

Besseres Verpackungsdesign dank Neuromarketing

Wie kann Neuromarketing – die Verwendung kombinierter biometrischer Messtechniken zur Analyse von Kundenreaktionen – eingesetzt werden, um die Entwicklung von Verpackungslösungen effizienter zu gestalten? Diese Frage werden Iggesund Paperboard und Tobii Pro, ein weltweit führendes Unternehmen auf dem Gebiet des Eye-Tracking, demnächst im Rahmen exklusiver Seminare für die Kunden beider Firmen beantworten.



Foto: © Iggesund Paperboard

„Mit Hilfe von Eye-Tracking kann man die visuelle Aufmerksamkeit und die Sinneserfahrung von Kunden mit dem Verpackungsdesign messen. Man kann dies vor der Produktion testen, um sicherzustellen, dass das gewünschte Ergebnis erzielt wird und die Verpackung dem Kunden im Geschäft ins Auge fällt. Die Mehrheit der Kaufentscheidungen fällt erst im Geschäft, daher ist es auf einem wettbewerbsgeprägten Markt entscheidend, die Aufmerksamkeit und das Interesse der Käufer durch effektive Verpackungsformate zu wecken“, erläutert Ali Farokhian, der das Forschungsberatungsteam Tobii Pro Insight bei Tobii leitet. „Falsche Lösungen können sehr teuer sein – in Form von direkten Kosten, wenn bei Design und Material nachgebessert werden muss, und natürlich auch durch entgangenen Gewinn.“

Iggesund Paperboard stellt die hochwertigen Kartons Invercote und Incada her, die auf dem europäischen Kartonmarkt als die beiden stärksten Marken gelten. Tobii Pro ist ein Teil der Tobii Group und entwickelte 2001 zunächst Eye-Tracking-Hardware zu Forschungszwecken. Nach und nach begann man dann, eine Reihe von Tools zu liefern, Hardware

Die Kombination von Messungen der visuellen Eindrücke mit sensorischen Messungen der Haptik einer Verpackung – also wie sie wahrgenommen wird, wenn man sie in die Hand nimmt – ist außerordentlich aufschlußreich.

– Desktop und Wearables – sowie Software und Cloud, und unter dem Namen Tobii Pro Insight Forschungsberatung zu leisten wie nun als Projektpartner von Iggesund. Dabei konzentriert man sich auf die Untersuchung visueller Aufmerksamkeit, um Unternehmen zu helfen, menschliches Verhalten in bestimmten Situationen zu verstehen, z. B. die Wahrnehmung von Verpackungen durch Verbraucher.

„Verbraucher sind Gewohnheitstiere, daher ist die wichtigste Frage, wie man zu einem Design gelangt, das Aufmerksamkeit und Interesse weckt und den Verbraucher maßgeblich davon überzeugt, sich auf etwas Neues einzulassen. Auf der Suche nach der optimalen Lösung bieten wir mit unserer Technik ein wirkungsvolles Hilfsmittel an“, so Farokhian weiter.

Igesund liefert nicht nur Karton, sondern engagiert sich auch aktiv, Wissen zu vermitteln, wie man das Meiste aus diesem Karton machen kann. Das Gemeinschaftsprojekt mit Tobii ist ein weiterer Schritt auf dem Weg, Wissen über Verpackung und Verpackungsmaterial weiterzugeben.

„Wir möchten unseren Kunden die Möglichkeiten vor Augen führen, die ihnen bereits in einem frühen Stadium zur Verfügung stehen, damit sie verschiedene Designalternativen auswerten können“, erklärt Jonas Adler, der Director Business Development von Iggesund Paperboard.

Die Kombination von Messungen der visuellen Eindrücke mit sensorischen Messungen der Haptik einer Verpackung – also wie sie wahrgenommen wird, wenn man sie in die Hand nimmt – ist genial. Das psychologische Konzept des Endowment- oder Besitztumseffekts – dass es uns schwer fällt, uns von etwas zu trennen, das wir besitzen – kann auch auf Dinge angewendet werden, die wir in unserer Hand halten. Je angenehmer die Erfahrung ist, desto länger möchten wir sie festhalten.

„Wir hören häufig von Kunden, dass ein Grund, sich für Invercote zu entscheiden, das Gefühl war, das ihnen die Verpackung vermittelte, als sie sie in ihren Händen hielten“, fährt Jonas Adler fort. „Wir freuen uns wirklich, dass es jetzt die Möglichkeit gibt, dies zu messen, denn bisher

bekamen wir in der Regel nur mündliches Feedback. Nun können wir die haptischen Unterschiede zwischen den Materialien tatsächlich messen.“

Die Clemson University in South Carolina, USA, bietet ein hochrangiges Ausbildungsprogramm für Verpackungsfachwissen an. Die Universität hat dort ein mit Eye-Tracking-Tools von Tobii Pro ausgestattetes Labor in Form einer Verkaufsumgebung eingerichtet, in der verschiedene Arten von Verpackungen getestet werden können. „Die Nutzung von Eye-Tracking wird in Verpackungsdesign resultieren, das sich stärker am Verbraucher orientiert“, erläutert Andrew Hurley, Associate Professor an der Clemson University. „Damit meine ich Verpackungen, die es dem Verbraucher erleichtern, das richtige Produkt schneller zu finden, und die es uns ermöglichen, rascher und effektiver die Produkte zu finden, die unsere Bedürfnisse befriedigen.“

Die Seminare über Neuromarketing und dessen Nützlichkeit bei der Entwicklung und Beurteilung von Verpackungen werden zunächst in Paris, London, Tokio und San Francisco stattfinden. ◆


Über Iggesund Paperboard

Igesund Paperboard gehört zum schwedischen Forstwirtschaftskonzern Holmen, einem der 100 nachhaltigsten Unternehmen der Welt, die im United Nations Global Compact Index gelistet sind. Mit Invercote und Incada bietet das Unternehmen zwei Markenfamilien an, die beide im Spitzenbereich ihres jeweiligen Segments angesiedelt sind. Seit 2010 hat Iggesund mehr als 380 Millionen Euro in die Erhöhung der Energieeffizienz und die Reduzierung der fossilen Emissionen aus der eigenen Produktion investiert. Iggesund und die Holmen Group melden alle fossilen Kohlenstoffemissionen an das Carbon Disclosure Project. Die Umweltdaten sind wesentlicher Bestandteil eines Jahresberichts, der der höchsten Stufe der Nachhaltigkeitsberichterstattung im Rahmen der Global Reporting Initiative entspricht. Iggesund wurde 1685 als Eisenhütte gegründet, stellt jedoch seit mehr als 50 Jahren Karton her.

Schnell. Kompetent. Hochwertig.

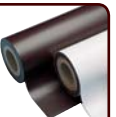
MAGNETTECHNIK IN PERFEKTION



- Schnelle Lieferung
- Individuelle Beratung
- Erfahrung seit 1972
- Find us on 

MAGNETOflex Magnetfolien

- Individuelle Zuschnitte möglich
- Im Digital- und Siebdruck direkt bedruckbar



MAGNETOflex Magnetbänder

- Vielseitige Einsatzmöglichkeiten in Befestigungs- und Verschlusstechnik
- Ideal geeignet für Display- und Messebau



FERRO Papier

- In der Kombination mit MAGNETOflex Magnetfolie ideal zur Gestaltung von Werbeflächen im Ladenbau
- Im Digitaldruckverfahren bedruckbar



**Wir beraten Sie gerne,
rufen Sie uns an:
+49(0)6122 - 1407 - 0**

haas & Co.
Magnettechnik GmbH

haas-magnettechnik.com 