

Die Nutzung von Motivationstheorien im Marketing

Wann sind Kunden motiviert ein bestimmtes Verhalten durchzuführen? Wann nehmen Kunden zum Beispiel an Promotions von Herstellern teil und warum tun sie dies? Diese Fragen können unter anderem durch Motivationstheorien aus der Psychologie erklärt werden. Die wichtigsten dieser Theorien sind die Selbstbestimmungstheorie, Flow-Theorie und die Theorie des geplanten Verhaltens. Alle diese Theorien wollen das Verhalten von Individuen erklären und die Hintergründe einer bestimmten Handlungsweise beleuchten.

Das Ziel der Bachelorarbeit ist es einen umfassenden Überblick über die verschiedenen Motivationstheorien zu geben. Dabei soll auf die Unterschiede und Gemeinsamkeiten dieser eingegangen und Anwendungsmöglichkeiten im Marketing aufgezeigt werden. Zudem kann eine kleine empirische Untersuchung angefertigt werden.

Einstiegsliteratur:

- Ryan, Richard M., and Edward L. Deci. "Intrinsic and extrinsic motivations: Classic definitions and new directions." *Contemporary educational psychology* 25.1 (2000): 54-67.
- Csikszentmihalyi, Mihaly, and Judith LeFevre. "Optimal experience in work and leisure." *Journal of personality and social psychology* 56.5 (1989): 815-822.
- Ajzen, Icek. "The theory of planned behavior." *Organizational behavior and human decision processes* 50.2 (1991): 179-211.