

Betriebswirtschaftliches Institut der Universität Stuttgart

Abteilung VI

Lehrstuhl für Allgemeine Betriebswirtschaftslehre und Marketing

Prof. Dr. Christina Kühnl

Keplerstraße 17, 70174 Stuttgart

Praxisorientierte Themen für Bachelorarbeiten im Sommersemester 2023

Beachten Sie bitte, dass die Themen auf Deutsch ausgeschrieben sind, aber die Arbeiten auf Deutsch oder Englisch geschrieben werden können.

Bei Fragen wenden Sie sich bitte an Leon Lehnert: leon.lehnert@bwi.uni-stuttgart.de; Telefon: +49 711 685-82951

BA01. Benchmarking von Kommunikationsmaßnahmen im Wassersportsegment

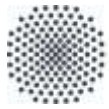
Ziel: Das Ziel dieser Bachelorarbeit ist die Entwicklung einer passenden Kommunikationsstrategie für ein innovatives Tragflügelbootkonzept, das in 2023 auf den Markt gebracht werden soll. Dazu soll ein praxisnahes Benchmarking von Kommunikationsmaßnahmen im Wassersportsegment durchgeführt werden.

Inhalt: In Zusammenarbeit mit dem Lehrstuhl für Marketing und dem Institut für Flugzeugbau der Universität Stuttgart, sollen die Kommunikationskonzepte anderer innovativer Anbieter im Wassersport identifiziert, analysiert und bewertet werden. Dabei sollen Best-Practice-Beispiele aus der Praxis ermittelt werden, um eine gute Ausgangssituation für den Markteinstieg des Bootes zu schaffen.

Methode: Aufbauend auf bereits durchgeführten Analysen sollen relevante Kommunikationsmaßnahmen anderer Anbieter im Wassersportsegment erfasst und bewertet werden. Die Ergebnisse werden anschließend genutzt, um eine passende Kommunikationsstrategie für das innovative Bootkonzept zu entwickeln.

Die Betreuung der Arbeit wird einerseits durch den Lehrstuhl für Marketing (Theorie und Anwendung der Analyse), andererseits durch das Institut für Flugzeugbau am Standort Stuttgart-Vaihingen (Umsetzung und technischer Hintergrund des Projekts) gewährleistet.

Die Abschlussarbeit bietet eine hervorragende Möglichkeit, theoretisches Wissen in der Praxis anzuwenden und wertvolle Erfahrungen in der Entwicklung von Marketingkonzepten zu sammeln.



Voraussetzung: Motivation und Spaß am Projekt; die Aufgabe lässt sich an die Fähigkeiten der Kandidatin/des Kandidaten anpassen!

Wenden Sie sich bei konkreten Fragen zum Projekt gerne an Hr. Dr. Peter Schnauffer (**Mobil:** 0163 76 40 826, **Mail:** schnauffer@IFB.Uni-Stuttgart.de)

Literatur zum Einstieg:

- Bagchi, P. K. (1996). Role of benchmarking as a competitive strategy: the logistics experience. *International Journal of Physical Distribution & Logistics Management*, 16(2), 4-22.
- Floreddu, P. B., Cabiddu, F. (2016). Social Media communication strategies. *Journal of Services Marketing*, 30(5), 490-503.
- Mohr, J., Nevin, J. R. (1990). Communication Strategies in Marketing Channels. A Theoretical Perspective. *Journal of Marketing*, 54(4), 36-51.
- Porter, M. E. (1997). Competitive Strategy. *Measuring Business Excellence*, 1(2), 12.17.