

Packungstest

Produkte in Schale werfen

Dass die Verpackung ein zentrales verkaufsförderndes Produktelement ist, gilt als selbstverständlich. Woher weiß man aber, ob das jeweilige Design tatsächlich „etwas hermacht“, Kaufimpulse auslöst und damit die intendierte Wirkung entfaltet? Im Rahmen von Packungstests unterziehen wir Produkte einer gezielten „Typberatung“: Ermittelt wird die implizite und explizite Wirkung der Verpackung hinsichtlich Anmutung, Haptik, Akzeptanz sowie Passung zum Produkt. Dabei untersuchen wir sowohl neue Designentwürfe als auch bestehende Verpackungen, für die ein Relaunch vorgesehen ist. Packungstests lassen sich auch mit einer Concept Factory oder Product Prototyping kombinieren.

Vorgehen und Methode Packungstest

Je nach Fragestellung und Entwicklungsstand der Verpackung eignen sich unterschiedliche Erhebungsmethoden, z.B. halbstandardisierte Interviews, in denen Anmutung und Handling fokussiert werden. Gruppendiskussionen legen die vielfältigen Ansprüche der Zielgruppe an die Verpackung offen. Bei großem Optimierungsbedarf empfehlen wir Kreativ-Workshops: Hier werden die Teilnehmer mit Hilfe spezieller Gestaltungstechniken gezielt zur Ideenfindung animiert.

In der späten Entwicklungsphase bietet sich der Einsatz von Blickregistrierung (Eyetracking) an, bei der einzelne Elemente der Verpackung auf ihre Aufmerksamkeitsleistung hin geprüft werden. Geht es um die Entscheidung zwischen verschiedenen Verpackungen oder um eine standardisierte Akzeptanzmessung, empfehlen wir quantitative Erhebungen mit größeren Stichproben (z.B. mittels Face-to-Face-Interview oder Onlinebefragung).

Ihre Vorteile beim Packungstest

Sie erhalten von uns ein umfassendes Meinungsbild Ihrer Zielgruppe und fundierte Empfehlungen zur Auswahl und Optimierung des Verpackungsdesigns. Dabei fokussieren wir sowohl einzelne Gestaltungskriterien als auch das Gesamtimage, das Ihr Produkt über die Verpackung transportiert.



Mögliche Fragestellungen

- Wie wird die Verpackung von der Zielgruppe angenommen?
- Wo liegen Stärken und Schwächen der Verpackung bzgl. Ästhetik, Informationsgehalt und Handhabung?
- Inwiefern passt die Verpackung zum Image des Produkts: Was verspricht sie? Welche Erlebniswelten eröffnet sie?
- Wo bestehen Optimierungsmöglichkeiten – auch in Hinblick auf eine positive Abgrenzung gegenüber Wettbewerbsprodukten?

Wir freuen uns darauf, Sie bei Ihren individuellen Fragestellungen unterstützen zu können.
Hier finden Sie Ihre Ansprechpartner