



Thema für Masterarbeit zu vergeben:

„Motivation zur Teilnahme am Selfie-Marketing unter Berücksichtigung der Markenbindung als Moderator“

Täglich werden mehr als 5 Milliarden Bilder in sozialen Netzwerken wie Facebook oder Instagram, zum Teil als sogenannte „Selfies“, geteilt. Das Konzept eines „Selfies“ ist einfach: Ein Verbraucher macht ein Foto oder Video von sich selbst, teilt es über soziale Medien und wartet auf Feedback. Selfies sind schnell so populär geworden, dass Oxford Dictionaries „Selfie“ 2013 zum Wort des Jahres kühlte. Insbesondere für die jüngere Generation gehören Selfies zum Alltag dazu. Basierend auf diesem Trend nutzen einige Unternehmen Selfies als Marketinginstrument und ermutigen Verbraucher dazu, Selfies zu posten, die mit der jeweiligen Marke in Verbindung stehen. Benutzergenerierte Selfies, die von Unternehmen für Marketingzwecke genutzt werden, gehören zum „Selfie-Marketing“.

Die Masterarbeit soll das Selfie-Marketing aus der Perspektive des Verbraucherverhaltens analysieren, die vorhandene Literatur zum Selfie-Marketing aufarbeiten und dabei den Fokus auf die Motivatoren zur Teilnahme am Selfie-Marketing legen. Dabei sollen folgende Fragen in den Blick genommen werden: Welche Motivation führt zur Teilnahme am Selfie-Marketing? Wie können Konsumenten dazu motiviert werden Brand-Selfies für eine Marke zu posten? Wie wirkt sich die Markenbindung auf die Motivation zur Teilnahme am Selfie-Marketing aus?

Zur Beantwortung obiger und verwandter Fragen soll im Rahmen der Arbeit eine empirische Datenerhebung in Form von Konsumentenbefragungen durchgeführt werden.

Lehrstuhl für Betriebswirtschaftslehre, insb. Marketing

Prof. Dr. Reinhold Decker

Raum UHG U9-144
Telefon 0521 106-3936/6913
Fax 0521 106-156913
rdecker@uni-bielefeld.de
www.uni-bielefeld.de/wiwi/marketing

Sekretariat: Martina Darkow /
Nicole Schüler
LstRDecker@uni-bielefeld.de

Interessent*innen melden sich bitte bei Anne Mareike Flaswinkel
(a.flaswinkel@uni-bielefeld.de)