

Presseinformation

„Logistikhelden“ werben selbstbewusst für Wirtschaftsbereich

Bundesweite Imagekampagne spricht Bewerber und Öffentlichkeit an / Idee erhält Unterstützung auf breiter Front / Gemeinsames Vorgehen schafft große Aufmerksamkeit

Bremen/Berlin. Mit der bundesweiten Imagekampagne „Logistikhelden“ will Deutschlands drittgrößter Wirtschaftsbereich bei Berufseinsteigern und Jobsuchenden punkten und sein Ansehen in der Öffentlichkeit verbessern. Die Idee: An einer konzertierten Aktion beteiligen sich möglichst viele logistiknahe Verbände, Vereine, Medien und Unternehmen und schaffen gemeinsam ein Höchstmaß an Aufmerksamkeit. In der neu gegründeten Initiative „Die Wirtschaftsmacher“, die als Absender der Imagekampagne fungiert, bündeln Interessenvertretungen, Logistikdienstleister sowie Industrie und Handel gezielt ihre Kräfte und erreichen gemeinsam mehr Sichtbarkeit und Reichweite als jeder für sich allein.

Herzstück der Kampagne sind „Logistikhelden“, die als sympathische und glaubwürdige Botschafter für die Leistungsfähigkeit und Professionalität aller logistischen Handlungsfelder insgesamt stehen. Es sind Menschen aus der Logistikpraxis in unterschiedlichen Unternehmen, die spannende Geschichten aus ihrem Arbeitsalltag erzählen. Auf Plakaten, in Anzeigen, im Internet und auf den gängigen Social-Media-Kanälen sowie Videoportalen präsentieren die Logistikhelden „starke Fakten“ wie zum Beispiel die jährliche Kilometerleistung eines Berufskraftfahrers oder die Zahl der gelieferten Pakete im Rahmen humanitärer Logistik. Diese großen Zahlen werden beim Betrachter ein Aha-Erlebnis auslösen. Die Motive besitzen mit authentischer Bildsprache und starker Farbgebung einen hohen Wiedererkennungswert.

Zahlreiche Unterstützer gewonnen

Bereits im Vorfeld des 35. Deutschen Logistikkongresses haben etwa 40 Interessenvertretungen und Unternehmen einen „Letter of Interest“ unterzeichnet und ihre Mitwirkung sowie finanzielle Unterstützung zugesichert. „Wir freuen uns, dass die Idee eines gemeinsamen Vorgehens so viel positive Resonanz hervorruft und bei den Akteuren spürbar Begeisterung auslöst“, sagt Prof. Thomas Wimmer, Vorsitzender der Geschäftsführung der BVL.

Entstanden ist die Idee zur Kampagne im BVL-Themenkreis „Image der Logistik“. Eine achtköpfige Arbeitsgruppe hatte zunächst Rahmenbedingungen definiert und erste Ideen entwickelt. Anschließend wurden mehrere Agenturen unter Federführung der Kölner Kreativen von „Get the Point“ mit der konkreten Ausarbeitung der Kampagne beauftragt. „Im Themenkreis arbeiten wir seit drei Jahren sehr kreativ und leidenschaftlich an der Frage, wie das Image der Logistik verbessert werden kann. Nun haben wir einen pragmatischen Weg gefunden, der offensichtlich gut ankommt. Wir sind darüber hinaus sehr froh, dass die BVL die ersten Schritte finanziell und mit hochwertigen Netzwerk-Kontakten unterstützt hat“, erklärt Frauke Heistermann, Sprecherin des Themenkreises und Mitglied im BVL-Vorstand.

Initiatoren wollen Begeisterung wecken

Auf dem 35. Deutschen Logistikkongress im Berliner Hotel InterContinental präsentieren die Initiatoren an einem Infostand (Gartenlounge II) die Initiative „Die Wirtschaftsmacher“ und deren Kampagne „Logistikhelden“. Ziel ist es, vor Ort weitere Unterstützer zu gewinnen und finanzielle Zusagen zu erhalten. In zwei Meetups, die am 17. Oktober 2018 um 15:00 Uhr und 16:00 Uhr im Raum Schöneberg stattfinden, wird das Konzept vorgestellt und mit den Teilnehmenden diskutiert. Auf dem Kongress-Areal sind außerdem Studierende der Fachhochschule Würzburg als Kampagnen-Botschafter unterwegs, um Kongressbesucher mit dem Thema in Berührung zu bringen. Frauke Heistermann: „Unser Ziel ist es, einen siebenstelligen Betrag einzuwerben, der es möglich macht, den notwendigen Werbedruck zu entfalten. Die Kampagne soll dann im zweiten Halbjahr 2019 starten.“

Folgende Unternehmen beteiligen sich inhaltlich und finanziell an der Imagekampagne „Logistikhelden“ (Stand 12.10.2018, 14 Uhr)

1. AEB GmbH
2. agiplan GmbH
3. Airbus Operations GmbH
4. Air Cargo Community Frankfurt e.V.
5. Albert Craiss GmbH & Co. KG
6. AXIT GmbH
7. BARIG - Board of Airline Representatives in Germany e.V.
8. BEUMER Group GmbH & Co. KG
9. BLG Logistics Group AG & Co. KG
10. Bundesverband Kurier-Express-Post-Dienste e.V.
11. Bundesvereinigung Logistik (BVL) e.V.
12. Colliers International Deutschland GmbH
13. Crown Gabelstapler GmbH & Co. KG
14. Duvenbeck Consulting GmbH & Co. KG
15. DVV Media Group GmbH
16. EDEKA Minden-Hannover Logistik-Service GmbH
17. Globus SB-Warenhaus Holding GmbH & Co. KG
18. GO! Express & Logistics (Deutschland) GmbH
19. GROUP7 AG
20. Hans Geis GmbH + Co. KG
21. inTIME Express Logistik GmbH
22. ITG-GmbH
23. logix – Initiative Logistikimmobilien
24. LOXXESS AG
25. Ludwig Meyer GmbH & Co. KG
26. Magna Powertrain
27. NOSTA Logistics GmbH
28. Panattoni Europe
29. PSI Logistics GmbH
30. Seifert Logistics Group

DIE WIRTSCHAFTSMACHER

Eine Initiative deutscher Logistiker

31. Speditions- und Logistikverband Hessen/Rheinland-Pfalz e.V.
32. Timocom GmbH
33. TX Logistik AG
34. Trierer Hafengesellschaft mbH
35. valantic GmbH
36. viastore SYSTEMS GmbH
37. Volkswagen AG
38. ZUFALL Logistics group

Rückfragen an

Uwe Berndt, stellvertretender Sprecher BVL-Themenkreis „Image der Logistik“
Tel.: 069 / 48981290; Mail: presse@die-wirtschaftsmacher.de

Ulrike Grünrock-Kern, Leiterin Presse- und Öffentlichkeitsarbeit der BVL,
Tel.: 0421 173 84 21; Mail: gruenrock-kern@bvl.de

Informationen im Netz:

www.die-wirtschaftsmacher.de