

Club of Logistics e.V.
Friedenstraße 41- 43
D-44139 Dortmund

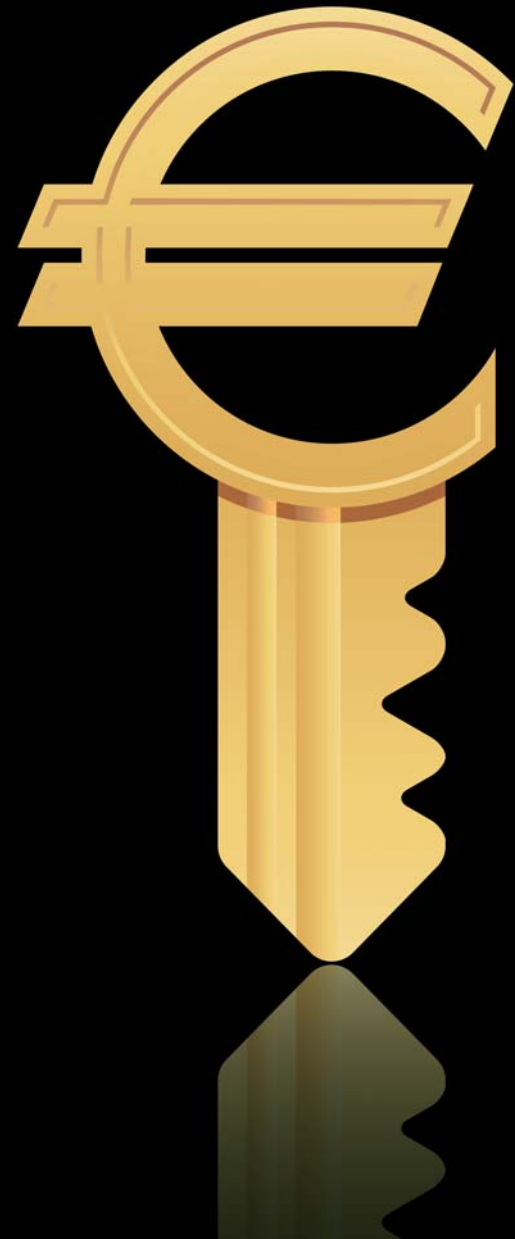
Fon [+ 49_2 31] 91 45 46-50 00
Fax [+ 49_2 31] 91 45 46-50 90

www.club-of-logistics.de
info@club-of-logistics.de

Konzept + Realisation: www.fokus-kommunikation.de - 1/2011

Mehr Sein als Schein!?

Das Image der Logistik-Industrie –
fehlt Selbstbewusstsein oder Geld?



Club-Event am 11. und 12. April 2011
im Seehotel Überfahrt, Rottach-Egern

Von abgasausstoßende Lkw und überfüllten Parkplätzen



Die größten Vorurteile gegen Logistiker? Dreckige, stinkende Lkw, die entweder viel zu schnell durch die Innenstädte fahren, den Verkehr auf der Autobahn behindern oder aber die Raststätten und Standstreifen verstopfen. Und natürlich die Leiche auf dem dunklen Hinterhof der Spedition.

Was kann die Logistikindustrie diesem Bild entgegensetzen? Warum werden Investitionen in modernste Fahrzeuge, IT-Lösungen und vieles mehr nicht wahrgenommen? Weshalb spielt die Logistikindustrie als entscheidender Akteur für den Exportweltmeister Deutschland in der Wahrnehmung keine Rolle? Warum nimmt niemand die 47,8 Tonnen Fracht pro Bundesbürger wahr, die jährlich von etwa 60.000



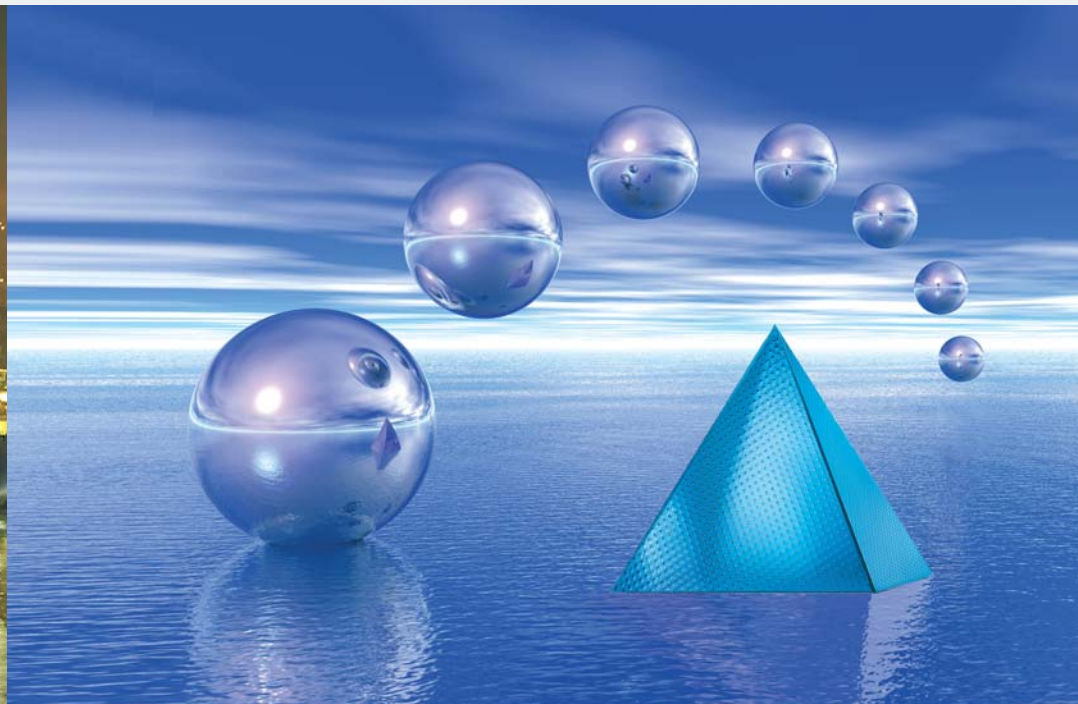
Logistikdienstleistern gelagert, umgeschlagen und transportiert werden? Vor allem: Weshalb werden diese Aspekte von der Logistikindustrie ebenso wenig kommuniziert wie das gesellschaftliche und ökologische Engagement oder ihre ökonomische Bedeutung für den Standort Deutschland?

Sprechen Sie mit uns über die andere Seite der Logistik, wer diese Botschaften erhalten sollte und natürlich über die Form dieser Informationslogistik.

Reden ist Silber, handeln ist Gold . . .



Club of Logistics Strategie und Ausrichtung des Clubs



Trotz der wirtschaftlichen Bedeutung steht die Logistikindustrie vor konkreten Problemen. Um diese zu lösen, braucht sie eine bessere Lobby. Doch wer kann für die Logistik sprechen? Und mit wem sollte gesprochen werden? Welche Rollen spielen Politiker und Ministerien auf Landes- und Bundesebene? Können Wirtschafts- und Industrieverbände Unterstützung bieten? Oder steht die Logistikindustrie doch eher allein, wenn es darum geht, ihre Interessen zu vertreten?

Was muss die Logistik tun, damit nicht nur der dritte Donnerstag im April als »Tag der Logistik« wahrgenommen wird – sondern jeder Tag? Wie können wir es schaffen, dass Logistik-Verbände mit dem BDI und dem BME in einem Atemzug genannt werden? Und können wir es schaffen, dass nicht nur Lkw und Container, sondern auch Arbeitsplätze und Auszubildende in der Logistik wahrgenommen werden?

Gemeinsam mit Politikern und Vertretern verschiedener Interessensverbände suchen wir nach Möglichkeiten, die Belange der Logistikindustrie stärker in die Wahrnehmung der Öffentlichkeit und der Entscheider zu rücken. Suchen nach den berühmten Stellschrauben, um zu zeigen, was die Logistik leistet – und leisten könnte, wenn sie entsprechende Unterstützung hat.

Am Vorbild altenglischer Clubs ausgerichtet, lebt der Club of Logistics von dem Engagement seiner Mitglieder. Er fördert die Anerkennung der Logistik-Industrie als treibende Wirtschaftskraft. Seine Mitglieder engagieren sich für die Logistik ebenso wie für die wirtschaftliche und gesellschaftliche Entwicklung Deutschlands und Europas. Dazu setzt der Club Trends und bringt Themen in die öffentliche Diskussion ein.

Welche Veränderungen bringt die Logistik-Industrie mit sich? Über diese und weitere Fragen diskutiert der »Club of Logistics« am 11. und 12. April 2011 in der Stadt Rottach-Egern im »Seehotel Überfahrt«.