



Bonusaufgabe des Lehrstuhls für Marketing & Innovation & des Lehrstuhls für Marketing & Konsumentenverhalten im Sommersemester 2025: „Aktuelle Forschungsprojekte“

Wir laden Sie herzlich ein, an drei spannenden Studien teilzunehmen, die derzeit im Rahmen aktueller Forschungsprojekte durchgeführt werden. Die Themen reichen von digitalen Lehrmethoden über den Einsatz von Chatbots bis hin zu nachhaltigem Konsumverhalten. Mit Ihrer Teilnahme leisten Sie einen wertvollen Beitrag zur wissenschaftlichen Erkenntnis – und gewinnen spannende Einblicke in innovative Forschung. Darüber hinaus haben Sie zudem die Möglichkeit, Bonuspunkte für die Klausuren zu sammeln.

Thema 1 – KI in der Prüfungsvorbereitung

Künstliche Intelligenz hält Einzug in viele Lebensbereiche – zunehmend auch in den Studienalltag und insbesondere in die Prüfungsvorbereitung. Während Studierende KI eigenständig in ihre Lernprozesse einbinden, arbeiten Hochschulen daran, durch die Integration von KI neue Unterstützungsangebote zu schaffen. Daher untersucht die Studie im Rahmen des Marktforschungsseminars am Lehrstuhl für Marketing & Konsumentenverhalten, wie Studierende KI in der Prüfungsvorbereitung nutzen und welche Rolle Studierende und Lehrende im Umgang mit KI einnehmen.

Thema 2 – Textbasierte Chatbots

Textbasierte Chatbots kommen zunehmend in Beratung, Service und Kommunikation zum Einsatz. Wie männliche Chatbots und deren Kommunikationsstil dabei wahrgenommen werden, kann maßgeblich ihre Wirksamkeit und Akzeptanz beeinflussen. Diese Studie untersucht daher, welche Faktoren die Nutzerwahrnehmung textbasierter Chatbots prägen – ein wichtiger Beitrag zur nutzerzentrierten Gestaltung zukünftiger Systeme.

Thema 3 – Intention-Behavior-Gap bei nachhaltigem Konsum

Die negativen Umweltauswirkungen von Textilproduktion und -abfall sind, bedingt etwa durch das ständige Angebot neuer Mode zu niedrigen Preisen, besonders groß. Viele Menschen sind sich dem zunehmend bewusst und möchten daher nachhaltige Textilien kaufen – handeln im Alltag jedoch oft anders. Mit Ihrer Teilnahme an dieser Studie tragen Sie dazu bei, diese Lücke zwischen Absicht und Verhalten beim Kauf nachhaltiger Mode näher zu erkunden.

Falls Sie Interesse an den Themen haben, Forschung in einem praktischen Umfeld besser kennen lernen oder Bonuspunkte für die Klausuren sammeln möchten, laden wir Sie herzlich ein, an den Befragungen teilzunehmen. Für die Teilnahme an **allen** Umfragen, erhalten Sie die vollen **Bonuspunkte für die Klausuren der beiden Lehrstühle im Sommersemester 2025** (Marketingmanagement, Dialogmarketing, Marketing A, sowie den Wiederholungsklausuren; 4 Bonuspunkte je Klausur).

- Umfrage 1: https://survey-uni-bayreuth-tivian.de/uc/MaFo_MaMa_SoSe25/c51b/
- Umfrage 2: https://survey-uni-bayreuth-tivian.de/uc/Team_Laura_Jakob/fb3c/
- Umfrage 3: https://ubayreuthmarketing.qualtrics.com/jfe/form/SV_9Fjl0kLol7djeQu

Die Beantwortung der Fragebögen ist **bis einschließlich Sonntag, den 06.07.2025** möglich. Bitte beachten Sie, dass keine Anrechnung von Bonuspunkten erfolgen kann, wenn nicht alle Umfragen im vorgegebenen Zeitraum beantwortet wurden oder die Matrikelnummer nicht bei jedem Fragebogen am Ende eingetragen wurde. Bitte haben Sie Verständnis dafür, dass eine individuelle Bestätigung des Erhalts der Bonuspunkte nicht möglich ist. Bei anderweitigen Fragen wenden Sie sich gerne an uns (stella.roesch@uni-bayreuth.de).

Herzlichen Dank für die Teilnahme!