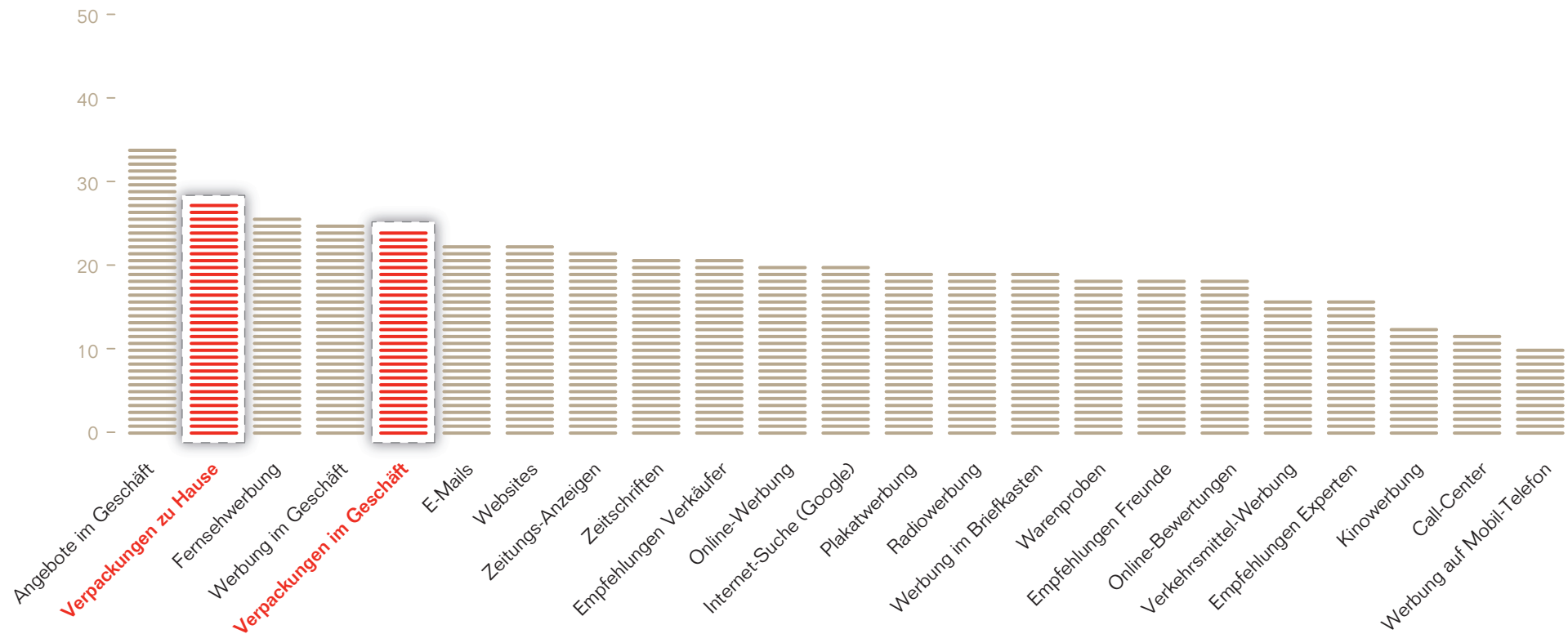


## 4 | Rangfolge Kommunikationskanäle – Kanalstärken

Marketing-Aufgabe/-Ziel: „Veranlasst, ein Produkt wieder zu kaufen!“



Quelle: Pointlogic Studie 2012 (© FFI/Pro Carton)  
Das kommunikative Potenzial der Verpackung im Vergleich mit anderen Medien  
Basis: Alle Befragte | Werte in %