

# 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:

## Dragee Keksi, Smoojo und Fuchs Chiliflocken

Von **Dr. Helene Karmasin**

**K**larer Sieger ist die Packung Dragee Keksi Haselnuss à la Manner, die in allen Kriterien exzellente Werte erzielt: Sie fällt auf, sie verlockt dazu, noch ein zweites Mal genauer hinzusehen, sie wirkt sympathisch und sie hat die höchste Kaufwahrscheinlichkeit. Ebenso ist sie höchst informativ: Sie vermittelt in ganz kurzer Zeit Marke und Produktgattung.

Dies hängt einerseits damit zusammen, dass sie eine bekannte Marke propagiert (das würde allerdings auch auf Schärldinger zutreffen); andererseits aber auch damit, dass sie konsequent den Farbcode der Marke und auch der Produktkategorie der verlockenden Süßwaren aufweist. Ebenso appetitlich wird das Produkt gezeigt.

Smoojo von Schärldinger hat es da viel schwerer: Dieser Farbcode ist nicht für die Marke gelernt und es wird auf den ersten Blick auch nicht klar, was hier genau angeboten wird und welchen attraktiven Nutzen das Produkt bietet.

Fuchs bringt den Markennamen so klein, dass man ihn kaum registriert und auch die Produktgattung ist sicher nicht voll gelernt.



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** (Dragee Keksi Haselnuss à la Manner, Smoojo, Fuchs Chiliflocken).

## Kriterien:



### Höchste Anziehungskraft am Regal

1/30 Sekunde:	61%	31%	32%
1 Sekunde:	77%	43%	44%
Veränderung	+16%	+10%	+12%

### Auffälligkeit des Bilds/Foto

1/30 Sekunde:	21%	13%	19%
1 Sekunde:	41%	20%	26%
Veränderung	+20%	+7%	+7%

### Erkennbarkeit der Produktkategorie

1/30 Sekunde:	83%	65%	75%
1 Sekunde:	100%	91%	100%
Veränderung	+17%	+26%	+25%

### Höchste Markenerinnerung

1/30 Sekunde:	69%	33%	8%
1 Sekunde:	93%	70%	45%
Veränderung	+24%	+37%	+37%

### Höchste Kaufwahrscheinlichkeit

1/30 Sekunde:	64%	34%	35%
1 Sekunde:	80%	41%	46%
Veränderung	+16%	+7%	+11%

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