

Pressemitteilungen

Nov 28, 2013 | ID: 136009

Einzigartiges Volvo Experiment enthüllt die emotionale Kraft des Automobildesigns

- **Gelungenes Design kann starke Gefühle hervorrufen**
- **Vor allem Männer werden angesprochen**
- **EEG-Test zur Messung der Gehirnaktivität**

Köln. Was echte Autofans schon immer wussten, wurde nun erstmals auch wissenschaftlich bestätigt: Gelungenes Fahrzeugdesign kann Gefühle hervorrufen, die so stark sind wie die grundlegendsten menschlichen Emotionen. Zu diesem Ergebnis kam ein wissenschaftliches Experiment, das die Volvo Car Group zusammen mit Myndplay und deren EEG-Spezialisten für die elektrische Aktivität im Gehirn durchgeführt hat. Dabei wurde aufgezeichnet, wie das Gehirn von Testpersonen beim Betrachten von Autos reagiert und wie ansprechendes Design unsere Gefühle beeinflusst.

Als EEG (Elektroenzephalografie) wird die Messung der elektrischen Aktivität im Gehirn durch das Aufzeichnen der Spannungsschwankungen an der Kopfoberfläche bezeichnet. Das Experiment hat bewiesen, dass Menschen emotional auf die Form eines Autos reagieren. Speziell Männern scheint es offenbar in den Genen zu liegen, schlankes Design mit schönen Linien zu mögen.

„Der Test beweist, was wir immer geahnt haben: Schönes Autodesign kann starke Emotionen hervorrufen, die von einer allgemeinen positiven Grundstimmung bis zu einem Gefühl von Bestärkung reichen“, kommentiert Thomas Ingenlath, Senior Vice President Design bei Volvo Cars, die Ergebnisse der Studie.

Die Ergebnisse der Studie im Überblick:

- Männer reagierten emotionaler auf Fotos von schönen Autos als beim Anblick eines weinenden Babys.
- Die emotionale Intensität beim Anblick eines weinenden Babys war bei den teilnehmenden Frauen fast doppelt so hoch wie bei den Männern.
- 74 Prozent der Männer gaben an, dass gutes Design sie in eine positive Stimmung versetze.
- Nur 33 Prozent der Frauen bewerteten Bilder von Autos besser als das Bild eines attraktiven Mannes.
- 60 Prozent der Männer erklärten, dass sie sich durch das Fahren eines schönen Autos selbstbewusst und stark fühlten.

Der Ablauf des Experiments

Das Volvo Concept Coupé feierte auf der diesjährigen Internationalen Automobil-Ausstellung in Frankfurt seine Weltpremiere. Es ist die erste ausdrucksstarke Interpretation der neuen Volvo Designstrategie, die die Marke emotionaler gestalten soll. Deshalb wurde der Versuch im Zusammenhang mit der Vorstellung des Konzeptfahrzeuges durchgeführt. Die Teilnehmer wurden gebeten, eine Reihe von Bildern zu bewerten. Dabei trugen sie ein spezielles EEG-Headset mit Sensoren, das die Aktivität in der präfrontalen Hirnrinde des Gehirns misst. Zu den gezeigten Bildern zählten das neue Volvo Concept Coupé sowie Fahrzeuge, deren Design als schlecht oder veraltet gilt. Darüber hinaus sahen die Teilnehmer Aufnahmen von fröhlichen und weinenden Babys sowie von Frauen und Männern, die allgemein als schön bewertet werden.

„Das Wahrnehmen von ästhetisch gelungenem Design ist eine Erfahrung, die Verstehen und Fühlen kombiniert“, erklärt Dr. David Lewis, ein führender britischer Neurowissenschaftler für Konsumverhalten und Kommunikation. „Diese beiden Faktoren sind so eng verwoben, dass es unmöglich ist, sie getrennt voneinander zu betrachten. Eine ästhetische Erfahrung umfasst sinnlichen Genuss, Interpretation und emotionale Beteiligung.“

In einer parallel durchgeführten Umfrage von OnePoll gaben 43 Prozent der Männer an, dass sie sich bei einem Auto am meisten von Form und Design angezogen fühlen; zur Auswahl standen auch Interieur, Ausstattung, Räder und Motor. Das attraktivste Design-Feature ist aus Sicht der Männer die Fahrzeugfront, während Frauen die Heckpartie am meisten gefällt. Das einzige Foto, das bei den 2.000 Männern und Frauen eine identische Reaktion ausgelöst hat, war das eine weinenden Babys. Beide gaben dafür die höchste emotionale Intensität und die negativste Bewertung ab.

Unter www.EmotionOfDesign.com können Internet-Nutzer das Volvo Concept Coupé in 3D erforschen und eine eigene personalisierte Karte ihrer Gefühle anlegen.

Keywords:

Press Releases, 2013, Volvo Concept Coupé, Product News

Descriptions and facts in this press material relate to Volvo Cars's international car range. Described features might be optional. Vehicle specifications may vary from one country to another and may be altered without prior notification.

Weitere Fotos



Mehr Fotos >

Aktuelle Videos



[Mehr Videos >](#)

[media.volvocars.com >](#)

[volvocars.com >](#)

Copyright© 2025 Volvo Car Corporation (oder Tochterunternehmen bzw. Lizenzgeber).