



Prof. Dr. Martina Steul-Fischer  
Lehrstuhl für BWL, insb. Versicherungsmarketing

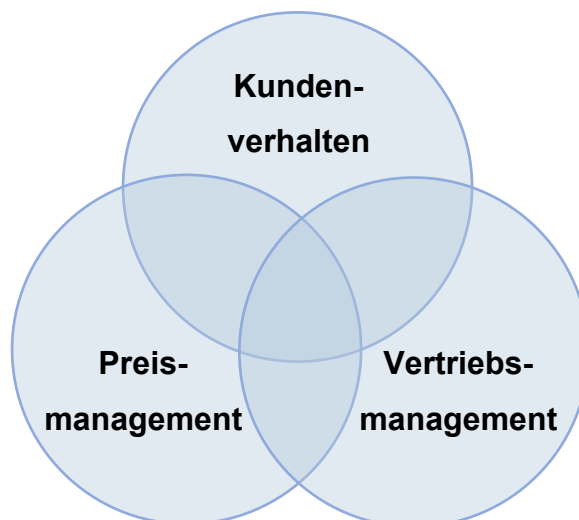
Lehrstuhl für Betriebswirtschaftslehre, insb.  
Versicherungsmarketing

## Themen für Ihre Bachelorarbeit am Lehrstuhl für BWL, insb. Versicherungsmarketing im Sommersemester 2026

**Bewerbungszeitraum: 02.02.2026 – 06.02.2026**

Sie sind auf der Suche nach einer spannenden Bachelorarbeit aus den unterschiedlichsten Marketingbereichen? Wir, der Lehrstuhl für BWL, insb. Versicherungsmarketing an der Universität Erlangen-Nürnberg bieten interessante Bachelorarbeitsthemen für das Sommersemester 2026 an.

**Unsere Forschungsschwerpunkte:**





Prof. Dr. Martina Steul-Fischer  
Lehrstuhl für BWL, insb. Versicherungsmarketing

## Lehrstuhl für Betriebswirtschaftslehre, insb. Versicherungsmarketing

### Was wir Ihnen bieten:

- Sehr gute Betreuung von einem jungen, motivierten und engagierten Team
- Spannende, vielseitige Arbeitsthemen
- Eine Einführung in das wissenschaftliche Arbeiten

Auf der folgenden Seite finden Sie eine Übersicht der aktuell an unserem Lehrstuhl ausgeschriebenen Bachelorarbeitsthemen. Die Anmeldung für die Bachelorarbeit mit –seminar ist in der letzten Vorlesungswoche vom 02.02.2026 – 06.02.2026 über das Online-Anmeldeformular auf der Webseite des Instituts für Marketing möglich (<https://www.institut-marketing.rw.fau.de/studium/bachelor/#bachelorarbeit>). Weitere Informationen zur Anmeldung finden Sie auf unserer Homepage.

Für Fragen steht Ihnen Frau Tauschek ([tanja.tauschek@fau.de](mailto:tanja.tauschek@fau.de)) gerne zur Verfügung.

**Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung.**

**Ihr Lehrstuhl für BWL, insb. Versicherungsmarketing**





Prof. Dr. Martina Steul-Fischer  
Lehrstuhl für BWL, insb. Versicherungsmarketing

## Lehrstuhl für Betriebswirtschaftslehre, insb. Versicherungsmarketing

### Themenübersicht

Bewerbungszeitraum: 02.02.2026 – 06.02.2026

Nr.	Themenübersicht	Betreuer/in	In Koop. mit
1.	Wenn Zeit und Gerät entscheiden – Der Einfluss kombinierter Zeiteffekte und zeitabhängiger Gerätewahl auf das Konsumentenverhalten entlang der digitalen Customer Journey	Elisabeth Galehr-Fritsch	
2.	Gießkanne oder Maßanzug? Werbedruck und Verbraucherakzeptanz in der Assekuranz	Elisabeth Galehr-Fritsch	
3.	Still missing at the top – Die Repräsentation von Frauen in Vorstand und Aufsichtsrat deutscher Versicherungsunternehmen	Tanja Tauschek	
4.	You can have it all – Postfeministische Narrative zur Unterrepräsentation von Frauen im Top-Management deutscher Versicherungsunternehmen	Tanja Tauschek	
5.	Weiterempfehlungsprogramme und die Prämienverteilung	Maximilian Rein-sperger	
6.	Produktspezifische Prämien in Weiterempfehlungsprogrammen	Maximilian Rein-sperger	