

Print verkauft



Verpackungen beeinflussen die Kaufentscheidung.

Für rund 60 Prozent der Konsumenten sind bedruckte Faltschachteln, Gläser, Plastik und Dosen ein wesentliches Entscheidungskriterium im Kaufprozess.

Oftmals liefern sie den finalen Kaufimpuls am Point of Sale.

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