

**Oliver Köhler**

# Gefallenswirkungen von Verpackungsgestaltungselementen

Theoretische Grundlagen, empirische Erkenntnisse,  
sozialtechnische Empfehlungen

**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 © 2001 Diplomica Verlag GmbH  
ISBN: 9783832446529

**Oliver Köhler**

# **Gefallenswirkungen von Verpackungsgestaltungselementen**

**Theoretische Grundlagen, empirische Erkenntnisse, sozialtechnische Empfehlungen**



---

Oliver Köhler

# **Gefallenswirkungen von Verpackungsgestaltungselementen**

*Theoretische Grundlagen, empirische Erkenntnisse,  
sozialtechnische Empfehlungen*

**Diplomarbeit  
an der Justus-Liebig-Universität Gießen  
Fachbereich Wirtschaftswissenschaften  
Lehrstuhl für BWL I, Absatzwirtschaft und Marketing,  
Prof. Dr. Dr. h. c. Alewell  
Mai 2001 Abgabe**



***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 4652

Köhler, Oliver: Gefallenswirkungen von Verpackungsgestaltungselementen: Theoretische Grundlagen, empirische Erkenntnisse, sozialtechnische Empfehlungen / Oliver Köhler - Hamburg: Diplomica GmbH, 2001  
Zugl.: Gießen, Universität, Diplom, 2001

---

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 2001  
Printed in Germany



## Wissensquellen gewinnbringend nutzen

**Qualität, Praxisrelevanz und Aktualität** zeichnen unsere Studien aus. Wir bieten Ihnen im Auftrag unserer Autorinnen und Autoren Wirtschaftsstudien und wissenschaftliche Abschlussarbeiten – Dissertationen, Diplomarbeiten, Magisterarbeiten, Staatsexamensarbeiten und Studienarbeiten zum Kauf. Sie wurden an deutschen Universitäten, Fachhochschulen, Akademien oder vergleichbaren Institutionen der Europäischen Union geschrieben. Der Notendurchschnitt liegt bei 1,5.

**Wettbewerbsvorteile verschaffen** – Vergleichen Sie den Preis unserer Studien mit den Honoraren externer Berater. Um dieses Wissen selbst zusammenzutragen, müssten Sie viel Zeit und Geld aufbringen.

**<http://www.diplom.de>** bietet Ihnen unser vollständiges Lieferprogramm mit mehreren tausend Studien im Internet. Neben dem Online-Katalog und der Online-Suchmaschine für Ihre Recherche steht Ihnen auch eine Online-Bestellfunktion zur Verfügung. Inhaltliche Zusammenfassungen und Inhaltsverzeichnisse zu jeder Studie sind im Internet einsehbar.

**Individueller Service** – Gerne senden wir Ihnen auch unseren Papierkatalog zu. Bitte fordern Sie Ihr individuelles Exemplar bei uns an. Für Fragen, Anregungen und individuelle Anfragen stehen wir Ihnen gerne zur Verfügung. Wir freuen uns auf eine gute Zusammenarbeit.

### Ihr Team der Diplomarbeiten Agentur

Diplomica GmbH \_\_\_\_\_

Hermannstal 119k \_\_\_\_\_

22119 Hamburg \_\_\_\_\_

Fon: 040 / 655 99 20 \_\_\_\_\_

Fax: 040 / 655 99 222 \_\_\_\_\_

[agentur@diplom.de](mailto:agentur@diplom.de) \_\_\_\_\_

[www.diplom.de](http://www.diplom.de) \_\_\_\_\_

## Inhaltsverzeichnis

<b>Abkürzungsverzeichnis.....</b>	<b>III</b>
<b>Abbildungsverzeichnis.....</b>	<b>IV</b>
<b>Anlagenverzeichnis.....</b>	<b>V</b>
<b>1. Zur aktuellen Bedeutung der Verpackungsgestaltung aus verhaltens-</b>	
<b>wissenschaftlicher Sicht .....</b>	<b>.1</b>
<b>2. Das Gefallen aus den Blickwinkeln der dimensionalen Emotionsanalyse und der</b>	
<b>psychologischen Ästhetik.....</b>	<b>3</b>
2.1. Der Gefallensbegriff aus dem Blickwinkel der dimensionalen Emotionsanalyse .....	3
2.2. Das Gefallen aus dem Blickwinkel der psychologischen Ästhetik .....	4
2.2.1. Zum Ästhetikbegriff.....	4
2.2.2. Theorien zur Erklärung der ästhetischen Empfindung.....	5
2.2.3. Subjektive Determinanten des ästhetischen Urteils.....	10
<b>3. Ansatzpunkte zur Vermittlung ästhetischer Erlebnisse im Rahmen der Verpack-</b>	
<b>ungsgestaltung.....</b>	<b>12</b>
3.1. Rahmenbedingungen der Verpackungsgestaltung .....	12
3.2. Operationalisierung der Gestaltungselemente.....	13
3.2.1. Gestaltungsbereich Farbe .....	13
3.2.1.1. Farbton.....	14
3.2.1.2. Farbsättigung.....	15
3.2.1.3. Farbhelligkeit .....	15
3.2.1.4. Farbkontraste.....	16
3.2.2. Gestaltungsbereich Form.....	17
3.2.2.1. Formqualität .....	18
3.2.2.2. Formdimension.....	18
3.2.2.3. Komplexität.....	18
3.2.2.4. Symmetrie.....	19
3.2.2.5. Formverwirklichung.....	19
3.2.3. Gestaltungsbereich Schrift .....	19