

Alex Elisabeth Eigenseer

Aus der Reihe: e-fellows.net stipendiaten-wissen

e-fellows.net (Hrsg.)

Band 986

Persönlichkeit und Marke: Zusammenhang von Persönlichkeitstraits und Markenbewusstsein bei Studenten

Bachelorarbeit

BEI GRIN MACHT SICH IHR WISSEN BEZAHLT



- Wir veröffentlichen Ihre Hausarbeit, Bachelor- und Masterarbeit
- Ihr eigenes eBook und Buch - weltweit in allen wichtigen Shops
- Verdienen Sie an jedem Verkauf

Jetzt bei www.GRIN.com hochladen
und kostenlos publizieren



Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek:

Die Deutsche Bibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de/> abrufbar.

Dieses Werk sowie alle darin enthaltenen einzelnen Beiträge und Abbildungen sind urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsschutz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Verlanges. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen, Auswertungen durch Datenbanken und für die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronische Systeme. Alle Rechte, auch die des auszugsweisen Nachdrucks, der fotomechanischen Wiedergabe (einschließlich Mikrokopie) sowie der Auswertung durch Datenbanken oder ähnliche Einrichtungen, vorbehalten.

Impressum:

Copyright © 2014 GRIN Verlag
ISBN: 9783656735724

Dieses Buch bei GRIN:

<https://www.grin.com/document/278509>

Alex Elisabeth Eigenseer

Aus der Reihe: e-fellows.net stipendiaten-wissen

e-fellows.net (Hrsg.)

Band 986

Persönlichkeit und Marke: Zusammenhang von Persönlichkeitstraits und Markenbewusstsein bei Studenten

GRIN - Your knowledge has value

Der GRIN Verlag publiziert seit 1998 wissenschaftliche Arbeiten von Studenten, Hochschullehrern und anderen Akademikern als eBook und gedrucktes Buch. Die Verlagswebsite www.grin.com ist die ideale Plattform zur Veröffentlichung von Hausarbeiten, Abschlussarbeiten, wissenschaftlichen Aufsätzen, Dissertationen und Fachbüchern.

Besuchen Sie uns im Internet:

<http://www.grin.com/>

<http://www.facebook.com/grincom>

http://www.twitter.com/grin_com



SRH Hochschule Heidelberg
Fakultät für Angewandte Psychologie
Staatlich anerkannte Fachhochschule

Bachelor-Thesis
zur Erlangung des akademischen Grades
Bachelor of Arts
Wirtschaftspsychologie

**Persönlichkeit und Marke: Zusammenhang von Persönlichkeitstraits und
Markenbewusstsein bei Studenten**

Eingereicht von: Alex Elisabeth Eigenseer

Heidelberg, den 28.07.2014

Abstract

Die vorliegende Arbeit beschäftigt sich mit dem Zusammenhang von Persönlichkeitstraits und Markenbewusstsein bei Studenten. Dazu wurden an einer studentischen Stichprobe mit 118 Personen die fünf Dimensionen des NEO-FFI erhoben und mit den Ergebnissen eines Fragebogens zur Erfassung des Markenbewusstseins korreliert. Zusätzlich wurden Gruppenvergleiche gerechnet, um herauszufinden, ob es Unterschiede hinsichtlich der Ausprägung des Markenbewusstseins je nach Geschlecht und Studiengang gibt. Auch der Zusammenhang zwischen dem Alter der Testpersonen und ihrem Markenbewusstsein wird untersucht. Die Ergebnisse zeigen, dass Männer über mehr Markenbewusstsein verfügen als Frauen. Zudem konnten die Unterschiede zwischen den Studiengängen bestätigt werden. Dabei stellte sich heraus, dass Soziale Arbeit – Studenten über weniger Markenbewusstsein verfügen als Studierende der anderen Fächer und Studenten der Betriebswirtschaftslehre das am stärksten ausgeprägte Markenbewusstsein besitzen. Abschließend werden weiterführende Forschungsfragen dargelegt und der Nutzen der Ergebnisse für die wirtschaftliche Praxis erläutert.