

„Letter of Interest“ - Unterstützer & Mitmacher -

Die

NAME

Adresse

vertreten durch

bekundet mit diesem „Letter of Interest“ konkretes Interesse an einer Mitwirkung in bzw. Beteiligung an der zu gründenden Initiative „Die Wirtschaftsmacher – eine Initiative deutscher Logistiker“ (nachfolgend Wirtschaftsmacher genannt) sowie an der Förderung einer bundesweiten Imagekampagne unter dem Titel „Logistikhelden“.

1. Die Initiative „Die Wirtschaftsmacher“

Diese fungiert als ideelle und organisatorische Plattform für die Imagekampagne „Logistikhelden“. Zur Erzielung einer nachhaltigen Wirkung sind weitere Kampagnen geplant.

An der Initiative sollen sich Verbände, Vereine sowie Unternehmen aus Transport, Logistik, Industrie und Handel im Rahmen ihrer organisatorischen und finanziellen Möglichkeiten beteiligen. Sie profitieren gemeinsam in vielfältiger Weise von den Effekten der bundesweiten Imagekampagne „Logistikhelden“ (siehe Anlage 1).

Die Ziele der Initiative „Die Wirtschaftsmacher“ sind:

- Dem Fachkräfte- und Nachwuchsmangel im Wirtschaftsbereich Logistik entgegenwirken.
- Die Bedeutung des Wirtschaftsbereiches Logistik hervorheben und die Attraktivität der Beschäftigung in einem der vielen Logistikberufe steigern.
- Die Kräfte des Wirtschaftsbereiches Logistik bündeln und so den Interessen aller Beteiligten mehr Nachdruck verleihen.

2. Die bundesweite Imagekampagne „Logistikhelden“

Sie ist die erste aufmerksamkeitsstarke Werbekampagne für den Wirtschaftsbereich Logistik. Mit klaren, nachvollziehbaren Fakten unterstreicht sie die Bedeutung und Attraktivität der Logistik. Träger dieser Botschaften sind die „Logistikhelden“ als sympathische und überzeugende Botschafter der Logistik. Sie kommen aus realen Unternehmen und Organisationen und erzählen positive Taten, spannende Geschichten und interessante Ereignisse aus dem Wirtschaftsbereich Logistik.

Die Imagekampagne zeichnet sich aus durch plakative Botschaften, klares Design, ausdrucksstarke, authentische Testimonials und nutzt umfassende Kommunikationskanäle. Die Motive und Geschichten der Logistikhelden sollen von den beteiligten Unternehmen/Multiplikatoren weitergetragen werden. Damit erreicht die Kampagne eine nachhaltige Verwurzelung sowie eine hohe Wiedererkennung und Wahrnehmung.

Anlage 1: Nutzen für Unterstützer der Initiative „Die Wirtschaftsmacher“

Nutzung für die eigene Öffentlichkeitsarbeit und eigenes Recruiting

- Nutzung der Kampagnen-Motive „Logistikhelden“ für das eigene Unternehmen:
 - Recht zur Nutzung des Logos „die Logistikhelden“ und „die Wirtschaftsmacher“ sowie der vorgegebenen Kampagnenmotivik als Vorlage für eigene Logistikhelden.
 - Recht zur Veröffentlichung in PR, Social Media, HR-Maßnahmen, Print, Website...
- Profitieren von einer qualitativ hochwertigen und professionellen Kampagne
 - Direkt Nutzung der Kampagne ohne aufwendige eigene Vorbereitung, da die Kampagne bereits zentral durchgedacht wurde.
 - sehr einfache Adaption der Kampagne für eigene Zwecke, da die Motivik bereits als Schablone vorgearbeitet wurde.
 - Neuer und wirksamer Kanal zur Mitarbeitergewinnung.

Profitieren von der generellen Kampagne / Nennung in begleitenden Maßnahmen

- Ausgewählte Motive zu Logistikhelden und ihre Geschichten werden von der zentralen Kampagnensteuerung ausgewählt und in der zentrale Kampagne aufgenommen und über deren Kanäle zusätzlich gestreut.
- Nennung des Unternehmens als Unterstützer auf der Website der Kampagne und in der begleitenden Kommunikation (zum Beispiel Pressearbeit, Veranstaltungen).
- Neuer und wirksamer Kanal zur Mitarbeitergewinnung.
- Die Kampagne generiert durch ihre Präsenz in vielfältigen Kommunikationskanälen Traffic, der auch den Unternehmen zugute kommt: (Traffic über: Website, PR, Online Banner, Print, Job-Portale, Plakataktionen...).
- Höhere Aufmerksamkeit und hohe Wiedererkennung der Motive durch zentrale Kampagne von hoher Strahlkraft. Die Kampagne findet mehr Aufmerksamkeit, als wenn jedes Unternehmen „sein eigenes Ding“ macht..
 - Hohe Reichweite, die von einzelnen Unternehmen kaum realisiert werden kann
 - Starke Verwurzelung der Kampagne durch die Beteiligung vieler Multiplikatoren
- Motivation der eigenen Mitarbeiter im Unternehmen, als Teil der Kampagne, die stolz auf den eigenen Beruf und die eigene Arbeit sind und die durch diese Kampagne mehr Wertschätzung erfahren (von extern aber auch von dem eigenen Unternehmen, das diese Kampagne mitträgt).

Genereller Imagegewinn: „Ich bin ein Teil der Wirtschaftsmacher – statt außen vor zu sein“

- Teil einer Initiative mit hohem Aufmerksamkeitsgrad
- Unternehmen profitieren von der Ausstrahlung der Kampagne und sind Teil der „Wirtschaftsmacher“ und „Logistikhelden“
- Beteiligung an einer Organisation, die sich nachhaltig für Steigerung der Attraktivität des Wirtschaftsbereiches Logistik engagiert