

Obst und Gemüse: Wellpappe fördert den Abverkauf

Eye-Tracking-Studie belegt, dass Wellpappenverpackungen mehr Obst und Gemüse verkaufen als Kunststoffkisten

Darmstadt, 7. September 2015 – Farbige bedruckte Wellpappensteigen beeinflussen das Käuferverhalten positiv und leisten einen deutlich höheren Frischwaren-Abverkauf als einfarbige Kunststoffkisten. Das ist das Ergebnis einer Eye-Tracking-Studie, die der Verband der Wellpappen-Industrie (VDW) beim Berliner Marktforschungsunternehmen eye square in Auftrag gegeben hat. Demnach wirken die Wellpappensteigen in der Obst- und Gemüseauslage attraktiver und nachhaltiger als Kunststoffkisten – und übertragen dieses positive Image auch auf die Ware.

Die Eye-Tracking-Fachleute schickten 30 Probanden in einer authentischen Supermarktsituation im Knowledge Center von GS1 Germany zum Einkaufen. Auf der Liste standen neben Kaffee und Süßigkeiten auch Äpfel und Tomaten. Die beiden Fruchtarten wurden jeweils in gleicher Menge und gleicher Qualität in gleich großen Steigen aus Wellpappe und Mehrwegkisten aus Kunststoff angeboten. Die Marktforscher zeichneten mit einer Spezialbrille die Blicke der Versuchspersonen auf und konnten so verfolgen, welche Produkte in welcher Verpackung die Aufmerksamkeit auf sich zogen.

„Für uns hat sich ein klares Bild abgezeichnet“, sagt Katja Wirthwein, Senior Research Consultant bei eye square. „Die bedruckten Außenflächen der Wellpappensteigen fielen deutlich mehr Versuchsteilnehmern ins Auge als die einfarbigen Kunststoffkisten, und die Testpersonen griffen hier entsprechend häufiger zu.“ Auch die Betrachtungsdauer der Verpackungen war bei Wellpappe deutlich höher – bis zu 16-mal so hoch wie bei Kunststoffkisten. Für Einzelhändler relevant sind besonders die Verkaufszahlen – auch hier hat Wellpappe die Nase vorn. „Im Test wurden 14 Prozent mehr Produkte aus Wellpappensteigen gekauft als aus Kunststoffkisten“, so Wirthwein.

Den Verkaufsvorteil erzielt die Wellpappe, indem sie ihr gutes Image auf die angebotenen Waren überträgt. In einer Befragung der Versuchspersonen direkt nach dem Testeinkauf ermittelten die Marktforscher, dass Verpackungen aus Wellpappe als nachhaltiger und attraktiver wahrgenommen werden als Kunststoffkisten. Nach Auskunft der

Versuchspersonen wirkt die Produktpräsentation in Wellpappe frischer, gesünder und appetitanregender. Auf die Frage, ob das Verpackungsmaterial zum Kauf anregt, stimmten bei Wellpappe 65 Prozent zu – bei Kunststoffkisten waren es nur 32 Prozent. Wirthwein: „Die Ergebnisse unserer Untersuchung zeigen, dass Handel und Produzenten mit Wellpappensteigen einen höheren Abverkauf von Obst und Gemüse erzielen können.“

Kontakt:

Martin Petrich
VDW e.V.
Hilpertstraße 22
64295 Darmstadt
Tel. 06151 / 9294-23
Fax 06151 / 9294-523
petrich@vdw-da.de