

## Die Selbstbestimmungstheorie und Motivation

Im Marketing spielt die Motivation von Kunden, ein bestimmtes Verhalten durchzuführen, eine wichtige Rolle. Aus diesem Grund wird auf Motivationstheorien aus der Psychologie zurückgegriffen. Die wichtigste stellt die Selbstbestimmungstheorie von Ryan und Deci dar. Diese besagt, dass Menschen motiviert sind eine bestimmte Aktivität bestmöglich durchzuführen, wenn sowohl Autonomie, als auch Kompetenz und soziale Eingebundenheit vorliegen. Die Theorie findet im Marketing unter anderem Anwendung im Bereich Gamification und Markenimage Anwendung.

Das Ziel der Masterarbeit ist es einen umfassenden Überblick über die Selbstbestimmungstheorie und ihre Untertheorien zu geben. Zudem soll kritisch dazu Stellung genommen werden und eine Abgrenzung hinsichtlich anderen Motivationstheorien erfolgen. Des Weiteren kann eine eigene empirische Studie angefertigt werden.

### Einstiegsliteratur:

- Deci, Edward L. "Effects of externally mediated rewards on intrinsic motivation." *Journal of personality and Social Psychology* 18.1 (1971): 105-115.
- Ryan, Richard M., and Edward L. Deci. "Intrinsic and extrinsic motivations: Classic definitions and new directions." *Contemporary educational psychology* 25.1 (2000): 54-67.
- Deci, Edward L., Richard Koestner, and Richard M. Ryan. "A meta-analytic review of experiments examining the effects of extrinsic rewards on intrinsic motivation." *Psychological bulletin* 125.6 (1999): 627-668.