Inhaltsverzeichnis

1 Einleitung 7

2 Erhebungsdesign: Studie „Stil-Präferenzen“ 8

3 Statistische Auswertung der Ergebnisse: Stil-Präferenzen 17

3.1 Stil-Präferenzen Automobil 17

3.2 Stil-Präferenzen als Collagen der bevorzugten Design-Richtungen 19

3.3 Ikonische und semantische Auswertung auf Basis der Clusterungen Twingo-Design ‚rund’ und ‚markant’ 30

3.4 Soziodemografische Auswertungen auf Basis der Clusterungen Twingo-Design ‚rund’ und ‚markant’ 35

4 Schlussbetrachtung 37

Literatur 38