



Sandra Littel (Autor)

Bimodale Wahrnehmung von Verpackungsdesign: Der Einfluss von Optik und Haptik auf Markeneindrücke von Konsumenten



<https://cuvillier.de/de/shop/publications/692>

Copyright:

Cuvillier Verlag, Inhaberin Annette Jentsch-Cuvillier, Nonnenstieg 8, 37075 Göttingen, Germany

Telefon: +49 (0)551 54724-0, E-Mail: info@cuvillier.de, Website: <https://cuvillier.de>

Inhaltsverzeichnis

Inhaltsverzeichnis.....	I
Abbildungsverzeichnis.....	III
Tabellenverzeichnis.....	III
Abkürzungsverzeichnis.....	V
1 Einleitung.....	1
1.1 Motivation und Ziel der Arbeit.....	1
1.2 Aufbau der Arbeit.....	4
2 Begriffliche Grundlagen.....	6
2.1 Modalitäten.....	6
2.2 Verpackungsdesign	7
2.3 Marke und Markeneindrücke	9
3 Sensorische Reize als Marketingstimuli.....	11
3.1 Visuelle Reize.....	11
3.2 Haptische Reize.....	17
3.3 Akustische Reize	21
3.4 Olfaktorische Reize.....	24
3.5 Gustatorische Reize.....	26
3.6 Bimodale Sinnesreize	28
3.7 Bedeutung des Verpackungsdesigns als Marketingstimulus	31
3.8 Funktionen des Verpackungsdesigns	33
4 Theoretische Grundlagen und Ableitung der Untersuchungsthese.....	36
4.1 Ansätze aus der Gestaltpsychologie	36
4.2 Generische Verpackungsdesignfaktoren	40
4.2.1 Visuelle Verpackungsdesignfaktoren	41
4.2.2 Haptische Verpackungsdesignfaktoren.....	43
4.3 Wahrnehmung von designbezogenen Markeneindrücken durch den Konsumenten	46
4.3.1 Qualität	47
4.3.2 Attraktivität.....	47
4.3.3 Markenpersönlichkeit	48
4.4 Ansätze zur Erklärung der Wirkung des Zusammenspiels visueller und haptischer Reize	50
4.4.1 Die (In)Kongruenz-Theorie	50
4.4.2 Processing Fluency.....	53
4.4.3 Priming	56

4.5 Individuelle Unterschiede bei der Wahrnehmung visueller und haptischer Reize	59
4.5.1 Fähigkeit zur Wahrnehmung von Unterschieden im Design (Design Acumen)	60
4.5.2 Berührungsbedürfnis (Need for Touch)	61
5 Empirische Studien	63
5.1 Methodisches Vorgehen	64
5.2 Wahl der Produktkategorie	64
5.3 Repräsentative visuelle und haptische Designelemente	65
5.4 Studie 1	69
5.4.1 Ziel	69
5.4.2 Vorgehensweise	69
5.4.3 Messungen	70
5.4.4 Ergebnisse	73
5.4.5 Diskussion der Ergebnisse	79
5.5 Studie 2	83
5.5.1 Ziel	83
5.5.2 Vorgehensweise	84
5.5.3 Messungen	85
5.5.4 Ergebnisse	86
5.5.5 Diskussion der Ergebnisse	94
5.6 Studie 3	95
5.6.1 Ziel	95
5.6.2 Vorgehensweise	96
5.6.3 Messungen	97
5.6.4 Ergebnisse	97
5.6.5 Diskussion der Ergebnisse	99
6 Zusammenführende Diskussion	102
6.1 Bedeutung für die Theorie	102
6.2 Bedeutung für die Praxis	105
6.3 Limitationen und zukünftiger Forschungsbedarf	109
7 Zusammenfassung	112
Summary - Englische Zusammenfassung	119
Literaturverzeichnis	125
Anhang	147