

2B or not 2B ist nicht die Frage

Die Klassik ist und bleibt der Klassiker in der Kommunikation

Die Ausgangssituation:

DB Schenker in Deutschland steht für die Transport- und Logistikaktivitäten der Deutschen Bahn. Seit Ende 2016 stellt sich das Unternehmen neu auf und vereinheitlicht seine Gebietsstruktur. Verbunden damit ist eine auf die einzelnen Produktparten beziehungsweise die jeweilige Produktkompetenz der Standorte fokussierte Neuorganisation unter Berücksichtigung eines integrierten Vertriebsansatzes. Die bestehenden Luft/See-Geschäftsstellen werden künftig produktspezifisch getrennt und von je einem fachlich spezialisierten Gebietsleiter Luftfracht und einem Gebietsleiter Seefracht geführt. Alle Luft- und Seefracht-Standorte werden bundesweit in sechs Gebieten organisiert.

Im Zuge der neuen Ausrichtung erweist sich dabei Kreativität als zielführende Chance, sich vom Wettbewerb abzuheben. Gerade in der Klassik ergeben sich zahlreiche Möglichkeiten, gewinnbringend den Mix der Werbemittel auszuschöpfen und crossmediale Akzente zu setzen.

Interne Kommunikation: „Energize Land“

Bei der Neuorganisation bleiben die bestehenden Landesverkehrsgeschäftsstellen unverändert erhalten, werden aber organisatorisch ebenfalls den sechs neu entstehenden Gebieten zugeordnet. RCC hat hier von DB Schenker die Aufgabe erhalten, die interne Landesverkehrskampagne neu zu gestalten.

Aktuell messen sich die Landesverkehrsstellen untereinander in vier Kategorien: „People Motivator“, „Customer Exciter“, „Growth Pusher“ und „Profit Optimizer“. Zu jeder Kategorie werden pro Quartal neue Kennzahlen festgelegt, an denen die Geschäftsstellen gemessen werden. Monatlich, quartalsweise und jährlich werden die Gewinner prämiert und erhalten eine Urkunde. Jede „Gewinner-Geschäftsstelle“ erhält Energy-Drinks für die Mitarbeiter. –

Unter dem Titel „Energize Land“ hat RCC eine Motivationskampagne (Format: DIN A1) entwickelt, die von den Geschäftsstellen in den Büros platziert werden können. Der Tenor: Energie zu wecken und zu Leistung anzuspornen. Die kreative Grafikleistung umfasst pro Kategorie vier unterschiedliche Motive.



🎯 **Umsetzungsbeispiel:**
RCC konzipiert und realisiert die Motivationskampagne „Energize Land“.

Success Stories

Neugestaltung Anzeigenvorlagen:

Der Hintergrund: DB Schenker verfügt über einen breitbandigen Anzeigenpool. Zu jedem Produkt, zu jeder Dienstleistung gibt es die passende Anzeige. Wenn es um eine Publikation in regionalen oder überregionalen Medien geht, greifen die Zentralen beziehungsweise die Geschäftsstellen auf die Vorlagen zurück. Für das Jahr 2017 sind nun neue Templates notwendig.

RCC entwickelt das Anzeigenkonzept auf Basis des CIs/CDs grundlegend neu – vom neuen Slogan über die kurze, aussagekräftigen Texte bis hin zur Bildstrategie. Am Anfang steht zunächst die Gestaltung der allgemeinen „DB Schenker Anzeige“, auf die alle weiteren Motive zu den jeweiligen Produktbereichen sukzessive angepasst werden.

Info-Material „Innovationen: E-Detailing:

DB Schenker hat sich bei der Realisierung eines Sonderprojektes für die Abteilung „Innovationen“ an RCC gewandt. Die Aufgabe ist, eine ebenso hochwertige wie zugkräftige Broschüre zur Ansprache von Key-Accounts zu realisieren. Im Mittelpunkt stehen die aktuellen Projekte des Bereiches wie autonomes Fahren, Drohne, platooning, technology, route optimization, green logistics, e-mobility, augmented/virtual reality, appy, workplace of the future, big data, Start-ups und Digitization.

RCC nimmt die Assoziationen rund um die Innovationen zum Anlass, um eine Broschüre im neuen Format des E-Detailings zu entwickeln. Die Kommunikation zwischen Kunde und Berater erfolgt dabei über eine Online-Plattform. Das klassische Beratungsgespräch wird um innovative Inhalte ergänzt.

Die Mechanik: Die Broschüre ist als PDF gestaltet und enthält Verlinkungen zu weiteren Details unterschiedlicher Informationstiefe. Zum Beispiel können multimediale Präsentationen angesteuert werden, Fachinformationen oder moderierte Sequenzen abgerufen oder filmische Sequenzen abgespielt werden.



© **Umsetzungsbeispiel:** Wenn über Innovationen gesprochen wird, braucht es auch eine Broschüre, in der viel Innovation drin steckt.