

## Kleider machen Leute, Packungen machen Marken! FFI (FachverbandFaltschachtel-Industrie e.V.)

Faltschachteln werten Markenprodukte oder Handelsmarkenartikel auf: Über Packungen werden Emotionen beim Verbraucher geweckt, Vorfreude entsteht und Wiedererkennung der Packungstypik bietet Sicherheit bei der Kaufentscheidung.

Packung wirkt am POS – und das deutlich stärker als klassische Werbung!

Für Markenartikler bietet die Faltschachtelindustrie zahlreiche innovative Möglichkeiten hinsichtlich eines ‚emotional concepting your brand‘! Bei konsequenter Ausrichtung der Packungsgestaltung an den Positionierungsvorgaben kann die Faltschachtel (wie auch andere Packungsarten) zu einem nachhaltigen Branding beitragen. Gerade, weil die Packung eine zentrale Signalfunktion für Shopper hat. Es lohnt sich, mehr über Packung nachzudenken und mehr /nachhaltiger in Packung zu investieren!



Eingesetzte Methoden: Packungsmonitor, Psychologische Tiefenexplorationen, eMOT®-Packaging