



Marge verzockt?

Überraschend – gut gepolstert

Die Drogeriekette Rossmann hat die Möglichkeiten des Internets sehr früh erkannt und bietet seit 1999 Produkte über den eigenen Online-Shop an.

Seit 2013 bzw. Juli 2015 sind auch die Konkurrenten Müller und DM online präsent. Doch das große Online-Shopping Erlebnis bleibt in mancher Hinsicht aus: Für den verwöhnten Amazon-Prime Kunden sind die Lieferzeiten meist recht lang, nicht alle bestellten Artikel sind immer lieferbar und die Drogerie Müller liefert nur bis zur nächstgelegenen Filiale. Im Einzelhandel ist der Drogeriesektor ein hart umkämpfter Markt, auf dem sich z.B. Schlecker nicht halten konnte. Wie rechnet sich nun das Online-Geschäft? Es wird berichtet, dass es schwierig ist, mit Drogerieartikeln im Internet Gewinne zu erzielen. Um die Gewinnmargen nicht unnötig zu strapazieren, halte ich deswegen ein effizientes und wirtschaftliches Verpackungskonzept für umso wichtiger. Wie sieht das zum Beispiel beim Online-Drogeriepionier Rossmann aus?

Ich bestelle einige Artikel für den täglichen Bedarf, Toilettenpapier, Küchentücher und Brillenputztücher für den guten Durchblick. Das geht schnell, denn der Rossmann Online-Shop ist sehr übersichtlich, auch gibt es keinen Mindestbestellwert, die Versandkosten betragen pauschal 4,95 Euro. Nach dem Be-

zahlvorgang über Pay-Pal erreicht mich am nächsten Tag eine Gutschrift über die Brillenputztücher-kommentarlos. Anscheinend nicht lieferbar. Immerhin halte ich bereits zwei Tage später zwei (!?) große Pakete mit der restlichen Ware in den Händen.

Als erstes fällt mir auf, dass Rossmann einerseits individuell bedruckte Versandkartons benutzt, andererseits das Corporate Design mehrfach mit braunem Paketklebeband unschön überklebt. Offensichtlich harmonisiert das Marketing nicht mit der Packpraxis. Überrascht werde ich, als ich den Karton öffne und den verpackten Inhalt betrachte. Ich kenne Paketversender, die ihre Ware mit dem einfachsten "Klopapier" auspolstern. Bei Rossmann ist das anders, Rossmann benutzt Luftpolsterkissen, um mein Klopapier zu polstern. Die Küchenpapiere sind im zweiten Paket genauso aufwendig und liebevoll ausgepolstert und verpackt, obwohl sie locker in den ersten stabilen zweiwelligen Versandkarton gepasst hätten. Ich verstehe nicht: Warum überhaupt zwei Kartons?

Warum Klopapier polstern? Entschuldigen Sie meine etwas polemischen Äußerungen, aber so etwas macht mich wirklich sprachlos!

Gott sei Dank habe ich meine Sprache wiedergefunden. Bei diesem Auftrag hätte Rossmann bares Geld sparen können, nämlich die Kosten für eine Paketsendung, die Kosten für einen der zwei Versandkartons, viel Polstermaterial und eine Menge Zeit beim Packen. Die Bestellung hätte komplett in einen Karton ohne Polstermaterial gepasst! Ich hätte trotzdem eine unversehrte Lieferung erhalten und Rossmann hätte eine bessere Marge erzielt.

www.baumann-excellence.de



Jörg Baumann
Aus der Praxis - für die Praxis