



UNIVERSITÄT
HOHENHEIM

Master-Thesis im Schwerpunkt Marketing & Management (WS 22/23)

ONLINE via Zoom am 13.06.2022, 16.00-17.30 Uhr

**Detaillierte Information zum Ablauf von
Masterabschlussarbeiten an den jeweiligen
Lehrstühlen sowie zu den Anmeldemodalitäten**





Beteiligte Lehrstühle



Marketing & Business Development
Prof. Dr. Markus Voeth (570 A)

Ansprechpartner:
Yannick Urbitsch, M.Sc.
yannick.urbitsch@uni-hohenheim.de



Unternehmensführung
Prof. Dr. Marion Büttgen (570 B)

Ansprechpartnerin:
Julia Dicenta, M.Sc.
j.dicenta@uni-hohenheim.de



**Unternehmensgründungen und Unternehmertum
(Entrepreneurship)**
Prof. Dr. Andreas Kuckertz (570 C)

Ansprechpartner:
Sebastian Hinderer, M.Sc.
sebastian.hinderer@uni-hohenheim.de



Dienstleistungsmanagement
Prof. Dr. Karsten Hadwich (570 D)

Ansprechpartner:
Daniel Ruthardt, M.Sc.
daniel.ruthardt@uni-hohenheim.de



Marketing & Konsumentenverhalten
Prof. Dr. Verena Hüttl-Maack (570 E)

Ansprechpartnerin:
Melina Burkert, M.Sc.
melina.burkert@uni-hohenheim.de



Innovationsmanagement
Prof. Dr. Bernd Ebersberger (570 F)

Ansprechpartnerin:
Maike Becker, M.Sc.
maike.becker@uni-hohenheim.de



Digitales Management
Prof. Dr. Henner Gimpel (570 G)

Ansprechpartnerin:
Anne Christmann
anne.christmann@uni-hohenheim.de



Anmeldung zur Master-Thesis im Überblick

Anmeldung

- Anmeldung erfolgt über einen Link auf der Homepage des Lehrstuhls für Unternehmensführung (www.unternehmensfuehrung.uni-hohenheim.de).
- **Anmeldezeitraum**
15.01.-15.02.2022 (SoSe)
15.06.-15.07.2022 (WS)
- Jeder Studierende äußert **drei Lehrstuhlpräferenzen**. Anschließend werden die Studierenden so zugeteilt, dass alle Studierenden einen Prüfer mit möglichst hoher Präferenz erhalten.
- Wird mit einem Lehrstuhl eine **Direktabsprache** getroffen, nimmt der jeweilige Studierende **trotzdem an dem zentralen Verfahren teil**, sodass alle Masterarbeiten darüber erfasst werden können.

Zuteilung der Master-Thesis

- Nach Anmeldeschluss dauert es in der Regel nur **wenige Wochen**, bis die Studierenden informiert sind.
- Sie werden **per E-Mail** informiert, an welchem Lehrstuhl Sie Ihre Abschlussarbeit anfertigen.
- Ein nachträglicher Tausch zwischen den Studierenden ist nicht möglich.

Bearbeitung der Master-Thesis

- **Die Anmeldung ist verbindlich!**
- Wer bis zum 15.07.2022 am Vergabeverfahren teilnimmt, **sollte bis zum 15.02.2023** mit der Bearbeitung beginnen. Einzelne Lehrstühle geben individuell Anmeldefristen vor.
- Sie melden sich in Absprache mit dem jeweilig betreuenden Lehrstuhl beim Prüfungsamt an.

Zulassung beim Prüfungsamt

- Zur Master-Thesis wird zugelassen, wer bereits 48 ECTS-Punkte im Masterstudium erzielt hat.
- Ab der Anmeldung haben Sie vier Monate für das Verfassen Ihrer Arbeit Zeit (alte Prüfungsordnung: drei Monate). Für eine mindestens ausreichend bewertete Master-Thesis werden 24 ECTS-Punkte vergeben (alte Prüfungsordnung: 18 ECTS).



UNIVERSITÄT
HOHENHEIM

■ **Link zur Umfrage**

Die Umfrage startet am 15.06.2022 und endet am 15.07.2022

<https://ww2.unipark.de/uc/570B/1f8b/>



Anmeldung zur Master-Thesis

An welchem Lehrstuhl möchten Sie Ihre Arbeit anfertigen?

Bitte vergeben Sie Ihre Präferenzen von **1 bis 3 (1 = höchste Präferenz)**.

Die Felder der Lehrstühle, die Sie nicht berücksichtigen möchten, bleiben leer. Wenn Sie eine Direktabsprache mit einem Lehrstuhl haben, dann müssen Sie KEINE Präferenzen abgeben.

Beispiel

Prof. Büttgen (Unternehmensführung)	<input type="text" value="1"/>
Prof. Ebersberger (Innovationsmanagement)	<input type="text" value="2"/>
Prof. Hadwich (Dienstleistungsmanagement)	<input type="text" value="3"/>
Prof. Hüttl-Maack (Marketing & Konsumentenverhalten)	<input type="text"/>
Prof. Kuckertz (Entrepreneurship)	<input type="text"/>
Prof. Voeth (Marketing & Business Development)	<input type="text"/>
Prof. Gimpel (Digitales Management)	<input type="text"/>



Beteiligte Lehrstühle



Marketing & Business Development
Prof. Dr. Markus Voeth (570 A)

Ansprechpartner:
Yannick Urbitsch, M.Sc.
yannick.urbitsch@uni-hohenheim.de



Unternehmensführung
Prof. Dr. Marion Büttgen (570 B)

Ansprechpartnerin:
Julia Dicenta, M.Sc.
j.dicenta@uni-hohenheim.de



**Unternehmensgründungen und Unternehmertum
(Entrepreneurship)**
Prof. Dr. Andreas Kuckertz (570 C)

Ansprechpartner:
Sebastian Hinderer, M.Sc.
sebastian.hinderer@uni-hohenheim.de



Dienstleistungsmanagement
Prof. Dr. Karsten Hadwich (570 D)

Ansprechpartner:
Daniel Ruthardt, M.Sc.
daniel.ruthardt@uni-hohenheim.de



Marketing & Konsumentenverhalten
Prof. Dr. Verena Hüttl-Maack (570 E)

Ansprechpartnerin:
Melina Burkert, M.Sc.
melina.burkert@uni-hohenheim.de



Innovationsmanagement
Prof. Dr. Bernd Ebersberger (570 F)

Ansprechpartnerin:
Maike Becker, M.Sc.
maike.becker@uni-hohenheim.de



Digitales Management
Prof. Dr. Henner Gimpel (570 G)

Ansprechpartnerin:
Anne Christmann
anne.christmann@uni-hohenheim.de



Masterarbeiten am Lehrstuhl für Unternehmensführung

Vor der Lehrstuhlzuteilung	Vor der Anmeldung	Während der Bearbeitung
<ul style="list-style-type: none">▪ Forschungsschwerpunkte:<ul style="list-style-type: none">▪ Dienstleistungsmanagement▪ Organizational Behavior▪ Der Lehrstuhl bietet allgemeine Themenbereiche an → Infos in ILIAS▪ Eigene Vorschläge oder Praxisarbeiten können auch umgesetzt werden, solange die jeweiligen Themen in den Forschungsschwerpunkten des Lehrstuhls angesiedelt sind und eine wissenschaftliche Bearbeitung gewährleistet ist.▪ Direktabsprachen sind möglich → Dafür muss vor der Zuteilung ein Exposé* eingereicht werden (WiSe: Ende Juli).	<ul style="list-style-type: none">▪ Sie konkretisieren in Absprache mit Ihrem/r Betreuer/in die Fragestellung der Arbeit.▪ Bei eigenen Themenvorschlägen muss ein Exposé* eingereicht werden.▪ Zur Konkretisierung und Einarbeitung in den Themenbereich ist ein Zeitraum von vier Wochen vorgesehen.▪ Die Anmeldung der Arbeit beim Prüfungsamt erfolgt im Rahmen eines Anmeldegesprächs mit Frau Prof. Dr. Büttgen und Ihrem/r Betreuer/in. Hier werden auch das finale Thema und der Titel der Arbeit festgelegt. <p><small>*enthält: Problemstellung, Zielformulierung der Arbeit & die zentrale Untersuchungsfrage sowie die dazu verwendeten Quellen enthält (max. eine Seite).</small></p>	<ul style="list-style-type: none">▪ Bearbeitung Ihrer Fragestellung nach den Richtlinien wissenschaftlichen Arbeitens.▪ Leitfaden, Handreichung & Formatvorlage → ILIAS▪ Die Bearbeitungszeit beträgt i.d.R. vier Monate (alte PO – drei Monate).▪ Fragen, die während der Bearbeitung auftreten, klären Sie mit Ihrem/r Betreuer/in.▪ Weitere Informationen auf der Website: https://unternehmensfuehrung.uni-hohenheim.de/abschlussarbeiten und in ILIAS Magazin » Fakultät Wirtschafts- und Sozialwissenschaften » Institut für Marketing und Management (570) » BWL insb. Unternehmensführung (570B) » Abschlussarbeiten

Ihre Ansprechpartnerin für Abschlussarbeiten am Lehrstuhl: Julia Dicenta (julia.dicenta@uni-hohenheim.de)



Masterarbeiten am Lehrstuhl für Unternehmensführung

Mögliche Themenbereiche im WS 2022/23 (Auswahl – gesamte Liste der Themenbereiche in ILIAS verfügbar; Bearbeitung auf Deutsch und Englisch möglich):

Schwerpunkt Dienstleistungsmanagement

- The role of sustainability in services – a qualitative study
- Der VIP gefällt mir nicht - Einfluss der Sichtbarkeit von VIP-Dienstleistungen auf die Kundenzufriedenheit
- Collaborative Intelligence – What responsibility gaps emerge when employees and AI work together?

Schwerpunkt Leadership/Organizational Behavior

- Are companies and their CEOs using Twitter for greenwashing purposes? – An empirical analysis
- Von Teams zu Teaming – Eine systematische Analyse der Entwicklung des Verständnisses von Teamarbeit in der Forschung

Weitere Informationen in ILIAS:

Magazin » Fakultät Wirtschafts- und Sozialwissenschaften » Institut für Marketing und Management (570) » BWL insb. Unternehmensführung (570B) » Abschlussarbeiten



Beteiligte Lehrstühle



Marketing & Business Development
Prof. Dr. Markus Voeth (570 A)

Ansprechpartner:
Yannick Urbitsch, M.Sc.
yannick.urbitsch@uni-hohenheim.de



Unternehmensführung
Prof. Dr. Marion Büttgen (570 B)

Ansprechpartnerin:
Julia Dicenta M. Sc.
j.dicenta@uni-hohenheim.de



**Unternehmensgründungen und Unternehmertum
(Entrepreneurship)**
Prof. Dr. Andreas Kuckertz (570 C)

Ansprechpartner:
Sebastian Hinderer, M.Sc.
sebastian.hinderer@uni-hohenheim.de



Dienstleistungsmanagement
Prof. Dr. Karsten Hadwich (570 D)

Ansprechpartner:
Daniel Ruthardt, M.Sc.
daniel.ruthardt@uni-hohenheim.de



Marketing & Konsumentenverhalten
Prof. Dr. Verena Hüttl-Maack (570 E)

Ansprechpartnerin:
Melina Burkert, M.Sc.
melina.burkert@uni-hohenheim.de



Innovationsmanagement
Prof. Dr. Bernd Ebersberger (570 F)

Ansprechpartnerin:
Maike Becker, M.Sc.
maike.becker@uni-hohenheim.de

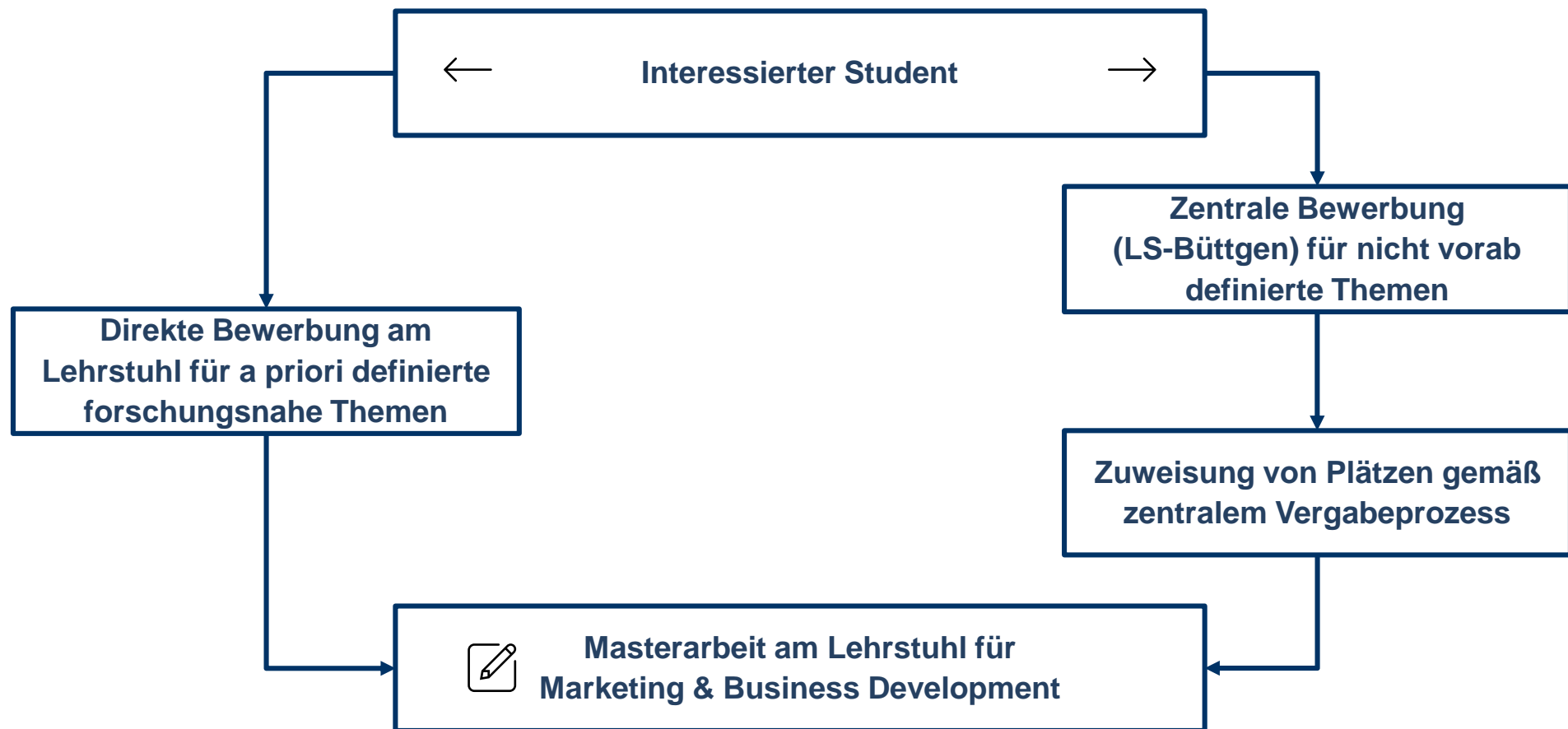


Digitales Management
Prof. Dr. Henner Gimpel (570 G)

Ansprechpartnerin:
Anne Christmann
anne.christmann@uni-hohenheim.de



Masterarbeiten am Lehrstuhl für Marketing & Business Development





Masterarbeiten am Lehrstuhl für Marketing & Business Development

Am Lehrstuhl für Marketing & Business Development sind Themen aus **allen** Bereichen des Marketing möglich. Vorzugsweise werden die Themen **empirisch** bearbeitet. Grundsätzlich vergeben wir jedoch auch literaturbasierte Arbeiten.

Beispiele für vergebene Themen am Lehrstuhl für Marketing & Business Development ...

... aus unseren Forschungsschwerpunkten/ -interessen rund um das Verhandlungsmanagement:

- Akzeptanz und Wirkung automatisierter Agenten für die Verhandlungsführung
- Verhandlungsethik in Einkaufsverhandlungen - Spielräume und Grenzen unethischen Verhaltens
- Planung von effektiven und effizienten Strategien im Konzessionsmanagement - eine empirische Analyse
- Verhandlungstaktiken gezielt einsetzen! - Eine literaturbasierte Analyse von Verhandlungstaktiken und deren situationsspezifischen Einsatz

... aus aktuellem Anlass zum Marketing & Business Development:

- Coca-Cola, Nike und Vodafone: Werbewirkung in Zeiten der COVID-19-Krise
- The New Normal – Die COVID-19-Krise als Auslöser für Geschäftsmodellinnovationen - eine empirische Analyse

... aus diversen Bereichen des Marketing & Business Development:

- Adoptionshemmnisse bei autonomer öffentlicher Personenbeförderung - eine Analyse am Beispiel von Robotaxis



Masterarbeiten am Lehrstuhl für Marketing & Business Development

... zusätzlich besteht an unserem Lehrstuhl auch die Möglichkeit einer praxisnahen Masterarbeit:

- In Kooperation mit einem Unternehmen, das idealerweise Mitglied des Fördervereins für Marketing & Business Development e.V. ist, wird eine Fragestellung zumeist empirisch bearbeitet.
- Dabei können auch eigene Vorschläge umgesetzt werden, solange die Themengebiete im Interessengebiet des Lehrstuhls für Marketing & Business Development liegen.
- Dazu muss vorab ein kurzes Exposé eingereicht werden, in dem die Problemstellung, die Ziele sowie das geplante Vorgehen erläutert werden (1 Din A4 Seite).



UNIVERSITÄT
HOHENHEIM

Masterarbeiten am Lehrstuhl für Marketing & Business Development

Themen zu forschungsnahen Arbeiten sowie Themen, die in der Vergangenheit an unserem Lehrstuhl vergeben wurden und die Sie gerne als Inspiration für Ihre Themenfindung nutzen können, finden Sie unter folgendem Link:



<https://mub.uni-hohenheim.de/abschlussarbeiten>



Masterarbeiten am Lehrstuhl für Marketing & Business Development

Die Betreuung erfolgt **individuell**, nach den Erfordernissen der jeweiligen Arbeit.

Folgender Grob Ablauf hat sich als zielführend erwiesen und wird daher von jedem Studenten (mit vorab und nicht vorab definiertem Thema) durchlaufen:





Beteiligte Lehrstühle



Marketing & Business Development
Prof. Dr. Markus Voeth (570 A)

Ansprechpartner:
Yannick Urbitsch, M.Sc.
yannick.urbitsch@uni-hohenheim.de



Unternehmensführung
Prof. Dr. Marion Büttgen (570 B)

Ansprechpartnerin:
Julia Dicenta M. Sc.
j.dicenta@uni-hohenheim.de



**Unternehmensgründungen und Unternehmertum
(Entrepreneurship)**
Prof. Dr. Andreas Kuckertz (570 C)

Ansprechpartner:
Sebastian Hinderer, M.Sc.
sebastian.hinderer@uni-hohenheim.de



Dienstleistungsmanagement
Prof. Dr. Karsten Hadwich (570 D)

Ansprechpartner:
Daniel Ruthardt, M.Sc.
daniel.ruthardt@uni-hohenheim.de



Marketing & Konsumentenverhalten
Prof. Dr. Verena Hüttl-Maack (570 E)

Ansprechpartnerin:
Melina Burkert, M.Sc.
melina.burkert@uni-hohenheim.de



Innovationsmanagement
Prof. Dr. Bernd Ebersberger (570 F)

Ansprechpartnerin:
Maike Becker, M.Sc.
maike.becker@uni-hohenheim.de



Digitales Management
Prof. Dr. Henner Gimpel (570 G)

Ansprechpartnerin:
Anne Christmann
anne.christmann@uni-hohenheim.de



Masterarbeiten am Lehrstuhl Unternehmensgründungen und Unternehmertum (Entrepreneurship)

Masterarbeit am Fg. Unternehmensgründungen & Unternehmertum (Entrepreneurship)

Lehrstuhlinterne
Zuteilung

Absolventen-
Kolloquium

Themenfindung und -
konkretisierung

Anmeldung (bis
spätestens 15.11.)

- **Themen** werden von den Studierenden **selbstständig** entwickelt, um eine bestmögliche Passung zu den individuellen Karrierezielen zu erreichen.
- Masterarbeiten am Fg. Unternehmensgründungen & Unternehmertum (Entrepreneurship) sind i.d.R. **empirisch** und folgen einer extrem **strukturierten** Vorgehensweise (SLR).
- Abschlussarbeiten in **Kooperation mit Unternehmen** sind im Einzelfall möglich. Diese werden aber direkt über den Lehrstuhl als Auftragsforschungsprojekte organisiert.



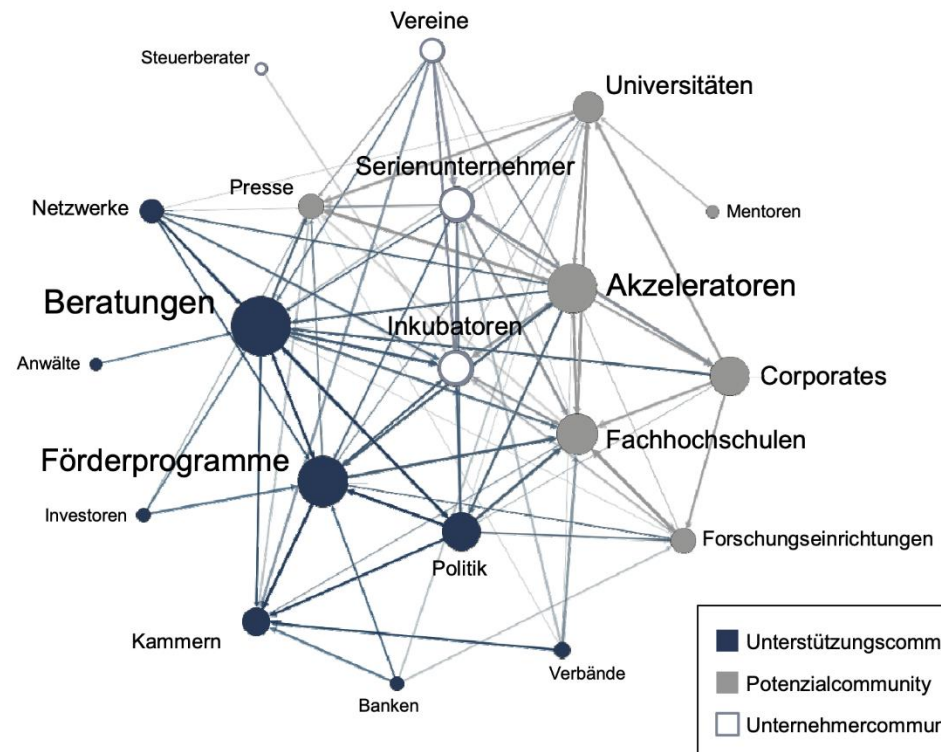
Masterarbeiten am Lehrstuhl Unternehmensgründungen und Unternehmertum (Entrepreneurship)



Das Startup Ökosystem Stuttgart

Netzwerk der Verbindungen zwischen den zentralen Akteuren des Ökosystems

Abbildung 1



Quelle: Universität Hohenheim, Fachgebiet Unternehmensgründungen und Unternehmertum
n = 494 Verbindungen zwischen 20 Institutionen des Stuttgarter Startup Ökosystems



Masterarbeiten am Lehrstuhl Unternehmensgründungen und Unternehmertum (Entrepreneurship)

 Springer Link

Published: 09 December 2019

Top athletes' psychological characteristics and their potential for entrepreneurship

Kathrin M. Steinbrink, Elisabeth S.C. Berger & Andreas Kuckertz 

International Entrepreneurship and Management Journal **16**, 859–878 (2020) | [Cite this article](#)

1606 Accesses | 13 Citations | 2 Altmetric | [Metrics](#)

Abstract

The role of personality traits as predictors of entrepreneurial intention and success has been widely researched. This article investigates the personality traits of top athletes practising low-risk- and high-risk-sports and, based on the person-job fit theory, compares them to the personality traits commonly associated with entrepreneurship. To achieve this aim, the big five personality traits and risk propensity of 49 non-athletes, 26 top athletes practising a low-



Photograph: Tom Jenkins/The Guardian



UNIVERSITÄT
HOHENHEIM

Masterarbeiten am Lehrstuhl Unternehmensgründungen und Unternehmertum (Entrepreneurship)




Journal of Business Venturing Insights

Volume 9, June 2018, Pages 17-23



I am what I am - How nascent entrepreneurs' social identity affects their entrepreneurial self-efficacy

Leif Brändle ^a, Elisabeth S.C. Berger ^a, Stephan Golla ^b, Andreas Kuckertz ^a  

Show more 



Masterarbeiten am Lehrstuhl Unternehmensgründungen und Unternehmertum (Entrepreneurship)

FAKE IT 'TILL YOU MAKE IT?

RollingStone Menu Read Next Tenacious D Deliver a Rollicking Tribute to the Who's 'Tommy' With New Medley

HOME > TV > TV REVIEWS FEBRUARY 25, 2022 10:00AM ET

'The Dropout' Shows How Theranos Founder Elizabeth Holmes' Blood Ran Cold

Hulu's series starring Amanda Seyfried follows the stunning downfall of the tech prodigy who duped investors, colleagues, and customers about her miracle medical device that never really worked

★★★★★

By ALAN SEPINWALL

FORTUNE
THIS CEO IS OUT FOR BLOOD
ELIZABETH HOLMES AND HER SECRETIVE COMPANY

THE END OF DRIVING
STOCK PICKS THE PROS OWN THEMSELVES
IS TONY FADELL THE NEXT STEVE JOBS OR THE NEXT LARRY PAGE?

NATIONAL BEST SELLER
BAD BLOOD
Secrets and Lies in a Silicon Valley Startup
John Carreyrou

<https://tkrule-numl.it/>



FROM THE DIRECTOR OF GOING CLEAR

VISIONARY. BILLIONAIRE. FRAUD?

THE INVENTOR
OUT FOR BLOOD IN SILICON VALLEY

<https://www.moviepilot.de/movies/the-inventor-out-for-blood-in-silicon-valley--2>

HBO #TheInventorHBO



Beteiligte Lehrstühle



Marketing & Business Development
Prof. Dr. Markus Voeth (570 A)

Ansprechpartner:
Michael Oryl, M.Sc.
michael.oryl@uni-hohenheim.de



Unternehmensführung
Prof. Dr. Marion Büttgen (570 B)

Ansprechpartnerin:
Marah Blaurock, M.A.
m.blaurock@uni-hohenheim.de



**Unternehmensgründungen und Unternehmertum
(Entrepreneurship)**
Prof. Dr. Andreas Kuckertz (570 C)

Ansprechpartner:
Sebastian Hinderer, M.Sc.
sebastian.hinderer@uni-hohenheim.de



Dienstleistungsmanagement
Prof. Dr. Karsten Hadwich (570 D)

Ansprechpartner:
Daniel Ruthardt, M.Sc.
daniel.ruthardt@uni-hohenheim.de



Marketing & Konsumentenverhalten
Prof. Dr. Verena Hüttl-Maack (570 E)

Ansprechpartnerin:
Tara Sedghi, M.Sc.
tara.sedghi@uni-hohenheim.de



Innovationsmanagement
Prof. Dr. Bernd Ebersberger (570 F)

Ansprechpartnerin:
Maike Becker, M.Sc.
maike.becker@uni-hohenheim.de



Digitales Management
Prof. Dr. Henner Gimpel (570 G)

Ansprechpartnerin:
Anne Christmann
anne.christmann@uni-hohenheim.de



Masterarbeiten am Lehrstuhl für Dienstleistungsmanagement

a

Empirisch fundierte Masterarbeit

Aufbereitung der wissenschaftlichen Literatur sowie Durchführung einer empirischen Untersuchung

b

Empirisch fundierte Masterarbeit im Unternehmenskontext*

* max. 3 pro Semester

Unternehmensbezogene Masterarbeiten zur Klärung spezieller praxisbezogener Fragestellungen eines selbst gewählten Kooperationspartners

Themen- bzw. Forschungsgebiete:

- Customer Development im Dienstleistungsmanagement
- Service Brand Development
- Service Business Development
- Service Organisation Development



Masterarbeiten am Lehrstuhl für Dienstleistungsmanagement

Zentrales Bewerbungsverfahren

Lehrstuhl-
kontext

Bewerbung

Ansprechpartner:
Lehrstuhl
Prof. Büttgen

bis 15. Feb./15. Juli

Exposé

- Forschungslücke
+ Relevanz
- Untersuchungsdesign
(+ Modell)
- Freigabe Prof. Hadwich

4 Wochen

Gliederung +
Anmeldung

- Verfassen der Gliederung
- Anmeldung der
Abschlussarbeit

1 Woche; spätestens 31. Mai/31. Dez.

Bearbeitung

- Entwicklung von
Erhebungsinstrumenten
- Start der Datenerhebung
- Anfertigung der
Masterarbeit

16 Wochen

Unternehmens-
kontext

Exposé

- Forschungslücke
+ Relevanz
- Untersuchungsdesign
(+ Modell)
- Freigabe Prof. Hadwich

bis 15. Jan./15. Juni

Bewerbung

Ansprechpartner:
Lehrstuhl
Prof. Büttgen

bis 15. Feb./15. Juli

Gliederung +
Untersuchungsdesign

- Verfassen der Gliederung
- Anmeldung der
Abschlussarbeit

1 Woche

Bearbeitung

- Entwicklung von
Erhebungsinstrumenten
- Start der Datenerhebung
- Anfertigung der
Masterarbeit

16 Wochen

Bitte denken Sie bei einer
Bearbeitung im
Unternehmenskontext an eine
rechtzeitige Kontaktaufnahme
mit unserem Lehrstuhl vor dem
Bewerbungsverfahren!



Beteiligte Lehrstühle



Marketing & Business Development
Prof. Dr. Markus Voeth (570 A)

Ansprechpartner:
Michael Oryl, M.Sc.
michael.oryl@uni-hohenheim.de



Unternehmensführung
Prof. Dr. Marion Büttgen (570 B)

Ansprechpartnerin:
Marah Blaurock, M.A.
m.blaurock@uni-hohenheim.de



**Unternehmensgründungen und Unternehmertum
(Entrepreneurship)**
Prof. Dr. Andreas Kuckertz (570 C)

Ansprechpartner:
Sebastian Hinderer, M.Sc.
sebastian.hinderer@uni-hohenheim.de



Dienstleistungsmanagement
Prof. Dr. Karsten Hadwich (570 D)

Ansprechpartner:
Daniel Ruthardt, M.Sc.
daniel.ruthardt@uni-hohenheim.de



Marketing & Konsumentenverhalten
Prof. Dr. Verena Hüttl-Maack (570 E)

Ansprechpartnerin:
Melina Burkert, M.A.
melina.burkert@uni-hohenheim.de



Innovationsmanagement
Prof. Dr. Bernd Ebersberger (570 F)

Ansprechpartnerin:
Maike Becker, M.Sc.
maike.becker@uni-hohenheim.de



Digitales Management
Prof. Dr. Henner Gimpel (570 G)

Ansprechpartnerin:
Anne Christmann
anne.christmann@uni-hohenheim.de



Masterarbeiten am Lehrstuhl für Marketing & Konsumentenverhalten

Wissenschaftliche Bearbeitung einer spezifischen Fragestellungen aus dem Bereich Marketing/
Konsumentenverhalten mit theoretischem und empirischem Teil

Gliederung und Aufbau der Arbeit:

Zielsetzung

Theoretische Überlegungen

Stand der empirischen Forschung

Empirische Studie

Fazit

Es werden ausschließlich (quantitativ) empirische Abschlussarbeiten betreut!

- **Erfahrungen** im empirischen Arbeiten sowie **SPSS-Kenntnisse** sollten vorhanden sein.
- Einführung in das empirische Arbeiten sowie ein SPSS-Kurs werden zu Beginn jedes Semesters angeboten.



Masterarbeiten am Lehrstuhl für Marketing & Konsumentenverhalten

Beispiele für aktuell angebotene Themenbereiche

- Neugierde und Mystery Deals
- Multilinguale Produktkommunikation
- Anthropomorphismus, z.B. im Kontext von Chatbots, Smart Products, ...
- Nachhaltigkeitswahrnehmung von Marken
- Wirkung von Produzenteninformationen auf Produktverpackungen

→ Sie finden auf unserer Homepage eine Liste mit aktuell betreuten Themenbereichen sowie eine kurze Vorstellung unserer Forschungsschwerpunkte

Ablauf nach Zuteilung zu unserem Lehrstuhl

- 1) Kick-Off Veranstaltung: Informationen zum Ablauf
- 2) Vorstellung der Themenbereiche durch die/den jeweilige/n Betreuer/in
- 3) Präferenzabgabe und Zuteilung zu einem/r Betreuer/in
- 4) Erarbeitung der spezifischen Fragestellung in Absprache mit dem/r Betreuer/in
- 5) Begleitende Veranstaltungen: Einführung in das empirische Arbeiten und SPSS-Kurs
- 6) Anmeldung beim Prüfungsamt: bis spätestens 15. Juni bzw. 15. Januar



Beteiligte Lehrstühle



Marketing & Business Development
Prof. Dr. Markus Voeth (570 A)

Ansprechpartner:
Yannick Urbitsch, M.Sc.
yannick.urbitsch@uni-hohenheim.de



Unternehmensführung
Prof. Dr. Marion Büttgen (570 B)

Ansprechpartnerin:
Julia Dicenta M. Sc.
j.dicenta@uni-hohenheim.de



**Unternehmensgründungen und Unternehmertum
(Entrepreneurship)**
Prof. Dr. Andreas Kuckertz (570 C)

Ansprechpartner:
Sebastian Hinderer, M.Sc.
sebastian.hinderer@uni-hohenheim.de



Dienstleistungsmanagement
Prof. Dr. Karsten Hadwich (570 D)

Ansprechpartner:
Daniel Ruthardt, M.Sc.
daniel.ruthardt@uni-hohenheim.de



Marketing & Konsumentenverhalten
Prof. Dr. Verena Hüttl-Maack (570 E)

Ansprechpartnerin:
Melina Burkert, M.Sc.
melina.burkert@uni-hohenheim.de



Innovationsmanagement
Prof. Dr. Bernd Ebersberger (570 F)

Ansprechpartnerin:
Maike Becker, M.Sc.
maike.becker@uni-hohenheim.de

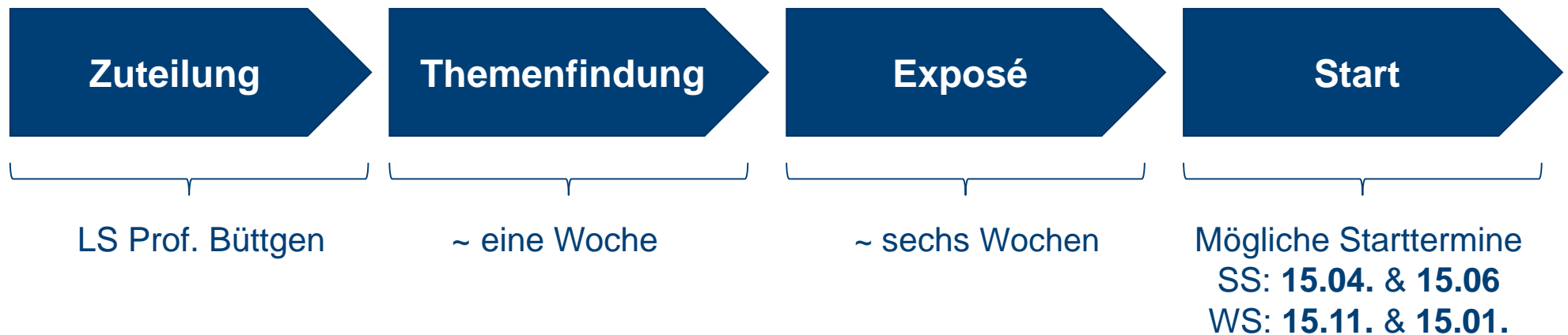


Digitales Management
Prof. Dr. Henner Gimpel (570 G)

Ansprechpartnerin:
Anne Christmann
anne.christmann@uni-hohenheim.de



Masterarbeiten am Lehrstuhl für Innovationsmanagement



Was Sie erwarten können

- Unterstützung von Forschungsinteressen im Bereich **Innovationsmanagement**
- Beratung in regelmäßigen Treffen
- Transparenz in unseren Anforderungen
- Gute & rechtzeitige Kommunikation

Was wir erwarten

- Einhalten von internationalen akademischen Standards
- Gute Vorbereitung (s. [ilias](#) & [website](#))
- Eigenverantwortliches Arbeiten
- Gute & rechtzeitige Kommunikation



Masterarbeiten am Lehrstuhl für Innovationsmanagement

Prozess:

- Nachdem Sie unserem LS zugeteilt wurden, erhalten Sie wenig später eine E-mail von uns, in der wir Ihnen mitteilen, wer Ihre Arbeit betreut.
- Bitte schicken Sie Ihrem Betreuer / Ihrer Betreuerin ca. 6 Wochen vor Ihrem geplanten Starttermin eine E-mail, um ein erstes Treffen zu vereinbaren.
- Bitte lesen Sie unsere Guideline für Masterarbeiten sorgfältig durch.
- Bei Fragen stehe ich Ihnen gerne jederzeit per Mail zur Verfügung:

maike.becker@uni-hohenheim.de



Masterarbeiten am Lehrstuhl für Innovationsmanagement

Methodische Anforderungen:

- Masterarbeiten müssen auf Englisch verfasst.
- Wir haben eine Präferenz für empirisches Arbeiten.
- Sie sollten deshalb in der Lage sein,
 - Daten selbständig zu finden (Sekundärdaten),
 - Daten aufzubereiten,
 - Analysen mit einem Statistikprogramm Ihrer Wahl / MAXQDA ausführen zu können.
- Alternativ sind auch strukturierte Literaturanalysen möglich.



Masterarbeiten am Lehrstuhl für Innovationsmanagement

Themen aus vergangenen Semestern:

- Does international co-invention increase the catch-up probability?
- The influence of cultural distance in innovation management.
- Relationship between gender of TMT and innovation performance.
- Determinants of sustainable innovation.

Bitte beachten Sie:

Wir erwarten, dass Sie ein eigenes Forschungsthema vorschlagen!



Beteiligte Lehrstühle



Marketing & Business Development
Prof. Dr. Markus Voeth (570 A)

Ansprechpartner:
Yannick Urbitsch, M.Sc.
yannick.urbitsch@uni-hohenheim.de



Unternehmensführung
Prof. Dr. Marion Büttgen (570 B)

Ansprechpartnerin:
Julia Dicenta M. Sc.
j.dicenta@uni-hohenheim.de



**Unternehmensgründungen und Unternehmertum
(Entrepreneurship)**
Prof. Dr. Andreas Kuckertz (570 C)

Ansprechpartner:
Sebastian Hinderer, M.Sc.
sebastian.hinderer@uni-hohenheim.de



Dienstleistungsmanagement
Prof. Dr. Karsten Hadwich (570 D)

Ansprechpartner:
Daniel Ruthardt, M.Sc.
daniel.ruthardt@uni-hohenheim.de



Marketing & Konsumentenverhalten
Prof. Dr. Verena Hüttl-Maack (570 E)

Ansprechpartnerin:
Melina Burkert, M.Sc.
melina.burkert@uni-hohenheim.de



Innovationsmanagement
Prof. Dr. Bernd Ebersberger (570 F)

Ansprechpartnerin:
Maike Becker, M.Sc.
maike.becker@uni-hohenheim.de



Digitales Management
Prof. Dr. Henner Gimpel (570 G)

Ansprechpartnerin:
Anne Christmann
anne.christmann@uni-hohenheim.de



Masterarbeiten am Lehrstuhl für Digitales Management



Unser Ziel ist, mit verhaltens- und gestaltungsorientierten Methoden Wissen zu schaffen und Wissen zu vermitteln, um damit einen Beitrag zu leisten, das transformative Potential der Digitalisierung für Individuen, Teams, Unternehmen und Gesellschaft zu heben.



Themenbereiche und ausgewählte Themen

Intelligenz in vielen Formen

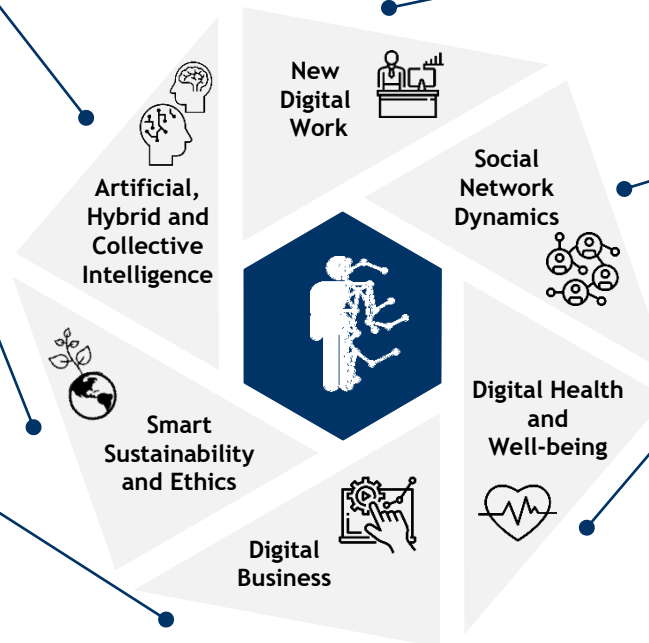
- KI-gestützte, kollektive Entscheidungen
- Mensch-KI-Interaktion und Explainable AI
- Anthropomorphe Systeme
- Kausalität und KI
- Ethik im Umgang mit KI
- Machine-Learning und Data Science

Nachhaltigkeit durch Digitalisierung

- Smarte, nachhaltige Städte und Quartiere
- Smart Farming
- Digitalisierung in der Bioökonomie
- Nachhaltige und ethische Informationssysteme
- Nachhaltige Innovationen in Unternehmen
- Nachhaltige Geschäftsmodelle

Digitale Geschäftsmodelle & -strukturen

- Kundenzentrierung
- Digitale Innovation und Services
- Datenschutz und -souveränität
- Management von Unternehmens- und Kundendaten
- Digitale Transformation von Unternehmen, Arbeitssystemen und Ökosystemen



Digitalisierung der Arbeitswelt

- Digitaler Arbeitsplatz, New Work
- Homeoffice und mobile Arbeit
- Akzeptanz und Nutzung von IT
- Digital Leadership und Empowerment
- Change Management

Kommunikation & Kollaboration in Netzwerken

- Social Media Analytics und Echokammern
- Fake News und Desinformation
- Crowdsourcing und Crowdsolving
- Digitale Kommunikation und Kollaboration innerhalb von Unternehmen
- Psychological Well-being in Social Media

Digitale Gesundheit & gesunde Digitalisierung

- Gesunder Umgang mit digitalen Technologien
- Digitaler Stress und Dark Side of IT
- Eustress und Flow bei digitaler Arbeit
- Positive Verhaltensanpassungen durch Gamification, Nudging und Self-tracking
- Digital Health Services, Systems und Innovation
- Krankenhausdigitalisierung & Qualität der Gesundheitsversorgung



Masterarbeiten am Lehrstuhl für Digitales Management

Jetzt noch für eine
Direktabsprache bewerben!

Dein Weg bei uns

Bewerbung & Zuteilung

- Du hast Interesse an quantitativ empirischen Studien oder gestaltungsorientierten Ansätzen
- Bewirb dich über die zentrale Zuteilung
- Bekomme themenspezifische Unterstützung von uns

Direktabsprache*

- **Noch bis 23. Juni** kannst du dich über unsere Website für eine Direktabsprache bei uns bewerben
- Hierfür fragen wir nach deiner Motivation und Vorerfahrung

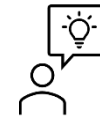
Konkretisierung

- Besprich dein Thema mit unserem Team
- Arbeite dich in das Thema ein
- Erstelle eine Gliederung und ein Exposé
- Melde deine Arbeit beim Prüfungsamt an



Deine Möglichkeiten bei uns

Themenwahl



Für die Themenwahl stellen wir auf unserer Website [OnePager](#) zur Verfügung, auf die du dich für die Direktabsprache oder nach Zuteilung bewerben kannst.

Exposé



Starte zielorientiert mit uns durch! Halte die Key-Facts deiner Masterarbeit in einem OnePager fest. Die **Anmeldung der Arbeit** kann zwischen **August 2022 und Januar 2023** erfolgen.

Bearbeitung



Du bearbeitest dein Thema **3 bzw. 4 Monate** auf **deutsch oder englisch**. Bei Fragen kannst du jederzeit mit uns sprechen. Nach der Abgabe erhältst du gerne auch Feedback.



Deine Ansprechpartnerin: Anne Christmann (digital@uni-hohenheim.de)

Website des Lehrstuhls für Lehre-Themen: <https://digital.uni-hohenheim.de/lehre>

From dirt to soil: How digital technologies help to regenerate agriculture

Motivation

- Farming productivity has decreased 21% since the 1960s due to climate change. Farmland impacts **biodiversity** and the earth's ability to **absorb carbon dioxide** which is why it must become **smarter**, to produce enough food for our planet's population, and **more resilient**, to support the restoration of our eco-system.
- Regenerative agriculture addresses those issues by **reversing the loss of soil health, restoring land**, and bringing agriculture and food back to life. Specific farming methods include no till, complex cover crops, prairie strips, perennial crops, animal integration, and crop diversification.
- **Digital technologies** (such as satellite imaging, computer-aided field scouting, or AI for predicting pests) have an important role to play in enabling regenerative agriculture and expanding as well as accelerating this farming method



Potential Research Questions

- Which digital technologies have the potential to facilitate regenerative agriculture?
- What functionalities should those digital technologies provide?
- What are opportunities and barriers to the use of digital technologies for regenerative farmers?

Contact Person



Anne Christmann

Exemplary Methods

- Structured literature research e.g., on existing technologies used in regenerative agriculture
- Interviews e.g., with experts or regenerative farmers
- Surveys e.g., from the point of view of regenerative farmers regarding desired functionalities of digital technologies

Literature

- Regenerative agriculture for food and climate: [Lal \(2020\)](#)
- How technology can help restore food and agriculture production: [Pluim \(2021\)](#)
- AI enabling regenerative agriculture: [Hummingbird Technologies](#)

Investigating the Role of Social Media in Grief Processes

Motivation

- Grief is a very sensitive and always timely topic. After all, almost everyone is confronted with grief one or more times during their lives.
- Due to the high level of integration of social media in our everyday lives, grief is also playing an increasingly important role here.
- Many people use social media platforms such as Facebook, Twitter, or Instagram and share personal information from their lives there, including strokes of fate and grief.
- However, there has been little research on social media grief or online grieving processes, especially in the research discipline of information systems (IS).
- A more accurate understanding of how people deal with grief on social media is important to help mourners, as well as people facing that grief online, deal with grief in the best way possible.



Source: Adobe Stock

Research Question

Which role does social media play in how people cope with grief and how open are they to social media support in coping with grief?

Contact



Lukas Bonenberger

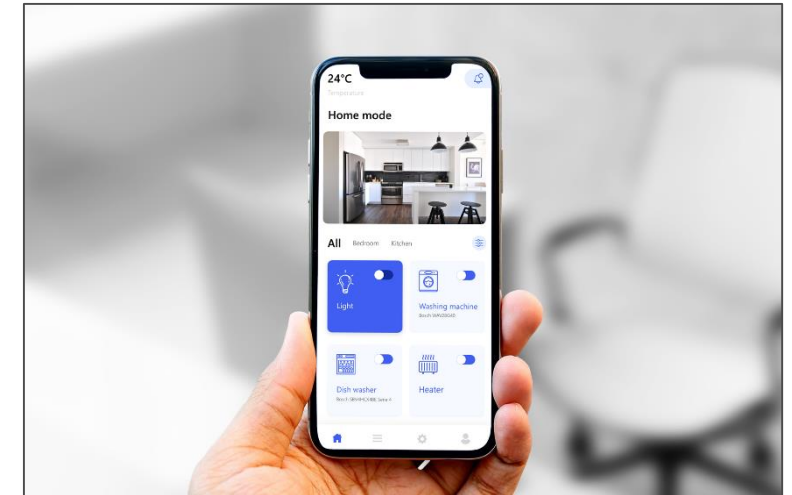
Approach / Literature

- *Qualitative analysis of an existing data set plus structured literature review and/or complementary data collection, if necessary.*
- Graf-Drasch et al. (2022). The influence of social norms on expressing sympathy in social media. *Working Paper*
- Blaß et al. (2022). Grief in the Digital Age : Review, Synthesis and Directions for Future Research. *Presented at: 17. Internationale Tagung Wirtschaftsinformatik, Nürnberg, 2022*
- Braun and Clarke (2006): Using thematic analysis in psychology. *In: Qualitative Research in Psychology 3 (2), S. 77-101*
- Nowell et al. (2017): Thematic analysis: striving to meet the trustworthiness criteria. *In: International Journal of Qualitative Methods 16 (1)*

Digital nudging and gamification to promote energy-efficient behavior among consumers

Motivation

- Environmental degradation and climate change have become two of the greatest challenges of our time. Digital technologies, due to their influence and ubiquity in all aspects of our lives, are seen as an important weapon to address these challenges.
- Energy consumption at home plays a major role in this. Digital technologies already exist that reduce energy consumption or enable the use of renewable energy. However, the existence of these technologies is not enough to positively influence energy consumption at home; the consumer's usage behavior plays an equally important role.
- For the consumer side, it is difficult to understand and assess the impact of their usage behavior on energy consumption.
- Digital technologies can help to promote energy-efficient behavior by consciously or unconsciously influencing customers through incentive mechanisms such as digital nudging or gamification elements.



Quelle: Berger, M., Greinacher, E., and Wolf, L. (2022) "Digital Nudging to Promote Energy Conservation Behavior -Framing and Default Rules in a Smart Home App"

Research Question

(How) can digital nudging or gamification elements help consumers behave more energy efficiently?

Contact Person



Elias Greinacher



Michelle Berger

Approach / Literature

- Literature review of existing nudging or gamification studies to influence consumers to adopt energy efficient usage behaviors, sample introductory literature:
 - Lehner, M., Mont, O., Heiskanen, E. (2016) "Nudging - A Promising Tool for Sustainable Consumption Behaviour?"
 - Guillen, G., Hamari, J., Quist, J. (2021) „Gamification of Sustainable Consumption: A Systematic Literature Review“
- Design/implement nudging or gamification elements using an online experiment or survey, sample literature:
 - Berger, M., Greinacher, E., and Wolf, L. (2022) "Digital Nudging to Promote Energy Conservation Behavior -Framing and Default Rules in a Smart Home App"
 - Berger, M. and Jung, C. (2021) „Gamification in Nutrition Apps : Users' Gamification Element Preferences : A Best-Worst-Scaling Approach"



UNIVERSITÄT
HOHENHEIM

■ Ansprechpartnerin zur Vergabe der Master-Thesis



Julia Dicenta

Lehrstuhl für Unternehmensführung (570B)

Tel.: 0711 / 459-23745

E-Mail: j.dicenta@uni-hohenheim.de

Präsentation auf ILIAS:

Magazin » Fakultät Wirtschafts- und Sozialwissenschaften » Institut für Marketing und Management (570) » Master-Thesis im Schwerpunkt Marketing und Management »

Und: <https://unternehmensfuehrung.uni-hohenheim.de>

