



## Untersuchung des ästhetischen Werts der Entwürfe

Die Untersuchung des ästhetischen Wertes der Entwürfe wurde im Anschluß an den vorhergehenden Versuch durchgeführt, aber im Gegensatz zu ihm im wissentlichen Versuch, weil hierbei eine genaue, bewußte Vergleichung aller Entwürfe notwendig war.

An die Versuchspersonen wurde folgende Aufforderung gerichtet: „Sehen Sie sich alle Entwürfe genau an und schreiben Sie diejenigen auf, die Sie nach Form und Farbe für die schönsten halten. Sie sollen nicht die Werbewirksamkeit beurteilen, sondern nur diejenigen Entwürfe heraussuchen, die auf Sie den stärksten ästhetischen Eindruck machen!“

Die Beantwortung dieser Frage stieß häufig auf Widerstände, da manche Versuchspersonen erklärten, keinen einzigen Entwurf als schön zu empfinden. Es wurde dann die Aufzeichnung der relativ schönsten verlangt. Im allgemeinen wurde aber doch erreicht, daß jede Versuchsperson einige Entwürfe aufschrieb, im Durchschnitt etwa 2—3. Die Reihenfolge des Aufschreibens wurde als Rangordnung nach ästhetischem Wert festgesetzt. Gegenseitige Unterhaltung wurde nicht gestattet.

## Untersuchung der Überredungskraft der Entwürfe

(Werbewirksamkeit im engeren Sinne)

Als dritter Versuch wurde dann mit den gleichen Versuchspersonen die Untersuchung der Überredungskraft der Entwürfe, ihrer Werbewirksamkeit im engeren Sinne durchgeführt.

An die Versuchspersonen wurde die Aufforderung gerichtet: „Sehen Sie sich noch

