



Eine heimliche Liebe zum großen Stern

Eine Anwendung des IAT auf das Markenimage von Mercedes, A-Klasse, Volkswagen und New Beetle

In unserer Studie untersuchten wir die impliziten und expliziten Einstellungen von Studenten gegenüber den Automarken Mercedes und Volkswagen und gegenüber den Autotypen A-Klasse und New Beetle.

Operationalisiert wurden die impliziten Einstellungen mit Hilfe des IAT (Greenwald, 1998). Dazu wurden als Zielkategorien Mercedes/Volkswagen sowie A-Klasse/New Beetle und die Bewertungskategorien negativ/positiv, konservativ/modern und Selbst/Andere verwendet. Die Zielkategorien wurden mit jeweils drei Fotos der jeweiligen Marke operationalisiert, während die Bewertungskategorien Positivität und Negativität aus jeweils fünf prototypischen Wörtern bestanden.

Explizite Einstellungen wurden mit Hilfe von Ratingskalen, die sich auf die im IAT verwendeten Dimensionen bezogen, und zwei semantischen Differentialen, die sich generell die Einschätzung gegenüber den Marken bezogen erhoben.

Die bisherigen Ergebnisse deuten daraufhin, dass beim Vergleich von Mercedes und Volkswagen die Teilnehmer unserer Untersuchung in Bezug auf die Positivität eine stärkere implizite Präferenz der Marke Mercedes im Vergleich zu Volkswagen aufweisen. Von impliziter Präferenz sprechen wir hier und im Folgenden dann, wenn die mittleren Antwortlatenzen in der jeweiligen Target-Bewertungsbedingung kürzer sind als in der jeweils komplementären Bedingung. Auf dem expliziten Maß (Rating) zeigte sich das umgekehrte Befundmuster: Unsere Teilnehmer schätzten Volkswagen im Vergleich zu Mercedes explizit positiver ein.

Beim Selbst-Anderer Vergleich zeigte sich eine implizite Bevorzugung der Marke Mercedes in Bezug auf das eigene Selbst, wohingegen sich hier auf dem expliziten Maß eine größere Identifikation mit dem Volkswagen zeigte. Beim Konservativ - Modern Vergleich zeigte sich eine implizite Assoziation aus Mercedes und Konservativ, explizit wurde hier der Mercedes ebenfalls als konservativer im Vergleich zum Volkswagen eingeschätzt.

Im Vergleich von New Beetle und der A-Klasse zeigte sich, dass der New Beetle implizit und explizit positiver als die A-Klasse eingeschätzt wurde. Bezogen auf die Dimension Identifikation fand sich eine implizite Bevorzugung der A-Klasse, wohingegen sich hier auf dem expliziten Maß eine größere



Identifikation mit dem New Beetle zeigte. Die A-Klasse wurde sowohl implizit als auch explizit als konservativer im Vergleich zum New Beetle eingeschätzt.

Zusammengefasst zeigen die bisherigen Ergebnisse, dass die impliziten Einstellungen unserer Teilnehmer beim Mercedes - Volkswagen Vergleich in eine andere Präferenz-Richtung weisen, als deren explizite Einstellungen, die wir mit Hilfe von Ratingskalen und semantischen Differentialen erhoben haben. Während sich bei der Bewertung der Automarke Mercedes eine generelle Dissoziation zwischen impliziten und expliziten Einstellungen in Bezug auf die Dimensionen Positivität und Selbst fand, konnten wir diese beim New Beetle A-Klasse Vergleich nicht feststellen.

Möglicherweise ist dies dadurch verursacht, dass sich unsere Teilnehmer aus Gründen der Selbstdarstellung bei einem kontrollierten Antwortprozess in Bezug auf die Positivität eher als Anhänger der bescheideneren Automarke Volkswagen darstellen, wohingegen beim sowohl implizit als auch explizit positiv besetzen New Beetle diese Notwendigkeit der Einstellungskontrolle in Bezug auf die Positivität wegfällt, von daher zeigte sich hier keine Dissoziation zwischen impliziten und expliziten Einstellungen.