

# Mit Hilfe von Appinio konnte Bonduelle die optimale Verpackung für seine Produkte identifizieren.



Client  
Bonduelle

Branche  
Consumer Goods  
(Nahrungsmittel)

Mitarbeiter  
10.807

Umsatz 2016/17  
2,28 Mio. EUR



500 Befragte



20-65 Jährige in  
Deutschland

## Situation & Herausforderung

Das französische Unternehmen Bonduelle produziert und vertreibt weltweit Konserven, Tiefkühlprodukte sowie frisches Gemüse (z.B. Salatbeutel/verzehrfertige Salat-Schalen). Mit mehr als 57 Industriestandorten und dem Vertrieb in mehr als 100 Länder ist der europäische Gemüsespezialist damit Marktführer im Bereich verarbeitetes Gemüse. So sind Produkte wie der Bonduelle-Mais weltweit in fast jedem Supermarkt und Haushalt zu finden.

Trotz internationaler Bekanntheit steht Bonduelle wie jeder Hersteller von Consumer Goods vor der Herausforderung, den Konsumenten in Zeiten von Überangebot und Konkurrenzprodukten am Regal von den eigenen Produkten zu überzeugen. Meist entscheiden sich Konsumenten in wenigen Sekunden für ein Produkt und nicht selten sind der erste Eindruck und die optische Ansprache die ausschlaggebende Faktoren für die individuelle Kaufentscheidung. Ein auf die optischen Vorlieben bzw. Geschmäcker der Zielgruppe zugeschnittenes

Verpackungsdesign kann somit als Abgrenzungsmerkmal zur Konkurrenz dienen.

Jedoch dauern Design-Tests mit herkömmlichen Erhebungsmethoden meist mehrere Wochen, sodass im zeitlich knapp bemessenen Entwicklungsprozess Entscheidungen zum Verpackungsdesign oft „aus dem Bauch heraus“ und ohne Feedback-Einbindung der Zielgruppe getroffen werden müssen.

Mit Appinio bietet sich für Bonduelle die Möglichkeit, direktes Feedback von der Zielgruppe zu einzelnen Designs einzuholen, um so das optimale Packaging für das eigene Produkt zu identifizieren. Durch den Einsatz von verschiedenen Fragetypen konnten nicht nur einzelne Designs miteinander verglichen werden, sondern auch ermittelt werden, welche Produkt-Informationen auf der Verpackung stehen sollten, um die Kaufentscheidung des Konsumenten positiv zu beeinflussen.

## Ziel

Für ein optimales Packaging wollte Bonduelle herausfinden, welches Verpackungs-Design die Zielgruppe am meisten anspricht und welche Informationen auf der Verpackung für die Zielgruppe von Bedeutung sind.

## Lösung

Bonduelle befragte dazu 500 Personen in Deutschland zwischen 20 und 65 Jahren. Da das Produkt für eine breite Käuferschicht konzipiert ist, gab es bei der Zielgruppe keine weiteren Einschränkungen.

Die verschiedenen Verpackungsdesigns wurden mit Bildern in den Fragebogen eingebunden. So konnten die Befragten im direkten Vergleich entscheiden, welches Design sie mehr anspricht.

Zudem wurde eine Ranking-Frage verwendet. Hierbei sollten die Teilnehmer verschiedene Informationen zum Produkt nach der Wichtigkeit für ihre individuelle Kaufentscheidung ordnen. Durch

diese Abfrage konnte herausgefunden werden, welche Informationen aufgrund der Relevanz für den Konsumenten auf die Verpackung gedruckt werden sollten.

Nachdem die Umfrage auf der Appinio-Plattform erstellt wurde, wurde sie von Marktforschern bei Appinio überprüft und nach kurzer Zeit ins Teilnehmerfeld geschickt. Nach rund 5 Stunden hatten 500 Personen an der Umfrage teilgenommen und sie konnte beendet werden. Die Auswertung der Umfrage erfolgte dann anschließend über das Analyse-Tool des Appinio-Dashboards.

## Ergebnis

Mithilfe der Ergebnisse konnte Bonduelle für verschiedene Produkte jeweils dasjenige Verpackungsdesign ermittelt, das die Zielgruppe optisch am meisten anspricht. So gaben bei der Gegenüberstellung zweier unterschiedlicher Design-Entwürfe 62% der Befragten an, ein bestimmtes Verpackungsdesign zu bevorzugen, sodass dieses als letztendliches Design ausgewählt wurde.

**62%**

der Befragten haben ein bestimmtes Verpackungsdesign bevorzugt.

**84%**

der Befragten ist die Angabe „verzehrfertig gewaschen“ eher wichtig bis sehr wichtig,

Neben dem optimalen Design konnte durch die Umfrage zudem ermittelt werden, welche Faktoren für die individuelle Kaufentscheidung ausschlaggebend sind. Hier zeigte sich, dass Frische sowie Zutaten bzw. Topping für die Zielgruppe bei der Entscheidung für ein Produkt eine hohe Relevanz haben, währenddessen das Gewicht des Produktes für den Konsumenten eher nachrangig ist. Außerdem ist 84% der Befragten die Angabe „verzehrfertig gewaschen“ auf der Verpackung eher wichtig bis sehr wichtig.

Durch die Umfrage mit Appinio konnte Bonduelle das Feedback der Zielgruppe einholen und so das Packaging optimal nach Kundenbedürfnissen gestalten, um sich auch weiterhin im Regal gegen Konkurrenzprodukte durchzusetzen.



„Mit Appinio haben wir ein schnelles Tool an der Hand, was uns am selben Tag valide Ergebnisse zu jeglichen Fragestellungen liefern kann. Dies ist für uns als Unternehmen mit Produkten in der Ultra Frische extrem wichtig, um auf Konsumentenneeds schnell und richtig reagieren zu können.“

**Sonja Mäcke**

Produktmanagerin bei Bonduelle