

# REGAL Packung des Monats

sponsored by

**ulrich**  
**etiketten** seit 1868  
| Qualität | Flexibilität | Innovation |



Eine quantitative Untersuchung exklusiv für REGAL von **Karmasin Behavioural Insights** zu zwei Packungen:

## Analyse „Packung des Monats“ – Oktober 2016

Von **Dr. Helene Karmasin**

**D**ie Packung für **Tante Fannys Frischer Mürbteig** erzielt sehr gute Werte: Sie zieht die Aufmerksamkeit sehr schnell und spontan an, sie hat die höchste Kaufbereitschaft, sie vermittelt gut die Produktkategorie. Dies ist im wesentlichen auf die Wirkung des Bildes zurückzuführen, das auch in den ganz frühen Stufen der Wahrnehmung auffällt und das offenbar einen starken appetite appeal besitzt. Dazu kommen die sehr hellen, anlockenden und zu der Produktkategorie des Süßen stimmigen Farben.

Auch **Knorr** schneidet nicht schlecht ab: Die Packung übermitteln prägnant den Markenna-

*men und die Produktkategorie, und bei fast der Hälfte führt sie auch zu Kaufbereitschaft. Alles dauert bei dieser Packung ein bisschen länger und sie wirkt spontan nicht so verlockend – möglicherweise ist das auch auf die dunklen Farben zurückzuführen und auf den etwas weiten Winkel, in dem das Bild aufgenommen ist.*



Dr. Helene Karmasin

### Untersuchungs-Design

Anhand der vorliegenden Untersuchung wurden **zwei verschiedene Packungen in Hinblick auf Ihre Kurzzeitwahrnehmung überprüft**. Dabei wurden die Packungen in **zwei unterschiedlichen Darbietungszeiträumen** (1/30 Sekunde und 1 Sekunde) gezeigt und **anschließend Fragen** dazu gestellt. Ziel der Studie war es, die „Packung des Monats“, dh die Packung mit der besseren Bewertung bei der Kurzzeitwahrnehmung zu erheben.

Die **Interviews** wurden **Online** durchgeführt. **Untersuchungszeitraum** 4. bis 8. Oktober 2016

Befragt wurden **n=100 ÖsterreicherInnen**, gestreut nach **Alter, Geschlecht und Bundesländer**, die **haushaltsführend** sind und **für den Einkauf von Lebensmitteln verantwortlich** sind. Zudem handelt es sich bei den Befragten um **regelmäßige Käufer der gezeigten Produktkategorien**.

## Kriterien:



### Höchste Anziehungskraft am Regal

1/30 Sekunde:	46%	52%
1 Sekunde:	53%	58%
Veränderung	+7%	+6%

### Auffälligkeit des Bilds/Foto

1/30 Sekunde:	25%	42%
1 Sekunde:	48%	64%
Veränderung	+23%	+22%

### Erkennbarkeit der Produktkategorie

1/30 Sekunde:	52%	57%
1 Sekunde:	92%	86%
Veränderung	+40%	+29%

### Höchste Markenerinnerung

1/30 Sekunde:	41%	41%
1 Sekunde:	84%	71%
Veränderung	+43%	+30%

### Höchste Kaufwahrscheinlichkeit

1/30 Sekunde:	48%	53%
1 Sekunde:	54%	55%
Veränderung	+6%	+2%

Quelle: REGAL/Karmasin



Punktgenau

Qualität  
Sichtbarer  
Unterschied  
Innovation  
Flexibilität

**ulrich**  
etiketten

Marksteinergergasse 2, A-1210 Wien  
(Industriegebiet-Strebersdorf)  
Tel.: +43/1/271 39 40

Hotline:  
0800/240 43 18 64  
kostenfrei in ganz Österreich  
ulrich@ulrich.at

www.ulrich.at