

Presseinformation

Logistik wirbt mit Imagekampagne um Nachwuchs

Bedeutung und Vielfalt der Logistik soll durch „Logistikhelden-Kampagne“ bekannter werden – rund 90 Unternehmen, Verbände und Medienpartner engagieren sich in der Initiative „Die Wirtschaftsmacher“

München, 5. Juni 2019. Würden die Logistikerinnen und Logistiker auch nur einen Tag nicht arbeiten, wäre das für alle Menschen und Unternehmen sofort schmerzhaft spürbar: Produktionen stünden still, Tankstellen wären leer, Apotheken würden wichtige Medikamente nicht erhalten. Trotzdem ist die Bedeutung der Logistik vielen Menschen nicht bewusst.

Auf der „transport logistic“-Messe, der weltweiten Leitmesse für Logistik, Mobilität, IT und Supply Chain Management Anfang Juni in München, gibt die Initiative „Die Wirtschaftsmacher“ daher den Startschuss für eine deutschlandweite, unternehmensübergreifende Imagekampagne. Damit will sie vor allem auf die zentrale Versorgungsfunktion der Logistik für Wirtschaft und Gesellschaft hinweisen und das Berufsfeld im Wettbewerb um Nachwuchs- und Fachkräfte positionieren.

„Die Logistik wird von vielen Menschen unterschätzt, sowohl was ihre Größe und Relevanz, als auch was ihre Vielfalt an Jobs und beruflichen Perspektiven angeht“, betont Frauke Heistermann, die Sprecherin der „Wirtschaftsmacher“, „dabei hat sie für alle viel zu bieten, von Akademikern bis zu Geringqualifizierten.“

Mit 274 Mrd. Euro Umsatz und 3,2 Mio. Beschäftigten ist die Logistik der drittgrößte Wirtschaftsbereich in Deutschland (2018, Quelle: Bundesvereinigung Logistik, BVL), übertroffen nur von der Automobil- und der Handelsbranche. Deutschland ist zudem „Logistikweltmeister“ im weltweiten „Logistics Performance Index“ der Weltbank. Etwa 80.000 Dienstleistungsunternehmen gehören dazu, sie erwirtschaften etwa die Hälfte des Jahresumsatzes – die Logistik in Industrie und Handel leistet die andere Hälfte. Mehr als 200 Ausbildungsberufe umfasst das berufliche Spektrum. An 110 Hochschulen in Deutschland werden logistische Studiengänge angeboten, von Betriebswirtschaft/Logistik über Logistikmanagement bis hin zu Supply Chain Management.

Der Parlamentarische Staatssekretär beim Bundesminister für Verkehr und digitale Infrastruktur (BMVI), Steffen Bilger, erklärte anlässlich des Kampagnenstarts: „Die Logistik ist wie andere Branchen darauf angewiesen, dem Fachkräftemangel mit einer Reihe von Maßnahmen aktiv entgegenzuwirken. Wir begrüßen es deshalb ausdrücklich, dass die ‚Wirtschaftsmacher‘ die Initiative ergriffen und die Kampagne ‚Logistikhelden‘ auf den Weg gebracht haben. Wir wünschen der Kampagne viel Erfolg und unterstützen sie nachdrücklich.“

„Logistikhelden“ machen Vielfalt greifbar

Deutschlandweit werben 14 authentische Testimonials – Logistiker aus verschiedensten Berufen und Altersgruppen sowie mit unterschiedlichen Lebensläufen – mit ihrem eigenen Beispiel für die vielfältigen Berufe und Perspektiven in der Logistik. Primäres Ziel der „Logistikhelden“-Kampagne ist es, Jobsuchende, Nachwuchskräfte und Wechselwillige für eine Aufgabe in der Logistik zu begeistern.

Das Spektrum ist groß: Zu den Logistikhelden zählen eine Berufskraftfahrerin, eine auszubildende Lokführerin, eine Gabelstapler-Fahrerin, IT-Experten, die Prozesse im Warenlager durch Künstliche Intelligenz effizienter machen oder Versorgungsketten CO₂-optimiert gestalten, Logistik-Experten, die

große Sportveranstaltungen versorgen, Paketzusteller, Disponenten oder Zollexpertinnen. Jeder Logistikheld eröffnet eine andere Perspektive und macht so greifbar, was Logistik eigentlich ist.

Frauke Heistermann betont: „Es ist einfach zu wenig bekannt, was die Logistik jungen Menschen, aber auch wechselbereiten Fach- und Führungskräften zu bieten hat. Sie erfüllt essenzielle Funktionen zur Versorgung von Wirtschaft und Gesellschaft, sie ist voller Dynamik und Innovation, und sie ist international. Darauf möchten wir aufmerksam machen, um im Wettbewerb um Talente angemessen wahrgenommen zu werden.“

Die Kampagne „Logistikhelden“, die federführend von der Kölner Marken-Agentur Get the Point konzipiert wurde, wird bis Ende des Jahres zu sehen sein, mit einem Schwerpunkt auf Onlineplattformen und Social-Media-Kanäle sowie in Printmedien und auf Großflächenplakaten an ausgewählten Standorten.

Danach wollen die „Wirtschaftsmacher“ Bilanz ziehen und über eine Fortführung beraten. „Uns ist bewusst, dass wir mit der Verbesserung der Wahrnehmung in der Öffentlichkeit einen langen Atem haben müssen. In sechs Monaten werden wir keine Berge versetzen. Aber ein Anfang ist gemacht. Unser Motto ist: ‚Hört auf zu jammern, macht!‘ und wir Initiatoren sind sehr optimistisch, dass die „Wirtschaftsmacher“ erfolgreich und langfristig wirken werden,“ erklärt Sprecherin Heistermann.

Über die Initiative „Die Wirtschaftsmacher“

Die Initiative „Die Wirtschaftsmacher“ hat sich zum Ziel gesetzt, das Image der Logistik in der Gesellschaft zu verbessern. An der Initiative beteiligen sich rund 90 Unternehmen, logistiktinahe Verbände, Vereine und Medien.

Dazu gehören Konzerne wie Airbus, BMW, DB Cargo oder VW, Handelsunternehmen wie EDEKA oder Globus, Logistikdienstleister wie BLG, Duvenbeck, ITG, Kühne + Nagel, LGI, LOXXESS, Meyer Logistik, Seifert Logistics oder ZUFALL, Softwareunternehmen wie AEB, PSI, Siemens Digital Logistics oder Timocom, aber auch Verbände und Netzwerke wie die Air Cargo Community Frankfurt, die Bundesvereinigung Logistik e.V. (BVL), der Bundesverband Paket und Expresslogistik (BIEK), der Bundesverband Spedition und Logistik (DSLVL), das Deutsche Verkehrsforum, die Initiative Logistikimmobilien (Logix), das Stückgutnetzwerk System Alliance, der Verband der Automobilindustrie (VDA) sowie weitere Unternehmen und ideelle Träger aus unterschiedlichen Bereichen. Die Initiative ist offen für zusätzliche Unterstützer. Mit der Kampagne „Logistikhelden“ soll dem Fachkräftemangel in der Logistik entgegengewirkt werden.

Informationen im Netz: www.die-wirtschaftsmacher.de

Rückfragen an

Uwe Berndt – Mainblick – Agentur für Strategie und Kommunikation GmbH
Tel.: 069 / 48981290; Mail: presse@die-wirtschaftsmacher.de

Jens Tosse – teamtosse GmbH
Tel.: 089 / 414175290; Mail: presse@die-wirtschaftsmacher.de