

Ab in den Karton

Pakete packen und verschicken gehört für immer mehr Direktvermarkter zum Vermarktungsalltag. Der passende Versandkarton sorgt dafür, dass ihre guten Produkte auch heil beim Kunden ankommen.



Das Weihnachtsgeschäft steht vor der Tür, der Onlinehandel wächst, da kommt es auf gute Verpackungen an.

Fotos: F. Schildmann

► Versand- oder Transportverpackungen sind quasi die letzte Stufe der Verpackung. Sie dienen dem sicheren Transport und der Lagerung. Je nach verpacktem Gut müssen sie entsprechend stabil sein. Transportkartons bestehen fast immer aus Wellpappe und diese wiederum aus mindestens einer Bahn glattem und einer Bahn gewelltem Papier. Bei der sogenannten Simplex-Wellpappe liegt die gewellte Bahn zwischen zwei Bahnen glattem Papier, der Innen- und Außendecke. Die zweiwellige Wellpappe (Duplex) setzt sich aus zwei Bahnen gewelltem und drei Bahnen glattem Papier zusammen und bei der dreiwelligen Variante sind es drei Bahnen Wellpapier und vier Bahnen glattes Papier. Dieser Schichtaufbau sorgt für Stabilität.

Der passende Karton

Faltkarton, Krempelverpackung, Automatikboden – es gibt unzählige Arten von Versandverpackungen. Die wichtigsten sind mit dem „FEFCO-Code“ versehen. Jede Bauart hat eine vierstellige Nummer, der klassische Faltkarton etwa die 0201. Ergänzt um die Kartonmaße, die immer als Innenmaß in Länge (L) x Breite (B) x Höhe (H) und immer in mm angegeben werden, ist eindeutig, um welche Verpackung es sich handelt. Und in Ergänzung des dreistelligen Codes für Wellpappen ist auch die Qualität des Kartons definiert. Die gängigsten Versandverpackungen sind:

- Faltkartons (FEFCO 0200 bis 0206) sind die häufigste und meist auch die

günstigste Variante der Versandverpackung. Die mittig stoßenden Boden- und Deckelklappen werden mit Klebeband verschlossen.

- Krempelverpackungen (FEFCO 0421 bis 0429) lassen sich durch Umschlagen (Krempeln) an einer oder mehreren Seiten aufbauen. An den gekrempelten Seiten liegt die dreifache Materialstärke vor, sodass die Verpackung sehr stabil ist. Weiterer Vorteil: Für den Aufbau ist kein Klebeband erforderlich.

- Verpackungen mit Automatikboden (FEFCO 0700 bis 0714) sind mit einem Handgriff aufgebaut. Das bedeutet Zeitersparnis beim Packen, allerdings sind die Kartons deutlich teurer als Faltkartons. Es gibt den Automatikboden in einfacher und doppelter Ausführung, doch auch der doppelte Boden trägt nur 10 bis maximal 15 kg.

Der passende Karton allein sorgt noch nicht für einen sicheren Versand. Oft muss die Ware im Karton fixiert werden oder es sind Hohlräume aufzufüllen. Dafür braucht es Füllmaterial wie Flocken, Holzwolle, Packpapier oder Luftkissensysteme. Für deren Befüllung ist eine spezielle Maschine erforderlich.

Das gewisse Extra

Für den Versand von Flaschen und Gläsern gibt es Einlagen, die dafür sorgen, dass die Produkte aufrecht stehend, einzeln und bruchsicher verpackt werden können. Sie erlauben auch den Versand unterschiedlich großer Gläser und Flaschen. Eine 12er-Weinkiste bringt ganz schön was auf die Waage. Im Versand sorgen überlappende Boden- und Deckelklappen für zusätzliche Stabilität.

Faltkartons mit einem sogenannten Zusatzriller ermöglichen eine variable Füllhöhe. An den Rillen lassen sich die Kanten einschneiden und die Kartonswände falten. Ideal für kleine Versender, die nicht zig verschiedene Kartongrößen vorhalten möchten.

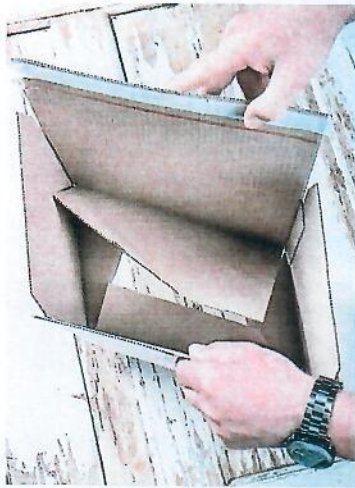
Sehr komfortabel für Sender und Empfänger sind Selbstklebeverschlüsse. Paketklebeband ist nicht mehr nötig. Der Empfänger kann seine Lieferung am Aufreißfaden oder der Aufreißperforation öffnen.

Der kühle Versand

Fleisch, Wurst, Käse – Direktvermarkter versenden auch immer mehr kühlbedürftige Produkte an ihre Kunden. Entsprechende Versandverpackungen bestehen in der Regel aus einem Umkarton mit isolierendem Innenleben. Das kann ein Einsatz aus Styropor sein oder isolierende Beutel aus extrudiertem Schaum mit metallisierter Beschichtung (so ähnlich wie die Isoliertaschen, die es im Supermarkt an der Tiefkühltheke zu kaufen gibt), Vlies oder Zellstoff. Zunehmend kommen nachhaltige Werkstoffe zum Einsatz (siehe Beitrag „Nachhaltig kommt an“).

Die Isolierung allein reicht allerdings nicht, um die Kühlkette einzuhalten. Dazu müssen zusätzlich Kühlakkus ins Paket. Sie können mit Kühlgels oder mit Wasser gefüllt sein. Es gibt Kühlelemente für unterschiedliche Temperaturbereiche, flexible Kühlbeutel in unterschiedlichen Größen und Gewichten, die sich an die Produkte anpassen, oder Modelle mit formstabilem Gehäuse. Flexible Beutel enthalten in der Regel Kühlgel. Die einfachste Lösung sind eingefrorene Wasserflaschen. Das Wasser können die Empfänger austrinken und das Leergut zum Recycling geben. „Die Anzahl der benötigten Kühlakkus pro Paket hängt unter anderem vom Produkt, der Größe

des Kartons, der Dauer des Transports und der Außentemperatur ab“, erklärt Sven Buck, Verpackungsexperte von Ratioform, Handelsunternehmen für Transportverpackung GmbH aus Pliening. Die Verpackung sollte 48 Stunden die Temperatur halten. Welche Mengen Kühlmittel für welche Verpackungsgröße bei welcher Temperatur erforderlich sind, hat Ratioform beispielsweise in einer Übersicht zusammengefasst. „Insbesondere bei kühlbedürftigen Produkten empfiehlt sich ein Testversand“, so Sven Buck. Gute Anbieter stellen dafür Produktmuster zur Verfügung. Verpackungen für den gekühlten Versand haben ihren Preis. Abhängig von Größe und Stückzahl kostet eine sol-



Kartons mit Automatikboden sind im Nu aufgebaut.

che Verpackung schnell 5 bis 10 € netto, Kühlakku noch nicht eingerechnet.

Die richtige Auswahl

Das „richtige“ Verpackungskonzept für den eigenen Betrieb hängt von vielen Faktoren ab. Ganz oben stehen Menge

und Preis. Je größer die Bestellmenge, desto günstiger der Stückpreis. Für kleine Versender sind Faltkartons aus dem Standardprogramm in der Regel die günstigste Wahl und können auch personalisiert werden (siehe Kasten „Markenkommunikation im Versand“). Sie sind in verschiedenen Größen und kleinen Stückzahlen erhältlich. Für einige Kartons sind Stanzwerkzeuge erforderlich, die zusätzliche Kosten verursachen und sich für Kleinserien nicht rechnen. Die Produkte sind unterschiedlich groß, die Bestellmengen auch, deshalb werden Kartons in verschiedenen Größen benötigt. Wer aber nur 20 Pakete im Monat verschickt, kann sich nicht für alle Eventualitäten verschiedene Kartons auf Lager legen. Grundsätzlich gilt: je passender der Karton, desto geringer fallen die Verpackungs- und gegebenenfalls auch die Portokosten aus. Hier sorgen Kartons mit Zusatzriller für Flexibilität. Der Preis sollte allerdings nicht der einzige Grund für die Wahl einer Verpackung sein. Hochwertige Produkte gehören auch in eine hochwertige Versandverpackung.

Lassen Sie sich hinsichtlich Ihres Verpackungskonzepts und der erforderlichen

Materialien beraten. Das gilt insbesondere für Kühlverpackungen. Viele Anbieter geben Empfehlungen und stellen Muster bereit. Testen Sie die Verpackung, lassen Sie sie fertig gepackt beispielsweise aus 1,50 m Höhe fallen. Auf dem Versandweg müssen die Kartons nämlich einiges aushalten. Es gibt zahlreiche Verpackungsanbieter. Holen Sie sich Angebote ein und achten Sie darauf, dass sich die Angebote vergleichen lassen, dass etwa vom gleichen Material die Rede ist. Nachhaltigkeit wird im Versandgeschäft immer wichtiger. Auf diesem Sektor tut sich eine Menge (siehe Beitrag „Nachhaltig kommt an“ auf der nächsten Seite). ◀

uh

Zahlreiche Informationen stammen aus dem „Leitfaden Versandverpackungen“ von Hausberger-Verpackungen. Sie finden ihn auf unserer Internetseite. Von Ratioform finden Sie Tabellen und Übersichten zur erforderlichen Anzahl von Kühlelementen; außerdem weitere Informationen zu Wellpappen „Die perfekte Welle“.

www.hofdirekt.com

hofdirekt.com → Service

Markenkommunikation im Versand

Vor allem für Direktvermarktungsbetriebe, die einen Großteil ihres Umsatzes mit dem Versandgeschäft erwirtschaften, spielt die Markenkommunikation auch während des Versands eine Rolle. Doch: Versandkartons oder -taschen sind Wegwerfprodukte. Ab wann lohnt sich also die Investition in bedruckte Kartons? Oder tuts auch der Stempeldruck auf dem Karton oder bedrucktes Klebeband? „Gerade im E-Commerce spielt Markenkommunikation eine große Rolle. Die am werbewirksamsten ausgestaltete Verpackung ist aber meist nicht die günstigste, gerade wegen der Erstinvestition für die Druckplatten und Stanzwerkzeuge bei komplexeren Kartonagen“, erklärt Maximilian Hausberger von Hausberger Verpackungen aus dem bayerischen Oberasbach. „Nicht umsonst werden die meisten Versandverpackungen maximal dreifarbig bedruckt“, ergänzt er.

Vor allem am Anfang des Versandgeschäftes lohnen sich für Direktvermarkter seiner Meinung nach personalisierte Klebebander oder Stempel mit dem eigenen Logo. Bedruckte Kartons kommen für ihn erst ab einer Stückzahl von etwa 100 pro Monat infrage. „Darunter kann man seine

Kartons wunderbar mit einfachen Mitteln personalisieren.“

Martin Stiegler von FrankenGenuss aus Cadolzburg in Bayern setzt schon seit Beginn auf die bedruckten Versandkartonagen. „Für mich spielt das Labeling als Identifikationsfaktor eine große

Rolle. Wir machen aber auch einen großen Teil unseres Geschäfts mit dem Onlineversand“, berichtet der junge Direktvermarkter. kr



Die Kunden von Martin Stiegler erhalten bedruckte Kartons, wenn sie online bestellen. Mit Aufklebern oder Klebeband lassen sich Versandkartons preiswert labeln. Foto: F. Schildmann