



Man stelle sich folgendes vor: Konsumgüterprodukte im Haushalt - von Waschmitteln über Toilettenartikel bis hin zu alkoholischen Getränken - können mehr Informationen und Inhalte über sich an den Konsumenten liefern. Die Möglichkeit zusätzliche Inhalte, Services und Interaktionen mit dem Konsumenten über die intelligente Verpackung zu bekommen, bringt neue Möglichkeiten für die Kommunikation und Verbindung zwischen Brands und dem Konsumenten.

Mindshare untersuchte in einer Studie, wie Konsumenten auf solche digitalen Anwendungen reagieren.

## Zweistufiges Studiendesign

Zunächst wurden fünf Haushalte verschiedenster Art ausgewählt. Einzige Bedingung war, dass Mobiltelefone genutzt werden und keine Technologieabneigung vorliegt. Die Haushalte durften dann über zwei Wochen ausgewählte Prototypen von intelligenten Produktverpackungen im täglichen Leben nutzen. Anschließend wurden die Konsumenten dann zu einem Workshop eingeladen und zu ihren Erfahrungen befragt.

Darauf aufbauend erfolgte eine Online-Befragung mit 1.000 Probanden in England.

## Die Prototypen

Insgesamt 10 intelligente Produkt- und Verpackungskonzepte wurden entwickelt, die bestehende Haushaltsprodukte bzw. die Verpackungen der Produkte mit Internet-Technologie wie NFC kombinierten. Im Mittelpunkt standen folgende Anwendungen und Funktionalitäten, um Produktinformationen, Produkterfahrungen und Services für die Konsumenten zu liefern:

**Produktvorschläge:** Über einen an der Verpackung von Tortillas angebrachten NFC Tag konnten mit Hilfe des Mobiltelefons Rezepte abgefragt werden, die wenn ausgewählt zu einer Einkaufsliste mit Zutaten führten. Die Einkaufsliste konnte dann auch direkt im Online-Shop verwendet werden. Oder: Einige Tage vor Ablauf des Haltbarkeitsdatums bekamen die Konsumenten einen elektronischen Hinweis dazu und gleichzeitig entsprechende Rezeptvorschläge.

**Gebrauchs- und Nutzungshinweise:** Weibliche Nutzer von Haarspray erhielten Haarspray mit einem NFC Tag auf der Verpackung. Beim Scannen der Verpackung erhielten sie ein Video zur Anwendung des Haarsprays für verschiedene Frisur-Varianten.

**Nachbestellung:** Nach einer bestimmten Nutzungsdauer des Produktes erhielten die Studienteilnehmer einen elektronischen Hinweis und den Vorschlag zu einem lokalen Geschäft zum Nachkauf zu gehen. Bei Teebeuteln und Waschmitteln gab man Bluetooth-Buttons an die Teilnehmer aus, über die auch eine Nachbestellung ausgelöst werden konnte.

**Geschichten zum Produkt und zum Brand:** Beim Scannen einer Flasche Absolut Wodka erhielt man Informationen über die Herstellung der individuellen Flasche und zusätzliche multimediale Hinweise zum Hersteller.

## Das Feedback: Was mögen Konsumenten, was

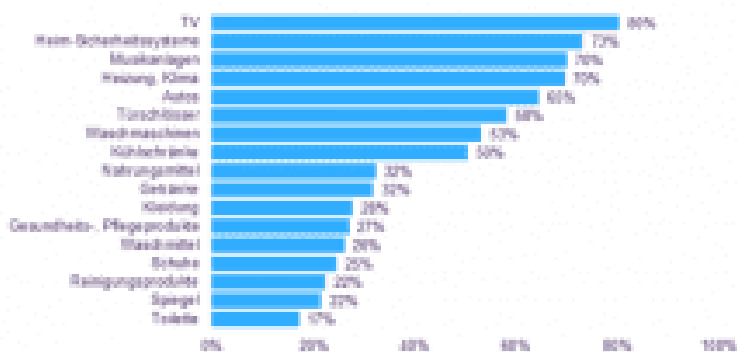
## mögen sie nicht?

Die Mehrheit der englischen Konsumenten ist interessiert an intelligenten Objekten. Intelligente Verpackungen, die Mehrwerte bieten, sind besonders attraktiv. 62 % mögen Produkte, die selbständig an die Wiederbestellung erinnern. 58 % gefällt die Idee, dass sich das Produkt meldet, wenn das Mindesthaltbarkeitsdatum erreicht wird. Die Teilnehmer der Studie wiesen darauf hin, dass sie dabei einen doppelten Nutzen haben: Geld sparen und das Wegwerfen vermeiden.

Die Produktverpackung ist ein zentraler intelligenter „Touchpoint“. Über 50 % interessiert das Scannen einer Verpackung, um mehr über die Produktzusammensetzung zu erfahren.

### Entertainment und Haussteuerung am interessantesten

Deutschland: Interesse an mit dem Internet verbundenen Produkten



Quelle: Mindshare



Konsumenten sind bereit Daten über den Kauf und die Nutzung von Produkten preiszugeben. 62 % stimmen der Datensammlung zu, wenn sie im Gegenzug einen Mehrwert bekommen. Konsumgüterhersteller können in Zukunft Nachkauf- bzw. Nachbestellservices anbieten. 39 % der Befragten stimmten für einen Servicevertrag mit einem Konsumgüterhersteller zum Wiederbestellung der Produkte. 76 % der Konsumenten sagen, dass sie die Kontrolle behalten wollten, wenn Produkte mit dem Internet verbunden sind.

## Weitere Learnings?

Die Tester wiesen auf die Einfachheit und intuitive Bedienung der Anwendungen hin. Dies bringt besonders die NFC-Technologie mit sich: Einfach das Mobiltelefon auf die Produktpackung halten und dann sofort ohne großen weiteren Aufwand die Produktinformationen erhalten. Weiterhin wird es aber auch wichtig sein, wie die Interaktion und die Anwendung auf dem Mobiltelefon gestaltet ist. Vielleicht ist ein virtueller Assistent vonnöten, der die ganzen Interaktionen und Informationen bündelt und managt.