



Pressemitteilung 02-04-2010

Publicbox: Clever verpackte Botschaften

Public Salespromotion GmbH und Inline Sales GmbH vereinbaren Vertriebs-Kooperation

München, Februar 2010

Die besten Geschäfte sind die, bei denen alle Beteiligten von vornherein als Gewinner fest stehen. Doch dies ist nur eine der positiven Eigenschaften der neuen Publicbox, die Werbetreibenden, Herstellern, Versandunternehmen und ihren Erfindern gleichermaßen Aufmerksamkeit und Umsatz sichert. Dabei ist die Idee so überzeugend wie einfach:

Die Publicbox bringt Werbung aufs Paket – und ohne Streuverlust direkt zur Zielgruppe.

Es war ein grauer Samstag im November 2007. Christian Klammer, einer der Publicbox-Gründer, stand in einer langen Schlange am Schalter des Postamts im bayerischen Starnberg– und wartete. Graue Wolken verdunkelten draußen den Himmel, schickten feinen Nieselregen zur Erde. Die Menschen trugen Wintermäntel, Krägen hochgeschlagen. Christian Klammer trägt unterm Arm ein Paket, wie die Sendungen der anderen Kunden verpackt im postalischen Einheitsbraun. Jedes einzelne Päckchen so trist wie draußen das Wetter. Als er in der Paketschlange steht, hat Christian Klammer, Jahrgang 1962, Werber und Kommunikationsberater von Beruf, eine Idee. Was, wenn all diese Pakete nicht schmucklos braun, sondern bunt bedruckt mit spannenden Botschaften wären? Wenn sie außen von Last-Minute-Urlaub am Palmenstrand erzählten, während sie innen einen Bikini zu seiner neuen Besitzerin transportierten? Was, wenn man all diesen Päckchen und Paketen neben ihrem Inhalt auch noch eine Markenbotschaft und optional eine passende Warenprobe mit auf den Weg gäbe?

Als Christian Klammer die Post verlässt, hat er kein langweiliges Paket mehr unter dem Arm, im Kopf dafür eine spannende Idee: Werbung auf Paketen.

Ein Jahr später ist aus der Idee ein Unternehmen geworden. Inklusiv der Gründer, Christian Klammer und Dr. Jana-Maria Lehnhardt, setzen sieben Mitarbeiter die Idee in die Tat um. Hauptquartier der Public Salespromotion GmbH ist der historische Marstall in der Gemeinde Berg am Starnberger See. Hier tüfteln Mediaplaner und Versandspezialisten mit Hilfe ausgefeilter Computer-Software – in der Fachsprache Planungstools – für jeden Kunden die optimale Lösung aus.



Das Prinzip ist so einfach wie genial:

Die Public Salespromotion GmbH stellt Unternehmen, die monatlich mindestens 500 Pakete verschicken, zum Nulltarif hochwertige Kartonagen (Publicbox), Versandtaschen (Publicbag) und Versandrollen (Publictube) zur Verfügung. Werbetreibende können die-se Versandverpackungen mit ihrer Markenbotschaft bedrucken und so ihre Zielgruppen ansprechen. Die Gründer und ihre Mitarbeiter wählen dabei aus über 1000 Versandpartnern jene aus, die die Zielgruppe des Werbenden optimal erreichen. Wer beispielsweise Werbung für Gartenmöbel macht, kann seine Botschaft auf den Paketen eines Unternehmens für Pflanzenbedarf aus der Konsumkategorie „Haus & Garten“ platzieren.

Kunden eines IT-Versenders bekommen Pakete, die mit Werbung für eine neue Internet-Suchmaschine bedruckt sind. Und so weiter.

Die Publicbox-Datenbank erlaubt die Selektion nach über 25 verschiedenen Konsumkategorien. Demografische, geografische und psychografische Informationen der Empfänger fließen ebenso ein wie deren Produktvorlieben und spezielle Interessen, ebenso Infos wie Alter und Geschlecht. Die Werbetreibenden geben ihrerseits Zielgruppenmerkmale, gewünschten Buchungszeitpunkt, Budget, Konsumtyp, spezielle Interessen und den Verbreitungsgrad an. Die Public Salespromotion GmbH bringt mit Hilfe der Planungstools all diese Wünsche in Einklang.

„**Publicbox**“, „**Publicbag**“ und „**Publictube**“ sind mit aufwändigem Design realisierbar und auf jeden Fall weit weg vom braunen Paketalltag. Die Versandunternehmen sparen pro Paket, das europaweit verschickt werden kann, 35 bis 55 Cent Materialkosten ein. „Unternehmen mit hohem Versandaufkommen stehen bei uns Schlange“, so Klammer. Insbesondere beim Weihnachtsgeschäft können sie jedes Jahr viele tausend Euro einsparen. Die Werbetreibenden platzieren im Gegenzug ihre aufs Paket gedruckten Markenbotschaften punktgenau, fügen Warenproben bei, auch Musik-Chips im Paket sind möglich, ebenso haptische und olfaktorische Elemente. Jana-Maria Lehnhardt: „Publicbox und Publicbag lassen sich als Werbemedien für alle fünf Sinne ausgestalten. Was liegt da näher, als diese hochkarätige Werbefläche zu nutzen? 850 Millionen Quadratmeter Paketfläche werden jedes Jahr in Deutschland verschickt.“ Werbung, die garantiert ankommt, denn die Versender kennen die Interessen ihrer Kunden genau. Eine klassische Win-Win-Situation für Versender und Werber.



„Wir garantieren Werbung nahezu ohne Streuverluste“, sagt Klammer. Mit Hilfe einer Online-Datenbank sollen die Publicbox-Produkte ab dem Frühjahr 2010 auch klassischen Planungskomfort mit validen Daten bieten und von A bis Z im Internet buch- und steuerbar sein. „Wir entwickeln ein webbasiertes Empfehlungs- und Planungstool, auf das Werbetreibende und Mediaplaner zurückgreifen können. Es garantiert die Transparenz und Planungssicherheit klassischer Medien.“ Per Mausclick können Mediaentscheider die Paket-Kampagne dann auf ihre Zielgruppen einstellen, sie exakt steuern und hohe Effektivität sicherstellen.

Telefon-Riese Vodafone und Arzneimittelhersteller Hexal haben das neue Medium schon gebucht und dabei auch dessen positive Ausstrahlung genutzt: „Das Paket ist bei den Menschen durchweg positiv belegt“, nennt Jana-Maria Lehnhardt einen wesentlichen Grund für den Erfolg. „Wer ein Paket bekommt, der freut sich. Man bekommt etwas, was man bestellt und worauf man gewartet hat – oder noch besser eine Überraschung oder ein Geschenk.“ Und das auch noch hübsch verpackt, ganz weit weg vom Einheitsbraun des Postpakets (www.public-box.de).

Beim Vertriebsaufbau der PublicBox in Deutschland wird die Public Salespromotion GmbH durch Dienstleistungen der Inline Sales GmbH unterstützt. Inline Sales hilft konkret bei der Qualifizierung und konkreten Ansprache von potentiellen Partnern und Kunden der PublicBox.

Über Inline Sales GmbH

Die Inline Sales GmbH, mit Sitz in München, ist Spezialist für Business Process Outsourcing in Vertrieb und Marketing. Die Inline Sales GmbH übernimmt für Unternehmen der unterschiedlichsten Branchen, für Regierungen, Konsulate und Wirtschaftsförderungs-Gesellschaften aus der ganzen Welt den strategischen und operativen Geschäftsaufbau durch die Bereitstellung von Services und Ressourcen in den Bereichen Vertrieb, Marketing und Business Development.

Die Dienstleistungen der Inline Sales GmbH wurden von der Initiative Mittelstand in 2008 und 2009 als qualifiziertes INNOVATIONSPRODUKT und in 2009 als „INDUSTRIEPREIS qualifiziert“ ausgezeichnet.

Die Inline Sales GmbH ist Bestandteil der Inline Sales International Group und verantwortlich für das Geschäft der Gruppe in Zentral- und Osteuropa. Weitere Niederlassungen und Vertriebsbüros der Gruppe befinden sich in vielen Ländern in Europa, USA, Asien und Afrika.

In ihrer über 10-jährigen Tätigkeit hat die Inline Sales International Group namhafte Kunden betreut wie British Telecom, BBC, Motorola, COMPAREX, Samsung, EDS, Reed Elsevier oder Laser 2000. Darüber hinaus wurden bereits hunderte von kleinen und mittelständischen Unternehmen erfolgreich aufgebaut.

Kontakt Inline Sales GmbH:
Presseabteilung
Hermann-Schaller-Strasse 24
81825 München
Deutschland
Tel: +49-89-3090-488-32
Fax: +49-89-3090-488-42
presse@inline-sales.com
<http://www.inline-sales.com>