

Guido Kempter, Horst O. Mayer und Karl-Heinz Weid

# design2product

Beiträge zur empirischen Designforschung

**Band 4**

Die Generation Plus

BUCHER VERLAG

## **Inhalt**

Vorwort der Herausgeber

### **Untersuchungen zum altersspezifischen Einsatz von Medien**

- 9 Werbesujets für die Generation 60+  
Horst O. Mayer & Chien-Jen Wang
- 23 Eindruckswirkung der Werbeprospekte von Lebensmittelketten  
Horst O. Mayer & Lisa Maria Schweiger
- 41 Eindruckswirkung unterschiedlicher Schriften  
Michael Kneidl & Horst O. Mayer
- 61 Wirkung von EmotICODES  
Marion Lembcke-Gülzow

### **Weitere Anwendungen der empirischen Designforschung**

- 83 Farbwirkung auf die auditive Wahrnehmung  
Horst O. Mayer & Cinja Schirmer
- 101 Stereo 1/1: Einfach und benutzerfreundlich  
Gerhard Bautz
- 121 Residential Design  
Patrick Jost & Johannes Tapio Nousiainen
- 133 How much does packaging influence consumer choices?  
Karl-Heinz Weidmann & Madeleine Mouton
- 145 Alternative Interfaces für Museumsexponate  
Andreas Künz & Walter Ritter
- 161 Eindruckswirkung von 3D Visualisierungen  
Karl-Heinz Weidmann & Daniel Wechner
- 177 Die Autorinnen