

Diana Nevidnik

E.P. Pilova, Fachbetreuerin

I.A. Iaremenko, Sprachbetreuerin

Nationale Bergbauuniversität, Dnipro, Ukraine

Rolle der Verpackung im Marketing

Die Verpackung spielt eine große Rolle in der Verkaufsstrategie von Marketing. Sie ist für die Produkt-, Preis-, Distributions- und Kommunikationspolitik im Marketing von großer Bedeutung. Sie ist ein Mittel oder ein Komplex der Mittel, die den Schutz des Produktes vor der Beschädigung und dem Verlust bei Transport und Lagerung gewährleisten. Die Verpackung schützt auch die Umwelt vor der Verunreinigung und erleichtert den Prozess des Verbrauchs der Produkte. Sie ist auch wichtig für die Präsentation am Ort des Verkaufs, Informationsfunktion und Kommunikation mit dem Kunden. Deshalb ist die Verpackung ein wichtiger Bestandteil der Kommunikationsstrategie.

Die Verpackung ist das Gesicht der Ware. Oft ist die Verpackung eines Produkts das erste, was ein Kunde sieht und erlebt. Sie hat deshalb entscheidenden Einfluss auf das Kaufverhalten der Kunden. Je bequemer und attraktiver die Verpackung ist, desto größer ist die Verkaufsrate dieser Ware. Dabei kauft der Kunde sehr oft wegen der Verpackung und nicht wegen des Inhalts. Die Verkaufsrate kann sogar fallen, wenn die Verpackung den Kunden nicht gefällt. Es werden vier Typen des Kaufverhaltens unterschieden: extensive Kaufentscheidung, limitierte Kaufentscheidung, habitualisierte Kaufentscheidung, impulsive Kaufentscheidung.

Die Verpackung muss solche Funktionen erfüllen: Schutzfunktion, Dimensionierungsfunktion, Absatzförderungsfunktion, Qualitätssteigerung, Verpackung als Informationsträger, Sicherheitsfunktion.

Den Kunden sind alle Funktionen gleich wichtig. Wichtig sei aber, dass die Verpackung nicht nur auf Impuls-, sondern auf habitualisierte Käufe ausgerichtet ist. Dabei sollte beachtet werden:

- Produkt und Verpackung müssen immer als Einheit vorgestellt werden.
- Werbung für ein Produkt sollte auch Merkmale der Verpackung beinhalten.
- Verpackungen von Konkurrenzprodukten müssen genau analysiert werden, um Differenzierungsmöglichkeiten zu erkennen.
- Verpackung muss an die Strategie des Herstellers angepasst werden.

Um die richtige Verpackung für sein Produkt zu gestalten und eine hohe Verkaufsrate zu sichern, muss das Unternehmen eine Reihe von Fragen klären. In erster Linie muss die Größe der Verpackung bestimmt werden, weil zu große Verpackungen die Verbraucher aus Umweltschutzgründen abstoßen können. Von großer Bedeutung sind auch die Form der Verpackung und die Anzahl der Produkte pro Verkaufseinheit. Es müssen auch Material, Farbe, Aufschriften und Logos gut bedacht werden. Und natürlich spielen solche Faktoren wie Wirtschaftlichkeit (Materialkosten, Herstellkosten usw.) sowie ökologische Fragestellungen (Recyclebarkeit, Pflicht zur Rücknahme usw.) eine sehr große Rolle.