



einmal alle Entwürfe genau an und suchen diejenigen heraus, die Sie persönlich am besten überreden würden, die dargestellte Ware zu kaufen. Sie sollen nicht beurteilen, wie die Entwürfe auf andere Leute in dieser Hinsicht wirken würden, sondern heraussuchen, welche Entwürfe Sie persönlich am besten von der Güte der dargestellten Ware und der Notwendigkeit, sie zu kaufen, überzeugen.“

Auch hier wurde keine Diskussion gestattet. Schweigend mußte jeder niederschreiben, die Reihenfolge des Niederschreibens galt verabredungsgemäß jedesmal als Rangordnung, im Durchschnitt wurden etwa 2—3 Entwürfe als überredungskräftig bezeichnet. Wichtig ist natürlich bei allen diesen Versuchen die Wahl der Versuchspersonen. Selbstverständlich kann man nur dann darauf rechnen, daß die im Versuch gewonnenen Ergebnisse nachher durch die Praxis bestätigt werden, wenn die Versuchspersonen Angehörige derjenigen sozialen Schicht sind, die die überwiegende Zahl der Käufer stellt. Demgemäß gehörten unsere Versuchspersonen ganz überwiegend dem gehobenen Mittelstand an. Es waren meist Kaufleute, Ingenieure, Wissenschaftler, Lehrer, Beamte und ältere Studenten und Studentinnen. Beide Geschlechter waren annähernd gleich stark vertreten, das männliche etwas stärker. Das Alter der Versuchspersonen lag zwischen 20 und 50 Jahren. Die Versuche wurden durchgeführt an 100 Versuchspersonen. Sie wurden abgebrochen, als sich zeigte, daß eine weitere Vermehrung der Versuchspersonen keine wesentliche Verschiebung der Ergebnisse mehr bewirkte.

