



logistik-tv.net

... sehen, was die Branche bewegt

BM Productions GmbH | Roßdorferstraße 19a | 60385 Frankfurt am Main

Presseinformation

1 logistik-tv.net verbreitet „bewegte“ Bilder

2 **Internet-Plattform für Videos aus**

3 **Transport und Logistik startet**

4

5 *Unter dem Motto „Sehen, was die Branche bewegt“*

6 *startet das Internetportal logistik-tv.net zur „transport*

7 *logistic 2011“. Die Betreiber wollen die neue Plattform*

8 *zur zentralen Anlaufstelle für bewegte Bilder ausbauen*

9 *und Videos aus den Bereichen Spedition, Logistik und*

10 *Mobilität zielgruppengerecht distribuieren.*

11

12 **Frankfurt/München, 9. Mai 2011** --- „Unternehmen, die

13 heute erfolgreich im Internet kommunizieren, nutzen

14 zunehmend bewegte Bilder“, weiß Uwe Berndt,

15 Geschäftsführer der Betreibergesellschaft BM

16 Productions (Frankfurt). Dabei ließen sich über

17 professionell gemachte Videos auch komplexe

18 Sachverhalte anschaulich darstellen und gleichzeitig

19 Emotionen erzeugen, ist der Kommunikationsexperte

20 überzeugt. Berndt: „Sehen und Hören wirkt deutlich

21 stärker und schneller als Lesen.“

22 Technologisches Herzstück des Portals, das sich als

23 zentrale Anlaufstelle für Bewegtbild-Content versteht,

24 bildet ein Content Management System, das eigens für

25 logistik-tv.net entwickelt worden ist. Alle Inhalte werden

26 so aufbereitet, dass sie zuverlässig über

27 Suchmaschinen gefunden werden können. Basis für

BM | Productions

Gesellschaft für TV- und
Medien-Produktion mbH

logistik-tv.net ist ein Internetportal der BM Productions Gesellschaft für TV- und Medien-Produktion mbH | Roßdorfer Str. 19a |
60385 Frankfurt am Main | Tel: +49 69 48 98 12 927 | Fax: +49 69 48 98 12 928 | www.logistik-tv.net | email: info@logistik-tv.net |
Geschäftsführer: Uwe Berndt, Christoph Müller | HRB 89328 | USt-IdNr.: DE275367354 |
Frankfurter Volksbank | Konto:6400988887 | BLZ: 501 900 00



28 diese Form der Distribution bildet ein redaktioneller
29 Text, der den Inhalt des Videos beschreibt. Die Artikel
30 und Schlagworte werden von einer Fachredaktion
31 erstellt, die auf Logistik-Themen spezialisiert ist.
32 Zusätzlich erstellen die Redakteure Texte für die
33 sozialen Netzwerke Xing, Facebook und Twitter sowie
34 für alle frei zugängliche PR-Portale. Außerdem ist
35 parallel ein eigener „Youtube“-Channel geplant. „Unser
36 Ziel ist es, jeden Beitrag systematisch zu vermarkten
37 und dadurch gezielt die Reichweite zu erhöhen. Denn
38 was nutzt das beste Video, wenn es niemand findet“,
39 erklärt Uwe Berndt den Nutzen der Plattform. Zum Start
40 stehen rund 100 Clips zu unterschiedlichen Themen
41 online bereit, bis zum Jahresende sollen es fast 1.000
42 sein.

43

44 **Generation „Web 2.0“: Medienkompetenz wächst**

45 Die Idee hatte der PR-Agentur-Inhaber Uwe Berndt vor
46 knapp zwei Jahren gemeinsam mit seinem
47 Geschäftsführerkollegen Christoph Müller, ebenfalls
48 Kommunikationsfachmann. Beide betreuen seit über
49 zwanzig Jahren Kunden aus der Transport- und
50 Logistikbranche und sind dabei ständig auf der Suche
51 nach neuen Kommunikationsformen. „Das Internet hat
52 unser Wahrnehmungsverhalten nachhaltig verändert“,
53 konstatiert Christoph Müller und ergänzt: „Die künftige
54 Entscheider-Generation besitzt eine herausragende
55 Medienkompetenz. Sie wird mit Web 2.0, Youtube und
56 Facebook groß.“ Christoph Müller ist überzeugt:
57 „Mailings, Kundenmagazine und Broschüren werden
58 durch die Flankierung mit multimedialen



59 Präsentationsformen wirklich lebendig und anschaulich.
60 Sie erzeugen Emotionen und erzählen Geschichten.“
61 Fazit: Nutzer entscheiden, wann und wie sie welche
62 Informationen nutzen wollen. Müller: „Bei logistik-tv.net
63 wird jeder zu seinem eigenen Programmchef.“

64

65 **Einfach suchen, schnell finden**

66 Bei der Navigation auf logistik-tv.net setzen Uwe Berndt
67 und Christoph Müller auf Nutzerfreundlichkeit. Die
68 Seiten des Portals sind übersichtlich aufgebaut,
69 unterschiedliche Boxen heben wichtige oder aktuelle
70 Informationsangebote hervor. Der sogenannte
71 „Business-Channel“ enthält vornehmlich Videos von
72 Unternehmen und Interviews mit Unternehmern. In den
73 Channels Karriere, Wissen und Community werden alle
74 anderen Inhalte in verschiedenen Unterrubriken
75 redaktionell aufbereitet. Zusätzlich bietet ein variabler
76 Kanal wechselnde Video-Inhalte, zum Beispiel zu
77 Messen wie der „transport logistic“ oder zu
78 Spezialthemen wie „Green Logistics“.
79 Wer die Video-Plattform nutzt, zahlt nichts.
80 Unternehmen und Organisationen, die Videos durch die
81 Fachredaktion einstellen lassen wollen, zahlen 750
82 Euro pro Video. „Wir berechnen für die Einstellung und
83 redaktionelle Bearbeitung eine einmalige
84 Servicegebühr. Danach bleibt das Video in unserer
85 Datenbank, so lange der Kunde es wünscht“, erklärt
86 Uwe Berndt das Geschäftsmodell. Für Unternehmen,
87 die gleich mehrere Videos distribuieren möchten, bietet
88 BM Productions individuelle Pakete an. Bei der
89 Produktion von Videos arbeiten die Macher mit



90 verschiedenen Partnerunternehmen zusammen, die
91 günstige Einstiegsangebote offerieren.

92

93 **Renommierte Partner im Boot**

94 Um ein breites Spektrum an Branchenthemen anbieten
95 zu können, haben die beiden Portal-Erfinder
96 verschiedene Partner ins Boot geholt. Neben dem
97 Fachmagazin „Verkehrsrundschau“, das in der Rubrik
98 „Medien“ einen eigenen Channel auf logistik-tv.net
99 betreiben wird, gehört auch das „House of Logistics and
100 Mobility (HOLM)“ zu den Kooperations-Partnern der
101 ersten Stunde. Und auch die Logistik-Community
102 „global SCM“ reiht sich in die Gilde der Premium-
103 Partner ein. „Wer ein neues Angebot etablieren will,
104 muss sich erst einmal beweisen und zeigen, worum es
105 geht“, berichtet Christoph Müller. Er und sein
106 Kompagnon haben in den letzten zwölf Monaten viele
107 Gespräche geführt, um Mitstreiter für das Portal zu
108 gewinnen. Müller: „Wir möchten die gesamte Branche
109 von unserer Idee begeistern.“ So standen bisher unter
110 anderem Besuche bei der BVL in Bremen sowie bei
111 verschiedenen Fachverlagen in München, Stuttgart und
112 Hamburg auf dem Programm. Fazit: Das Interesse ist
113 groß, die Gespräche sind weit fortgeschritten. „Jetzt
114 steht erst einmal der Start unserer Plattform im Rahmen
115 der ‚transport logistic‘ im Vordergrund“, gibt
116 Werbefachmann Christoph Müller die Richtung vor. Und
117 Uwe Berndt ergänzt: „Bis zum Herbst wollen wir einen
118 großen Sprung machen.

118 Zeilen à max. 60 Zeichen



logistik-tv.net

... sehen, was die Branche bewegt

Pressekontakt:

Mainblick – Agentur für Öffentlichkeitsarbeit

Tobias Loew

Telefon: 0 69 / 4898129-0

E-Mail: tobias.loew@mainblick.com

Unternehmenskontakt:

BM Productions GmbH

Uwe Berndt

Telefon: 0172 / 20 19 406

E-Mail: uwe.berndt@bm-productions.de