

Inhalt

Einleitung	1
1. Kapitel Anzeigenwirkung und Testkonstruktion	3
2. Kapitel Aktivierung durch Werbung	9
I. Theoretische Grundlagen	9
1. Aktivierung durch Werbung als reizinduzierte Prozeß	10
2. Die Struktur der Aktivierung: Das Hierarchische Aktivierungssystem	12
3. Das Aktivierungspotential von Anzeigen	16
4. Gezielte Aktivierung durch Anzeigen – Ein grundlegendes Experiment ...	19
II. Meßkonzeption	24
1. Die elektrodermale Aktivierungsmessung	25
2. Der Hautwiderstand als Indikator elektrodermalen Aktivität	26
III. Prämissen und Probleme der elektrodermalen Aktivierungsmessung	31
1. Die Abhängigkeit der elektrodermalen Reaktion vom elektrodermalen Level	31
2. Die Leistungsrelevanz der »elektrodermalen Aktivierung«	38
3. Folgerungen für die vorliegende Arbeit	43
3. Kapitel Der Aktivierungs-Test	45
I. Anforderungen an einen Anzeigentest	45
II. Theoretische Grundkonzeption des Aktivierungs-Tests	46
III. Testaufbau und praktische Durchführung	52
1. Die Aktivierungsmessung	53
2. Die Konsistenzanalyse	55
4. Kapitel Gültigkeit des Aktivierungs-Tests	71
I. Theoretische Grundlagen	71
1. Konzepte der Gültigkeit eines Tests	71
2. Wahl eines geeigneten Kriteriums	72
II. Empirische Prüfung der Gültigkeit des Aktivierungs-Tests	73
1. Anlage und Durchführung der Gültigkeitsuntersuchung	74
2. Ergebnis der Gültigkeitsuntersuchung	75
5. Kapitel Zuverlässigkeit des Aktivierungs-Tests	79
I. Theoretische Grundlagen	79
1. Das Konzept der Zuverlässigkeit eines Tests	79

2. Verfahren zur Ermittlung der Zuverlässigkeit	81
II. Empirische Prüfung der Zuverlässigkeit des Aktivierungs-Tests	82
1. Anlage und Durchführung der Zuverlässigkeitsuntersuchung	82
2. Ergebnis der Zuverlässigkeitsuntersuchung	83
6. Kapitel Eichung des Aktivierungs-Tests	87
I. Auswahl der Normgruppen	87
1. Anzeigen	87
2. Versuchspersonen	88
II. Eichstichprobe	89
1. Anzeigen	89
2. Versuchspersonen	92
III. Maßeinheit	93
1. Prozentrangplätze	93
2. Normalisierte Standardwerte	95
IV. Durchführung und Ergebnis der Eichuntersuchung	98
1. Auswahl der Anzeigen	99
2. Berechnung der Prozentrangskala	100
3. Berechnung normalisierter Standardwerte	102
7. Kapitel Anwendung des Saarbrücker Aktivierungs-Test (SAT)	107
Anhang	XXX
Literatur	XXX