

LANGE NACHT DER INDUSTRIE

KONZEPT

Situation | Zielsetzung

Die Industrie kämpft traditionell mit einem „lauten, schmutzigen“ Image. Und zunehmend leidet gerade die produzierende Wirtschaft unter akutem Fachkräfte und Nachwuchsmangel. Mittelständische Familienbetriebe ebenso wie internationale Konzerne. Typische Zulieferer – sogar Weltmarktführer, sogenannte „Hidden Champions“ – sind der Öffentlichkeit häufig völlig unbekannt. Und damit auch potenziellen Mitarbeitern.

Viele Menschen wissen nur ansatzweise, welche Branchen in der eigenen Region angesiedelt sind, warum Industrie die Grundlage unseres Wohlstands ist, welche Ressourcen sie benötigt. Was sich heute hinter den Werktores der Unternehmen an spannenden Produktionsprozessen abspielt und wo vielleicht attraktive Job und Ausbildungsplätze warten, ist noch weniger präsent.

Hier zusammen zu bringen, was zusammen gehört, ist das Ziel der LANGEN NACHT DER INDUSTRIE (kurz LNDI).

Idee | Ablauf

Die LANGE NACHT DER INDUSTRIE ermöglicht interessierten Menschen einen sonst unmöglichen Blick hinter die Kulissen der Industrie – die Unternehmen lernen ihre Zielgruppen direkt vor Ort kennen. Die Touren sind für die Besucher kostenfrei. An einem oder mehreren Startorten findet (in einigen Regionen) eine Kick-Off-Veranstaltung statt. Hochrangige Redner kommen auf der LNDI-Bühne mit Sponsorenwand als Hintergrund zu Wort. Meist begrüßen Schirmherr/in, IHK-Führung und Vorstände beteiligter Verbände die Teilnehmer.

Nach dem Boarding – die Teilnehmer sind aus Sicherheitsgründen namentlich registriert und auch den Unternehmen bekannt – starten die Reisebusse zeitgleich um 17.15 Uhr auf die Touren. In allen Bussen ist ein geschulter Tour-Guide an Bord.

Jeder Teilnehmer erlebt zwei Unternehmen in einer Nacht – jedes Unternehmen bekommt in einer Nacht zwei Gruppen mit rund 40 Teilnehmern zu Besuch. Durch Präsentationen, Rundgänge und Dialoge erleben Schüler, Studierende, Arbeits- und Ausbildungsplatzsuchende, Berufstätige vom Helfer bis zum Akademiker und allgemein interessierte Menschen Industrie anschaulich, authentisch, „zum Anfassen“.

Die Unternehmen werden kreativ und operativ einbezogen, da sie das Programm „ab Werktor“ selbst gestalten. Kompetente Unterstützung in inhaltlicher, organisatorischer und technischer Hinsicht bietet die veranstaltende Agentur



prima events gmbh selbstverständlich an. Die Touren enden um ca. 22.30 Uhr wieder am Startort.

Win | Win

Von der LANGEN NACHT DER INDUSTRIE profitieren die teilnehmenden Unternehmen und regionalen Träger u.a. durch

- Imagepflege und Stärkung der öffentlichen Präsenz durch eine positive, emotionale Live-Kommunikation
- teils erstmalig bewusste öffentliche Wahrnehmung von Unternehmen im B2B-Segment
- Positionierung als Arbeitgeber- und Ausbildermarke, z.B. in Hinsicht auf Recruiting und Mitarbeiterbindung
- Ausdruck von sozialem Engagement für die Region
- Präsenz in der Politik und den Medien

Das heterogene Teilnehmerfeld von 14 bis 64+ profitiert seinerseits durch

- Kennenlernen von Branchen und Unternehmen in der Region
- exklusives Erleben moderner Produkte und Produktionsprozesse live vor Ort
- Kontakt zu attraktiven Arbeitgebern und Ausbildungsbetrieben
- spezifische Kenntnisse über zukunftsorientierte Industriebereiche
- Teilhabe an einem Netzwerk, das über Newsletter und Social-Media-Kanäle weitergehend informiert

Initiatoren | Träger

Das Projekt wurde entwickelt von der Agentur prima events gmbh auf Initiative von Handelskammer Hamburg und Industrieverband Hamburg IVH. Die regionalen LANGEN NÄCHTE DER INDUSTRIE werden zumeist getragen von den örtlichen Industrie- und Handelskammern, maßgeblichen Industrieverbänden und Institutionen des Arbeitsmarkts.

Meist begleiten prominente Schirmherren/innen – in Rhein-Ruhr z.B. die Ministerpräsidentin Hannelore Kraft, in Hamburg der Mitinitiator und aktuelle Wirtschaftssenator Frank Horch – das Projekt von der ersten Veröffentlichung bis zum Veranstaltungstag.

Realisation | Kommunikation

Durchgeführt werden die LANGEN NÄCHTE DER INDUSTRIE von der Agentur prima events gmbh – alle Abläufe, die gesamte Kommunikation sowie die Betreuung von Teilnehmern und Unternehmen sind lückenlos organisiert. Dazu



gehört auch die Evaluation der Veranstaltung aus Sicht aller Beteiligten. Eine besondere Herausforderung stellt das Teilnehmer-Management dar. Auch Gruppen bzw. Schulklassen können integriert werden. Die Bewerber für einen Platz haben die Möglichkeit, drei Wunsch-Touren anzugeben. Die Auswahl hängt von der Buchungssituation in Kombination mit den Präferenzen der Unternehmen ab. Dieses Matching wird schließlich in eine Transfer-Logistik – z.B. in 2018 mit bis zu 96 Reisebussen in einer Region parallel – umgesetzt.

Das zentrale Organ der LANGEN NACHT DER INDUSTRIE ist diese Homepage mit umfangreichen Informationen (auch zu zurückliegenden LNDIs), einer interaktiven Datenbank gestütztem Anmeldetool sowie vielfältigen Vernetzungsmöglichkeiten, u.a. über Social-Media-Plattformen. Online nicht zu ersetzen ist die persönliche Erreichbarkeit der Agentur für individuelle Fragen aller Beteiligten.

Die Kommunikation rund um das Projekt ist medienübergreifend angelegt, je nach Region: Außenwerbung bis zu Großformaten, Streumедien, Screens im ÖPNV, Radiospots und sinnvolle mediale Kooperationen, z.B. mit Bildungsträgern. Aus der intensiven Pressearbeit, z.T. mit Pressekonferenz, resultiert eine umfassende redaktionelle Berichterstattung in Print- und Onlinemedien, TV und Radio. In vielen Regionen bringen Tageszeitungen mehrseitige Sonderbeilagen über die Aktion und teilnehmenden Unternehmen heraus.

Die LANGE NACHT DER INDUSTRIE ist darüber hinaus präsent durch Kick-Off-Veranstaltungen (in einigen Regionen) sowie Infopoint-Zelt, Bühne, Flaggen, Leuchtsäulen und andere Werbeträger im LNDI-Design an den Startorten. Besucher wie auch Unternehmen erhalten kostenfrei den regionalen Tour-Katalog mit Grußworten der Träger, redaktionellen Infos zu den teilnehmenden Unternehmen, allgemeinen Themen, zielgruppengerechten Anzeigen und mehr.

Medien | Evaluation

Ein messbares Erfolgskriterium ist die durchweg große und positive Presse- und Medienpräsenz. Vor, während und nach der Veranstaltung – Print, Online, TV und Radio. Ausgesuchte Online-Portale und eine Clipping-Mappe dokumentieren das anschaulich. Direkt nach der Veranstaltung haben die Teilnehmer einen Link zu einem Online-Fragebogen in ihrem E-Mail-Postfach. Neben organisatorischen Merkmalen werden auch interessen- und karriererelevante Rückmeldungen erbeten. Die Träger und teilnehmenden Unternehmen haben in einer regionalen Feedbackrunde einige Wochen nach der Veranstaltung die Möglichkeit, Kritik zu üben bzw. an der Optimierung des Projekts weiter mitzuarbeiten.



Fazit | Auszeichnung

Die mit der LANGEN NACHT DER INDUSTRIE verbundene Emotionalität, das eigene Erleben und der persönliche Kontakt machen die Idee einzigartig, zielführend – und erfolgreich. Vielfältige Eindrücke vor Ort (s.a. Fotos, Videos) wie auch die Rückmeldungen aller Beteiligten unterstützen die Behauptung, dass die Umsetzung des Themas „Industrie“ per Live-Kommunikation vermutlich allen anderen Medien deutlich überlegen ist. Nie zuvor waren interessierte Menschen der Industrie, deren Produkten, deren Berufsbildern und vielleicht sogar einer neuen persönlichen Perspektive so nahe.

Dokumentiert ist damit auch eindrucksvoll, wie sich die Interessen von Unternehmen, Kammern und Verbänden, Politik und öffentlichen Institutionen und schließlich den Menschen einer Region gleichermaßen in einer Idee wiederfinden können. Das hat auch die gemeinsame Initiative von Wirtschaft und Bundesregierung „Deutschland - Land der Ideen“ so beurteilt, die die LANGE NACHT DER INDUSTRIE mit dem Innovationspreis „Ausgewählter Ort 2012“ ausgezeichnet hat.

