

Susann Dietzmann

Das Gedächtnis im Alter Implikationen für die Werbung

Gerontopsychologische und werbepsychologische
Erkenntnisse zum Gedächtnis im Alter als Grundlage für
eine erfolgreiche Werbekommunikation mit älteren
Menschen

Diplomarbeit

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek:

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek: Die Deutsche Bibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de/> abrufbar.

Dieses Werk sowie alle darin enthaltenen einzelnen Beiträge und Abbildungen sind urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsschutz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Verlanges. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen, Auswertungen durch Datenbanken und für die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronische Systeme. Alle Rechte, auch die des auszugsweisen Nachdrucks, der fotomechanischen Wiedergabe (einschließlich Mikrokopie) sowie der Auswertung durch Datenbanken oder ähnliche Einrichtungen, vorbehalten.

Copyright © 2005 Diplom.de
ISBN: 9783832492557

Susann Dietzmann

Das Gedächtnis im Alter Implikationen für die Werbung

Gerontopsychologische und werbepsychologische Erkenntnisse zum Gedächtnis im Alter als Grundlage für eine erfolgreiche Werbekommunikation mit älteren Menschen

Susann Dietzmann

Das Gedächtnis im Alter – Implikationen für die Werbung

*Gerontopsychologische und werbepsychologische Erkenntnisse
zum Gedächtnis im Alter als Grundlage für eine erfolgreiche
Werbekommunikation mit älteren Menschen*

**Diplomarbeit
Hochschule Harz (FH)
Fachbereich Wirtschaftswissenschaften
Studiengang Wirtschaftspsychologie
Abgabe September 2005**



Diplom.de

Diplomica GmbH _____
Hermannstal 119k _____
22119 Hamburg _____

Fon: 040 / 655 99 20 _____
Fax: 040 / 655 99 222 _____

agentur@diplom.de _____
www.diplom.de _____

ID 9255

Dietzmann, Susann: Das Gedächtnis im Alter – Implikationen für die Werbung - Gerontopsychologische und werbepsychologische Erkenntnisse zum Gedächtnis im Alter als Grundlage für eine erfolgreiche Werbekommunikation mit älteren Menschen
Druck Diplomica GmbH, Hamburg, 2006
Zugl.: Hochschule Harz (FH), Diplomarbeit, 2005

Dieses Werk ist urheberrechtlich geschützt. Die dadurch begründeten Rechte, insbesondere die der Übersetzung, des Nachdrucks, des Vortrags, der Entnahme von Abbildungen und Tabellen, der Funksendung, der Mikroverfilmung oder der Vervielfältigung auf anderen Wegen und der Speicherung in Datenverarbeitungsanlagen, bleiben, auch bei nur auszugsweiser Verwertung, vorbehalten. Eine Vervielfältigung dieses Werkes oder von Teilen dieses Werkes ist auch im Einzelfall nur in den Grenzen der gesetzlichen Bestimmungen des Urheberrechtsgesetzes der Bundesrepublik Deutschland in der jeweils geltenden Fassung zulässig. Sie ist grundsätzlich vergütungspflichtig. Zuwiderhandlungen unterliegen den Strafbestimmungen des Urheberrechtes.

Die Wiedergabe von Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenbezeichnungen usw. in diesem Werk berechtigt auch ohne besondere Kennzeichnung nicht zu der Annahme, dass solche Namen im Sinne der Warenzeichen- und Markenschutz-Gesetzgebung als frei zu betrachten wären und daher von jedermann benutzt werden dürften.

Die Informationen in diesem Werk wurden mit Sorgfalt erarbeitet. Dennoch können Fehler nicht vollständig ausgeschlossen werden, und die Diplomarbeiten Agentur, die Autoren oder Übersetzer übernehmen keine juristische Verantwortung oder irgendeine Haftung für evtl. verbliebene fehlerhafte Angaben und deren Folgen.

Diplomica GmbH
<http://www.diplom.de>, Hamburg 2006
Printed in Germany

SUSANN DIETZMANN

DIPLOM-WIRTSCHAFTSPSYCHOLOGIN (FH)



Studium der „Wirtschaftspsychologie“ Hochschule Harz, Wernigerode

Vertiefung:

Markt- und Konsumentenpsychologie
Marktforschung
Konsumgütermarketing
Business-to-Business Management

Abschlussnote: 1,5

Au-pair-Aufenthalt in Großbritannien

Serum-Werk-Bernburg AG
Abteilung „Finanzbuchhaltung“, Bernburg

Deutsche Lufthansa AG
Abteilung „Kundenanalysen“, Frankfurt am Main

icon its GmbH
Abteilung „Brand & Market“, Nürnberg

Sehr gut in Wort und Schrift

Grundkenntnisse

Grundkenntnisse

Microsoft Word, Microsoft Excel,
Microsoft Access, Microsoft PowerPoint

SPSS

Klavier spielen, Lesen, Italien, Billardverein

KONTAKTDATEN

STUDIUM

Okt. 1999 bis Sept. 2005

AUSLANDSAUFENTHALT

Okt. 1998 bis Mai 1999

PRAKTIKA

Juli 1999 bis Aug. 1999

März 2001 bis Juli 2001

April 2004 bis Aug. 2004

SPRACHKENNTNISSE

Englisch

Französisch

Spanisch

EDV - KENNTNISSE

MS Office Anwendungen

Statistik

HOBBYS

SUSANN DIETZMANN

Alte-Tauchaer-Straße 69
04288 Leipzig

Tel: 03429 - 71 43 490

Mobil: 0178 - 78 70 350

susandietzmann@hotmail.com

Inhaltsverzeichnis

Inhaltsverzeichnis.....	I
Abbildungsverzeichnis	IV
Tabellenverzeichnis.....	V
1 Einleitung.....	1
2 Alter und Altern in der Psychologie.....	3
2.1 Die Wissenschaft der Gerontopsychologie.....	3
2.2 Alter(n)sbegriffe der Gerontopsychologie	4
2.2.1 Das Alter	4
2.2.2 Das Altern.....	5
2.3 Methoden der Gerontopsychologie	7
2.3.1 Erhebungsinstrumente	7
2.3.2 Forschungsdesigns	8
2.4 Theorien der Gerontopsychologie	10
2.4.1 Mechanistische Defizitmodelle des Alterns	10
2.4.2 Theorien der Entwicklungsaufgaben	11
2.4.3 Das dritte und das vierte Lebensalter.....	11
2.4.4 Lebensspannenpsychologie.....	12
2.4.5 Theorien des erfolgreichen Alterns.....	13
2.5 Fazit und Definition des Altersbegriffes dieser Arbeit	14
3 Das Gedächtnis.....	16
3.1 Das Mehrspeichermodell.....	16
3.1.1 Informationsaufnahme und der sensorische Speicher	17
3.1.2 Informationsspeicherung und -verarbeitung im Kurzzeitgedächtnis....	19
3.1.3 Informationsspeicherung im Langzeitgedächtnis	21
3.1.4 Informationsabruf aus dem Langzeitgedächtnis.....	22
3.2 Das Modell der Verarbeitungstiefe	23
3.3 Das implizite Gedächtnis.....	24
3.4 Fazit	25

4	Informationsaufnahme im Alter	27
4.1	Altersveränderungen der Sensorik	27
4.1.1	Veränderung des Sehens im Alter	27
4.1.2	Veränderungen des Hörens im Alter	28
4.1.3	Altersveränderungen der Sensorik und kognitive Leistungen	29
4.2	Altersveränderungen der Aufmerksamkeit	30
4.3	Altersveränderungen des sensorischen Speichers	33
4.3.1	Veränderungen des ikonischen Gedächtnisses im Alter	33
4.3.2	Veränderungen des echoischen Gedächtnisses im Alter	34
4.4	Fazit	35
5	Informationsspeicherung im Alter	36
5.1	Altersveränderungen des Kurzzeitgedächtnisses	36
5.1.1	Kapazität des Kurzzeitgedächtnisses im Alter	36
5.1.2	Scanning im Alter	37
5.1.3	Vergessen im Kurzzeitgedächtnis im Alter	38
5.2	Altersveränderungen des Langzeitgedächtnisses	39
5.2.1	Altersveränderungen nach der Mehrspeichertheorie	40
5.2.2	Altersveränderungen nach dem Modell der Verarbeitungstiefe	40
5.2.3	Altersveränderungen nach der Ressourcen-Theorie	42
5.2.4	Einflussfaktoren auf die Erinnerung	47
5.2.5	Vergessen im Langzeitgedächtnis im Alter	53
5.3	Altersveränderungen des impliziten Gedächtnisses	54
5.4	Fazit	56
6	Informationsabruf im Alter	58
6.1	Abruf - Defizit - Hypothese	58
6.2	Rekognition vs. freies Erinnern im Alter	58
6.3	Enkodierungsspezifität im Alter	59
6.4	Hinweisreize und indirekter Abruf im Alter	61
6.5	Fazit	61

7	Werbung, Gedächtnis und Alter	63
7.1	Werbung.....	63
7.1.1	Werbeziele	63
7.1.2	Werbung als Kommunikationsprozess	64
7.1.3	Die Rolle des Gedächtnisses in der Werbung.....	65
7.2	Werbemedien - Mediennutzung im Alter	66
7.2.1	Fernsehen.....	67
7.2.2	Zeitungen und Zeitschriften.....	67
7.2.3	Hörfunk	68
7.3	Werbeerinnerung älterer Menschen.....	69
7.3.1	Fernsehwerbespots.....	69
7.3.2	Radiowerbspots	74
7.3.3	Emotionen in der Werbung.....	75
7.3.4	Werbung und Verarbeitungstiefe.....	76
7.4	Fazit	80
8	Implikationen der Gedächtnisentwicklung im Alter für die Werbegestaltung (Selektive Optimierung und Kompensation)	82
8.1	Selektion	83
8.2	Optimierung.....	84
8.2.1	Optimierung durch Auswahl des Kommunikationsmediums.....	84
8.2.2	Optimierung der Gestaltung der Kommunikation	87
8.3	Kompensation	95
8.3.1	Kompensation durch Verstärkung von vorhandenem Werbewissen ...	95
8.3.2	Kompensation durch Nutzung impliziter Erinnerungen	96
8.4	Fazit	96
9	Schlussbetrachtung.....	99
	Literaturverzeichnis.....	VI
	Erklärung.....	X

Abbildungsverzeichnis

Abb. 1: Entwicklung von Biologie und Kultur im Lebensverlauf	12
Abb. 2: Das Mehrspeichermodell	17
Abb. 3: Vergessensraten in implizitem und explizitem Gedächtnis.....	25
Abb. 4: Altersunterschiede in der selektiven Aufmerksamkeit (Stroop-Test)	30
Abb. 5: Altersunterschiede in der selektiven Aufmerksamkeit (Suchaufgaben)	31
Abb. 6: Der Recency-Effekt	37
Abb. 7: Altersunterschiede im KZG-Scanning	38
Abb. 8: Altersunterschiede in Vergessensraten des KZG	39
Abb. 9: Altersunterschiede in der Verarbeitungstiefe	41
Abb. 10: Pfadanalyse-Modell zum Arbeitsgedächtnis.....	44
Abb. 11: Bildüberlegenheitseffekt im Alter	49
Abb. 12: Die Organisation von kategorisierbaren Informationen im LZG.....	52
Abb. 13: Altersunterschiede im impliziten Gedächtnis.....	55
Abb. 14: Enkodierungsspezifität im Alter	60
Abb. 15: Interaktionseffekt Unterbrechung - Messzeitpunkt	73
Abb. 16: Selektive Optimierung und Kompensation in der Werbung	98

Tabellenverzeichnis

Tab. 1: Gegenstandsbereiche der Gerontopsychologie	4
Tab. 2: Nachteile von Längsschnittuntersuchungen.....	10
Tab. 3: Häufige Altersveränderungen des Sehens.....	27
Tab. 4: Orientierungsaufgaben zum inzidentellen Lernen.....	41
Tab. 5: Einfluss von Verarbeitungsgeschwindigkeit und Arbeitsgedächtniskapazität auf die Gedächtnisleistung.....	46
Tab. 6: Freie Erinnerung an auditive Informationen in verschiedenen Präsentationsgeschwindigkeiten	48
Tab. 7: Untersuchungsbedingungen zu CHERRY ET AL. (2003)	50
Tab. 8: Mediennutzung der älteren Generation.....	66
Tab. 9: Untersuchungsergebnisse STEPHENS (1982)	71
Tab. 10: Erinnerungsleistungen COLE & HOUSTON (1987).....	78