

# Unternehmen

## publicbox® – 100 Prozent Verpackungskosten sparen

Ein Konzept mit drei Gewinnern

Nahe bei München entwickelte die Dr. Lehnhardt Consult GmbH ein weltweit einzigartiges Konzept: Unter dem Label „publicbox®“ produziert und bedruckt das Unternehmen Kartonagen, die interessierten Kunden als Werbeflächen zur Verfügung gestellt werden. Genutzt werden die gestalteten Umverpackungen von Vielversendern, die ab einer bestimmten Anzahl von monatlichen Sendungen kostenlos auf die hochwertigen Verpackungen zurückgreifen können. So profitieren die Werbekunden, die Versender und die Agentur gleichermaßen.

### Die besten Ideen hat man unterwegs

Bereits seit 1999 betreibt Christian Klammer, gemeinsam mit Ehefrau Jana-Maria Lehnhardt, die Unternehmensberatung Dr. Lehnhardt Consult GmbH in Berg, bei München. Als Christian Klammer im Jahre 2007 einen Post-Shop in einer Tankstelle beobachtete, kam ihm eine folgenreiche Überlegung in den Sinn. Hier hatte sich eine Schlange von Kunden gebildet, die mit Paketen in der Hand am Schalter warteten. Klammer begann darüber nachzudenken, welche Verschwendung von potentiellen Werbeflächen mit den unbedruckten Kartonagen einhergeht. Seine Recherche ergab, dass jährlich rund 650 Millionen Pakete versendet werden. Hieraus ließ sich hochrechnen, dass damit eine Werbefläche von 850 Millionen Quadratmetern Jahr für Jahr ungenutzt bleibt. Grund genug, ein unternehmerisches Konzept zu entwickeln, das ebenso einfach wie bestechend ist: Werbekunden erhalten die Möglichkeit, Versandkartonagen nach eigenen Entwürfen mit ihrer Werbekampagne bedrucken zu lassen. Diese werden sodann Versandunternehmen, ab einem bestimmten monatlichen Volumen, kostenlos zur Verfügung gestellt. Die Werbekunden kommen so für die Verpackungskosten auf, während die Versender ihre Paketflächen den Werbetreibenden zur Verfügung stellen.



Christian Klammer mit Ehefrau  
Jana-Maria Lehnhardt

## Eine Geschäftsidee setzt sich durch

Die Resonanz auf das neuartige Konzept war von Anfang an sehr positiv. Schon kurz nach der ersten Platzierung des ungewöhnlichen Media-Angebotes am umfangreichen Markt für Direktmarketing konnte Vodafone D2 als erster Werbekunde gewonnen werden. Das Unternehmen buchte deutschlandweit 50.000 Pakete bei publicbox® und bewarb damit erfolgreich den Black Berry Curve 8310 und den Palm Treo 500v. Eine zweite Kampagne ließ nicht lange auf sich warten: Aktuell nutzt der Pharmakonzern Hexal das Angebot von publicbox® und bewirbt das Hustenmittel ACC mit insgesamt 100.000 Paketen. Eine zentrale Nutzergruppe identifiziert Christian Klammer unter den Vielverkäufern bei eBay. Diese sind stetig auf der Suche nach Möglichkeiten, ihre Kosten zu optimieren und nehmen das Angebot von publicbox® gerne an. Besonders interessant in diesem Zusammenhang: Durch eine Selektion der Versender nach hauptsächlichen Verkaufskategorien können Zielgruppen eindeutig definiert und somit gebucht werden. Im Rahmen der Vodafone D2 Kampagne, mit Ausrichtung auf die Zielgruppe „Business und Office“, wurden so vorrangig Pakete gebucht, die Sendungen der Verkaufskategorien Fashion, Elektronik und Fotografie enthielten.

### Das Angebot von publicbox® im Detail

Um als Online Händler an dem interessanten Programm teilzunehmen, genügt eine einfache Registrierung auf der Internetseite [www.public-box.de](http://www.public-box.de) im Bereich „Service“ – „Registrieren“. Hier hinterlegt der Interessent seine Unternehmensdaten und wird dann bei künftigen Buchungen berücksichtigt. Verpackungen stehen in insgesamt fünf unterschiedlichen Größen zur Verfügung, sind somit für verschiedene Versandprofile geeignet und erfüllen auch die aktuelle Verpackungsverordnung. Teilnahmeberechtigt sind Versandhändler ab einem monatlichen Aufkommen von 500 Sendungen. Bei bestimmten Nischenprodukten werden Ausnahmen zugelassen. Hier können sich Händler bereits ab 250 monatlichen Sendungen an dem Programm beteiligen. Die hochwertigen Versandverpackungen werden in Einheiten zu je 500 Stück auf Palette angeliefert. Hierbei entstehen weder für die Kartonagen selber, noch für deren Anlieferung, Kosten bei dem teilnehmenden Händler. So lassen sich bis zu 100 Prozent der Verpackungskosten einsparen, ohne dass hierfür Einschränkungen in Kauf genommen werden



müssen. Die Versandhändler profitieren innerhalb ihrer Kalkulationen und können so besser auf die Preise des Mitbewerbs reagieren oder ihren Gewinn optimieren.

### Verpackungen von publicbox® aus der Sicht des Powersellers

Befragt man eBay-Powerseller über ihre Erfahrungen mit den gestalteten Versandverpackungen von publicbox®, so erhält man durchgängig positive Statements. Gelobt wird hierbei immer wieder die hohe Qualität der Kartonagen, die einfache Abwicklung und die positive Reaktion der Kundschaft auf die informativen, bunten und ansprechend gestalteten Pakete, die in vielen Fällen wiederverwendet werden. Daniel Skapetze von [www.skapetze.de](http://www.skapetze.de) urteilt beispielsweise so: „Ein wirklich geniales Geschäftskonzept. Die publicbox® Versandbox ist top in der Qualität. Durch die kostenfreie Bereitstellung haben wir einen echten Kostenvorteil. Durch das genaue Matching von publicbox® erhalten unsere Kunden einen sinnvollen Mehrwert, einen Informationswert und wiederverwendbare hochwertige Kartonagen. Das macht absolut Sinn. Die Zusammenarbeit mit publicbox® hat sehr gut geklappt. Just in Time Anlieferung der publicbox® Kartonagen, rechtzeitige Abstimmung und Einhaltung der Zusagen. So soll es sein!“ Oliver Korpilla von [www.shoppingday.de](http://www.shoppingday.de) kommt zu einem ganz ähnlichen Ergebnis: „Unsere Kunden nehmen die publicbox® Versandbox gut an. Insbesondere die hohe Qualität der publicbox® Versandbox sowie der Mehrwert für den Kunden (Wiederverwendbarkeit) wird begrüßt.“ Auch Heribert Köppen von [www.sales-land.de](http://www.sales-land.de) ist von dem Service von publicbox® begeistert: „Bis jetzt erhalte ich nur positive Resonanz auf Ihre publicbox®-Versandbox.“

Ab einem bestimmten Versandvolumen pro Monat stellt das Konzept publicbox® eine ideale Möglichkeit für eBay Händler dar, um in hohem Maße Versandkosten zu sparen und der Kundschaft gleichzeitig einen überzeugenden Mehrwert zu bieten. ■ ■

