

RÜCKKLÄUFIGE BRIEFKOMMUNIKATION GEGEN DEN TREND AUF WACHSTUMSKURS

Mittlerweile ist die Digitalisierung in den meisten Unternehmen angekommen und erlebt durch die Corona-Pandemie einen zusätzlichen massiven Aufschwung. Digitale Produkte und Dienstleistungen lassen sich rasch und einfach an die gewünschte Zielgruppe streuen. Emotionen und eine hochwertige, persönliche Note gehen dabei jedoch häufig verloren.

Text: Göbel+Lenze

Es gibt allerdings auch einen Gegentrend zur digitalen Welle: Printprodukte. Viele werbetreibende Unternehmen kommunizieren zwar digital, werden allerdings durch die verschärften Vorgaben der DSGVO in ihren Kommunikationswegen eingeschränkt. Für einen individualisierten und sicheren Kundendialog setzen sie daher gerne auf die gedruckte Kommunikation per Brief oder eine clevere Kombination aus postalischen Mailings und E-Mail-Marketing. Bereits seit knapp 40 Jahren ist der Münchner Full-Service-Dienstleister *Göbel+Lenze Direktmarketing GmbH* im Bereich Lettershop, Fulfillment und personalisierter Werbung tätig. Angefangen von einer ausführlichen Beratung über die Mailing-Planung, das Datenmanagement, den Digital-, Offset- und Laserdruck bis hin zum klassischen Lettershop, Versand und portooptimierter Postauflieferung. Um seine Kunden mit einem immer größeren Angebotsportfolio zu begeistern, wird konsequent in neueste Technik und moderne Maschinen investiert.

Strategische Firmenübernahmen und -zukäufe

Doch es gibt noch einen weiteren Weg, mit dem das Unternehmen für kontinuierliches Wachstum sorgt. Mittels gezielter Firmenübernahmen und -zukäufe fährt

Göbel+Lenze weiter auf Expansionskurs – und das in einem Verdrängungswettbewerb mit rückläufiger Briefkommunikation. So wuchs beispielsweise die Zahl der Mitarbeiter von ehemals acht Personen im Jahr 2000 auf aktuell 40 festangestellte Mitarbeiter. Parallel dazu hat sich der Umsatz vervierfacht. Tendenz weiter steigend.

Doch wie ist das in diesen herausfordernden Zeiten überhaupt noch möglich? »Unsere positive Entwicklung ist das Ergebnis unserer gezielten Wachstumsstrategie. Das bedeutet einen konsequenten Ausbau des Dienstleistungsportfolios, immer in die neueste Technik zu investieren und den Kundenstamm durch Firmenübernahmen zu erweitern«, meint Geschäftsführer WULF HENRICHS.



Rückblick, Ausblick, Weitblick

Im Jahr 2000 übernahm WULF HENRICHS die Firma *Göbel+Lenze* von den Gründungsgesellschaftern. Mit seinem damaligen Team erweiterte er die Direktmarketing- und Lettershop-Aktivitäten um hochprofessionelle Druck-Erzeugnisse, die inzwischen über moderne Highspeed-Inkjet- und Digitaldruckmaschinen laufen. Die erste Firmenübernahme startete mit dem Erwerb der Assets von *Creakom* im Jahr 2013. Zwei Jahre später kaufte *Göbel+Lenze* die Assets der Firma *Gmür + Großmann*. 2016 wurden die Kunden des Lettershop-Unternehmens *T+S Text und Satz* sowie die Firma *Altmann Marketing GmbH* übernommen. Mit dem Zukauf der Assets von *Topp digital* erfolgte 2019 die vorerst letzte Transaktion. Die Übernahme der *Altmann Marketing GmbH* wurde durch die

Verschmelzung von *Altmann Marketing* auf *Göbel+Lenze* zum 1. Januar 2021 abgeschlossen. Somit erweitert sich der Kundenkreis von *Göbel+Lenze* um namhafte Kunden aus der Telekommunikation, Finanzdienstleistung, Haushaltsgeräteherstellung, Verlagswesen, Gesundheits- und Pflegebereich etc. Auf diese Weise werden die Branchen noch breiter gestreut, verschiedenste Zielgruppen betreut und so eine Abhängigkeit von einigen wenigen großen Kunden vermieden.

Chancen und Risiken der Firmenübernahmen

Natürlich spielt es auch eine große Rolle, wie profitabel und gesund der potenzielle Übernahmekandidat dasteht und ob die menschliche Komponente stimmig ist. Erst wenn diese Faktoren passen, folgen die nächsten Schritte. Wie bei jeder Übernahme besteht auch ein gewisses Risiko, den ein oder anderen Kunden zu verlieren. »Zunächst werden wir genau auf unsere Expertise, das Know-how, die Servicebereitschaft und die Umsetzungsgeschwindigkeit in der Zusammenarbeit getestet. Läuft alles rund, bleiben uns erfahrungsgemäß etwa 70 bis 80 Prozent der neugewonnenen Kunden treu«, betont Geschäftsführer WULF HENRICHS.



Emotionen und eine hochwertige, persönliche Note wie bei einem Brief gehen bei digitalen Kommunikationswegen häufig verloren. (Bild: shutterstock, Andrey Popov)

> www.goebellenze.de





ZEITUNG FÜR **PRINT - TRANSFORMATION - E-COMMERCE**

BEYONDPRINT unplugged

THEMEN WIE DIGITALE TRANSFORMATION, KÜNSTLICHE INTELLIGENZ ODER E-BUSINESS PRINT LASSEN SICH NUN EINMAL NICHT IN ZWEI SÄTZEN ERKLÄREN. NEHMEN SIE SICH DAFÜR ETWAS MEHR **ZEIT** UND **LESEN** SIE DIE BEITRÄGE UNPLUGGED UND OHNE ELEKTRONISCHE VERSTÄRKUNG. FACHEXPERTISE KOMPETENT, PRAXISNAH UND ENTKRAMPFT.