Die Kunst des richtigen Bewertungssystems - Eine empirische Analyse des Dozentenrankings der FWW Magdeburg
- ▶ Imagemessung von Vereinen
- ▶ Imagemessung von Verbänden in Deutschland

Bachelorarbeitsthemen 2011

- ▶ Der Euro nach 10 Jahren - Eine empirische Studie über Einflussfaktoren auf die Akzeptanz
- ▶ Unternehmensstrategien - Analyse von drei globalen Akteuren im 21. Jahrhundert
- ▶ Entwicklung eines Bürgerumfrage-Panels für die Stadt Magdeburg:
Schwerpunkt Stadtentwicklung & Bevölkerung
- ▶ Wettbewerb im 21. Jahrhundert - Eine Analyse von Unternehmensstrategien anhand drei ausgewählter Global Player
- ▶ Der Einsatz des Tablet PCs als Kommunikationsmedium auf Messen im Industriegüterbereich
- ▶ Entwicklung eines Bürgerumfrage-Panels für die Stadt Magdeburg:
Schwerpunkt Wirtschaft und Kultur
- ▶ Empirische Untersuchung von Verhandlungstechniken am Beispiel der Door-in-the-face Technik
- ▶ Intercultural Homepage Tuning - How Car Companies Adapt Their Online Appearance to Local Markets in East Asia
- ▶ "Der Better-Than-Average-Effekt"- Eine empirische Analyse
- ▶ Auswirkung von zeitlich begrenzten Angeboten auf die Zahlungsbereitschaft - Eine empirische Studie
- ▶ "Channel-hopping" Eine empirische Analyse des Kaufverhaltens bei mehreren Vertriebskanälen
- ▶ Nutzwertanalyse sozialer Netzwerke
- ▶ Employer Branding-Arbeitgeberattraktivität und Maßnahmen zur Rekrutierung von hochqualifiziertem Personal insbesondere Firmenkontaktmessen
- ▶ Einfluss und Wahrnehmung moderner Werbeformen, speziell der Bannerwerbung, im Online - Marketing
- ▶ Markenstärke im Printmarkt - eine empirische Studie zur Wahrnehmung von Schlagzeilen in deutschen Tageszeitungen
- ▶ Vom Telefon zum multimedialen Alleskönner?
Eine empirische Bedarfs- und Nutzungsanalyse von Mobiltelefonen
- ▶ Online oder Offline : Wie beeinflusst das Internet studentische Kaufentscheidungen für Erfahrungs- Such und Vertrauensgüter
- ▶ Kundenkartenbonusprogramme aus Kundensicht: Wahrnehmung von Nutzen und Disnutzen
- ▶ Deal or no deal bei Groupon - Der Einfluss verschiedener Produktattribute auf die Anzahl verkaufter Deals
Einfluss einzelner soziodemografischer Merkmale auf das Kaufverhalten von Fast Moving Consumer Goods
- ▶ Akzeptanz und wirtschaftlicher Erfolg des Internet - Tunierservices NeON

- ▶ Social Media Marketing auf Facebook in der Modebranche
- ▶ Lock-in Effekt in Online-Rollenspielen
- ▶ Lock-in Effekte bei Online-Sport-Managerspielen
- ▶ Development and the Competetive Situation of China's Private-Owned Airline Companies

Bachelorarbeitsthemen 2010

- ▶ Online Ratings and their Relation to Prices of Chinese Hotels - An Intercultural Comparison
- ▶ Markenbewusstsein und Kaufverhalten von aktiven Fußballspielern
- ▶ Fan vs. Nicht-Fan - Eine Feldstudie zur Attraktivität von Sportevents
- ▶ Eine empirische Studie über online und offline Kaufverhalten im Markt für Musiktitel
- ▶ In-Game Advertising - Ein Feldexperiment
- ▶ Risikopräferenzen und Verlustaversion in China und Deutschland
- ▶ Cause-Related Marketing - Eine empirische Untersuchung des Einflusses von Wohltätigkeitsaspekten auf die Preiswahrnehmung
- ▶ Empirische Analyse sozialer Netzwerke als Werbeplattform
- ▶ Derby-u. Faneffekt - eine empirische Studie zur Attraktivität von Sportevents
- ▶ Empirische Untersuchung zur Bedeutung von Gütesiegeln im Online-Handel
- ▶ Empirische Analyse der Auswirkungen von Spendenanteilen auf ebay-Auktionspreise
- ▶ Effektivität und Effizienz von Onlinewerbemedien im Premiumimmobiliensegment
- ▶ Die Erstellung eines Online-Marketing-Konzeptes am Beispiel der Website www.stahlkuebel.de
(Wir bedanken uns bei der Konstruktiver Glas- und Metallbau Zerbst GmbH (Zerbst/Anhalt) & Stahlkuebel.de für ihre freundliche Unterstützung)
- ▶ Intra- versus Inter-Marken-Vergleich in der Werbung - am Beispiel eines Verbrauchsgutes
- ▶ Intra- versus Inter-Marken-Vergleich in der Werbung - am Beispiel eines Gebrauchsgutes
- ▶ Preisverpflichtung gegenüber dem Kunden: Ein Grund auf vergleichende Preiswerbung zu verzichten?
- ▶ Eine empirische Studie zur Wirkung vergleichender Werbung unter besonderer Berücksichtigung von Emotionalität und Rationalität
- ▶ Vergleichende Werbung - Eine empirische Studie zur Auswirkung auf das Produktimage
- ▶ Immobilienportale im Internet - Eine empirische Analyse des Magdeburger Wohnungsmarktes
- ▶ Print vs TV - Eine Studie zur Wirkung von vergleichender Werbung
- ▶ Zahlungsbereitschaften im Online- und Offline-Handel - Eine empirische Untersuchung mittels Pricesensitivity-Meter
- ▶ Nutzwertanalyse von Online- und Offline-Käufen - Eine empirische Untersuchung
- ▶ Entwicklung eines Online-Marketing-Konzeptes für ein mittelständisches Touristikunternehmen
(Wir bedanken uns bei der Vetter Touristik Reiserverkehrsgesellschaft mbH (Bitterfeld-Wolfen) für ihre freundliche Unterstützung)
- ▶ Die Erstellung eines Online-Marketing-Konzeptes am Beispiel der Website www.stahlkuebel.de
(Wir bedanken uns bei der Konstruktiver Glas- und Metallbau Zerbst GmbH (Zerbst/Anhalt) & Stahlkuebel.de für ihre freundliche Unterstützung)
- ▶ Competitive Balance im Sport - Eine Studie über die Nachfrageseite
- ▶ Entwicklung eines Online-Marketing-Konzeptes für ein mittelständisches Touristikunternehmen (Wir bedanken uns bei der Vet Touristik Reiserverkehrsgesellschaft mbH (Bitterfeld-Wolfen) für ihre freundliche Unterstützung)
- ▶ An Intercultural Comparison of Twitter Communication as a Social Media Marketing Instrument

Bachelorarbeitsthemen 2009

- ▶ Möglichkeiten der Online-Informationsbeschaffung für Unternehmen
- ▶ Crossmediale Marketingstrategien - Erklärung und Analyse anhand eines Fallbeispiels
- ▶ Folksonomy - Probleme online spielend lösen?
- ▶ Durchführung und Bewertung einer Viral-Marketing-Kampagne in einer Online-Community
- ▶ YouTube als globales Kommunikationsmedium für Unternehmen der Automobilbranche
- ▶ Interkulturelle Unterschiede in den Gästebewertungen vietnamesischer Hotels
- ▶ Online-Marketing-Konzept für einen mittelständischen Entsorgungsbetrieb
- ▶ Multi-Channel-Vertrieb am Beispiel von Tchibo
- ▶ Preisunterschiede zwischen Online- und Offline Vertrieb - Eine Betrachtung des Lebensmitteleinzelhandels
- ▶ Zusammenhänge zwischen Distributions- und Kontrahierungspolitik in der Lautsprecherindustrie
- ▶ Werbung auf den Internetpräsenzen deutscher Sportvereine - Ein Vergleich am Beispiel der Handball- und Fußballbundeslig;
- ▶ Kundenbindung durch Online-Gutscheine
- ▶ Verhaltensvergleich in der Flatratennutzung im On- und Offlinebereich
- ▶ Einflussgrad des Online-Customizations auf die Kaufentscheidung - Eine empirische Analyse
- ▶ Verkäufermaßnahmen und deren Wirkung auf das Käuferverhalten und die Käuferbindung
- ▶ Online-Marketing Konzept für einen mittelständischen Entsorgungsbetrieb
- ▶ Interkulturelles Online-Marketing im Automobil-Luxussegment
- ▶ Marketing Strategien auf dem rumänischen Markt für erneuerbare Energien
Relevanz des Marketings in Bezug auf die Entscheidungsbeeinflussung der Konsumenten
- ▶ Virales Marketing in Social Network Communities - Wirkungsweisen und Potentiale

- ▶ Online Fundraising am Beispiel des US-Präsidentenwahlkampfes von Obama
- ▶ Youtube: Chancen und Risiken für die Verbreitung von Inhalten
- ▶ Eine empirische Analyse internet-basierter Mass Customization: Preissetzungsspielraum im Markt für individuell konfigurierte Müslisorten
- ▶ Die Analyse einer innovativen Auktionsform am Beispiel von www.Swoopo.de
- ▶ Die Gestaltung des Car-Konfigurators unter Berücksichtigung des individuellen Entscheidungsverhaltens
- ▶ Google AdWords - Chancen und Risiken am Beispiel des Sanitärunternehmens Henze GmbH
- ▶ Wissenstransfer im Online-Marketing - Konzept für ein mittelständisches Brandschutzunternehmen

Bachelorarbeitsthemen vor 2008

- ▶ Luxury online (2007)
 - ▶ Online and Offline Price Differences in Various Industrial Branches (2007)
 - ▶ Network of Podcasting (2006)
 - ▶ Search Engine Marketing - An Analysis (2005)
-