

Erfolgsfaktor Verpackung - Potenziale im Versandhandel richtig nutzen

Dass Verpackungen neben ihrer Schutz- auch eine wichtige Marketingfunktion erfüllen, ist hinlänglich bekannt. Im Fall der Versandhandelsverpackung aus Wellpappe sehen Fachleute allerdings großes Potenzial, diese Eigenschaften noch stärker zu nutzen. „Die Möglichkeiten werden erkannt, jedoch nicht immer umgesetzt“, sagt Dr. Oliver Wolfrum, Geschäftsführer des Verbandes der Wellpappen-Industrie e.V. (VDW). „Oft wird die Verpackung nicht wirklich als Instrument zur Kundenbindung und Markenbildung wahrgenommen.“

Professionelle Verpackungen vermitteln Wertigkeit

„Im Grunde ist der Erhalt des Pakets mit dem Auspacken von Geschenken vergleichbar. Versender sollten deshalb die Wirkung der Verpackung auf den Kunden nicht außer Acht lassen.“, rät das ibi research Institut an der Universität Regensburg den Versandhändlern. Im Rahmen ihres 2009 veröffentlichten E-Commerce-Leitfadens hoben die Wissenschaftler die besondere Bedeutung der Verpackung hervor: „Das Erste, was der Kunde zu sehen bekommt, ist die Verpackung. Deshalb sollte diese einen professionellen Eindruck machen.“ Für die Experten zählt sie zum positiven Einkaufserlebnis und sollte in ihrer Wertigkeit und Optik zum Produkt passen, denn „das Auge packt schließlich mit aus.“

Hohe Qualität: Wellpappe erfüllt Anforderungen

„Für den optimalen ersten Eindruck beim Kunden ist die Wellpappe genau das richtige Material“, weiß Wolfrum. „Attraktiv bedruckt unterstützt die Versandverpackung den Marketingauftritt des Versenders. Das fördert Wiedererkennung und Markenbildung.“ Gleichzeitig lässt sich der flexible Packstoff derart gestalten, dass ein möglichst positives Auspackerlebnis gewährleistet ist. „Optimale Öffnung, Produktentnahme, Wiederverschließbarkeit, Entsorgung: Verpackungen aus

Wellpappe lassen sich genau auf die Anforderungen des Empfängers abstimmen“, so Wolfrum.

Auch für die im Versandhandel ständig vorkommenden Retouren sind die stabilen Behälter die richtige Lösung. Eine aktuelle Studie der Dualen Hochschule Baden Württemberg in Lörrach belegt dies am Beispiel des Online-Handels mit Textilien. Rund 40 Prozent der 25 untersuchten Anbieter versandten ihre Kleidung in Plastiktaschen. Das Problem: „Einmal aufgerissen, lassen sie sich für den Rückversand nicht wieder verschließen“, so Prof. Jochen Strähle, Leiter Studiengang Handel- und Dienstleistungsmanagement an der Dualen Hochschule. Wellpappenverpackungen seien in dieser Beziehung klar im Vorteil und vermittelten eine hohe Qualitätsanmutung. *(Für weitere Informationen siehe Interview mit Prof. Jochen Strähle in dieser Ausgabe des Wellpappe Report)*

Über den erfolgreichen Einsatz von Wellpappe als Marketinginstrument im Versandhandel referiert Dr. Oliver Wolfrum im Rahmen des Versandhandelskongresses am 6. Oktober 2011 in Wiesbaden von 12.30 bis 13.00 Uhr. Der Vortrag findet innerhalb der Fachkonferenz 6 (Logistik, Fullfillment- und Verpackungskonzepte) im Saal 6 der Rhein-Main-Hallen statt.
