

Smart Packaging

Alle zwei Jahre wird ein Verpackungsstaatspreis vergeben. Heuer ist es wieder so weit. Einreichschluss: 14. September.



Beim Staatspreis Smart Packaging werden ganzheitliche, umfassende Lösungen im Verpackungsbereich gesucht.

WIEN. Gute Verpackungen prägen Marken, beeinflussen Kaufentscheidungen und treiben Innovation voran. Gleichzeitig erfüllen sie hohe Standards im Umweltschutz.

Der Megatrend Digitalisierung hat auch die Verpackungswirtschaft erfasst. Immer häufiger werden in Gestaltung und Produktion digitalisierte Prozesse eingesetzt – von Verfahren zur Individualisierung von Verpackungen bis zum Einsatz komplexer elektronischer Sicherheitsfunktionen auf den intelligenten Verpackungen von morgen.

Ein neuer Sonderpreis

„Aus diesem Grund wird heuer neben den Sonderpreisen Brand Packaging und Innovation erstmals ein neuer Sonderpreis zum Thema Digitalisierung verliehen“, sagt Bundesministerin Margarete Schramböck.

Das BM für Digitalisierung und Wirtschaftsstandort ver-

“

Ziel des Staatspreises ist es, der Bedeutung ganzheitlicher, umfassender Lösungen im Verpackungsbereich gerecht zu werden.

Margarete Schramböck
Bundesministerin

“

leiht in Kooperation mit dem BM für Nachhaltigkeit und Tourismus alle zwei Jahre den Staatspreis Smart Packaging in den Kategorien B2B (Transport-, Um- und Verkaufsverpackungen für gewerbliche Endverbraucher) und B2C (Verkaufsverpa-

ckungen für private Endverbraucher).

Schramböck: „Ziel des Staatspreises ist es, der Bedeutung ganzheitlicher, umfassender Lösungen im Verpackungsbereich gerecht zu werden und exzellente, integrierte Verpackungslösungen auszuzeichnen, die der ökologischen Nachhaltigkeit ebenso gerecht werden wie hohen funktionalen und gestalterischen Anforderungen und über vorbildliche Anwenderfreundlichkeit verfügen.“

Die zahlreichen Funktionalitäten der Verpackung als Innovationsträger im Kontext von Wirtschaft, Umwelt und Gesellschaft sollen einer breiten Öffentlichkeit nähergebracht werden und damit die Imageprägung der Verpackungswirtschaft unterstützen. Mit Organisation und Durchführung wurde das Österreichische Institut für Verpackungswesen (ÖIV) betraut. (pj)

www.verpackungsinstitut.at

KAUFENTSCHEIDUNGEN

Wie Verpackung locken kann

WIEN. Eine Studie von Talk Online Panel für m.core, das Institute for Marketing & Consumer Research an der WU Wien, hat sich mit den Verpackungen von Lebensmitteln beschäftigt.

Die zentrale Fragestellung: Lassen sich Konsumenten von schönen Verpackungen eher dazu verleiten, ein Produkt zu erwerben?

Die Resultate

28% der Befragten stimmen zu, Produkte manchmal nur aufgrund der schönen Verpackung zu kaufen.

40% geben hingegen an, nie Produkte nur deshalb zu erwerben, weil die Verpackung hübsch ist.

Aber: Bei gleichwertigen Produkten meinen sogar 50%, zum Produkt in der schöneren Verpackung zu greifen. Und nur 24% würden bei der Wahl zwischen zwei gleichwertigen Produkten nicht zum hübscher verpackten Produkt greifen.

Übrigens: Etwa die Hälfte der Befragten versucht, Plastikverpackungen zu vermeiden; nur 21% der Befragten ist es egal, ob die Verpackung umweltfreundlich ist.



Kaufverhalten

Nach eigener Aussage lassen sich Kunden „nur manchmal“ von Verpackungen zum Kauf verleiten.

© MindTake Research