

## Diplomarbeiten, Schwerpunkt Ökonomie im Gartenbau

Name	Jahr	Thema	Stichworte	Betreuer
Uhl, Ole	2002	Kooperation bei der Vermarktung von Blumen und Zierpflanzen - Möglichkeiten und Grenzen	Management, Marktstrukturen, Blumenhandel	Prof. Dr. G. Timm, Prof. G. Schwiebert
Dittmann, Nadja	2002	Verwendungs- und erlebnisorientierte Warenpräsentation auf Freiverkaufsflächen von Gartencentern	Marketing, Warenpräsentation, Blumenhandel	Prof. Dr. G. Timm, Prof. H.-E. Thon
Schmidt, Michael	2002	Der optimale Einsatz von Holzhackschnitzelfeuerungen im Gartenbau	Energiekosten, Investitionsrechnung	Prof. Dr. H. Bredenbeck, Prof. Dr. G. Timm
Wahler, Sandra	2002	E-commerce im B2C Bereich - Vorgehenskonzept zur Umsetzung im Blumeneinzelhandel	Blumeneinzelhandel, Kommunikationspolitik, Internet	Prof. Dr. G. Timm, Prof. G. Schwiebert
Senge, Nathalie	2002	Warenpräsentation und Qualitätserhaltung im Pflanzeneinzelhandel	Marketing, Warenpräsentation, Blumeneinzelhandel	Prof. Dr. G. Timm, Prof. Dr. H. Bredenbeck
Zanke, Kati	2002	Entwicklung eines Unternehmenskonzeptes für eine GaLaBau-Firma in Querfurt	Unternehmensanalyse, GaLaBau	Prof. G. Bischoff, Prof. Dr. G. Timm
Renz, Nicole	2003	Einsatz von Warenwirtschaftssystemen im Einzelhandel mit Blumen und Zierpflanzen	Controlling, Warenwirtschaft, Blumen und Zierpflanzen	Prof. Dr. G. Timm, Prof. G. Schwiebert
Ben Rhouma, Lewinia	2004	Floristisches Beiwerk-Markt und Anbauchancen in Deutschland	Marktanalyse, Schnittblumen	Prof. Dr. K. Bahnemann, Prof. Dr. G. Timm
Schmidt, Katja	2004	Markenpolitik im Zierpflanzenbau - Möglichkeiten und Grenzen"	Marketing, Markenpolitik, Zierpflanzenbau	Prof. Dr. G. Timm, Prof. H.-E. Thon
Vetter, Annika	2004	Situationsanalyse und Empfehlungen effektiver Aktionsmarketingmaßnahmen am Beispiel der Gärtnerei Seever	Marketing, Endverkauf, Zierpflanzenbau	Prof. Dr. G. Timm, Prof. H.-E. Thon
Bosse, Judith	2006	Einsatz der Marketinginstrumente in der Direktvermarktung von Obst und Gemüse-dargestellt anhand eines Fallbeispiels	Marketing, Direktabsatz Obst und Gemüse	Dr. D. Blankenburg, Prof. Dr. G. Timm
Schuh, Petra	2007	Bedeutung und Marktchancen für Frischgemüse – Convenience auf dem deutschen Gemüsemarkt	Marktanalyse, Gemüsemarkt, Convenience	Prof. Dr. G. Timm, Prof. Dr. W. Mann