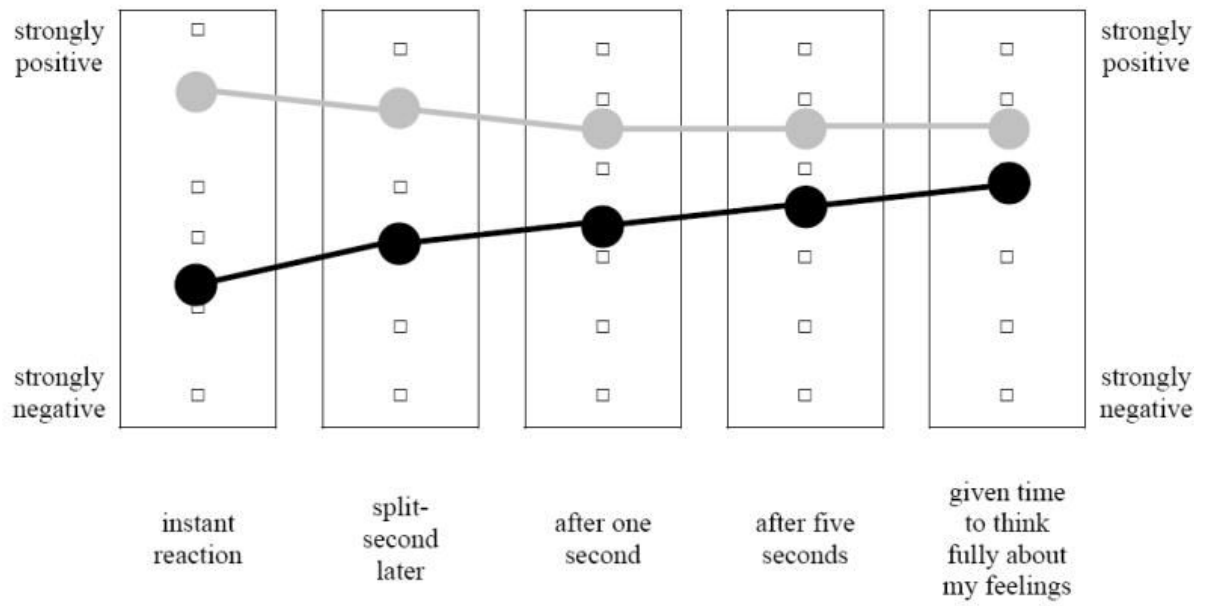


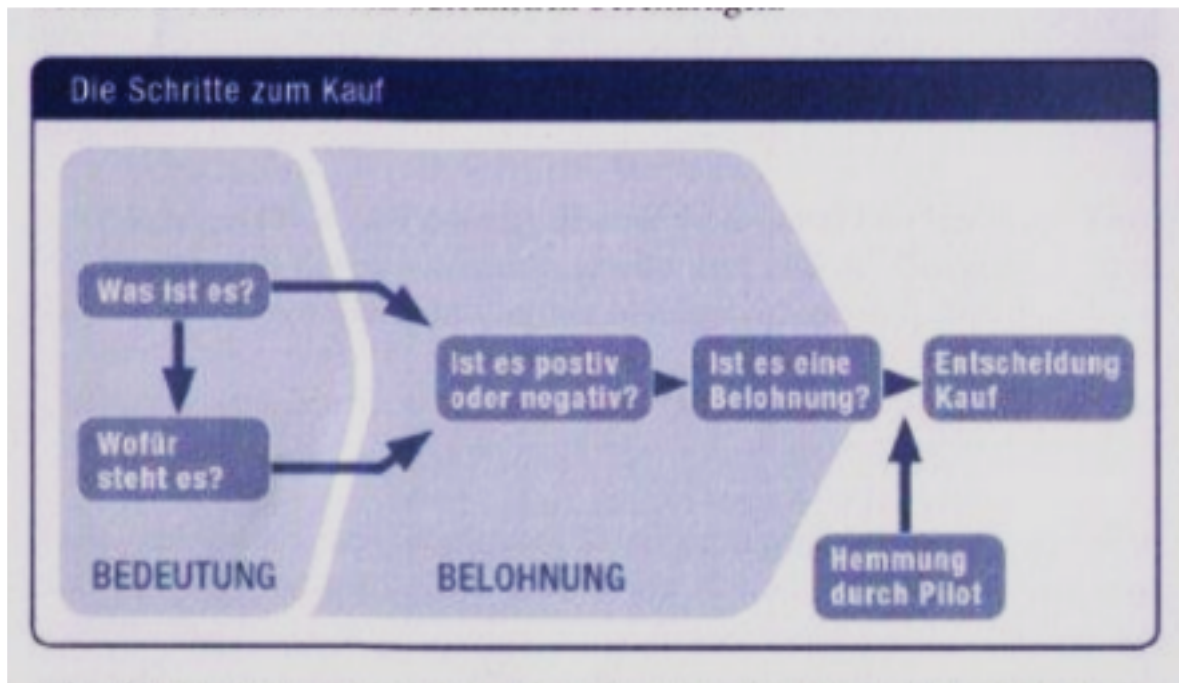
p98tnz3wp98zt0w9rfhiUIU(Abb. 1), vgl. Ranganath



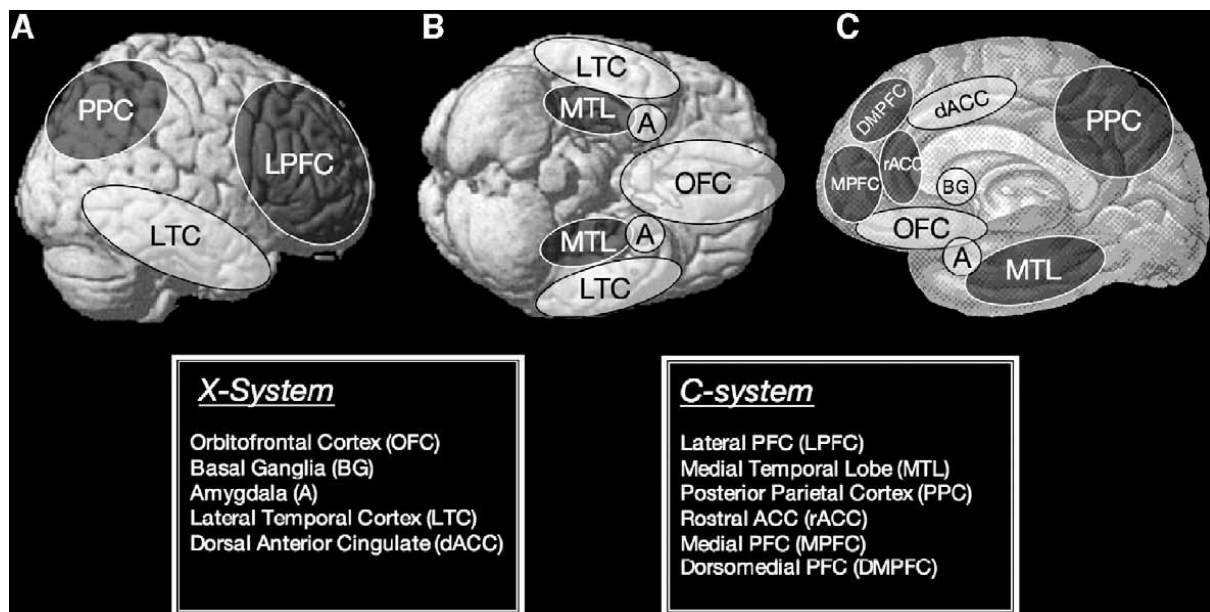
● = attitude toward straight people

● = attitude toward gay people

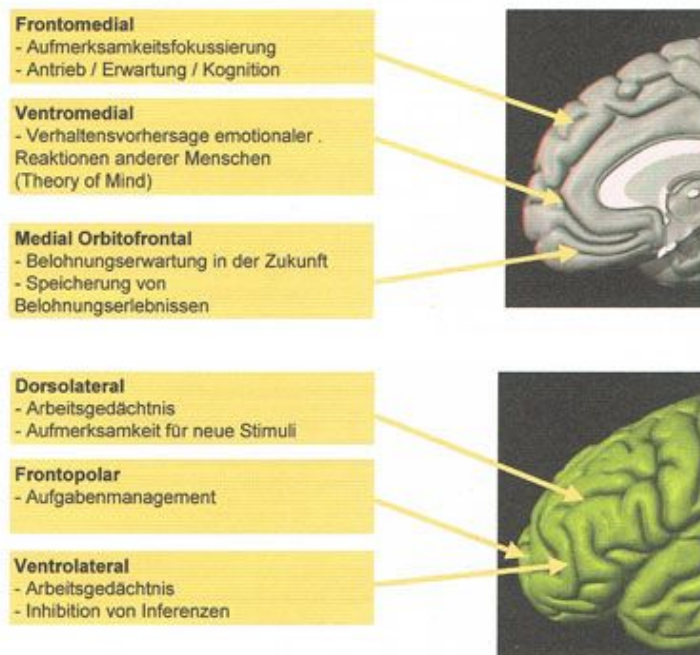
(Abb. 2), vgl Scheier, Hanse, S 46



(Abb. 30), vgl. Satpute S. 89

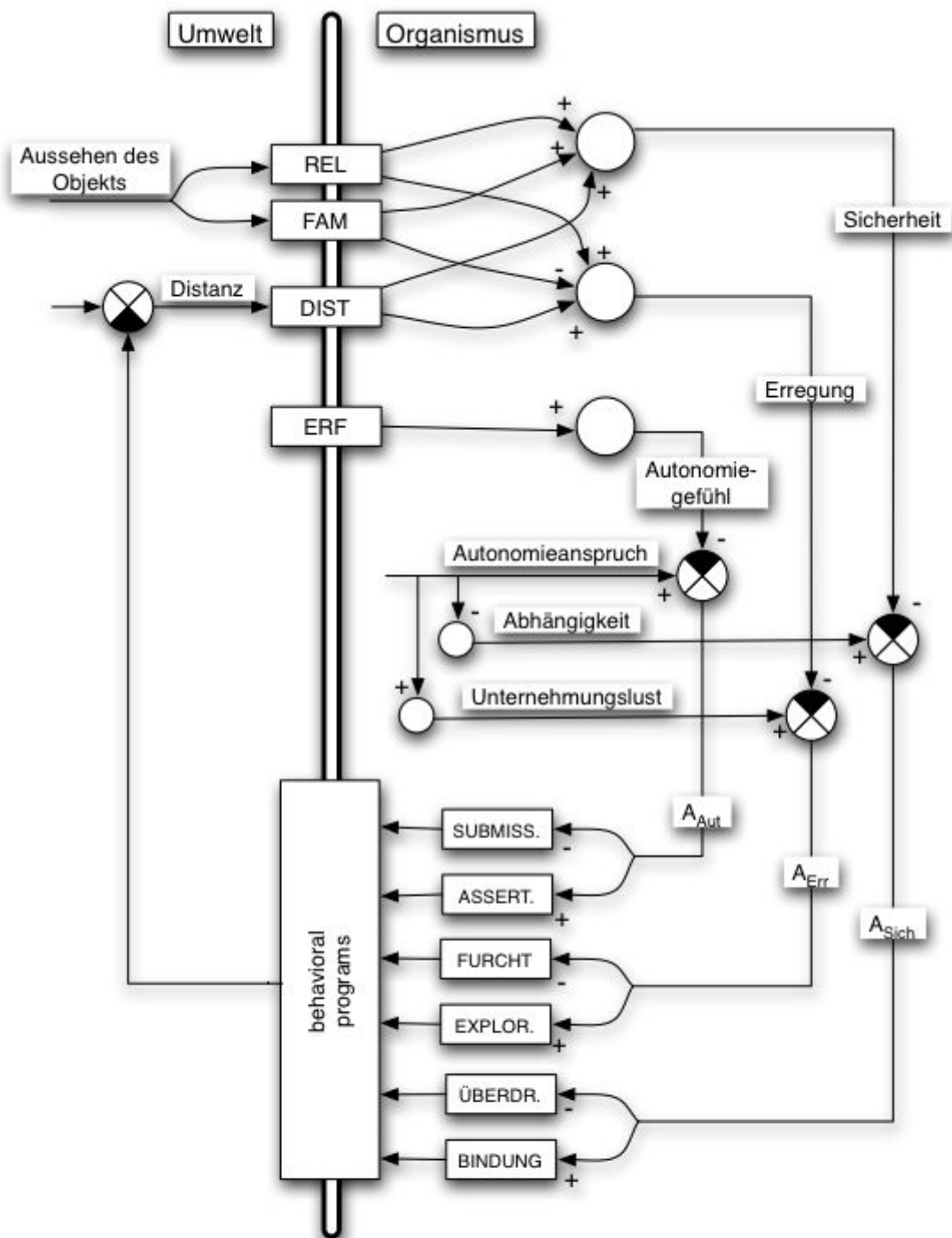


(Abb. 4), vgl. Shepherd



(Abb. 5), vgl. Scheier, Hanse, S 62

A B C
12 13 14



Das Zürcher Modell sozialer Motivation (vereinfachte Version) nach Bischof, 1993.

REL = Relevanz; FAM = Familiarität; DIST = Distanz; ERF = Erfolg

A_{Aut} = Aktivierung des Autonomiesystems; A_{Err} = Aktivierung des Erregungssystems;

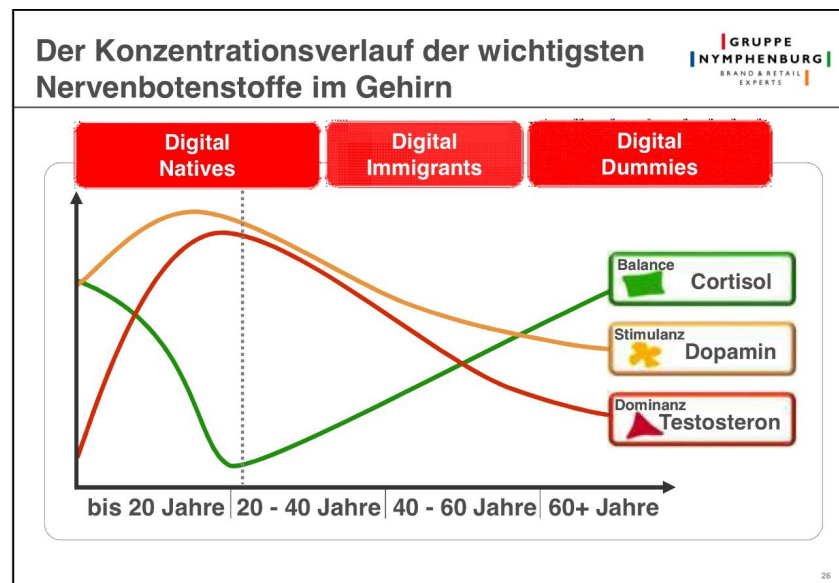
A_{Sich} = Aktivierung des Sicherheitssystems;

Sumiss. = submissives Verhalten; Assert. = assertives Verhalten; Explor. = Exploration;

Überdr. = Überdrußverhalten;

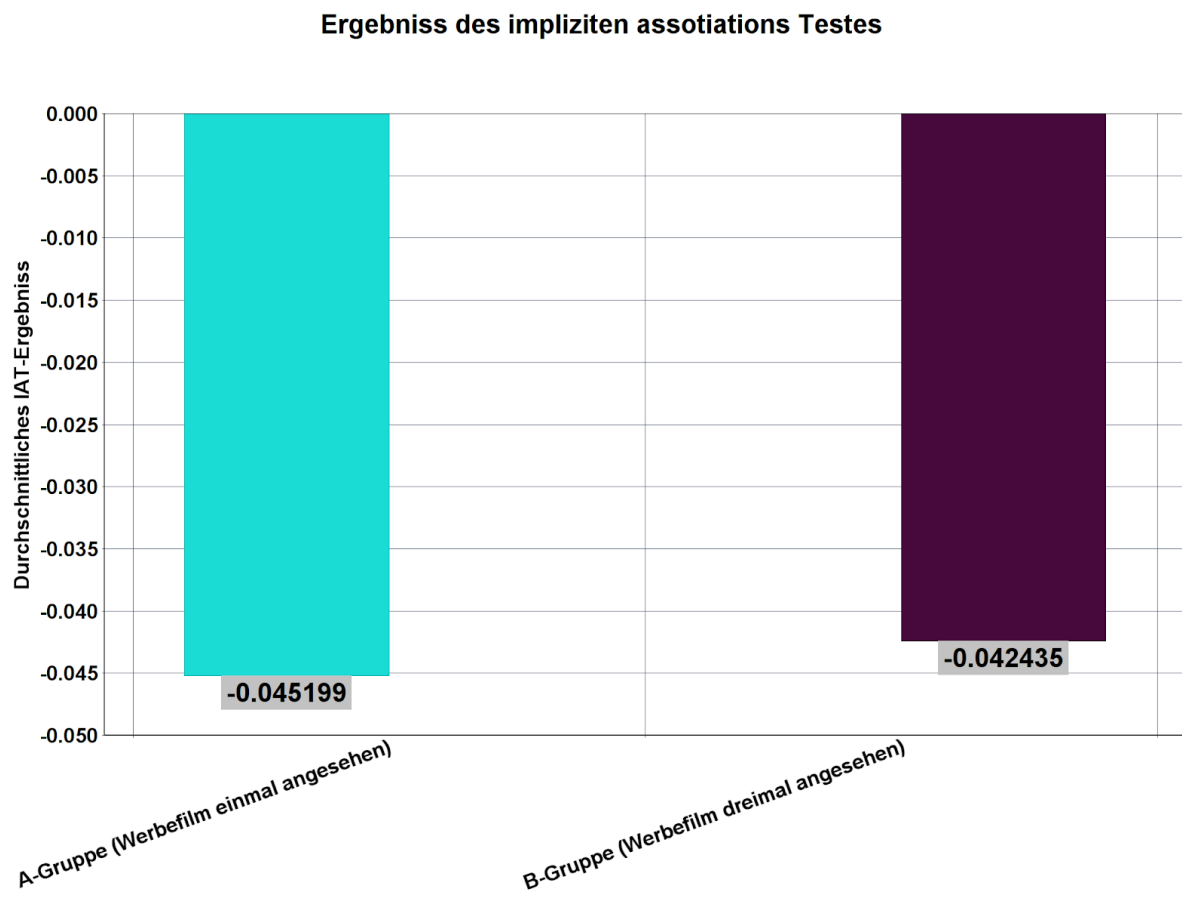
(Abb. 6), vgl. Wikipedia, Zürcher Modell der sozialen Motivation

(Abb. 7), vgl. Häusel



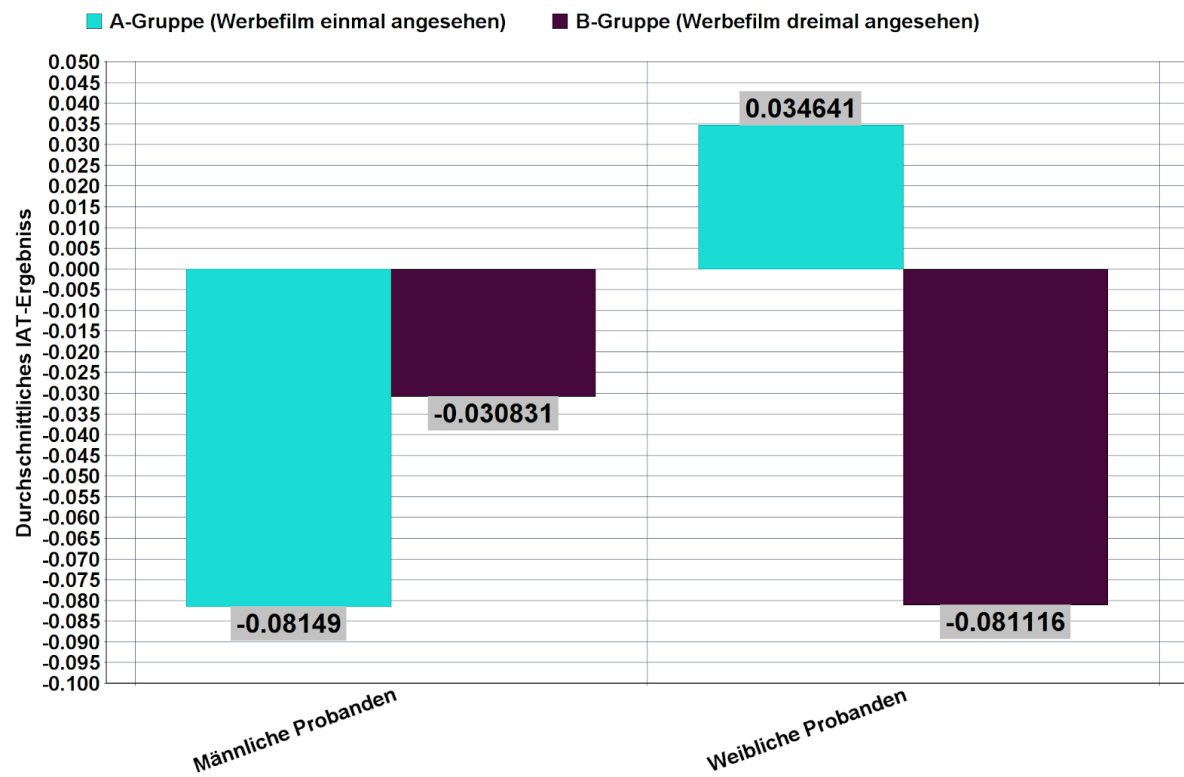
(Abb. 8), vgl. Digital Marketing Blog : Neuromarketing: Frauen shoppen, Männer kaufen ein

(Abb. 10), eigene Erhebung



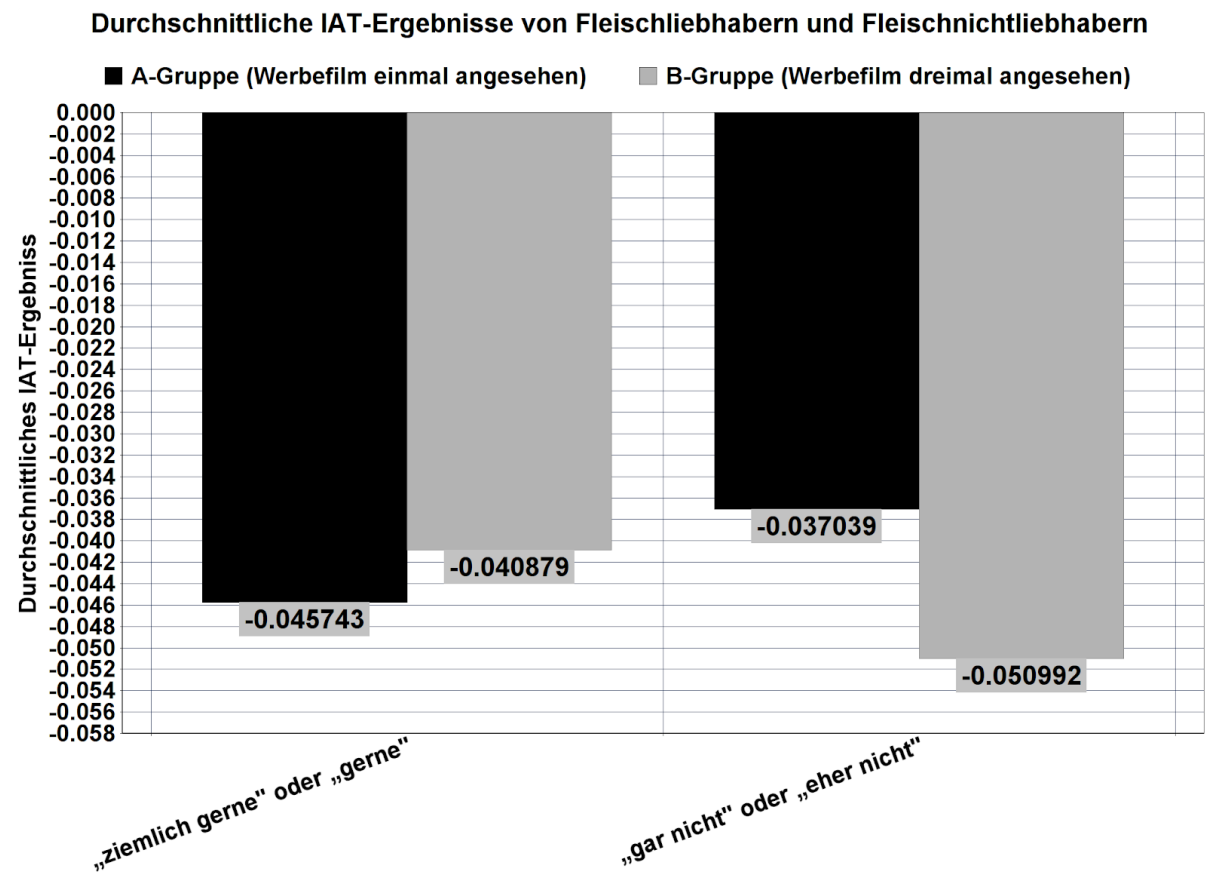
(Abb. 11), eigene Erhebung

Durchschnittliches IAT-Ergebniss, Differenzierung; männlich, weiblich, A-Gruppe, B-Gruppe



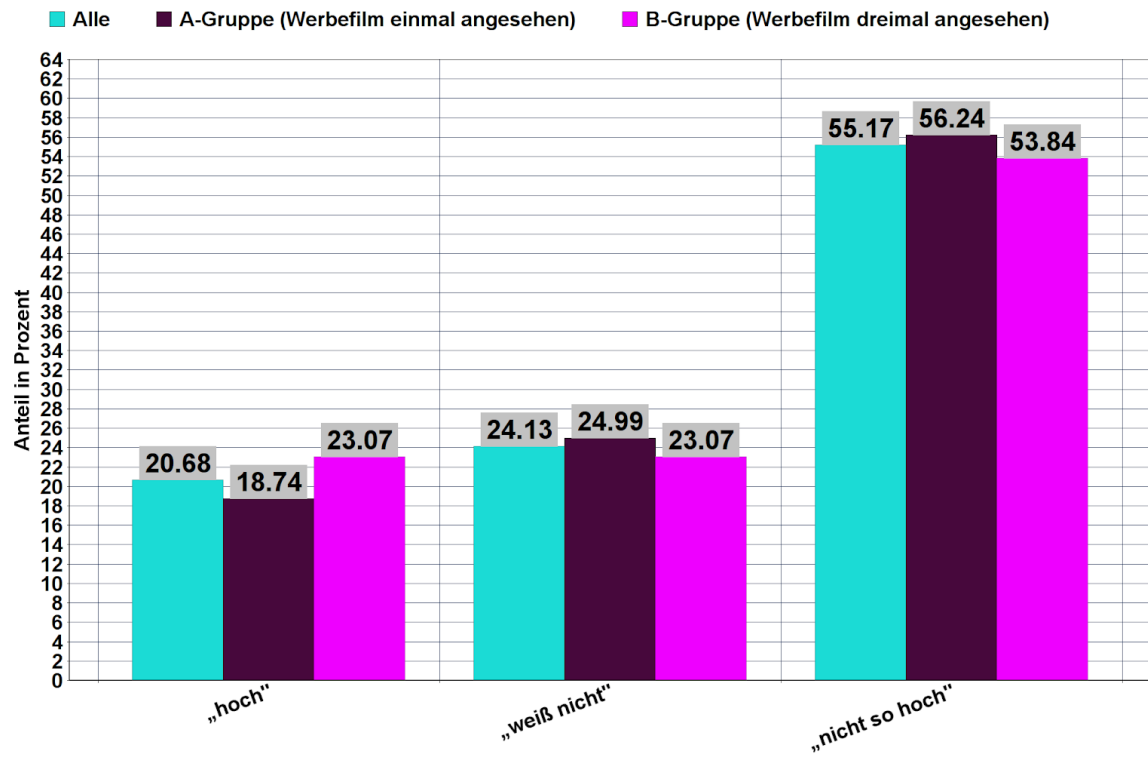
(Abb. 12), eigene Erhebung

(Abb. 13), eigene Erhebung

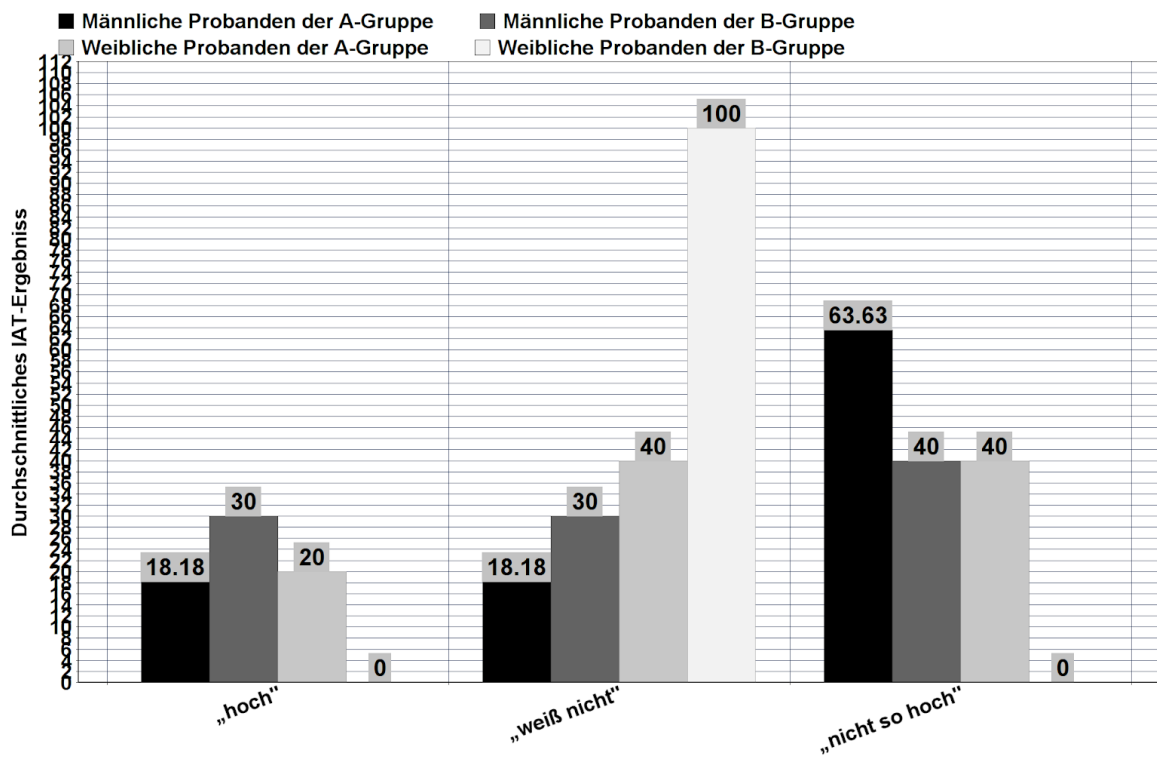


(Abb. 14), eigene Erhebung

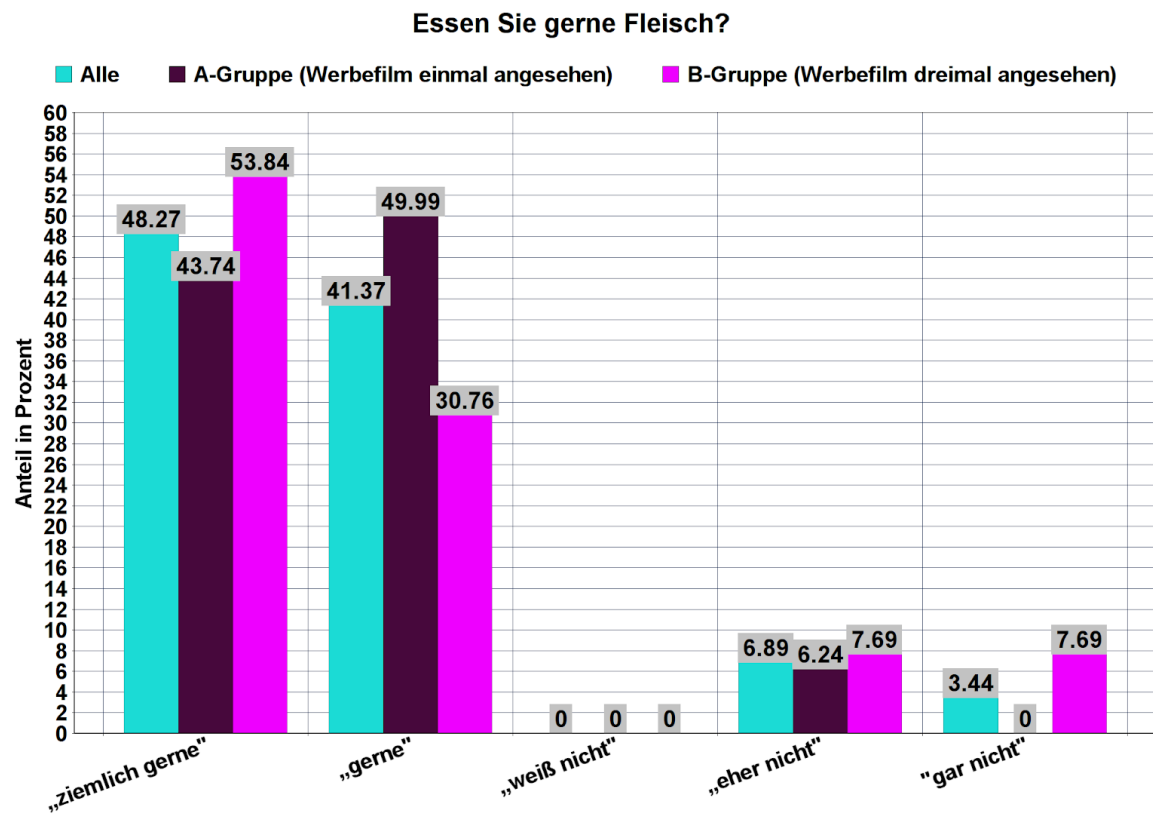
Wie hoch, glauben Sie, ist der Aufwand bei Luma Delikatessen etwas zu bestellen?



Wie hoch glauben Sie ist der Aufwand bei Luma-Delikatessen etwas zu bestellen? , Differenzierung; männlich, weiblich, A-Gruppe, B-Gruppe



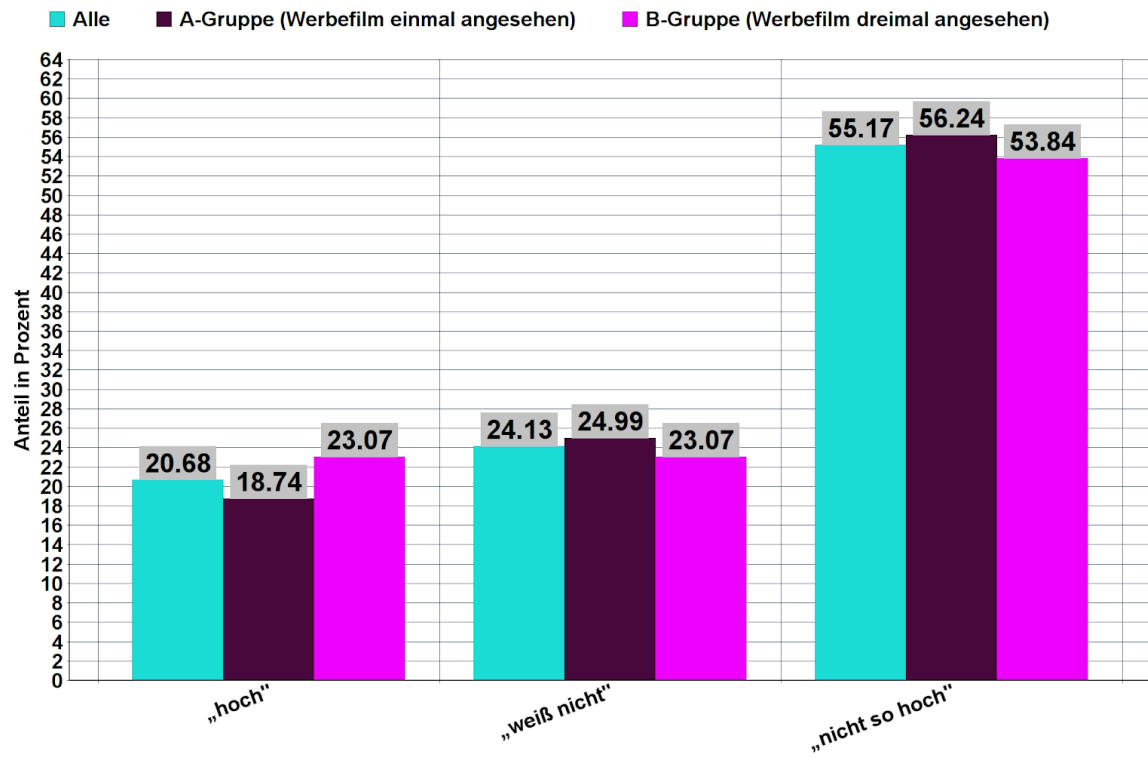
(Abb. 15), eigene Erhebung



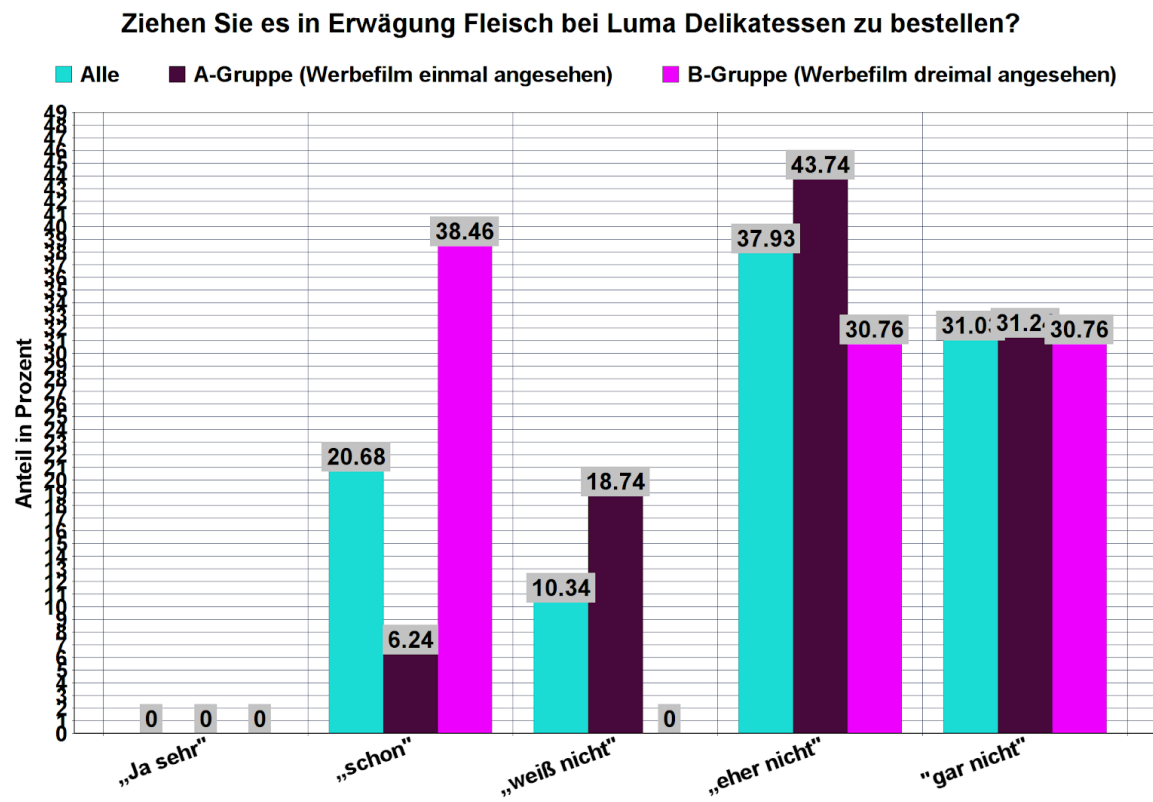
(Abb. 16), eigene Erhebung

(Abb. 17), eigene Erhebung

Wie hoch, glauben Sie, ist der Aufwand bei Luma Delikatessen etwas zu bestellen?



(Abb. 18), eigene Erhebung





(Abb. 19) vgl. Project Implizit