

# Print macht wertvoll



Für mehr als ein Drittel der Befragten einer Studie symbolisiert die Verpackung Qualität.

Geht es um Süßwaren, dann sagen dies sogar 46 Prozent.

Verpackungen liefern damit ein klares Statement zur Wertigkeit eines Produktes.

Und das zahlt sich aus, denn hochwertige Verpackungen steigern die Zahlungsbereitschaft.

Quelle: FFI Studie Shopper – Die Bedeutung von Verpackungen bei Kaufentscheidungen, Ergebnisse einer Konsumentenbefragung der K&A BrandResearch (2011)