

05. Juni 2008

[Drucken](#) [Per E-Mail versenden](#) [Leserbrief](#)

Kreatives made in Göttingen

Die Werber von P.O.S. Kresin Design aus Rosdorf landeten beim „Mailing-Wettbewerb 2008“ der Deutschen Post AG auf dem Siegertreppchen.

„Gemeinsam eine Erfolgsgeschichte schreiben“ lautete der Titel der Mailing-Kampagne, die die Mitarbeiter von P.O.S. Kresin Design für das Transport- und Logistikunternehmen ZUFALL entwickelt hatten. Angesprochen wurden die Chefs großer Konzerne. Die erhielten ein gebundenes Buch mit Prägung und Banderole – verziert mit dem Logo der ZUFALL-Gruppe und dem Logo des angeschriebenen Unternehmens. Das Buch selbst war aufwändig verpackt, enthielt eine persönliche Widmung und einen sechsseitigen Leistungsüberblick. Es folgten 50 leere Seiten, die viel Raum für eine „gemeinsame Erfolgsgeschichte“ bereithielten.



©/v.l.: Peter Pawlowski, Geschäftsführer P.O.S. KRESIN DESIGN, Carsten Helmrich, Leiterin Marketing Kommunikation der ZUFALL-Gruppe, Ralf Kresin, Geschäftsführer P.O.S. KRESIN DESIGN Foto: P.O.S. KRESIN DESIGN

© Entscheider Medien GmbH

Auf dieses Konzept ist auch die Jury des „Mailing-Wettbewerbs 2008“ aufmerksam geworden und hat die Agentur zum Sieger in der Kategorie „Offenes Format“ für die Regionen Nord und Ost gekürt. Einmal im Jahr prämiert die Post die besten Mailing-Ideen. „In Anbetracht der starken Konkurrenz der meist größeren Agenturen sind wir besonders stolz auf diese Auszeichnung“, freut sich Peter Pawlowski, Geschäftsführer von P.O.S. Kresin Design. Mit sechs Kolleginnen und Kollegen gehört P.O.S. Kresin Design eher zu den Kleineren der Branche.

Die Auszeichnung beweist damit, dass Kreativ-Direktor Ralf Kresin Recht hat, wenn er sagt: „Die Größe einer Agentur sagt nichts über deren kreatives Potenzial aus.“ Er ist – genau wie sein Kollege Peter Pawlowski – schon lange im Geschäft und kennt „die Hochs und Tiefs der schillernden Werbewelt“. „Unsere Stärke ist, dass wir uns mit unseren Kunden und deren Produkten und Dienstleistungen identifizieren“, macht Kresin deutlich und ergänzt: „Das ist unser Erfolgsrezept.“ Soviel Zuwendung scheint bei den Kunden gut anzukommen.