



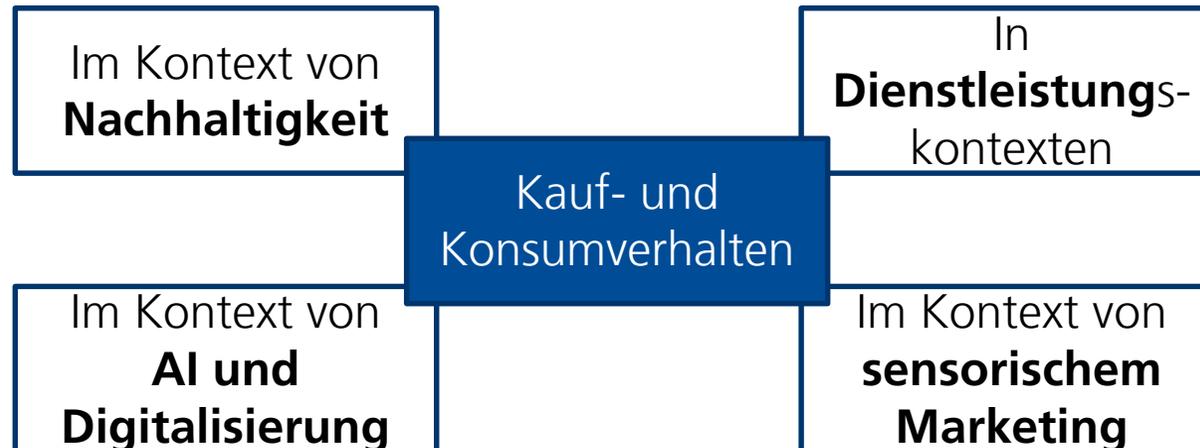
Fakultät für
Wirtschafts-
wissenschaft

Abschlussarbeiten am Lehrstuhl für BWL, insbesondere Markt- und Konsumverhalten

Fakultät für **Wirtschaftswissenschaft**

Lehrstuhl für BWL, insbesondere Markt- und Konsumverhalten
Prof. Dr. Monika Imschloß

Themenbereiche



Betreuerinnen der Themenbereiche für das Wintersemester 2025/26

Betreuerin	Themenbereich(e)
Prof. Dr. Monika Imschloß	<ul style="list-style-type: none">• Nachhaltiges Kauf- und Konsumverhalten• Kauf- und Konsumverhalten im Kontext von AI & Digitalisierung• Sensorisches Marketing
Dr. Eva Lexutt	<ul style="list-style-type: none">• Servitization• Gender• Nachhaltiges Konsumentenverhalten in Dienstleistungskontexten
Lara Berger	<ul style="list-style-type: none">• Kauf- und Konsumverhalten im Kontext von AI & Digitalisierung• AI & Marketing
Katharina Hauptmann	<ul style="list-style-type: none">• Service Management & Marketing• Nachhaltigkeit in Dienstleistungskontexten• Nachhaltiges Konsumentenverhalten in Dienstleistungskontexten
Nora Wolfeil	<ul style="list-style-type: none">• Nachhaltiges Kauf- und Konsumverhalten

Grundlegende Informationen

- Abschlussarbeiten können auf **Deutsch** oder **Englisch** verfasst werden.
- Die Mehrheit der Arbeiten ist **empirisch**, d.h. sie beinhalten eine qualitative oder quantitative Datenerhebung (z. B. Durchführung von Interviews oder Durchführung eines (Online-)Experiments).
- Die Integration **wissenschaftlicher Fachliteratur** impliziert, dass die zu sichtende Literatur für die Themenschwerpunkte primär in englischer Sprache verfasst sein wird.
- Es wird zeitnah eine **Themenliste** auf der Website eingesehen werden können - auch können eigene Themenvorschläge in Form eines zweiseitigen **Exposés** per E-Mail (monika.imschloss@leuphana.de) bis zu drei Wochen vor Beginn der offiziellen Anmeldefrist, spätestens bis zum 25.7., eingereicht werden.
- Wir sind besonders interessiert an Experimenten oder A/B-Tests im Feld. Sollten Sie Zugang zu Unternehmen haben, wo Sie in dieser Form eine **Feldstudie** durchführen können, betreuen wir gerne auch Praxisarbeiten.
- Auf den nächsten Slides ist lediglich eine **Auswahl an beispielhaften Themen** dargestellt, um die einzelnen Themenbereiche konkreter zu skizzieren.

Themenbereiche



Beispielhafte Themen: Nachhaltigkeit

- **Wie nehmen Konsumenten Marken wahr, die sozial inklusive Arbeitsumfelder fördern?**
 - Mögliche Fragestellung(en): Reagieren Konsument*innen positiv oder negativ auf Produkte, die von Unternehmen/Marken hergestellt werden, die Personen mit mehrfachen Beschäftigungshemmnissen beschäftigen. Würden Konsument*innen womöglich eine höhere Zahlungsbereitschaft für Produkte von sozial inklusiven Arbeitgebermarken zeigen oder hätten sie eher Bedenken hinsichtlich der Produktqualität?
- **Nachhaltigkeit als Statussymbol: Wie prägt nachhaltiger Konsum die soziale Wahrnehmung?**
 - Mögliche Fragestellung(en): Wie wird nachhaltiges Verhalten von anderen wahrgenommen – zum Beispiel im Hinblick auf Status, Glaubwürdigkeit oder Authentizität? Fallen bestimmte nachhaltige Handlungen stärker auf als andere?
- **Wie kann man nachhaltiges Kauf- und Konsumverhalten fördern?**
 - Mögliche Fragestellung(en): Wie sehen effektive Nudges aus? Wie inspirieren Mitarbeitende im Handel Konsument*innen zu nachhaltigem Kauf- und Konsumverhalten?

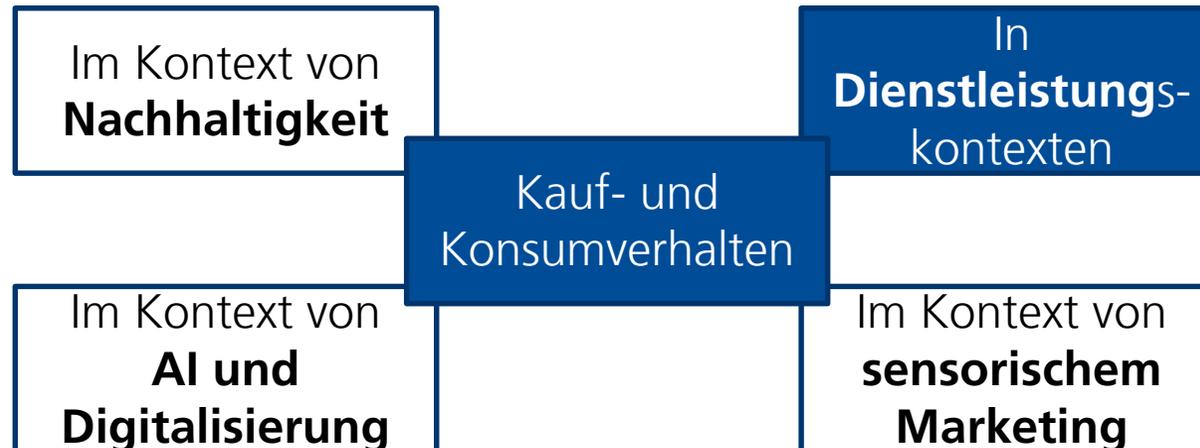
Themenbereiche



Beispielhafte Themen: AI und Digitalisierung

- **Wie trägt KI im Marketing zur Wertschaffung für Konsumierende bei?**
 - Mögliche Fragestellung(en): Wie kann (generative) KI im Marketing einen Mehrwert für Konsumierende – z. B. Convenience oder Inspiration - schaffen?
- **Wie verändert generative KI die Marktforschung?**
 - Mögliche Fragestellung(en): Inwieweit können Silicon Sampling Ansätze (d.h. KI-basierte, synthetische Stichproben) menschliches Entscheidungsverhalten vorhersagen? Reagieren Silicon Samples z. B. ähnlich wie Menschen auf Farben, Preisveränderungen, Werbeanzeigen etc.?
- **Wie effizient sind Multi-Agenten Systeme für das Marketing?**
 - Mögliche Fragestellung(en): Können Multi-Agenten Systeme die Auswirkungen von Mundpropaganda-Dynamiken und sozialen Netzwerken auf die Produktverbreitung abbilden? Wie können Multi-Agenten Systeme bestimmte Marketingfunktionen übernehmen (z. B. Brand Managers, Media Planners)?

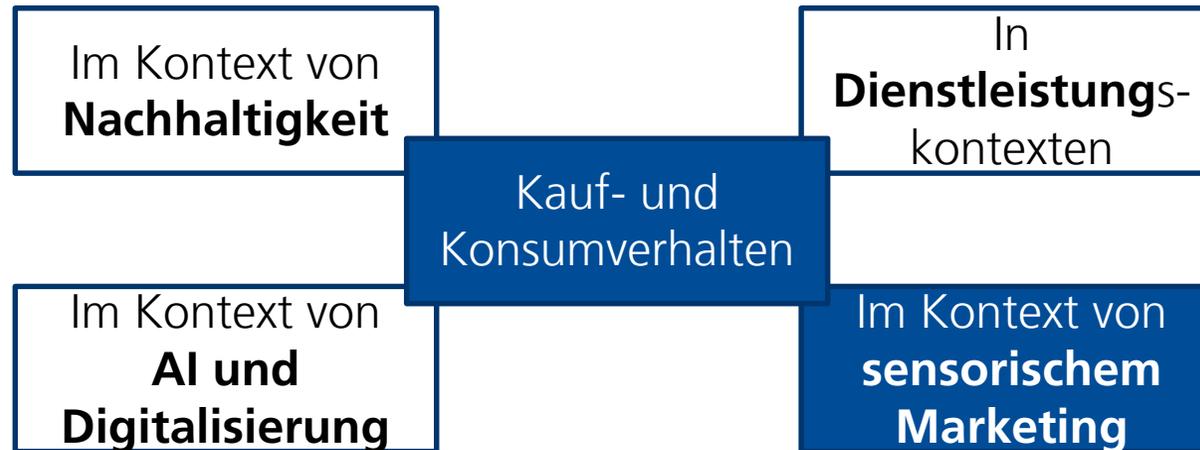
Themenbereiche



Beispielhafte Themen: Dienstleistungskontext

- **Welche Rolle spielen Dienstleistungen für die Konstruktion von Geschlechtsidentitäten?**
 - Mögliche Fragestellung(en): Welche Bedeutung hat die Inanspruchnahme von Dienstleistungen für die Herausbildung von Geschlechtsidentitäten (z. B. Männlichkeit oder Weiblichkeit)? Welche Rolle spielt dabei derspezifische Dienstleistungskontext?
- **Qualitative Fallstudie mit Unternehmen: Transformation vom Produktanbieter zum Lösungsanbieter**
 - Mögliche Fragestellung(en): Welche Spannungsfelder ergeben sich bei der Servitization-Transformation? Welche Rolle spielen unterschiedliche Abteilungen dabei? Welche Fähigkeiten müssen entwickelt werden?
- **Wie können Dienstleistungsanbieter und Kunden nachhaltigen Servicewert (gemeinsam) schaffen?**
 - Mögliche Fragestellung(en): Wie sehen Nachhaltigkeitsstrategien in Dienstleistungskontexten aus? Wie sieht erfolgreiches Green Marketing im Service-Bereich aus? Wie kann man die Adoption von Sharing oder Access-over-Ownership Ansätze fördern?

Themenbereiche



Beispielhafte Themen: Sensorisches Marketing

- **Wie beeinflusst Musik das Kauf- und Konsumverhalten am Point of Sale?**
 - Mögliche Fragestellung(en): Gehen Konsumierende schneller durch ein Geschäft wenn schnelle vs. langsame Musik gespielt wird? Greifen Konsumierende eher zu französischen Produkten wenn französische vs. deutsche Musik gespielt wird?
- **Wie tragen sensorische Reize zu nachhaltigem Kauf- und Konsumverhalten bei?**
 - Mögliche Fragestellung(en): Inwieweit fördern mit Natur assoziierte Reize (z. B. grüne Farbe, Naturgeräusche) nachhaltiges Kauf- und Konsumverhalten? Wie hört sich Nachhaltigkeit akustisch an?
- **Wie wirken sensorische Reize in digitalen Umgebungen?**
 - Mögliche Fragestellung(en): Können AI Influencer authentisch sensorische Eindrücke vermitteln? Wie wirkt eine „sensorische Sprache“ bei Produktbeschreibungen im Online Store?

Interesse geweckt?

...dann freuen wir uns auf das „Projekt“ Abschlussarbeit mit Ihnen!

- **Voraussetzungen:**

- Interesse, ein Experiment durchzuführen und auszuwerten (bei den meisten Arbeiten zumindest sehr hilfreich).
- Keine Aversion gegenüber englischsprachiger Literatur.

Priorisierungskriterien für die Vergabe von Abschlussarbeiten (in der Reihenfolge):

- Priorisierung von Studierenden, die erfolgreich ein Seminar an unserem Lehrstuhl (BWL, insbesondere Kauf- und Konsumverhalten oder Dienstleistungsmanagement) abgeschlossen haben.
- Bei eigenen Themenvorschlägen: Genehmigtes Exposé zu Beginn der offiziellen Anmeldefrist → Priorisierungskriterium
- Priorisierung nach Gesamtnotendurchschnitt

Informationen zum Prozess: Anmeldung und Themenzusage

- **Anmeldung** über WebRegIS (Anmeldezeitraum: 15.-31. August für Abschlussarbeiten im Wintersemester).
 - WebRegIS-Anmeldeformular **vollständig** ausfüllen.
 - Angabe von **drei Themenpräferenzen** im Freifeld („Bemerkungen (z.B. für angerechnete Leistungen)“). Die Themenliste wird nummerierte Themen haben – es reicht wenn Sie die Nummern eintragen (z. B. „4, 9, 12“). Wir bemühen uns Ihre Präferenzen zu berücksichtigen, jedoch kann es Fälle geben, wo dies nicht möglich ist.
 - Zusätzlich Anmeldung im **Moodle-Forum** für Abschlussarbeiten.
- **Abschlussarbeits- und Themenvergabe (interner Prozess)**
 - **Zusage** per E-Mail (ca. 2-4 Wochen nach Ende der Anmeldefrist) mit Mitteilung des Themenbereichs und der Betreuerin.

Informationen zum Prozess: Ablauf

- **1. Phase: Einreichung eines Exposés**

- Deadline: 4 Wochen nach Erhalt der Zusage E-Mail.
- Mit der Zusage Mail wurde Ihnen eine grobe Themenstellungen mitgeteilt – diese gilt es zu spezifizieren und auch nach den eigenen Interessen zu interpretieren sowie vor dem Hintergrund einer initialen Literaturrecherche zu konkretisieren.
- Mögliche Inhalte des Exposés: Relevanz des spezifischen Themas / Problemstellung, konkrete Forschungsfrage, geplante Vorgehensweise, Literaturzusammenfassung und vorläufiges Literaturverzeichnis, Gliederungsstruktur).
- Umfang: 5 Seiten.
- Einreichung per Mail an Betreuerin.
- Mögliche Rückfragen können bis zu 2 Wochen nach Erhalt der Zusage E-Mail an die Betreuerin gestellt werden (d.h. am besten rechtzeitig mit dem Exposé beginnen...).

Informationen zum Prozess: Ablauf

- **2. Phase: Besprechung des Exposés**

- Online-Besprechung mit Betreuerin nach Terminvereinbarung.
- Achtung: Umso besser das eingereichte Exposé ist, umso leichter ist es zielführendes Feedback zu geben!
- Ist das Exposé akzeptiert → offizielle Anmeldung beim Prüfungsamt
- Ist das Exposé nicht akzeptiert → keine Anmeldung beim Prüfungsamt, Überarbeitungszeit (2 Wochen)
 - Erneute Einreichung des Exposés bei Betreuerin
 - Wenn akzeptiert → offizielle Anmeldung
 - Wenn nicht akzeptiert → keine Anmeldung

Informationen zum Prozess: Ablauf

- **3. Phase: Beginn der Bearbeitungszeit**
 - Offizielle Bekanntgabe der Bearbeitungszeit durch das Prüfungsamt (E-Mail).
 - Bachelor-Arbeit: 3 Monate, Master-Arbeit: 6 Monate, Master-Arbeit (Ing. & Nat.): 4 Monate
 - Informationen zum Umfang und formalen Richtlinien sind auf der Homepage unseres Lehrstuhls zu finden.
 - Eigenständiges Weiterarbeiten am Thema und Sammlung von Fragen für die 2. Besprechung mit der Betreuerin.

Informationen zum Prozess: Ablauf

- **4. Phase: Zwischenbesprechung**

- Etwas vor der Hälfte der Bearbeitungszeit sollten Sie einen fundierten Überblick über die Literatur haben und einen soliden Entwurf für Ihre geplante empirische Untersuchung entwickeln.
- Sobald Sie einen Entwurf hierfür haben (z. B. Experimentaldesign, Interview-Guideline etc.), melden Sie sich bei Ihrer Betreuerin für die Vereinbarung eines Termins und senden Sie Ihren **Entwurf für die geplante Studie sowie Ihre offenen Fragen (!)** per Mail mit.
- Die Zwischenbesprechung dient nicht der Besprechung von Kapiteln oder Auszügen Ihrer Arbeit!
- Egal ob empirische oder nicht-empirische Arbeit: Ein Beratungstermin ist sinnvoll, um methodische, inhaltliche oder organisatorische Fragen zu klären.
- Weitere Besprechungen – v.a. bei empirischen Arbeiten – nach Bedarf.

Informationen zum Prozess: Ablauf

- **5. Phase: Abgabe**

- Bis zum Ende der Bearbeitungszeit über Moodle als PDF und Word-Datei.
- Keine gedruckte Version notwendig.
- Begutachtungs-Frist: 8 Wochen.
- Nachdem dem Prüfungsamt die Gutachten und die Note zugegangen sind, werden Sie von diesem benachrichtigt.
- Ergebnis samt Gutachten ist online einsehbar, zusätzlich erhalten Sie postalisch einen Notenbescheid vom Prüfungsamt.