

## ***Designing Mystery Promotions: Eine qualitative Studie über die Gestaltung von Mystery Promotions und deren Wirkung auf das Verhalten von Konsumenten***

Immer öfter nutzen Unternehmen wie Burger King, Lufthansa oder Eterna Mystery Promotions als eine Verkaufsstrategie, bei der sie ihren Kunden bewusst Informationen und Details über die angebotenen Produkte vorenthalten. Die Gestaltung solcher Mystery Promotions fällt jedoch von Anbieter zu Anbieter sehr unterschiedlich aus. So gab es zum einen beispielsweise bei Sock Mafia eine Mystery Promotion, bei dem man neun paar Motivsocken kaufen konnte ohne zu wissen, welche Motive diese haben werden. Zum anderen gab es bei der Eterna die Möglichkeit, bei der Bestellung eines Überraschungspakets mit zwei Hemden Farbpräferenzen anzugeben. Dadurch bestand die Möglichkeit, dass Konsumenten das Mystery Angebot zu einem gewissen Maße individuell anpassen können. Die Art und Weise, wie Unternehmen ihren Kunden Mystery Promotions anbieten, gestaltet sich also sehr unterschiedlich.

An dieser Stelle setzt die Masterarbeit an. Aufbauend auf theoretischen Vorüberlegungen soll im Rahmen der Masterarbeit untersucht werden, wie sich die unterschiedliche Gestaltung von Mystery Promotions auf Konsumenten und ihr Verhalten auswirken kann. Auf Basis qualitativ durchgeführter Interviews sollen zwei Designelemente getestet und deren Auswirkungen verglichen werden. Dazu sollen die Interviews mithilfe der Auswertungssoftware MAXQDA inhaltlich analysiert und ausgewertet werden.