

PhD candidates:

Christoph Ameseder

Risk and Trust in Business to Business relationships in European food supply chains

Carina Juliette Wallner

Modell zur Evaluation generischer Werbemaßnahmen am Beispiel von Trinkmilch in Österreich

MSC candidates:

Florian Brunner

Evaluation der PR-Arbeit der ARGE österr. Christbaumproduzenten von 1995 bis 2009

Deix Christina

In Motive und Werte zum Verzehr von Schaf- und Ziegenmilchprodukten mithilfe von Laddering-Interviews

Reinhard Fleischmann

Vertriebskostenkalkulation am Beispiel niederösterreichischer Christbaumvermarktung

Bernhard Köck

Qualitativer Vergleich von Weinbewertung ausgesuchter österreichischer Weine zwischen nationalen und internationalen Weinfachmagazinen anhand einer Inhaltsanalyse und einem Punktevergleich

Matthias Kranz

Motive und Werte zum Verzehr von Soja und kleinen Milchfruchtdrinks Eine Means-End Chain Analyse mithilfe der Laddering-Methode

Judith Mayerhofer

Consumer Preferences towards GMO food in the USA

Ingrid Meindl

Motive und Werte zum Verzehr von Functional Food und biologischen Lebensmitteln Eine Means-End Chain Analyse mithilfe der Laddering-Methode

Katharina Poetz

Comparative evaluation of Corporate Social Responsibility (CSR) standards and guidelines with focus on agribusiness

Finished Diploma thesis

2009

Anni Pichler

Wertketten-Analyse zu Functional Food und Bio-Produkten am Beispiel von MOPRO
Diese Diplomarbeit wurde von der Dr. Maria Schaumayer-Stiftung ausgezeichnet.

Renate Prem

Identifikation optimaler Standorte für Sonnenator Franchisepartner mit Hilfe des Analytischen Hierarchieprozesses in der Region Wien

Anita Schabetsberger
Erhebung des Freizeit- und Medienverhaltens der 14- bis 18 jährigen Jugendlichen aus
bäuerlichen Familien eine deskriptive Sekundärdatenanalyse

Franz Schneider
Selbstbild und Fremdbildanalyse der burgenländischen Weinprämierung mit Hilfe
qualitativer Experteninterviews

Andreas Thurner
Agrar-Wiki-Diplomarbeit

2008

Alexander Krüger
Ermittlung des Marktpotentials der Direktvermarktung landw. Produkte über Internet-
Aktionshäuser unter Anwendung der WOT-Analyse

Hemma Reicher
Ein Anforderungskatalog zur Vermarktung regionaler in Vergessenheit geratener
Apfelsorten im Einzelhandel. Eine Marktstudie mit Hilfe qualitativer Experteninterviews -
Kontakt Alfred Propst, Direktor für Zentraleinkauf Obst und Gemüse von REWE Austria

2007

Christoph Ameseder
Idealproduktgestaltung mit Hilfe der Conjoint Analyse am Beispiel eines Sportgetränks
auf natürlicher Basis

Haroun Moalla
Web usability am Beispiel von Apfelkunst.com

Andreas Schallhart
E-Collaboration für regionale Nutzergruppen. Eine Bedarfserhebung am Beispiel von
ausgewählten Leaderregionen in Tirol mithilfe der Nutzungskontextanalyse

Monika Wimmer
Erwartungen und Entwicklungsszenarien im Bio-Facheinzelhandel

2006

Veronika Gsöls
Imagetransfer bei Lebensmittelskandalen

Verena Zeichmann
Optimierung der Einkaufsentscheidung der Gastronomie mit Hilfe des AHP am Beispiel der
regionalen Bioprodukte und ausgewählter Tourismusbetriebe im Burgenland

Sophia Hellmayr
Identifikation von Meinungsführern und interpersoneller Bio-Kommunikation mit Hilfe der
Netzwerkanalyse am Beispiel der Bio Information

Hannes Knollseisen
Präferenzanalyse der Marke "Roter Hahn - Qualität vom Südtiroler Bauern" mit Hilfe der
Discrete-Choice-Methode am Beispiel der Südtiroler Gastronomie