

Abschlussarbeiten am Fachgebiet „Marketing und Management Nachwachsender Rohstoffe“ am Wissenschaftszentrum Straubing

Prof. Dr. Klaus Menrad

Marktforschung und Marketing in der Agrar- und Ernährungswirtschaft

<ul style="list-style-type: none"> • Interesse von Verbrauchern an online-Rezept Lieferdiensten bei Lebensmitteln (z. B. HelloFresh, Kochzauber)
<ul style="list-style-type: none"> • Scheitern von Produktneueinführungen in der Lebensmittelindustrie
<ul style="list-style-type: none"> • Welche Faktoren beeinflussen den Erfolg von Unternehmen der Lebensmittelindustrie bei Produktinnovationen?
<ul style="list-style-type: none"> • Zielgruppen für innovative Produkte der Lebensmittelindustrie
<ul style="list-style-type: none"> • Strukturen und Tendenzen in der Nahrungsmittelerzeugung und –verarbeitung in China
<ul style="list-style-type: none"> • Strukturen und Tendenzen in der Nahrungsmittelerzeugung und –verarbeitung in Indien
<ul style="list-style-type: none"> • Nahrungsmittelerzeugung und –verarbeitung in einem Land in SO-Asien (z. B. Vietnam, Indonesien, Malaysia, Philippinen)
<ul style="list-style-type: none"> • Wahrnehmung von „Health Claims“ bei Verbrauchern
<ul style="list-style-type: none"> • Kenntnis und Verständnis von „Health Claims“ bei Verbrauchern
<ul style="list-style-type: none"> • Die Grünlandnutzung in Deutschland im Wandel der Zeit (Florian Botzler)
<ul style="list-style-type: none"> • Verpackungstrends am Lebensmittelmarkt (Agnes Klein)
<ul style="list-style-type: none"> • Zielgruppenanalyse von Käufern von „frei von Lebensmitteln“ (z.B. glutenfrei, lactosefrei, frei von Zusatzstoffen) (Agnes Klein)
<ul style="list-style-type: none"> • Der Markt für alte Getreidesorten (z.B. Quinoa, Amaranth, Teff, Freekeh) (Agnes Klein)
<ul style="list-style-type: none"> • Zutatenliste und Nährwertkennzeichnung – Wissen und Verständnis von Verbrauchern (Agnes Klein)
<ul style="list-style-type: none"> • Einkaufs- und Vorratsverhalten von Verbrauchern in verschiedenen Lebensphasen (z.B. Singles, junge Familien, alte) (Agnes Klein)
<ul style="list-style-type: none"> • Lebensmittelabfälle im privaten Haushalt – Status Quo und Maßnahmen zur Reduktion (Agnes Klein)
<ul style="list-style-type: none"> • Regionale Lebensmittel – Verständnis der Verbraucher (Agnes Klein)
<ul style="list-style-type: none"> • Zielgruppenanalyse „Flexitarier“ (Agnes Klein)
<ul style="list-style-type: none"> • Veggie-Label – Status Quo in verschiedenen Ländern in der EU und Potential für Deutschland (Agnes Klein)
<ul style="list-style-type: none"> • Die Moralisierung von Lebensmittelmärkten (Agnes Klein)
<ul style="list-style-type: none"> • Das Image der Lebensmittelindustrie in Deutschland (Agnes Klein)
<ul style="list-style-type: none"> • Wer kauft direkt beim Bauern? – Zielgruppenanalyse (Agnes Klein)
<ul style="list-style-type: none"> • Der Markt für Nahrungsergänzungsmittel in der EU (Agnes Klein)
<ul style="list-style-type: none"> • Soja aus Deutschland – Marktpotential und Akzeptanz des Anbaus unter Landwirten (Agnes Klein)
<ul style="list-style-type: none"> • Verbraucherinteresse an Online-Shopping bei Lebensmitteln (Paul Lampert)
<ul style="list-style-type: none"> • Ökologische Bewertung der Distribution von Lebensmittel aus dem Online-Versand (Paul Lampert)

<ul style="list-style-type: none"> • Zahlungsbereitschaft für frische Lebensmittel aus dem Online-Versand (Paul Lampert)
<ul style="list-style-type: none"> • Vergleich von objektiven und empfundenen Teuerungsraten für Lebensmittel in Deutschland (Andreas Lemmerer)
<ul style="list-style-type: none"> • Verschmutzer oder Schützer: Die Wahrnehmung der Landwirtschaft durch die Bevölkerung nach der Diskussion über Glyphosate und Bienensterben (in Österreich) (Andreas Lemmerer)
<ul style="list-style-type: none"> • Steigerung der Akzeptanz von großen Agrarunternehmen ("Massentierhaltung", "Agrarindustrie vs. Bauernhöfe") (Dmytro Romets)

Marktforschung und Marketing im Gartenbau

<ul style="list-style-type: none"> • Verbrauchereinschätzungen zu „krummem“ Obst und Gemüse
<ul style="list-style-type: none"> • Wie spricht man potenzielle Gartenbau-Studenten an, um sie für ein Gartenbaustudium zu interessieren?
<ul style="list-style-type: none"> • Welche Vorstellungen haben Schüler vom Gartenbau bzw. einem Gartenbaustudium?
<ul style="list-style-type: none"> • Untersuchung des Entscheidungsverhaltens von Schülern bei der Wahl eines Studiums (wann, nach welchen Kriterien erfolgt Studienwahl etc.)
<ul style="list-style-type: none"> • Gartentypen: Charakterisierung verschiedener Typen von Gärten und deren Besitzer
<ul style="list-style-type: none"> • Der Wert von Gärten (Agnes Klein)
<ul style="list-style-type: none"> • Urban-Farming – Wer ist aktiv? Was wird gemacht? (Agnes Klein)
<ul style="list-style-type: none"> • Quantifizierung des Marktes für professionelle Innenraumbegrünung in Deutschland (B2B) (Paul Lampert)
<ul style="list-style-type: none"> • FairTrade Jungpflanzen - Markt und Akzeptanz bei den Produzenten (Paul Lampert)
<ul style="list-style-type: none"> • Zahlungsbereitschaft von FairTrade Beet- und Balkonpflanzen (Paul Lampert)
<ul style="list-style-type: none"> • Ausgestaltung von Marketing-Maßnahmen für einzelne Clubsorten bei Äpfeln – eine State-of-the-Art Analyse (Andreas Gabriel)
<ul style="list-style-type: none"> • Bekanntheit von Clubsorten beim Verbraucher und deren Kaufverhalten (Andreas Gabriel)
<ul style="list-style-type: none"> • Möglichkeiten der Übertragung von "Clubsorten" auf andere gartenbauliche Produkte (Obst, Gemüse) (Andreas Gabriel)
<ul style="list-style-type: none"> • Chancen und Probleme beim Direktabsatz unterschiedlicher gartenbaulicher Produkte (Zierpflanzen, Gemüse, Obst etc.) (Andreas Gabriel)
<ul style="list-style-type: none"> • Charakterisierung von Kunden für Floristik/Schnittblumen (z. B. Lifestyle-orientierte Charakterisierung) (Andreas Gabriel)
<ul style="list-style-type: none"> • Einstellung und Bedeutung von Innenraumbegrünungen bei Unternehmenskunden (und deren Entscheidungspersonen) (Andreas Gabriel)
<ul style="list-style-type: none"> • Entwicklung auf dem Markt für Zierpflanzen in Deutschland und Niederlande der letzten 30 Jahre – ein Überblick (Andreas Gabriel)
<ul style="list-style-type: none"> • Erfolgsfaktoren für die Nutzung von Innovationen bei der Produktion und dem Handel mit Gartenbauprodukten (Andreas Gabriel)
<ul style="list-style-type: none"> • Faire Rosen im LEH: Konzepte, Akteure, Verbreitung (Andreas Gabriel)
<ul style="list-style-type: none"> • Gartenbau in Osteuropa (neue Mitgliedsländer EU, Rumänien/Bulgarien, GUS-Staaten etc.) (Andreas Gabriel)
<ul style="list-style-type: none"> • Kollektivmarke "Bayerische Gurke - knackiger Genuss". Analyse der Markeneinführung (Andreas Gabriel)
<ul style="list-style-type: none"> • Multi-Kulturelle und soziale Unterschiede beim Kauf (bzw. bei der Verwendung) von Pflanzen und

Gartenbauprodukten und sich daraus ergebende Handlungsempfehlungen für eine angepasste Marketingstrategie (Methode: z. B. Gruppendiskussion oder mündliches Interview) (Andreas Gabriel)
<ul style="list-style-type: none"> Lebenszyklusanalysen für Produkte des Gartenbaus (v. a. Zierpflanzen, Obst, Gemüse): Methodik, Beispielanalysen, Daten (Andreas Gabriel)
<ul style="list-style-type: none"> Marketing-Konzepte für Jungpflanzen produzierende Betriebe – Überblick und Potentiale (Andreas Gabriel)
<ul style="list-style-type: none"> Marktanalyse für Nicht-Pflanzen-Segmente des Gartenmarktes in Deutschland (z. B. Saatgut, Pflanzenbehandlungsmittel, Substrate und Erden, Maschinen, Möbel und Einrichtungsgegenstände, "Saisonmärkte") (Andreas Gabriel)
<ul style="list-style-type: none"> Marktpotenzial für LED-Belichtung im Gartenbau in Deutschland – Befragung von Produzenten im Unterglasanbau (Andreas Gabriel)
<ul style="list-style-type: none"> Profilierungsmöglichkeiten mittelständischer Endverkaufsbetriebe gegenüber Filialisten im grünen Markt (Andreas Gabriel)
<ul style="list-style-type: none"> Qualitätserhaltung und –verbesserung durch Überprüfen des Nachernteverhaltens (Lagerung, Logistik, Verpackung, Stresstoleranz) unter stockendem Abverkauf in der Einkaufsstätte (z.B. bei Zierpflanzen) (Andreas Gabriel)
<ul style="list-style-type: none"> Situation und Perspektiven des ökologischen Gartenbaus in Deutschland (Andreas Gabriel)
<ul style="list-style-type: none"> Sonderaktionen in der Preispolitik für Gartenbauprodukte: Sonderangebote und Reaktionen der Konkurrenz (Andreas Gabriel)
<ul style="list-style-type: none"> Untersuchungen zur Qualitätsdefinition von Zierpflanzen aus Verbrauchersicht (Andreas Gabriel)
<ul style="list-style-type: none"> Untersuchungen zur Qualitätsdefinition von Frischobst im LEH aus Verbrauchersicht (Andreas Gabriel)
<ul style="list-style-type: none"> Verbraucherinteresse und Bekanntheit verschiedener (Jung-)Pflanzenkonzepte (z. B. Herbstzauber, u. ä.) (Andreas Gabriel)
<ul style="list-style-type: none"> Verbraucherwahrnehmung der Herkunft von Frischgemüse und Auswirkungen auf das Kaufverhalten (Andreas Gabriel)
<ul style="list-style-type: none"> Vor-Ort-Schulungen für den Kunden im gärtnerischen Einzelhandel – Konzepterarbeitung (Andreas Gabriel)
<ul style="list-style-type: none"> Wie spontan sind Kunden im Gartencenter? – Impulsivität oder Zwanghaftigkeit von Pflanzenkäufern (Andreas Gabriel)
<ul style="list-style-type: none"> Consumer Opinion Leadership im Gartenbau – meine Meinung ist auch Deine! (Andreas Gabriel)
<ul style="list-style-type: none"> Consumer Values – wie Werte den Kauf von Pflanzen beeinflussen! (Andreas Gabriel)

Energetische Nutzung Nachwachsender Rohstoffe

<ul style="list-style-type: none"> Einfluss der Regulierung auf die Anwendung nachwachsender Rohstoffe oder erneuerbarer Energien (z. B. Windenergie, Solarenergie, Biogas, Biodiesel) - Vergleich verschiedener Mitgliedsländer der EU
<ul style="list-style-type: none"> Chancen und Möglichkeiten der Solarthermienutzung in Gebäuden (in Deutschland oder einem anderen Land)
<ul style="list-style-type: none"> Stroh in Europa – Chancen und Risiken einer energetischen Nutzung von Stroh (Cord-Christian Gaus)
<ul style="list-style-type: none"> EEG aus Verbrauchersicht (Thomas Decker)
<ul style="list-style-type: none"> Nachwachsende Rohstoffe in den Medien (Thomas Decker)
<ul style="list-style-type: none"> Chancen und Folgen für den Landschafts- und Naturschutz durch eine weitergehende Nutzung

von Biogas (Thomas Decker)
<ul style="list-style-type: none"> • Entwicklung eines Spiels/Quiz zur Anwendung Nachwachsender Rohstoffe zur Nutzung in Ausstellungen/Messen (Thomas Decker)
<ul style="list-style-type: none"> • Konzeption eines Messe/Ausstellungsauftritts (Thomas Decker)
<ul style="list-style-type: none"> • Entwicklung von Marketing-Konzepten und -strategien für den Einsatz von aufbereitetem Biogas für Mobilitäts- und Heizungszwecke (Thomas Decker)
<ul style="list-style-type: none"> • Markteinführung / Akzeptanz von E10 (Thomas Decker)
<ul style="list-style-type: none"> • Ökologischer und ökonomischer Vergleich verschiedener Möglichkeiten der Stromerzeugung in der Landwirtschaft (Thomas Decker)
<ul style="list-style-type: none"> • Potenzial und Wirtschaftlichkeit regionaler Biomasseerzeugung in ausgewählten Regionen Deutschlands (Thomas Decker)
<ul style="list-style-type: none"> • Qualitätssicherungssysteme bei Nachwachsenden Rohstoffen (Thomas Decker)
<ul style="list-style-type: none"> • Veränderung des Landschaftsbilds durch Biogasanlagen: wie sieht das die lokale Bevölkerung? (Thomas Decker)

Stoffliche Nutzung Nachwachsender Rohstoffe

<ul style="list-style-type: none"> • Zahlungsbereitschaft von privaten Kunden und Industrie für verschiedene Produkte aus nachwachsenden Rohstoffen (z. B. biogene Schmierstoffe, Dämmstoffe, Kosmetika, Verpackungsmaterialien)
<ul style="list-style-type: none"> • Imageanalyse „Biokunststoffe“ (Agnes Klein)
<ul style="list-style-type: none"> • Stroh in Europa – Chancen und Risiken einer stofflichen Nutzung von Stroh (Cord-Christian Gaus)
<ul style="list-style-type: none"> • Ressource Stroh – Logistikkonzept vom Feld zur Verwertungsanlage (Cord-Christian Gaus)
<ul style="list-style-type: none"> • Kunststoff-Recycling versus Kunststoff aus Nachwachsenden Rohstoffen: Diskussion der Vor- und Nachteile (Ulla Kainz)
<ul style="list-style-type: none"> • Fairtrade-Biokunststoffe? – Potentiale für landwirtschaftlich geprägte Regionen in Entwicklungsländern (Christoph Scherer)
<ul style="list-style-type: none"> • Pflanzenölbasierte Kunststoffe (z.B. als NFK) als Werkstoffe in der Automobilindustrie (Christoph Scherer)
<ul style="list-style-type: none"> • Der mediale Diskurs über Biokunststoffe – Mögliche Auswirkungen auf deren Akzeptanz (Christoph Scherer)

Erneuerbare Energien

<ul style="list-style-type: none"> • Analyse der Akzeptanz der Bevölkerung zum Netzausbau in Bayern (Beispiele für Proteste, Bürgerbegehren, Bürgerinitiativen etc.) (Johannes Gamel, Katharina Langer)
<ul style="list-style-type: none"> • Welche Rolle spielen Energiegenossenschaften bei der Umsetzung der Energiewende? (Johannes Gamel, Katharina Langer)
<ul style="list-style-type: none"> • Motive für eine Beteiligung an Energiegenossenschaften? (Johannes Gamel, Katharina Langer)
<ul style="list-style-type: none"> • Interesse von Bürgern an Bürgerkrediten zur Förderung erneuerbarer Energien oder zum Netzausbau (Johannes Gamel, Katharina Langer)
<ul style="list-style-type: none"> • Analyse der Beispiele erfolgreicher Bürgerbeteiligungen bei erneuerbaren Energien außerhalb von Bayern (Johannes Gamel, Katharina Langer)
<ul style="list-style-type: none"> • Vom Landwirt zum Energiewirt – eine Weiterentwicklung durch Hof-Bioraffinerien (Florian Botzler)
<ul style="list-style-type: none"> • Einsatz von Erneuerbare Energien in handwerklichen Lebensmittelbetrieben – Möglichkeiten zur Nutzung im Marketing (Agnes Klein)

<ul style="list-style-type: none"> • Energiewende in Bayern – Ist die dezentrale Windenergie noch eine Alternative? (Cord-Christian Gaus)
<ul style="list-style-type: none"> • Home Energy Management Systeme in Deutschland: Status quo (Ulla Kainz)
<ul style="list-style-type: none"> • Vergleichende Akzeptanzanalyse bei Windenergieanlagen (in Bayern): Anwohner hypothetischer vs. Anwohner tatsächlicher Windenergieanlagen (Willie Stiehler)
<ul style="list-style-type: none"> • Vergleichende Akzeptanzanalyse bei Stromtrassen (in Bayern): Anwohner hypothetischer vs. Anwohner tatsächlicher Stromtrassen (Willie Stiehler)
<ul style="list-style-type: none"> • Metaanalyse von Akzeptanzstudien im Bereich Erneuerbarer Energien (Willie Stiehler)
<ul style="list-style-type: none"> • Akzeptanz konkreter Erneuerbarer-Energien-Projekte in unterschiedlichen Regionen (Willie Stiehler)
<ul style="list-style-type: none"> • Bürgerbeteiligungen bei Erneuerbaren Energien – Eine Übersicht (Johannes Gamel)
<ul style="list-style-type: none"> • Ist Windkraft eine Chance oder Risiko für den Tourismus? (Katharina Langer)
<ul style="list-style-type: none"> • Lateinamerika – Wachstumsmarkt für erneuerbare Energien? (Katharina Langer)
<ul style="list-style-type: none"> • Analyse verschiedener Finanzierungsmodelle in Bezug auf Windkraft (Katharina Langer)
<ul style="list-style-type: none"> • Analysis of the wind park project in Isthmus of Tehuantepec, Mexico (Katharina Langer)
<ul style="list-style-type: none"> • Fernwärme aus Tiefengeothermieanlagen - eine Analyse aus Verbrauchersicht (Thomas Decker)
<ul style="list-style-type: none"> • Strategien und Maßnahmen für Imagekampagnen für Tiefengeothermieanlagen (Thomas Decker)
<ul style="list-style-type: none"> • Gründe für den Kauf eines bestimmten Heizungssystems (Thomas Decker)
<ul style="list-style-type: none"> • Analyse der Entwicklung der Marktsituation von Tiefengeothermie in Deutschland (Thomas Decker)
<ul style="list-style-type: none"> • Erneuerbare Energien in den Medien (Thomas Decker)
<ul style="list-style-type: none"> • Aktionismus oder Strategie? Politische Rahmenbedingungen für Erneuerbare Energien (Thomas Decker)

Energie Effizienz

<ul style="list-style-type: none"> • Home Energy Management Systeme in Deutschland: Status quo (Ulla Kainz)
<ul style="list-style-type: none"> • Adoption energieeffizienter Produktionsverfahren in großen Agrarunternehmen in der Ukraine (Agroholdings) (Dmytro Romets)
<ul style="list-style-type: none"> • Optimierung des Energiemanagements bei Agroholdings in Ukraine (Dmytro Romets)
<ul style="list-style-type: none"> • Rechtliche Rahmenbedingungen und Anreizsysteme für die energetische Sanierung (Thomas Decker)
<ul style="list-style-type: none"> • Rechtliche Anforderungen beim Neubau (Thomas Decker)
<ul style="list-style-type: none"> • Möglichkeiten der energetischen Sanierung (Thomas Decker)
<ul style="list-style-type: none"> • Vergleich von energieeinsparenden Maßnahmen von Mietern und Vermietern (Thomas Decker)
<ul style="list-style-type: none"> • Kindererziehung zum Energiesparen (Thomas Decker)
<ul style="list-style-type: none"> • Energiesparen – Wissen der Verbraucher (Thomas Decker)
<ul style="list-style-type: none"> • Marketingmaßnahmen zur Steigerung der Energie-Effizienz (Thomas Decker)
<ul style="list-style-type: none"> • Bereitschaft von Privatpersonen, in die energetische Sanierung gemeinnütziger Gebäude zu investieren (Johannes Gamel)

Übergeordnete Themen

• Reduktion des eigenen CO ₂ -Fussabdrucks – Was wissen Verbraucher über eigene Handlungsspielräume? (Agnes Klein)
• Car-Sharing im städtischen und ländlichen Raum – Status-Quo und Potential (Agnes Klein)
• Einstellung zu nachhaltigem Konsum (Steffie Rumm)
• Angebote und Nachfrage zu nachhaltigem Konsum (Steffie Rumm)
• Rebound-Effekt vs. Nachhaltigem Konsum (Steffie Rumm)
• Lifestyle vs. Nachhaltigem Konsum (Steffie Rumm)
• Mehr Ordnung → nachhaltiger Konsum? (Thomas Decker)
• Kindererziehung zum nachhaltigen Konsum (Thomas Decker)
• Übersicht H ₂ O- Footprint (Thomas Decker)
• Warum soll ich „Nachwachsende Rohstoffe“ studieren? (Thomas Decker)
• Lassen sich Konsumenten in nachhaltige Gruppen charakterisieren? (Thomas Decker)
• Entwicklung des Arbeitsmarkts bei der Nutzung von erneuerbare Energien und Nachwachsenden Rohstoffen (Thomas Decker)

Neben den hier aufgeführten Themen können Sie auch gerne eigene Themen in den genannten Forschungsfeldern bearbeiten. Bitte kontaktieren Sie uns per email, damit wir Ihr Vorhaben diskutieren können.