

Unternehmen

Das Versandnetzwerk PaketPLUS:

Ein System, bei dem jeder gewinnt



Geschäftsführer Bastian Mell und Dr. Alexander Schwinn



Erfolgreiche Online-Händler versenden Monat für Monat Tausende von Paketen an ihre Kunden. Das Team von PaketPLUS in Berlin hat sich Gedanken darüber gemacht, wie man freies Volumen in den einzelnen Packstücken gewinnbringend nutzen kann und bietet seit Beginn dieses Jahres ein neuartiges System an. Interessierte Werbetreibende erhalten hierbei die Möglichkeit, den Sendungen von geprüften Online-Händlern Werbematerial beipacken zu lassen. Im Ergebnis profitieren hierbei alle Teilnehmer gleichermaßen. Wir stellen Ihnen PaketPLUS im Folgenden vor und zeigen Ihnen die wesentlichen Vorteile.

Synergien nutzen, statt Potentiale zu verschenken

Für Online-Händler mit eigener Logistik ist das Packen und Versenden von unzähligen Paketen eine ganz alltägliche Aufgabe. Da macht es keinen großen Unterschied, ob der Sendung weitere Inhalte, wie Flyer, Werbeartikel oder Produktproben, beige packt werden. Der Aufwand hierfür bleibt in etwa gleich. Diesen Umstand macht sich das engagierte Team von PaketPLUS zunutze und präsentiert dem Markt ein neues Versandnetzwerk, in dem Online-Händler und Werbetreibende zusammen geführt werden. Hierzu produzieren die Werbetreibenden das gewünschte Material, wählen eine spezifische Zielgruppe aus und übersenden die Paketbeilagen an PaketPLUS. Das Unternehmen verteilt das Material nun an angemeldete Online-Händler und übersendet die Unterlagen kostenlos. Der Online-Händler fügt die Beilagen seinen ausgehenden Sendungen zu und erhält hierfür eine Vergütung. Wenn der Endkunde das bestellte Produkt erhält, dann findet er das Werbematerial

in seinem Paket und freut sich über zusätzliche Informationen, die seinen Interessenbereich betreffen, über Gutscheine oder über Warenproben. Während das System für die teilnehmenden Online-Händler kostenlos ist und sie zudem noch eine Vergütung erhalten, bezahlen die Werbetreibenden einen festgelegten Betrag pro Sendung, der von der Größe der Paketbeilage abhängig ist.

Versandkosten durch Zusatzvergütungen effizient senken

Jeder Online-Händler, der seine Waren über eBay, Amazon, verschiedene Marktplätze oder seinen eigenen Shop vertreibt, kann sich bei PaketPLUS anmelden, wenn er mindestens 350 Sendungen pro Monat verschickt. Innerhalb des Systems hat er die Möglichkeit, bis zu drei Paketbeilagen hinzuzufügen und wird hierfür angemessen vergütet. Die Vergütung richtet sich nach der Größe der Beilage und beträgt zwischen 40,00 Euro und 100,00 Euro je tausend versendeten Paketen. Hierbei summieren sich die Vergütungen je Beilage, so dass insgesamt ein recht hoher Versandkostenzuschuss zustande kommt, der die Kosten des Händlers deutlich reduziert. Derzeit arbeitet PaketPLUS bereits mit mehr als 500 Versandpartnern zusammen und stattet rund 1,5 Millionen Sendungen pro Monat mit spezifischen Beilagen aus. Im Ergebnis profitieren hier alle beteiligten Partner. Werbetreibende können gezielt diejenigen Kunden ansprechen, die dem gewünschten Profil entsprechen und sparen die hohen Kosten für einen direkten Versand. Die Zielgruppe besteht darüber hinaus ausschließlich aus Online-Bestellern. Dies ist für den Werbetreibenden ein wichtiges Selektionskriterium. Darüber hinaus bietet er seinen Kunden durch die Paketbeilage einen angenehmen Mehrwert, zumal wenn es sich bei dem Material um Gutscheine oder Warenproben handelt.

Vorhandene Ressourcen konsequent nutzen und damit ganz neue Wege beschreiten

Das System von PaketPLUS ist faszinierend. Das kreative Unternehmen setzt nicht auf eigene Produkte, sondern vermittelt geschickt zwischen Online-Händlern und Werbetreibenden und nimmt hierbei die Position eines neutralen Vermittlers ein. Da die Pakete der Online-Händler ohnehin versendet werden, liegt es auf der Hand, diese Sendungen gleich mehrfach zu nutzen. Das Potential der Geschäftsidee ist nahezu unbegrenzt. Bedenkt man die unzähligen Paketsendungen, die Tag für Tag von Händlern im Internet an ihre Kunden versendet werden, so lässt sich erahnen, wie erfolgreich PaketPLUS in der nächsten Zeit werden kann. Während der Online-Händler vor allem von seiner Vergütung profitiert, erhalten Werbetreibende ein ganz neues Medium, um ihre Botschaften zu verbreiten. Hinzu kommt, dass der Besteller, der das Paket in seinen eigenen vier Wänden öffnet, wesentlich empfänglicher und offener für attraktive Angebote ist, als wenn ihn die Botschaft per Postwurfsendung, Zeitungsanzeige oder Radio- und TV-Spot erreichen würde. ■ ■