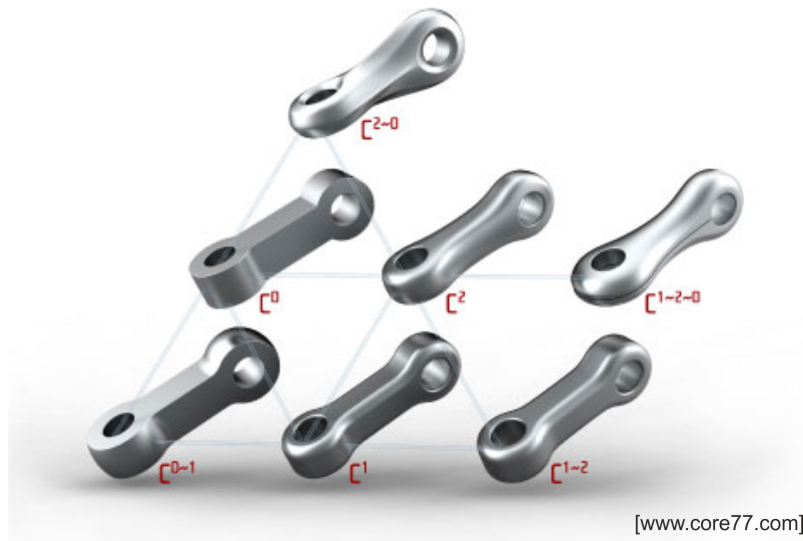


21.08.2019 / TM / MF

Thema:

Experimentelle Analyse der Ähnlichkeitsbewertung von Formgestalten im Corporate Produktdesign mit Fokus auf direkten und indirekten Produktvergleich*Experimental analysis of the similarity evaluation of shapes in corporate product design with focus on direct and indirect product comparison*

Produkte können einem Produktsystem über visuelle Ähnlichkeiten zugeordnet werden. Neben den Teilgestalten Farbe und Grafik ist der Bezug zum Corporate Design auch über die Form möglich. Es existieren verschiedene direkte (Bsp.: Paarvergleich) und indirekte (Bsp.: Tetraden- und Triadenmethode, multiple Rangordnungen) Methoden für die Ähnlichkeitsermittlung. Inwiefern diese Produktvergleichsmethoden Einfluss auf die Ähnlichkeitsbewertung und den resultierenden Ähnlichkeitsgrad haben ist allerdings nicht erforscht. Um diese Zusammenhänge systematisch zu analysieren soll eine Eye-Tracking-Probandenstudie aufgebaut, durchgeführt und statistisch ausgewertet werden.

Teilaufgaben

1. Einarbeitung in die Thematik der Ähnlichkeitsbewertung, Corporate Produktdesign und visuelle Vergleichsmethoden für Produkte.
2. Formulierung der Forschungshypothesen.
3. Konzeption von Betrachtungsmodellen für die Probandenstudie und Versuchsplanung.
4. Aufbau und Durchführung einer Eye-Tracking-Probandenstudie zur Beantwortung der Forschungshypothesen.
5. Auswertung der Ergebnisse mit Hilfe deskriptiver und induktiver Statistikmethoden und Deutung der Ergebnisse.

Betreuung:

Prof. Dr.-Ing. T. Maier