

Guten Geschmack zeigen

Kochbox-Anbieter setzen auf Versandkisten aus Wellpappe

Kochboxen sind in. Frische Lebensmittel kommen direkt nach Hause und die leidige Frage „Was kochen wir heute?“ erübrigt sich. Wer wenig Zeit zum Einkaufen und Kochen hat – und sich auch nicht vorher damit beschäftigen will –, lässt sich alle Zutaten für eine gesunde Mahlzeit gerne nach Hause liefern, um sie dort nach Anleitung zuzubereiten. „Malen nach Zahlen für Hobbyköche“, spottet der Stern. „Ein äußerst vielversprechendes Konzept“, meinen dagegen die Handlungsexperten des Beratungsunternehmens Ernst & Young. Ihrer Ansicht nach decken Kochboxen nämlich gleich mehrere Trends ab, zum Beispiel gemeinsames Kochen, gesundes Essen sowie Einkaufen im Internet. Und sie erfüllen den Wunsch der Online-Shopper nach umweltverträglichen Versandverpackungen.

Ob etablierte Anbieter wie HelloFresh, Kochzauber, Marley Spoon oder Newcomer und Spezialisten wie Vegantastic – erfolgreiche Kochbox-Unternehmen setzen auf Verpackungen aus Wellpappe. „HelloFresh liefert pro Woche mehrere zehntausend Boxen aus“, sagt Thomas Griesel, COO und Mitbegründer des nach eigenen Angaben größten Anbieters von Kochboxen in Deutschland. HelloFresh stellt den Abonnenten demnach drei Varianten der Kochbox zur Auswahl: die Classic-Box, die Veggie-Box und die Obst-Box – alle aus stabiler Wellpappe und im Markendesign von HelloFresh gestaltet. Mit dem Aufdruck geflochtener Weidenruten imitiert das Design der Obst-Box sogar einen klassischen Obstkorb vom Wochenmarkt.

Kundenansprache mit Wellpappe

Die Wellpappenbox als Identitätsnachweis: Schon auf den Websites werben Kochbox-Anbieter prominent mit ihrer Kiste aus Wellpappe für Qualität und Frische der Produkte, einfaches Handling und nachhaltigen Einkauf. „Die Box an sich ist für uns ein primäres Differenzierungsmerkmal“, sagt Till Neatby, Gründer und Geschäftsführer von Marley Spoon. „Ihre Gestaltung ist für Marley Spoon sehr wichtig, weil wir damit Wiedererkennbarkeit schaffen.“ Die Box mit dem aufgedruckten Teelöffel ist ein wichtiger Markenbotschafter des Unternehmens und für Neatby auch der Garant für ein positives Shopperlebnis: „Mit unserer Wellpappenbox können wir die Kaufentscheidungen unserer Kunden im Nachhinein positiv bestärken und unsere Kernkompetenzen

kommunizieren: saisonale Zutaten, leckere Rezepte, Lieferung nach Hause und nachhaltige Verpackung.“

Die ökologischen Eigenschaften des Verpackungsmaterials sind für die Unternehmen von großer Bedeutung, leisten sie doch einen Beitrag zum positiven Einkaufserlebnis der Hobbyköche. „Wellpappe wird aus nachwachsenden Rohstoffen produziert und ist vollständig und ohne Aufwand für unsere Kunden dem Recycling zuzuführen“, sagt Marley-Spoon-Chef Neatby. „Ökologische Kriterien spielen für Marley Spoon eine sehr große Rolle. Unsere Kunden erhalten jede Woche eine Kiste mit hochwertigen Lebensmitteln und erwarten von uns, dass wir bei der Auswahl der Verpackung genauso nachhaltig agieren wie bei der Auswahl unserer Lieferanten für Lebensmittel.“

Ungetrübter Einkaufsspaß

Wie wichtig die Kommunikation der ökologischen Aspekte der Verpackung ist, weiß auch der zum Lidl-Konzern gehörende Anbieter Kochzauber. Die Kunden erfahren bereits auf der Website, dass das Unternehmen den Umweltschutz auf der Agenda und vor allem seine Verpackungen im Fokus hat. Ebenso wie bei HelloFresh und Marley Spoon können Kochzauber-Abonnenten die leeren Kochboxen sogar zurücksenden, um sie vom Unternehmen der Wiederverwertung zuführen zu lassen. Zu den Versandkisten heißt es bei Kochzauber: „Unsere Boxen sind zu 100 Prozent recycelbar und können problemlos im Altpapier entsorgt werden.“

Auch Knabberfans und Naschkatzen, die lieber snacken als kochen, müssen für ihre Lebensmittel nicht mehr in den Supermarkt gehen. Das Stuttgarter Start-up „MyCouchbox“ liefert seinen Kunden eine Auswahl von Süßwaren und salzigen Snacks einmal im Monat – natürlich in Wellpappe. Für die Mitgründerin Sarah Haide und den Design-Verantwortlichen Timo Kuhls ist die Wellpappenkiste ein wesentlicher Teil der Geschäftsidee. „Unsere konisch konstruierten Boxen lassen sich wie eine Schatzkiste nur nach einer Seite hin öffnen“, sagt Designer Kuhls. „Da der Kunde den Inhalt nicht kennt, dauert das Auspacken im Durchschnitt mehr als eine Minute. Oft ist die ganze Familie dabei versammelt.“ MyCouchbox legt großen Wert darauf, den Empfängern ein emotionales Erlebnis zu bereiten. Sarah Haide: „Die Wellpappenkiste gibt ein Versprechen: Der Inhalt ist eine

Überraschung, aber Qualität, Spaß und Spannung sind immer garantiert.“
