

## Zusammenfassung aus Buch „Werbe- und Konsumentenpsychologie“

### Kapitel 24 – Psychologische Einflüsse auf Ergebnisse der Marktforschung

1. Psychologische Messungen müssen das Problem der Reaktivität berücksichtigen. Reaktivität bezeichnet die Änderung im Verhalten einer Person, wenn sie weiß, dass sie beobachtet oder „gemessen“ wird.
2. Was eine Person über sich selbst sagt, unterliegt verschiedenen Einflüssen, z. B. ihrer aktuellen Bedürfnislage, ihrer Erwartung, welche Konsequenzen sich aus ihrer Auskunft ergeben, oder ihrem Streben nach Konsistenz.
3. Wir können unsere eigenen zukünftigen Wünsche und Präferenzen oft nur ungenau angeben. Die tatsächlichen Einflüsse auf unser Verhalten erkennen wir nur, wenn sie ohnehin schon zu unserer Theorie über unser Verhalten passen.
4. In standardisierten Befragungen beeinflussen Fragen und Antwortvorgaben das Urteil, das doch eigentlich erst erhoben werden soll. Zum Beispiel entscheiden die Antwortvorgaben in einem Fragebogen mit darüber,
  - ob die Probanden mit ihrer Antwort eine inhaltlich interpretierbare oder eine indifferente Position einnehmen,
  - wie wichtig welches Merkmal ist,
  - was die Befragten unter Begriffen wie „viel“ oder „wenig“ verstehen.
5. In Befragungssituationen kommt es oft vor, dass Personen zu dem infrage stehenden Gegenstand keine Meinung haben, sondern ihre Antwort ad hoc aus verfügbaren Informationen konstruieren. Bei dieser Konstruktion verwenden sie vorzugsweise besonders wichtige, besonders hervorstechende und kurz zuvor aktivierte Informationen.
6. Befragungssituationen werden von den Befragten ähnlich wie andere Kommunikationssituationen auch verstanden. Daher folgen Personen bei ihren Antworten üblichen Kommunikationsregeln. Zum Beispiel berücksichtigen sie, welche Information der Frager schon hat und welche Konsequenz ihre Antwort möglicherweise haben konnte.
7. Aus einer psychologischen Sicht können vermeintliche Fehlerquellen bei standardisierten Befragungen auch als wertvolle Erkenntnisquellen nutzbar gemacht werden. Hierzu ist es erforderlich, die Verarbeitungsprozesse nachzuvollziehen, die zu dem angeblich verzerrten Urteil geführt haben.