

## **Pressemitteilung zur sofortigen Veröffentlichung**

**Ressorts:** Marketing, E-Commerce, Startup, Print, Technik

**Schlagworte:** Retourenquote, Verpackung, Paketbeilagen, Versandpaket, Marketing, Individualisierung, Kundenbindung, Adnymics, printmate

Das Paket als Marketing-Instrument

## **Verstecktes Potenzial: Individuelle Verpackungen senken die Retourenquote**

**Online-Händler verschenken viel Potenzial in Sachen Kundenbindung, Branding und Retourensenkung, wenn sie beim Versand auf braune Kartons von der Stange setzen, warnen die Startups Adnymics und printmate.**

München, 24.11.2016 - Stellen Sie sich vor, es ist Weihnachten – und unterm Baum stehen nur braune Pappkartons. Kein Schleifchen, kein buntes Papier und keine persönliche Weihnachtskarte weit und breit. Dieses Gefühl der Ernüchterung kennen Online-Shopper zu genüge – schließlich müssen sie das bestellte Produkt, das sie doch freudig erwartet haben, in der Regel aus genau so einem unpersönlichen Versandkarton fischen, meistens nur begleitet von einer automatisierten Rechnung und einem Haufen uninteressanter Paketbeilagen, die oft sofort in den Papierkorb wandern.

### **Mehr als nur ein notwendiges Übel**

Doch mit dieser Lieblosigkeit beim Versand verschenken Web-Händler viel Potenzial, warnen die Start-ups Adnymics und printmate. Schließlich stellt das Paket im digitalen Handel den einzigen physischen Kontakt zwischen Händler und Kunde dar – und der sollte positive Emotionen auslösen. „Das Paket kann viel mehr sein als nur ein notwendiges Übel“, betont Daniel Kirin, Head of Marketing bei Adnymics. „Es ist ein zusätzlicher Kanal für Branding, Bestandskundenmarketing und persönliche Beratung.“ Das Münchner Unternehmen hat sich auf individuelle Paketbeilagen spezialisiert. Basierend auf dem Surf- und Kaufverhalten der Online-Käufer stellt Adnymics persönliche Produktempfehlungen und individuellen redaktionellen Content als Beilage zusammen. Das Ergebnis: Die Beilagen haben eine viel größere Relevanz für die Paketempfänger – und dadurch natürlich auch mehr Marketing-Erfolg. Paketbeilagen von Adnymics erzielen bis zu 13 Prozent höhere Konversionsraten und einen bis zu 300 Prozent höheren Warenkorbwert bei Wiederbestellern als der Shop-Durchschnitt. Das Partner-Unternehmen printmate setzt an anderer Stelle an und bedruckt die eigentliche Paket-Umverpackung mit individuellen Motiven. „Das Paket ist die Visitenkarte des Online-Shops und beeinflusst die Produkt- und Unternehmenswahrnehmung immens“, bestätigt printmate-Gründer Julian Jost.

### **Weniger Retouren durch persönliche Ansprache**

Denn eine hochwertige, personalisierte Verpackung erfreut den Kunden nicht nur und macht den Moment des Auspackens besonders – sie bindet den Empfänger auch psychologisch an das Paket. Denn es fällt Menschen viel leichter, sich von einem neutralen Gegenstand wieder zu trennen als von einer Sache, mit der sie sich persönlich identifizieren. Durch eine schöne Verpackung und individuelle Beileger wird aus irgendeinem Paket beinahe ein persönliches Geschenk – und wer gibt schon Geschenke wieder zurück? Dieser psychologische Effekt wirkt sich ganz greifbar auf die nüchternen

Kennzahlen des Verkäufers aus – denn er senkt die Retourenquote. Das bestätigen viele Online-Händler, die bereits auf individuelle Umverpackungen setzen – so wie shoepassion, einer Marke für handgefertigte Schuhe und Accessoires, sowie Kunde von Adnemics. „Auf das Versandpaket legen wir besonderen Wert. Unsere Kunden erhalten Versand- und Schuhkartons, die aus hochwertigen, nachhaltigen Materialien bestehen“, berichtet Simon Kronseder, Head of Marketing bei shoepassion. „Mit hochwertigen, individualisierten Beilagen beraten wir außerdem jeden Kunden mit persönlichen Produktempfehlungen beim Erhalt des Pakets. Dadurch konnten wir sowohl die Retourenquote senken als auch unsere Warenkörbe deutlich steigern.“ Der Aufwand lohnt sich also – schließlich sind weniger Retouren doch das schönste Weihnachtsgeschenk für jeden Online-Händler.

**Zugehöriges Bildmaterial:** <http://bit.ly/2gl8srh>

#### **Pressekontakte**

für Interviewanfragen und weiterführende Materialien:

#### **adnemics GmbH**

##### **Florian Klötzler**

|                                                                                |                     |
|--------------------------------------------------------------------------------|---------------------|
| Public Relations                                                               | adnemics GmbH       |
| Tel.: +49 (0)89 2154 691 32                                                    | Dachauer Straße 15a |
| E-Mail: <a href="mailto:f.kloetzler@adnemics.com">f.kloetzler@adnemics.com</a> | 80335 München       |

#### **Über Adnemics:**

Das Münchner Start-up Adnemics wurde Ende 2014 gegründet und bietet ein System zur Herstellung von intelligenten Paketbeilagen für den Online-Versandhandel. Das All-in-One-System "Target Packaging", bestehend aus Software und Digitaldruckmaschine, analysiert das Surf- und Kaufverhalten von Online-Käufern und generiert daraus individuelle Produktempfehlungen, die den Versandpaketen in Form von hochwertigen Broschüren beigelegt werden. Die individualisierten Broschüren werden just-in-time direkt beim Versandhändler in der Logistik produziert. Mit „Target Conversion“ können Werbetreibende in diesen Paketbeilagen zielgerichtete Print-Anzeigen buchen.

[www.adnemics.com](http://www.adnemics.com)

#### **printmate GmbH**

##### **Julian Jost**

|                                                                      |                |
|----------------------------------------------------------------------|----------------|
| Geschäftsführer                                                      | printmate GmbH |
| Tel.: +49 (0) 176 64208382                                           | Mirastr. 27-29 |
| E-Mail: <a href="mailto:julian@printmate.de">julian@printmate.de</a> | 13509 Berlin   |

#### **Über printmate:**

Die printmate GmbH ist ein im März 2015 gegründetes Start-up aus Berlin, das sich dem Onlinedruck von Versandverpackungen im kundenindividuellen Design verschrieben hat. Hauptzielgruppe ist der Onlinehandel, den printmate in Auflagen ab 100 Exemplaren beliefert. Gründer und Geschäftsführer Julian Jost baute zuvor bei Zalando das Verpackungsmanagement-Team mit auf — zu dieser Zeit bekam er immer wieder Anfragen von Onlinehändlern über Bezugsquellen von Versandkartons mit eigenen Druckdesigns, was ihn schließlich zur Geschäftsidee von printmate führte. Seit August 2015 ist der Onlinedruckshop [printmate.de](http://printmate.de) aktiv. Im November 2015 folgte die Einführung des Online-Editors mit 3D-Ansicht. Alternativ gibt es die Option eines Druckdatei-Uploads. Das Angebot an Versandkarton-Varianten wird regelmäßig erweitert.

[www.printmate.de](http://www.printmate.de)