

REGAL Packung des Monats

sponsored by

ulrich
etiketten seit 1868
| Qualität | Flexibilität | Innovation |



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

Lachgummi, Recheis und Gösser Kracherl

Von **Dr. Helene Karmasin**

Am besten schneidet die Packung „nimm 2 Lachgummi Milchgeister“ ab. Diese Packung zieht am schnellsten in den frühen Stufen der Wahrnehmung die Aufmerksamkeit an: Man fasst sie ins Auge und sie wirkt verlockend und stimulierend. Man erkennt schnell den Markennamen und die Produktkategorie. Dies liegt an der sehr prägnanten Anlage der Packung. Es ist dies der Typ einer „anspringenden“, „lauten“ Packung: Sie formt ihre visuellen Codes plakativ aus, mit starken Kontrasten und plastischen Elementen, sie bringt Marke und Sorte dramatisch zur Geltung. Dies entspricht auch gut dem zentralen Code der Produktkategorie, der verlockenden kindlichen Süßigkeiten. Die beiden anderen Packungen sind vergleichsweise ruhige Packungen,

die ihre Wirkung erst dann entfalten, wenn man sie näher ins Auge fasst. Dann wird die Marke Recheis gut erkannt. Bei Gösser Kracherl braucht man länger um die Positionierung des Produktes zu erkennen – dies liegt wohl auch daran, dass die visuellen Codes nicht sofort darauf hinführen und dass Kracherl und Gösser auf der Packung als ziemlich gleichartig präsentiert werden.



Dr. Helene Karmasin

Untersuchungs-Design

Anhand der vorliegenden Untersuchung wurden **drei 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 besten Bewertung bei der Kurzzeitwahrnehmung zu erheben.

Die **Interviews** wurden **Online** durchgeführt.

Befragt wurden **n=150 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** (nimm 2 Lachgummi, Marke Recheis, Gösser Kracherl).

Kriterien:



Höchste Anziehungskraft am Regal

1/30 Sekunde:	51%	47%	31%
1 Sekunde:	54%	55%	51%
Veränderung	+3%	+8%	+20%

Auffälligkeit des Bilds/Foto

1/30 Sekunde:	34%	22%	15%
1 Sekunde:	43%	30%	25%
Veränderung	+9%	+8%	+10%

Erkennbarkeit der Produktkategorie

1/30 Sekunde:	85%	83%	86%
1 Sekunde:	97%	99%	99%
Veränderung	+12%	+16%	+13%

Höchste Markenerinnerung

1/30 Sekunde:	70%	67%	17%
1 Sekunde:	90%	99%	96%
Veränderung	+20%	32%	+79%

Höchste Kaufwahrscheinlichkeit

1/30 Sekunde:	52%	53%	31%
1 Sekunde:	58%	59%	48%
Veränderung	+6%	+6%	+17%

Quelle: REGAL/Karmasin



Punktgenau

Qualität
Sichtbarer
Unterschied
Innovation
Flexibilität

ulrich
etiketten

Marksteingasse 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