

roll&rock

-

Imagekampagne für die Logistikwirtschaft der IHK-Region Ulm

- Die Logistikwirtschaft, speziell der Lkw-Verkehr, leidet seit vielen Jahren unter einem massiven Imageproblem. Vielfach werden die Lkw von der Bevölkerung lediglich als Störenfriede und/oder Umweltverschmutzer angesehen
 - Auch von Seiten der Politik wurden in letzter Zeit verstärkt Maßnahmen ergriffen, die den Lkw-Verkehr erschwert haben (Mauterhöhung, Fahrverbote etc.)
 - Die Bedeutung der Lkw für die Gesellschaft und die Gesamtwirtschaft wird dabei viel zu oft übersehen bzw. bewusst heruntergespielt
- Der Verkehrsausschuss der IHK Ulm hat beschlossen, eine Imagekampagne aufzusetzen

Unsere Ziele

- Sensibilisierung der Bevölkerung für die Notwendigkeit und den Nutzen der Lkw
- Dabei soll das Thema Lkw einmal positiv belegt und auch ein regionaler Kontext hergestellt werden
- Folglich wurden etwaige bereits bestehende Kampagnen, die eher in Richtung Drohgebärden (z.B. „Ohne uns bleibt Ihr Kühlschrank leer“ etc.) oder in die politische Richtung (z.B. BGL-Kampagne: „Merkel die Scheinheilige“ etc.) zielen, verworfen

Unser Slogan

**Wenn wir rollen
rockt die Region**

Jeder 10. Arbeitsplatz hängt mit der Logistik zusammen!

**roll
&
rock**

Die Logistikwirtschaft der IHK-Region Ulm

Werbemedien



Die Logistikwirtschaft
der IHK-Region Ulm



Erstvermarktung



- Um ein möglichst breites Publikum zu erreichen, wurde ein Sponsorvertrag mit Radio 7 abgeschlossen. Auf diesem Sender liefen dann zahlreiche Werbespots zur Kampagne
- Passend zum Kampagnenmotto stand zudem der roll&rock-Lkw beim Simply Red-Konzert am Schwörsonntag auf dem Ulmer Münsterplatz und ein Promotionteam, zusammengesetzt aus Azubis von Logistikunternehmen und IHK, verteilte Werbeartikel (T-Shirts, Kappen, Armbändchen)
- Auch ein Preisausschreiben (3 x 2 Karten für das Musical „We will rock you“) gab es

Eindrücke vom Simply Red-Konzert



- Der Kampagnenslogan „roll&rock“ wird sowohl von der jüngeren als auch von der älteren Bevölkerung, v.a. aber auch von den Mitarbeitern der Logistikunternehmen, hervorragend angenommen
- Durch die Verteilung von Werbeartikeln konnte ein erster positiver Bezug zur Kampagne hergestellt werden. Zudem war es dem Promotionteam in diesem Rahmen möglich, intensiver auf das Thema einzugehen. Kritik trat überraschenderweise sehr selten bis gar nicht auf
- Zudem wurde der IHK von vielen Seiten große Anerkennung für diese Kampagne ausgesprochen. Mehrfach waren Menschen (darunter auch zahlreiche Unternehmer) über den „unkonventionellen“ Arbeitsstil positiv überrascht und äußerten dies auch

- Mit dem Schwörsonntag ist die Imagekampagne natürlich noch nicht beendet. In der Zukunft wird es wichtig sein, immer wieder vergleichbare Aktionen zu starten um so eine nachhaltige Wirkung zu erzielen. Die Kampagne wurde daher auch schon fortgesetzt:
 - Teilnahme am Wiley-Open-Air in Neu-Ulm
 - Plakatierung der regionalen Großflächenplakate nach der Bundestagswahl
- Zudem sollen auch andere Regionen für ähnliche Aktionen gewonnen und somit der Wirkungskreis vergrößert werden

Vielen Dank!

