



Pressemitteilung

Berg am Starnberger See, 14. September 2009

„Die Publicbox hat Neukunden-Potenzial“

Auf der einen Seite die Extrabox der Deutschen Post, auf der anderen Seite die Publicbox der Public Salespromotion GmbH. Zwei Unternehmen, zwei völlig unterschiedliche Konzepte – das eine ist Direct Marketing, das andere eine innovative Sonderwerbform mit Ambient-Charakter. Christian Klammer, CCO der Public Salespromotion GmbH, erklärt die Unterschiede zwischen den beiden Produkten und zeigt, was seine Erfindung Publicbox so besonders macht.

Dass die Extrabox der Deutschen Post AG dieser Tage dank doppelseitiger Magazin-Anzeigen intensiv beworben wird und Wiederauferstehung im Media-Mix feiert, begrüßt Christian Klammer ausdrücklich: „Es zeigt, dass die Grundidee von Werbung per Paket richtig ist. Und natürlich tut solche Publicity dem ganzen Genre gut.“ Das Genre heißt Paket – damit enden aber auch schon die Gemeinsamkeiten der beiden Anbieter. Denn die Extrabox ist ein Direktmarketing-Instrument vor allem zur Bestandskundenpflege, die Publicbox hat Ambient-Charakter und das Potenzial, neue Kunden zu generieren.

Herr Klammer, die Post bewirbt die etwas in Vergessenheit geratene Extrabox wieder intensiv. Ist das für Sie denn keine (über)mächtige Konkurrenz?

Nein, ganz im Gegenteil, wir freuen uns, dass die Deutsche Post AG mit der Extrabox die Aufmerksamkeit sehr intensiv auf das Medium Paket lenkt. Unsere Publicbox ist ja völlig anders ausgerichtet als die Extrabox und basiert auf einer anderen Grundidee.

Worin unterscheiden sich die beiden Produkte?

Die Extrabox und die Publicbox sind überhaupt nicht vergleichbar. Die Deutsche Post AG verschickt mit der Extrabox Produktproben, Prämien und Give-Aways im Auftrag eines bestimmten Auftraggebers an genau die Empfänger, die diese Inhalte explizit vorher angefordert haben. Die Pakete sind in der CI des Auftraggebers gebrandet, und der stellt auch die Adressdaten. Im Grunde ist die Extrabox nichts anderes als eine Form des Direct Mailing, mit der der Auftraggeber eine Pull-Strategie verfolgt. Sie dient der Bestandskundenpflege beziehungsweise der Pflege von Kunden, die sich durch eine Bestellung selber in die Datenbank des Auftraggebers eingetragen haben. Dadurch hat sie eine begrenzte Reichweite. Wer gar nur die normale Extrabox bucht und nicht die außen gebrandete Premium-Box, der hat in der Regel auch nur einen Kontakt: Den direkten Empfänger. Was jeder Variante der Extrabox fehlt, ist das Überraschungsmoment, und damit auch jeder Ambient-Charakter.

Public Salespromotion GmbH

Presse- und Öffentlichkeitsarbeit: Dr. Jana-Maria Lehnhardt
Im Marstall ♦ Mühlgasse 7 ♦ D-82335 Berg ♦ jml@public-box.de

www.public-box.de ♦ info@public-box.de

Telefon: +49 / (0)8151 / 65 205-0 ♦ Fax: +49 / (0)8151 / 65 205-20
Geschäftsführung: Dr. Jana-Maria Lehnhardt ♦ Christian Klammer
Amtsgericht München ♦ HRB-Nr. 179619



Auch unsere Publicbox kann für Direktmarketing-Aktionen genutzt werden. Sie verfolgt aber eigentlich eine ganz andere Marketingstrategie. Hier nutzt der Auftraggeber einen neuen Werbeträger als Sonderwerbform. Der Werbeträger Publicbox löst beim Empfänger einen absoluten Überraschungseffekt aus. Denn der Empfänger hat ja bei einem völlig anderen Unternehmen etwas bestellt als bei dem, das außen auf dem Versandpaket wirbt. Der Empfänger der Publicbox hat auch keine Warenprobe angefordert. Er erwartet nicht, dass zum Beispiel der von ihm bestellte Herrenanzug in einem Paket ankommt, das mit Werbung eines Rasierschaum-Herstellers bedruckt ist. Er erhält anstatt des braunen Allerweltpaketes eine bunte Verpackung mit völlig unerwarteter, aber für ihn dennoch interessanter Werbebotschaft. Der Clou ist: Mit der Publicbox erreicht der Auftraggeber genau seine Zielgruppe, aber eben Empfänger, die noch nicht seine Kunden sind – potenzielle Neukunden. Und natürlich kann der Werbende auch der Publicbox Warenproben beilegen. Das ist eine beliebte Sonderwerbform. Ebenso sind Musik-Chips im Paket möglich oder haptische und olfaktorische Elemente. Die Publicbox lässt sich als Werbemedium für alle fünf Sinne ausgestalten!

Wie reagieren denn die Empfänger auf die gebrandeten Versandpakete?

Extrem positiv! Unser Paket trifft die Empfänger ja in absolut offener Stimmung an: Sie erhalten ein Paket, das etwas enthält, was sie bestellt haben, oder noch besser – ein Geschenk! Wir haben für Publicbox deshalb sehr hohe Sympathie- und Erinnerungswerte und eine ausgesprochen gute Werbeakzeptanz gemessen. Durch die sehr feine Selektionstiefe garantieren wir zudem Werbung nahezu ohne Streuverluste. Die Publicbox eignet sich dadurch ideal für die Neukundengewinnung. Außerdem können wir natürlich die Reichweite fast beliebig – auch international – ausbauen. Der Auftraggeber der Extrabox ist dagegen auf seine eigene Adress-Datenbank und in jedem Fall immer auf Deutschland beschränkt.

Wie genau selektieren Sie mit der Publicbox die Zielgruppen?

Die Publicbox bietet sich an, um potenzielle Neukunden zu erreichen. Wir können anhand der Daten unserer Versandpartner – dazu gehören inzwischen sehr viele große Online-Versender der unterschiedlichsten Branchen – bereits heute Zielgruppen exakt definieren und eine exakte Planung durchführen. Ab 2010 wird dieses Planungstool dann auch auf Internet-Basis mit direktem Zugriff für Werbekunden und Mediaplaner zur Verfügung stehen. Damit ist die Publicbox dann ebenso komfortabel zu planen und zu buchen wie die klassischen, etablierten Werbeformen.

Möglich macht das unser Publicbox-Empfehlungstool. Es erlaubt, Empfänger nach qualitativen Merkmalen zu selektieren. Es berücksichtigt Angaben unserer Retailpartner zu ihren Produkt- und Kundengruppen, zu Branchen, Preissegmenten, Versandkanälen und Versandvolumina. Produktkategorien sowie demografische, geografische und psycho-

Public Salespromotion GmbH

Presse- und Öffentlichkeitsarbeit: Dr. Jana-Maria Lehnhardt
Im Marstall ♦ Mühlgasse 7 ♦ D-82335 Berg ♦ jml@public-box.de

www.public-box.de ♦ info@public-box.de

Telefon: +49 / (0)8151 / 65 205-0 ♦ Fax: +49 / (0)8151 / 65 205-20
Geschäftsführung: Dr. Jana-Maria Lehnhardt ♦ Christian Klammer
Amtsgericht München ♦ HRB-Nr. 179619



grafische Informationen der Empfänger. Deren Produktvorlieben und spezielle Interessen werden dabei ebenso erfasst wie Geschlecht und Alter.

Die Publicbox Database gleicht diese Daten mit dem Buchungswunsch des Werbekunden ab. Der Abgleich kann dabei auf eine Vielzahl von Attributen erfolgen. Um dabei auch zwar nicht hundertprozentige aber doch relevante Übereinstimmungen zu erfassen, gilt hier kein Alles-oder-Nichts-Prinzip, sondern die Nachfrage/Angebot-Paare werden nach einem komplexen Algorithmus mit einem Relevanz-Score versehen. Auch dadurch ergibt sich eine sehr hohe Reichweite für die Publicbox.

Wie stehen die beiden Produkte denn im Preisvergleich da?

Während sich die Extrabox eher im hochpreisigen Segment des Direct Mailing befindet, ist die Publicbox eine vergleichsweise preisgünstige Sonderwerbform. Zumal, wenn man die durchschnittlich fünf Kontakte der Publicbox, bis sie beim Empfänger angekommen ist, und die langen Kontaktzeiten berücksichtigt. Viele der gebrandeten Pakete verbleiben zudem eine gewisse Zeit im Haushalt oder werden bei passender Gelegenheit sogar weiterverschickt, mit wieder neuen Kontakten. Konkret kostet eine Publicbox der Größe M bei einer Auflage von 100.000 Exemplaren 1,25 Euro pro Stück, inklusive einer Beilage 1,45 Euro. Eine Extrabox vergleichbarer Größe liegt bei dieser Auflage bei 2,71 Euro – alle Preise zuzüglich Mehrwertsteuer. Die Extrabox lässt bis zu fünf Warenproben zu, ist aber auf den Versand innerhalb Deutschlands beschränkt. Die Publicbox dagegen kann auch weltweit verschickt werden.

Public Salespromotion GmbH

Christian Klammer / Dr. Jana-Maria Lehnhardt
Im Marstall ♦ Mühlgasse 7 ♦ D-82335 Berg
info@public-box.de
www.public-box.de

Telefon: +49 / (0)8151 / 65 205-0
Fax: +49 / (0)8151 / 65 205-20

Public Salespromotion GmbH

Die Public Salespromotion GmbH (www.public-box.de) bringt Werbung aufs Paket. Nach dem durchschlagenden Erfolg der Paket-Idee von Christian Klammer bei zwei Pilot-Projekten im Herbst 2008 (Vodafone) und Frühjahr 2009 (Hexal), gründete Klammer am 1. Juni 2009 gemeinsam mit Dr. Jana-Maria Lehnhardt in Berg am Starnberger See die Public Salespromotion GmbH. Das Konzept der Publicbox garantiert Werbung mit hoher Außenwirkung ohne Streuverluste und eine äußerst spitze Zielgruppen-Selektion nach zum Teil völlig neuen Parametern. Ab 2010 steht ein Online-Planungstool zur Verfügung. Insgesamt 850 Millionen Quadratmeter Paketfläche werden jedes Jahr in Deutschland verschickt – bisher ungenutzte aber hochattraktive Werbefläche. Unternehmen können ihre Markenbotschaften mit der Publicbox bunt und aufmerksamkeitsstark direkt zu ihren Zielgruppen bringen.

Public Salespromotion GmbH

Presse- und Öffentlichkeitsarbeit: Dr. Jana-Maria Lehnhardt
Im Marstall ♦ Mühlgasse 7 ♦ D-82335 Berg ♦ jml@public-box.de
www.public-box.de ♦ info@public-box.de

Telefon: +49 / (0)8151 / 65 205-0 ♦ Fax: +49 / (0)8151 / 65 205-20
Geschäftsführung: Dr. Jana-Maria Lehnhardt ♦ Christian Klammer
Amtsgericht München ♦ HRB-Nr. 179619