

# Übersicht in Excel

“Um eine gute Übersicht über meine Exzerpte zu haben, hinterlege ich alles in Excel.”

Bachelor-Studierende, 21,  
Kommunikationswirtschaft

Die ersten Zeilen enthalten die Quellenangabe sowie eine kurze Zusammenfassung.

	A	B	C	D
1	<b>BA Exzerpte</b>			
2				
3	Quelle:	Chituri, R., Londofo, J. C. & Henriquez, M. C. (2021). Visual design elements of product packaging: Implications for consumers' emotions, perceptions of quality, and price. <i>Color Research and Application</i> , 47(3), 723-744. Verfügbar unter <a href="https://doi.org/10.1002/col.22761">https://doi.org/10.1002/col.22761</a>		
4	Zusammenfassung:	In dieser Studie wurde der Einfluss von Farbe und Form hinsichtlich der Wahrnehmung von Qualität, Präferenz und Zahlungsbereitschaft untersucht. Dies wurde anhand von Wasserflaschen überprüft welche verschieden farbige Deckel und 3 verschiedene Formen aufwiesen. Am beliebtesten war die Flasche mit Anthropomorphe Form und blauen Deckel welche im Vergleich mit der ungeliebtesten Variante (eckige Flasche mit rotem Deckel) auch eine mehrheitlich höhere Zahlungsbereitschaft aufwies.		
5				
6	Name und Seitenzahl des Kapitels	Thema / Fokus	Zitat (direkt oder indirekt)	Kommentare (Gedanken, Bewertungen & Ideen)
7	2.1 Color, a key dimension of packaging design, S. 730	Was Farben vermitteln können, Farbnotationen	„Design involving color and shape can strongly shift consumer’s preference, quality perceptions, and emotions.“ (Chituri, Londofo & Henriquez, 2021, S. 730)	- genauere Farbassoziationen in dem Kapitel - starke kulturelle Abhängigkeit - BA-Konzept
8	2.1 Color, a key dimension of packaging design, S. 730	Darüber, wie wenig Wissen über Farben und Design in der Praxis vorhanden ist	„Marketing practitioners know, that a product’s color may play an important role in a consumer’s purchase decision, but few know how to create or change color associations for their products.“ (Chituri, Londofo & Henriquez, 2021, S. 730)	- Hinweis auf fehlenden Wissensstand was Farb- und Designforschung angeht - Spannend für Einleitung
9	2.1 Color, a key dimension of packaging design, S. 730	Allgemeine Auswirkungen heller und dunkler Farben	„Bright colors elicit mainly positive emotional associations, and dark colors elicit mainly negative emotional associations.“ (Chituri, Londofo & Henriquez, 2021, S. 730)	- ganz allgemeine Assoziationen - helle und dunkle Farben - bevor man auf genauere Beispiele eingeht
10	2.1 Color, a key dimension of packaging design, S. 730	die Konnotation des Kontext beeinflusst die Farbwahrnehmung	Die Farbwahrnehmung hängt vom Kontext ab, da dieser unterschiedliche Gedächtnis-netzwerke und -verbindungen aktiviert. (Chituri, Londofo & Henriquez, 2021, S. 730)	- Farben haben mehrere Bedeutungen/Konnotationen - der Kontext steuert die Wahrnehmung
11	2.2 Circular shapes, S. 731	Runde Formen vs. Eckige Formen im Gehirn	The tendency to prefer rounded semantically neutral objects is based on a fear response that angular cornered objects create in the amygdala. (Chituri, Londofo & Henriquez, 2021, S. 731)	- Bezug auf Amygdala - könnte einlösend in eine tiefere Forschungsebene sein

Folgende Kategorien befüllt die Schreibende:

- Name und Seitenzahl des Kapitels
- Thema/Fokus
- Zitat (direkt oder indirekt)
- Kommentare (Gedanken, Bewertungen & Ideen)