



Professur für Betriebslehre der Agrar- und Ernährungswirtschaft
Prof. Dr. R. Kühl

Themenliste für Masterarbeiten

Stand: 28.08.2020

M-1	Wer profitiert von Zuchtfortschritt? Untersuchung der Wertschöpfungskette für Zucht
M-2	Empirische Untersuchung des Privacy-Paradox bei Lebensmittelkonsumenten
M-3	Empirische Studien zum Einkaufsverhalten bei Lebensmitteln – eine Metaanalyse
M-4	„Es lebe die Königin“ – Auszeichnungen und Ehrungen in der Land- und Ernährungswirtschaft- Anreizwirkung, Motivation, Identifikation und Organisationökonomie - Kartoffelkönigin, Weinkönigin und Co: Über die Ökonomik der Anerkennung
M-5	Molkereigenossenschaft oder Privatmolkerei: Über die Qual der Wahl aus der Sicht eines Milcherzeugers
M-6	Geschäftsbeziehungen in der Agrarwirtschaft – verhaltensökonomische Erklärungsansätze
M-7	Akzeptanz von personalisierter Ernährung bei Lebensmittelkonsumenten
M-8	Tierwohl Labeling - Ökonomische Attraktivität der tierwohlorientierten Landwirtschaft – bisherige Forschungsergebnisse
M-9	Einfluss negativer Berichterstattung auf das Image von Lebensmittelproduzenten und deren Produkten
M-10	Brauchen wir ein Agrarleitbild?
M-11	Milchbauern und ihre Geschäftsbeziehungen zu Molkereien? Eine freiwillige oder eine erzwungene Kooperation?
M-12	Einfluss des Image von Lebensmittelhändlern auf die Einkaufsstättenwahl von Konsumenten
M-13	Digitalisierung in der Ernährungswirtschaft – eine Medienanalyse
M-14	Der Markt für Preisrisikomanagementinstrumente im Agribusiness
M-15	Multi-Marken-Strategien im Lebensmittelbereich – Kluge Positionierung oder Verbrauchertäuschung?

M-16	Determinanten des Hedging-Verhaltens von Landwirten
M-17	Gewinnspiele im Lebensmittelmarketing – Wirkung auf potentielle Konsumenten
M-18	Verkauf von Lebensmitteln unter Einstandspreis – Fraglicher Nutzen des Verbots für Händler und Erzeuger
M-21	Konzepte der Unternehmens- und Wettbewerbsstrategie in der Ernährungswirtschaft – Haben Unternehmen Strategien?
M-24	Kooperationen von Landwirten – Chancen und Risiken
M-25	Precision Farming – Der Wert des Einsatzes von Technologie oder der Wert der Intuition und heuristischer Entscheidungsverfahren
M-26	Determinanten des (Ver-)kaufs und Wieder(ver-)kaufs von neuartigen Lebensmitteln
M-27	Eigen- und Fremdwahrnehmung von Genossenschaften im Agribusiness
M-28	Konzernbildung bei Raiffeisen-Genossenschaften? Kann eine Genossenschaft eine Aktiengesellschaft sein? Erklärung genossenschaftlicher Organisationsmodelle
M-29	Performancevergleich zwischen Genossenschaften und anderen Rechtsformen im Landhandel anhand von Erfolgs-, Liquiditäts- und Wachstumskennzahlen.
M-31	Einfluss der Wettbewerbsstruktur auf den Erfolg von Akteuren in auszuwählenden Branchen
M-32	Entrepreneurship in der Agrar- und Ernährungswirtschaft – eine Bestandsaufnahme
M-33	Der Hypothetical Bias bei der lebensmittelbezogenen Zahlungsbereitschaftsmessung
M-34	Theorie und Praxis der Zahlungsbereitschaft für neuartige Lebensmittel – eine Bestandsaufnahme
M-35	Nach der Marktforschung – was braucht es, um die Wertschöpfungskette für ein neuartiges Lebensmittel zu etablieren?
M-36	Fairness und Reziprozität in vertraglichen Beziehungen - Finden relative Bewertungssysteme die Akzeptanz der Teilnehmer?
M-40	Wettbewerbseffekte von vertikaler Integration am Beispiel des Biermarktes
M-46	Wie wirken sich Marktform und Unternehmensorganisation auf Qualitäten und Preise von Lebensmitteln aus?
M-48	Der Backwarenmarkt in Gießen – Eine wettbewerbsökonomische Betrachtung

M-51	Organisationsinnovationen im Lebensmittelhandwerk – Eine innovationsökonomische Betrachtung
M-54	Klasse statt Masse? Stand der Forschung zu Qualität und Quantität genossenschaftlich hergestellter Produkte in der Agrar- und Ernährungswirtschaft
M-56	Center-Rechnung in der Agrar- und Ernährungswirtschaft: Über die Bedeutung von Verrechnungspreisen
M-57	Investitionsanreize in der Wirkstoffforschung – Institutionenökonomische Analyse am Beispiel der Pflanzenschutzbranche
M-58	Soziale Innovationen als Chance für das deutsche Bäckerhandwerk
B/M-69	Wie bilden Landwirte Erwartungen über zukünftige Erzeugerpreise und Kosten für Produktionsfaktoren?
B/M-70	Warum nutzen Landwirte keine innovativen Versicherungslösungen?
B/M-73	Metaanalyse zu Supply Chains in der Agrar- und Ernährungswirtschaft
B/M-74	Verhandlungsmacht von europäischen Molkereien
M-75	Wer formt Kartelle? Untersuchung von Kartelleigenschaften am Beispiel der Agrar- und Ernährungswirtschaft
M-76	Wer setzt die Standards in der Agrar- und Ernährungswirtschaft?
M-82	Determinanten des Stickstoffeinsatzes in der Landwirtschaft
M-83	Verwendung von Word of Mouth-Daten zur Identifikation von Wettbewerbsasymmetrien
M-85	Empirische Untersuchung der Nutzungsbereitschaft von intelligenten Anwendungen bei Lebensmittelkonsumenten
M-86	Der Overconfidence-Effekt in der lebensmittelbezogenen Konsumforschung
M-88	Herstellermarke vs. Handelsmarke aus Sicht des Konsumenten – eine empirische Analyse
B/M-89	Social Media Marketing im Lebensmitteleinzelhandel – Vergleich der Strategien verschiedener Akteure

gez. Prof. Dr. R. Kühl