

## INHALTSVERZEICHNIS

	Seite
Vorwort der Herausgeber .....	5
 <b>GRUNDLAGEN</b>	
THOMAE, HANS: Kognition und Motivation .....	9
ASCHENBRENNER, K. MICHAEL: Komplexes Wahlverhalten: Entscheidungen zwischen multiattributen Alternativen	21
BERGLER, REINHOLD: Einstellung und Verhalten als theoretisches Problem .....	53
 <b>METHODEN</b>	
LAPPE, HENNER: Die Verhaltensrelevanz von Einstellungen als methodologisches Problem .....	71
BUNGARD, WALTER: Artefakte und Möglichkeiten der Arte- faktkontrolle .....	85
LÜCK, HELMUT E.: Unauffällige Meßverfahren in der markt- psychologischen Forschung .....	107
AHRENS, HANS JOACHIM: Einführung in die Grundlagen der multidimensionalen Skalierung .....	113
GRABICKE, KLAUS/THOMAS SCHÄTZLE/MANFRED SCHÖLER: Die kriterienbezogene Messung als Mittel der Marktpsychologie .....	145
BERNHARD, ULRICH: Die Bedeutung und Verwendung der Blickregistrierung für den Werbepretest .....	169
COOPER, PETER/ALAN BRANTHWAITE: Qualitative Tech- niken: Neue Gesichtspunkte bezüglich Messung und Be- deutung aufgrund qualitativer Untersuchungen .....	187
FRANKE, DIETER: Der ISVT - Ein nonverbales Verfahren für die marktpsychologische Forschung .....	203
HAASE, HENNING: Zum Einfluß des Fragebogen-Layouts auf Befragungsergebnisse .....	217
 <b>ANWENDUNGEN</b>	
MONSE, KURT/SIEGFRIED MÜLLER: Die Wirksamkeit wieder- holter Furchtappelle auf die Einstellung zum Rauchen und die Höhe des Zigarettenkonsums .....	237
MEYER, WOLFGANG: Aktivität im Urlaub .....	259
CORRELL, WERNER: Kommunikationspsychologische Erkenntnisse für Marketing und Führung .....	293