Model inszeniert Gutschein auf www.geschenkidee.de

Ein Bild von einer Verpackung

Wie verkauft man eine Idee am Online-POS? Indem man sie so verpackt, dass die Kunden auf Ideen kommen. Model zeigt mit seiner Präsent-Box für den Onlineshop Geschenkidee: Ein Bild von einer Verpackung sagt manchmal mehr als tausend Worte – und verrät, worauf es im E-Commerce beim Packaging ankommt.

Präzisionsarbeit: Die passergenaue Stanzung und Bedruckung der Schachtel war selbst für die erfahrenen Verpackungshersteller von Model eine Herausforderung.

POS Web

Immer mehr Marketeers im E-Commerce erkennen: Das Auspackerlebnis fängt nicht erst mit der Zustellung der Waren an. Bereits beim Betrachten der Produktabbildungen im Online-Shop kann die Primärverpackung eine kaufentscheidende Rolle spielen, insbesondere bei Produkten, die optisch nicht so viel hermachen, wie zum Beispiel Gutscheine.

Um die Aufmerksamkeit der Besucher von www.geschenkidee.de oder www.geschenkidee.at auf die Rabatt-Gutscheine von Hotelcard zu lenken und sie zum Anklicken des Bestell-Buttons zu bewegen, hat das E-Commerce-Unternehmen, die Geschenkidee D&A GmbH, die Model GmbH mit der Entwicklung und Produktion einer Geschenkverpackung beauftragt. Das Bild der attraktiven Faltschachtel soll die Kunden schon vor dem Kauf gedanklich auf Reisen schicken. Damit die neue Präsent-Box auch nach der Zustellung verkaufsfördernd wirkt, müssen aller- ››

Model hat für den Online-Shop Geschenkidee.de eine Präsent-Verpackung realisiert, die unscheinbare Ware auf anregende Weise präsentiert.

dings noch einige spezielle Anforderungen des Versandhandels erfüllt werden.

Das Magazin display sprach mit Toni Riedel, Supply Chain Manager Geschenkidee D&A GmbH und Oliver Metze, Vertrieb & Sales Model GmbH über die Herausforderungen des E-Commerce-Packaging-Projekts und das Verpacken von Ideen.

DISPLAY: Herr Metze, Model hat für Geschenkidee.de eine außergewöhnliche Geschenkverpackung konzipiert und produziert. Was war für Sie als erfahrener Verpackungshersteller das Besondere an diesem Auftrag?

OLIVER METZE: Wir hatten vor allem zwei große Herausforderungen zu bewältigen: Zum einen mussten wir in relativ kurzer Zeit eine Verpackungslösung entwickeln, die das neue Produkt – ein exklusives Geschenkset von Hotelcard – im Online-Shop von Geschenkeidee.de promotet. Die Primärverpackung muss also im Web quasi als Verkaufsdisplay fungieren und zugleich sämtliche Anforderungen des Versandhandels erfüllen. Zum anderen handelt es sich bei der Ware um einen speziellen und dabei unscheinbaren Artikel, dem durch die Verpackung Aufmerksamkeit verliehen werden muss.

DISPLAY: Herr Riedel, erzählen Sie uns doch bitte mehr über den Artikel!

TONI RIEDEL: Der eigentliche Artikel ist ein Gutschein, der dem Kunden 50 Prozent Rabatt bei der Buchung eines Hotels gewährt. Die Geschenkbox beinhaltet jedoch neben dem Gutschein auch noch eine Flasche Sekt. Da es ein vergünstigtes Angebot ist, wird es seit Dezember 2017 dauerhaft und ausschließlich in unserem Sale sowie in der Erlebniskategorie unseres Online Shops präsentiert.

DISPLAY: Inwiefern haben diese Besonderheiten das Verpackungskonzept beeinflusst?

TONI RIEDEL: Die Verpackung soll Lust darauf machen, die Städte zu entdecken, in denen Hotelcard Partnerhotels anbietet. Durch die Sekt-Zugabe wird im Kopf des Betrachters eine bildhafte Vorstellung hervorgerufen, wo und wie der Schaumwein bei der Reise genossen

„Als E-Commerce-Unternehmen müssen wir stets darauf achten, dass weder bei der Konfektionierung des Sets noch beim Packen der Bestellungen kostenträchtiger Zeitverzug entsteht."

Toni Riedel, Supply Chain Manager Geschenkidee D&A GmbH

Geschenkidee D&A GmbH

Der in Berlin ansässige Online-Shop bietet auf www.geschenkidee.de und www.geschenkidee.at Präsente, die passend zum Anlass, zum Beispiel Muttertag, oder zum Empfänger, beispielsweise für den Bruder, ausgewählt werden können. Ein Geschenkefinder hilft beim Selektieren. Erlebnisgeschenke, wie Hotelgutscheine für Kurzurlaubsreisen, bilden eine eigene Kategorie. Der Benefit für den Kunden: Er spart sich die zeitraubende und manchmal anstrengende Suche nach einem passenden Geschenk.

„Für die Auswahl des Entwurfs, leichte Abänderungen, den Stanzaufriss, die Erstellung und Anpassung des Druckbildes in Absprache mit der Druckerei sowie für die Produktion und den Roll-out standen uns nur insgesamt achteinhalb Wochen zur Verfügung.“

Oliver Metze, Vertrieb& Sales Model GmbH

Model GmbH

Die Model GmbH mit Sitz in Bad Bentheim ist eine von zehn Tochtergesellschaften der Model-Gruppe. Die insgesamt mehr als 4200 Mitarbeiter des Unternehmensverbundes entwickeln, produzieren und liefern Verpackungslösungen aus Voll- und Wellkarton, von der einfachen Transportverpackung bis zur hochveredelten Praliné- und Parfumbox. Zu den Hauptmärkten gehören die Schweiz, Deutschland, Österreich, Frankreich, Niederlande, Tschechien, Polen, Slowakei, Ukraine und Kroatien. Der Firmenhauptsitz befindet sich in Weinfelden/TG. Die Model Holding AG ist die Dach- und Führungsgesellschaft der Unternehmensgruppe, die zu 100 Prozent im Besitz der Familie Model ist.

werden könnte. Darüber hinaus muss die Gestaltung der Geschenkbox auf den ersten Blick zum Ausdruck bringen, dass es sich bei dem Produkt um ein exklusives Angebot von Hotelcard und Geschenkidee handelt.

OLIVER METZE: Fest stand anfangs nur, dass nicht nur die Hotelcard verkauft werden soll, sondern ein überaus repräsentatives Paket darum geschnürt werden muss, damit der an sich kleine Artikel wirklich groß rauskommt. Und zwar schnell! Das neue Produkt sollte etwa drei Monate nach unserem ersten Gespräch in den Markt eingeführt werden. Wir mussten also innerhalb von sechs Wochen ein Verpackungskonzept entwickeln und Muster bauen. Normalerweise liegt der Vorlauf für solche Projekte bei mindestens drei Monaten. Der Zeitdruck war enorm, auch in der Produktionsphase. Für die Auswahl des Entwurfs, leichte Abänderungen, den Stanzaufriss, die Erstellung und Anpassung des Druckbildes in Absprache mit der Druckerei, die finale Kalkulation und das Einholen sämtlicher Freigaben – für Preis, Schnitt, Druck, Lieferzeit – sowie für die Produktion und den Roll-out standen uns nur insgesamt achteinhalb Wochen zur Verfügung. Normalerweise liegt der Vorlauf für solche Projekte bei mindestens drei Monaten.

DISPLAY: Hat es Model geschafft, den Zeitplan einzuhalten?

TONI RIEDEL: Model hat den Plan sogar über unsere Erwartungen erfüllt und bereits nach einer Woche die ersten Entwürfe zur Bemusterung vorgelegt.

DISPLAY: Welche spezifischen Anforderungen an die Box haben sich aus der Vermarktung und Distribution über den Online-Kanal ergeben?

TONI RIEDEL: Als E-Commerce-Unternehmen müssen wir stets darauf achten, dass weder bei der Konfektionierung des Sets noch beim Packen der Bestellungen kostenträchtige Zeitverzögerungen entstehen. Die Geschenkverpackungen sollten also sehr einfach zusammenzufügen und effizient zu handhaben sein. Dazu gehört auch, dass sie optimal in unsere Versandverpackungen passen und zudem eine gute Lagerung erlauben.

DISPLAY: Welche technischen Herausforderungen galt es dabei zu bewältigen?

OLIVER METZE: Aufgrund der einsteckbaren Krempellaschen und der Flaschenkontur sowie verschiedenfarbiger grafischer Elemente bestand die größte Herausforderung darin, passergenau zu stanzen und zu bedrucken. Aus diesem Grund haben wir uns auch für Offset-Druck entschieden. In Sachen Passergenauigkeit ist der Offset-Druck immer noch Vorreiter und aufgrund der relativ geringen Startauflage von 2.000 Stück auch die wirtschaftlichste Lösung. Beim Stanzen kamen eine Bobst Mastercut 1.7 für den Boden der Schachtel und eine Bobst SPO 160 A-matic für den Deckel zum Einsatz.

DISPLAY: Welche Materialien wurden verwendet?

OLIVER METZE: Wir haben mit einer Klett Lamino 165-165 einen gestrichenen Chromoduplex-Karton (GD2) von Reno de Medici auf eine offene E-Welle (W/W) kaschiert. Der GD2 zeichnet sich durch Stabilität und einen hohen Anteil an Altpapier aus. Außerdem bietet er eine gut bedruckbare Oberfläche, auf der die Farben realistisch erscheinen und eine hohe Leuchtkraft aufweisen. Die E-Welle wurde gewählt, um eine möglichst glatte Oberfläche ohne ‚Waschbrett-Effekt‘ und weitgehend unsichtbare Schnittflächen zu erzielen. Insgesamt mutet die gewählte Materialkombination optisch wie haptisch hochwertig an und eignet sich daher optimal für Geschenkverpackungen.

DISPLAY: Gab es auch bei der Farbauswahl Besonderheiten zu beachten?

OLIVER METZE: Für den hellen Fond wurde eine Sonderfarbe definiert, um zu gewährleisten, dass die Farbe über verschiedene Auflagen stabil bleibt und keinen Schwankungen unterliegt. Zudem kann so sichergestellt werden, dass Deckel und Boden keine farblichen Abweichungen aufweisen und harmonieren.

DISPLAY: Vielen Dank für das Gespräch!