

WIE EIN KNACKIGER
MÜSLIRIEGEL



Gehaltvoll. Kompakt. Öko.

Davon geht man heutzutage bei einem energispendenden Müsliriegel aus. Und wir finden, dass man dies bei relevanter Unternehmensliteratur ebenfalls erwarten kann.

Am Anfang steht die Entscheidung.

Denn heute einem Printmedium in seinem Kommunikationsmix einen wichtigen Stellenwert einzuräumen, erfordert Mut.

Wieso ... setzt ein professioneller Fürsprecher der „Welt ohne Abfall“ auf ein Nachhaltigkeitsmagazin aus Papier?
... hält eine Bank in digitaler Transformation an einer Broschüre fest?
... steht der hochtechnisierte Logistikdienstleister auf volumige, streichzarte Doppelseiten?

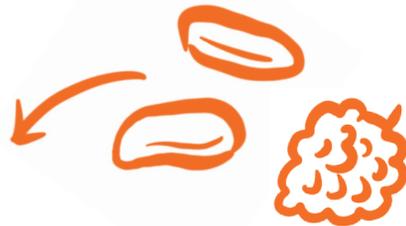
Diese von Fortschritt getriebenen Unternehmen setzen bei ihrer Entscheidung auf Qualität, Substanz und Sinnlichkeit. Fakten werden mit prallem Leben gefüllt, die Erfolgswahlen nehmen menschliche Gestalt an. Die Unternehmen erzählen von sich und die nackte Information wird im Zusammenhang begreifbar. Ein Zweck, der das Mittel heiligt. Ein so anspruchsvolles Konzept ist das Papier wert, auf dem es gedruckt ist.

Neben der tagesaktuellen Information, neben Tweets, Echtzeit-Einblicken und Ad-Hoc-Informationen vermittelt das Printformat im ausgewogenen Kommunikationsmix Haltbarkeit. Daher aufgepasst: Hier sollten wirklich nur die guten Sachen rein, wertbeständig und nach dem Konsum umsetzbar in Energie.

⊕ Text: Christa Eickmeyer
Gestaltung: Katharina Marx
Illustration: Sebastian Iwohn

GEHALTVOLL

Magazin, Unternehmensbroschüre, Jahresbericht. Ihre Inhalte gilt es handverlesen auszuwählen, damit sie sich ausgewogen für die Leser zu Superfood verdichten. Manchmal hat Unit X oder Abteilung Y einfach fleißig ihre Arbeit gemacht. Wunderbar, aber traut man dem Unternehmen deshalb Größeres zu? Wir wollen Themen, die es wirklich in sich haben. Nahegebracht durch eine charaktervolle Schreibe ohne klebrige, nährstoffarme Worthülsen. In abwechslungsreichen Texten von klarem Format. Präsentiert in verschwenderisch erfrischem Design, an dem man sich nicht satt sehen kann!





KOMPAKT

Wer sich um kommunikative Substanz bemüht und Füllstoffe weglässt, wird belohnt. Denn von so einem starken Inhaltskondensat braucht es nicht viel, um bei Stakeholdern Interesse und Aufmerksamkeit freizusetzen. Eine kompakte Dosierung auf 30 bis 50 gehaltvolle Seiten reicht komplett aus, um über einen mittelfristigen Zeitraum kommunikativ köstlich satt zu machen. Mehr führt zu Störungen des Verdauungstrakts, der in unserem Fall im Kopf sitzt. Nicht gleich alles verschlingen, sondern Kapitel für Kapitel genießen!

Stakeholder sind eine wissenshungrige Spezies. Ist doch klar, dass es in ihrer kommunikativen Ernährung ausgewogen zugehen soll.

ÖKO

Und nun kommt in unserer Rezeptur der Anteil Verantwortung. Denn wer ein Printmedium produziert, trägt sie in erhöhtem Maße. Papier ist heute nicht mehr geduldig und wenig ist in der ökologischen Produktion per se besser als viel. Mit allem Notwendigen wird sparsam umgegangen. Und bei der Wahl der Art der Herstellung und Verarbeitung lohnt sich weiterhin Konsequenz: Frischfaser, Recyclinganteil, Farbstoffe, Faden, Kleber, Wasserverbrauch, Stromerzeugung, Lieferweg. Da sollte man darüber nachdenken, was angemessen die Knackigkeit des Konzepts fördert. Empfinden wir z.B. Nutzungsspuren auf einer Broschüre nicht als charmant, machen sie das Exemplar nicht unverkennbar zu unserem eigenen? Braucht es überall Folien? Gute Inhaltsstoffe bleiben von ganz alleine frisch!

KOMPLEXITÄT MANAGEN

HALTUNG

WENN EIN GIGANTISCHES LOGISTIKCENTER ENTSTEHT, DANN BRAUCHT ES NEBEN ERFAHRUNG UND KOMPETENZ AUCH ECHTE PARTNERSCHAFT. SO, WIE WIR SIE FÜR UNSERE KUNDEN PUMA UND ENGELBERT STRAUSS PFLEGEN.

Am besten plant die, der später auch macht. So entschied der Sportartikelhersteller PUMA, als wir die Gespräche für das riesige Logistikcenter in Spitzinghausen aufgenommen haben. Auf 118.000 Quadratmetern Grundstücksfläche entsteht ein imposantes Gebäude mit ca. 43.000 Quadratmetern Logistikfläche, in dem 22.000 Meter Fördererzeugnisse verbaut werden - und das in gut zwei Jahren. Für dieses spannende Großprojekt durften wir uns den Mut aufbringen und die gesamte Projektbewerzung übernehmen. Zentral für die Planung sind die Geschäftsprozesse des Kunden. Welche Anforderungen bestehen mit Blick auf Versand, Retoure, Flexibilität und Leistung? Mit der Erfahrung, die wir im Bereich E-Commerce und Fashion-Logistik haben, wissen wir genau, worauf es ankommt. Sind beispielsweise genügend Vorkaufflächen für die vielen 40 Fuß-Container vorhanden, die hier täglich anfallen und entladen werden müssen? Immerhin 30 bis 40 pro Tag. Wir planen mit einem besonders hohen Automatisierungsgrad, denn uns ist klar: In diesem Business ist Geschwindigkeit entscheidend. So werden die 214.000 Karton- und Behälterplätze von nicht weniger als 480 Shuttle-Fördererzeugnisse angefahren, die für eine hochdynamische Bereitstellung der Ware sorgen. Durch die parallele Steuerung der verschiedenen Gewerke konnten wir bereits nach neun Monaten in einem Teil des Gebäudes mit dem Erbau der Fördererzeugnisse beginnen, während in den anderen Teilen zugleich die Bauarbeiten vorangeschoben wurden. Die FE-Entwicklung fand ebenfalls parallel statt. Das gemeinsame Ziel steht in höchster Geduldigkeit: exakt die Leistung erbringen, die vom Endkunden gewünscht ist. China, Wien und Albstadt - das behielten wir im Blick. Denn schließlich werden wir das Logistikcenter ab 2021 auch betreiben.

NEUES DISTRIBUTIONSZENTRUM FÜR PUMA

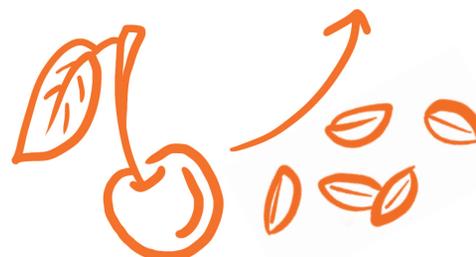
01/2018: 1. Bauphase beginnt

02/2019: 2. Bauphase beginnt

09/2019: 3. Bauphase beginnt

04/2021: Start

Unternehmensbericht 2019 der BLG LOGISTICS GROUP





AUSGEWOGEN

Online bleibt in der Unternehmenskommunikation erste Wahl.

Stakeholder sind eine wissenshungrige Spezies, für die Marke, Aktualität und klare Auskunft zählt.

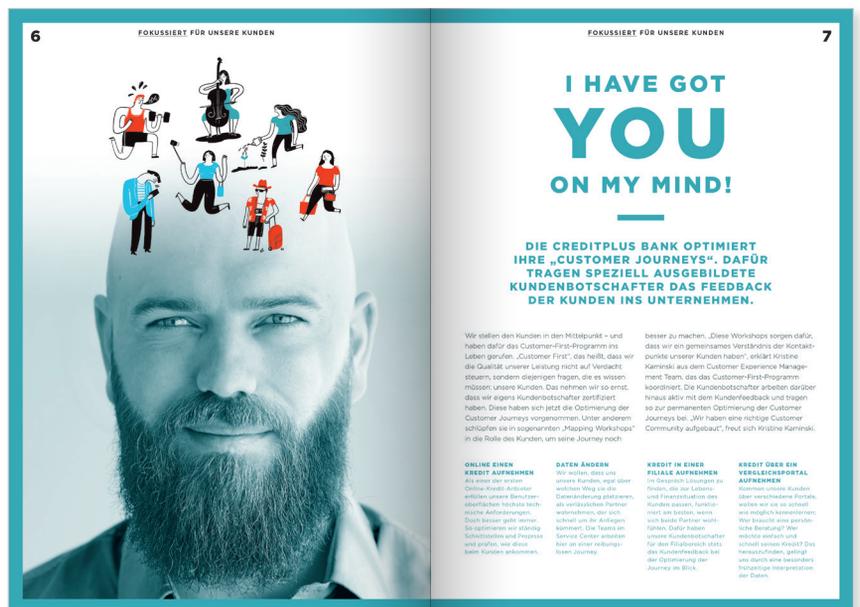
Unternehmensstrategien, finanzielle und nichtfinanzielle Daten und Fakten sind notwendige und meist recht schwere Kost. Wer sie portionsweise und gut verdaulich an seine Stakeholder bringen möchte, der schaue unter HGB / Financial / CSR / Digital Reporting.de. Detailreich im Service, sinnvoll navigierbar, bewegt und tönend, mobil und immer dabei: Onlinelösungen sind ein Muss für Informationen, die präzise Beweisführung darlegen und messbaren Fortschritt berichten. Wir sind froh, dass die Telefonbuch-artigen Berichte aussterben und den smarten Digital-Reports auf der Speisekarte Platz machen. Der Anfang ist geschafft, wir verfeinern weiter.

Heute erfordert Print Mut. Denn Papier ist nicht geduldig.

Man sollte sich sehr bewusst entscheiden. Wenn Sie über Ihren digitalen Medienmix hinaus auf wertbeständige Kommunikation mit Qualität, Substanz und einer Spur von Sinnlichkeit setzen, machen Sie es gern wie unsere drei beispielhaften Unternehmen: Kreieren Sie Print-Konzepte wie knackige Müsliriegel! Wir helfen Ihnen gern dabei.



Nachhaltigkeitsmagazin 2019 der INTERSEROH Dienstleistungs GmbH



Magazin 2019 der Creditplus Bank AG