



Frank Fülle, einer der Inhaber und Geschäftsführer des Unternehmens Briefdruck in Wünschendorf. Er zeigt eine gedruckte Variante für Postwerbesendungen, die im Auftrag des Kunden vorsortiert bei der Deutschen Post landen. Foto: Christiane Kneisel

# Für kreative Werbung im Briefkasten

Briefdruck Wünschendorf hat in Automatisierung, Digitalisierung und Vermarktung investiert

Von Christiane Kneisel

**Wünschendorf.** Vor reichlich 100 Jahren – im Jahr 1912 – wurde die Wünschendorfer Firma als Briefumschlag-Fabrik in Form einer Aktiengesellschaft gegründet. Und so mancher Wünschendorfer oder Geraer, der am Firmengebäude in der Fuchstalstraße vorbeikommt, fragt sich sicher, was hinter diesen Türen produziert wird.

## Kreative Anschreiben für Zielgruppen

Über bedruckte Briefumschläge bekam das Unternehmen, dessen Wurzeln und Verflechtungen über den Gründer Robert Schumann bis nach Leipzig reichen, den Zugang zu einem Markt für direkt adressierte Postwerbesendungen. „Über die Jahre haben wir uns dann von einer Briefumschlagfabrik zu einer Mailingfabrik entwickelt“, fassen Frank Fülle und Senior Wolfgang Fülle – Inhaber und Geschäftsführer von „Briefdruck“ – zusammen.



Montage des neuen Logos in Wünschendorf.

Foto: Briefdruck

Direkte, kreative Anschreiben per Post an entsprechende Zielgruppen zu versenden, nutzen viele Firmen als einen Weg, um neue Kunden und besondere Aufmerksamkeit zu finden. Briefdruck verantwortet derartige Briefsendungen bundesweit, die bis auf die Laufroute des Briefträgers vorsortiert den Weg zum jeweiligen Adressaten

finden. Die derzeit rund 500 Auftraggeber der Druckerei – darunter bekannte Marken – sitzen meist in den Medienstandorten Hamburg, München, Frankfurt oder Köln. „Wir sind der Spezialdienstleister für dieses wichtige Stück Papier inklusive der Schnittstelle zur Deutschen Post. Unsere Produkte unterstützen andere

Unternehmen quasi dabei, neue Kunden zu gewinnen, Kaufimpulse zu setzen und im Dialog mit Bestandskunden zu bleiben“, so Frank Fülle.

## Wichtiges Etappenziel auf dem Weg in die Zukunft

Um diesem Anspruch auch in Zukunft gerecht zu werden, tüftelten die 45 Mitarbeiter 18 Monate intensiv, hinterfragten alle Prozesse im Unternehmen und dachten stark mit dem Kopf des Kunden. Rund 500 000 Euro wurden in Automatisierung, Digitalisierung und Vermarktung investiert, in dessen Ergebnis eine webbasierte Oberfläche programmiert werden konnte. „Sie macht 60 kreative Werbesendungen 24 Stunden, sieben Tage die Woche konfigurierbar und ist für Interessenten so einfach zu bedienen wie ein Smartphone“, wirbt Frank Fülle. Schließlich wolle die Online-Generation rund um Druckprodukte heute alles jederzeit, sofort 3-D-animiert und per Mausklick. „Inspirieren, informieren,

klicken, bestellen. Keiner will mehr anrufen und vielleicht zwei Tage auf ein Angebot warten“, so Frank Fülle.

All das Geleistete mündet zugleich in einem neuen Selbstbild des Wünschendorfer Unternehmens im Stil der Craft-Bewegung und hat Ausdruck in einem neuen Firmen-Logo gefunden. „Und es hat das Zeug dazu, innerhalb der Druckbranche wie ein Leuchtturm hervorzustechen“, ist der Juniorchef überzeugt. Aufgrund der eigenen Nähe zur Kommunikationsbranche weiß Geschäftsführer Frank Fülle, wie wichtig eine gut gemachte Unternehmenskommunikation ist und welche Wirkung sie entfalten kann. In den nun folgenden Monaten will Briefdruck schwerpunktmäßig daran arbeiten, die Bekanntheit am Markt weiter zu erhöhen, um mehr Reichweite zu gewinnen. Unter der Schlagzeile „Gutes aus Thüringen mit Geling-Garantie“ werben die Unternehmensmitarbeiter bundesweit, um neue Kundenkreise für ihre eigenen Systemmailingprodukte zu erschließen.