

Print verankert Marken im Alltag



Eine Schachtel Frühstückszerealien wird zu Hause durchschnittlich bis zu 13-mal in die Hand genommen. 32-mal wird sie gesehen.

Eine gelungene Verpackung verankert die Marke im Alltag, fördert Wiederholungskäufe und sorgt für Weiterempfehlungen.

Bei rund 20 Millionen regelmäßigen Cornflakes-Essern in Deutschland lohnt sich das.