

## PRESSEMITTEILUNG

### GTP-Markenstudie: Industrie spricht Logistikern digitale Wandlungsfähigkeit ab

*Köln, 26. Februar 2019* – Industrie- und Handelsunternehmen in Deutschland sprechen der Logistik ihre digitale Wandlungsfähigkeit ab. „Wir glauben nicht, dass die Logistikbranche fit für die digitale Transformation ist“, sagen 39 Prozent der Verlager, die im Rahmen der Studie „Markenführung in der Logistik“ befragt wurden; 23 Prozent können nicht einschätzen, ob und wie gut die Logistik den digitalen Wandel meistern wird. Und nur 38 Prozent trauen der Branche den Schritt ins digitale Zeitalter zu.

Im achten Jahr der von ihr publizierten Studie fördert die Kölner Markenagentur Get the Point (GtP) ernüchternde Ergebnisse zutage. Fragenkomplexe zu Themenbereichen, in denen sich Deutschlands Logistikunternehmen selbst gut aufgestellt sehen, zeigen die wachsende Diskrepanz zwischen Selbst- und Fremdbild. „Die Branche sieht sich in einem besseren Licht, als sie von Auftraggebern und Jobsuchenden gesehen wird“, sagt der geschäftsführende Gesellschafter von Get the Point, Clemens Meiß. Große Defizite beständen vor allem in den Bereichen Arbeitgebermarketing und in der Wettbewerbsdifferenzierung.

Grundlage der Erhebung ist eine Umfrage unter 400 Logistikunternehmen mit einem Jahresumsatz von mindestens 50 Millionen Euro. Als Gegenprobe wurden 120 Unternehmen aus Industrie- und Handel befragt, die logistische Leistungen in großem Umfang in Anspruch nehmen. Die Agentur zeichnet mit ihrer Studie seit acht Jahren ein aktuelles Stimmungsbild der Branche.

#### **Verlager wissen nicht, wofür ihre Logistikdienstleister stehen**

Obwohl ausnahmslos alle befragten Logistiker (100%) einen direkten Zusammenhang zwischen Marke und Markterfolg sehen, driften die Einschätzungen zur ihrer Markenpräsenz auseinander. So sind zwar 92 Prozent der Logistiker (Vorjahr: 88%) davon überzeugt, dass „ihre Marke“ in der Branche bekannt sei. Doch fragt man bei Industrie- und Handelsunternehmen nach, ob ihnen Kernbotschaften, Slogan

# GET THE POINT.

Positionierung Markenbildung

und Positionierung ihrer Logistikdienstleister geläufig seien, geben mehr als drei Viertel der Befragten (76%) an, diese gar nicht zu kennen.

„Die befragten Verlager kennen zwar den für sie tätigen Logistikdienstleister, wissen aber nur in den seltensten Fällen, wofür er genau steht“, kommentiert Meiß die Ergebnisse. Lediglich 13% der Verlager sagen über ihren Logistikdienstleister, dass sich dieser vom Wettbewerb abhebe. Dabei gibt immerhin mehr als Hälfte der befragten Industrie- und Handelsunternehmen (62%) zu, sich durch die gute Außendarstellung eines Logistikunternehmens in der Wahl ihres Dienstleisters beeinflussen zu lassen.

Keinen Zweifel lassen Verlager an den wichtigsten Kriterien aufkommen, nach denen sie ihre Logistikdienstleister auswählen. Preis und Leistungsfähigkeit stehen mit 88 beziehungsweise 87 Prozent an der Spitze der genannten Kriterien. Strategische Themen wie Nachhaltigkeit können im Entscheidungsprozess, so das Ergebnis der Studie, hingegen überhaupt nicht punkten.

Alle Ergebnisse der Studie „Markenführung in der Logistik“ können kostenlos angefordert werden unter <https://www.getthepoint.de/download/>.

## Über Get the Point

Get the Point ist eine Full-Service-Agentur aus Köln, die auf die Positionierung, Markenbildung und Kommunikation für Unternehmen im B2B-Bereich spezialisiert ist. Im Fokus der Arbeit steht seit Gründung vor 25 Jahren die Logistikbranche. Als Herausgeber der Studie „Markenführung in der Logistik“ sowie in Vorträgen und auf Kongressen teilen die Geschäftsführer Wieland Schmoll und Clemens Meiß ihre langjährige Erfahrung aus der täglichen Markenarbeit.

Mehr unter [www.getthepoint.de](http://www.getthepoint.de)

# GET THE POINT.

Positionierung Markenbildung

## Pressekontakte:

Clemens Meiß  
Get the Point GmbH  
Luxemburger Straße 83  
50674 Köln  
+49 221-205315-10  
[meiss@getthepoint.de](mailto:meiss@getthepoint.de)

Reinhard Pfeiffer  
3F Kommunikation  
An der Reeperbahn 6  
28271 Bremen  
+49 421 691069-60  
[info@3fkommunikation.de](mailto:info@3fkommunikation.de)