

Verpackungsdesign als wichtiges Verkaufselement

23.10.2009, 16:35 | Werbung, Consulting, Marktforschung

Pressemitteilung von: *Testroom Gmb*

Presseagentur: *Testroom GmbH*

Hamburg, 23.10.2009. Versetzt man sich einmal gedanklich in ein Einkaufsladen vor ca. 100 Jahren, wird man feststellen, dass die meiste Ware in großen Fässern oder anderen Behältern gelagert wurde und immer individuell nach Kundenwunsch entnommen und gegebenenfalls abgewogen wurde. Diese Art von Kundenservice und auch die damit verbundene Beratung (Kundengespräch) verliert immer mehr an Bedeutung, oder besser gesagt ist in der heutigen Zeit kaum noch zu finden. Sogenannte Produktempfehlungen werden heute kaum noch vom Verkaufspersonal ausgesprochen, da es solch kleine Läden, wie sie damals üblich waren, auch gar nicht mehr gibt. Der Konsument ist heute große, weitläufige und mit Licht durchflutete Einkaufsstätten gewohnt. Je mehr solche Einkaufszentren entstanden, umso mehr wurde das „Verkaufsgespräch“ auf eine andere Art und Weise geführt. Man entdeckte nämlich einen anderen Weg, der zwar etwas unpersönlich aber dafür nicht minder effektiv ist – die Verpackungsgestaltung.

Wurde noch vor 100 Jahren nur zum Schutz war verpackt, gewinnt in der heutigen Zeit die Verpackungsgestaltung eine immer größere Bedeutung. Denn durch die großen Discounter fällt eine persönliche Bedienung des Kunden durch das Ladenpersonal weg. Der Kunde ist auf sich gestellt und bedient sich quasi selber. Dadurch ist die Gestaltung einer Verpackung für den Hersteller enorm wichtig geworden. Es zählt nicht nur mehr, dass die Ware von äußeren Einwirkungen geschützt ist, sie muss den Kunden auch zum Kauf bewegen und erfüllt somit die Aufgabe des Verkäufers. Aber nicht nur die Optik der Verpackung sollte ansprechend sein, sie sollte auch Platz bieten, um dort für den Kunden wichtige Informationen zum Produkt zu vermerken und entsprechend ansprechend sein.

Gerne gesehen ist auch eine Verpackungsgestaltung, die einen späteren Nutzen nicht ausschließt, wenn der Inhalt aufgebraucht ist, beispielsweise eine spätere Nutzung eines Senfglases als Trinkglas. Eine tragende Rolle bei der Verpackungsgestaltung spielen die Formwahl, die Farbgebung und das verwendete Material. Dies alles muss natürlich auf das Produkt und Hersteller abgestimmt sein, um einen möglichst hohen Wiedererkennungswert zu schaffen.

Portrait

Über justblue.design

Justblue.design ist eine seit zehn Jahren auf den Gebieten Packaging, Grafik und Produktdesign tätige Agentur mit Sitz in Hamburg. Im Team arbeiten 20 fest angestellte Grafik- und Produktdesigner. Die Agentur wird durch freie Mitarbeiter unterstützt. Jedes Projekt wird von einem Designer als verantwortlichen Ansprechpartner betreut. So ist eine direkte, kundennahe Kommunikation aus einer Hand sichergestellt.

News-ID: 363519 • Views: 122 (Stand: 02.08.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/363519/Verpackungsdesign-als-wichtiges-Verkaufselement.html>