



Die Motionist-Macher: Nadine Simon, Pressesprecherin bei BPW, und Social Media-Manager Till Homrighausen haben das Konzept des dialogorientierten Themenportals gemeinsam entwickelt.

06.08.2019 13:00 CEST

Kundenmagazin war gestern: BPW startet neues Online-Themenportal [motionist.com](https://www.motionist.com) rund um Transport und Logistik

- ***motionist.com* soll Macher aus Transport und Logistik begeistern und aktivieren**
- **Digitalisierung, E-Mobility, Smart City und „Helden des Logistik-Alltags“ im Fokus**
- **Agiles Portal-Konzept integriert redaktionelle Beiträge und**

Social Media-Interaktion

- **Katrin Köster: „Wichtiger Meilenstein der BPW Markenstrategie“**

Wiehl, 6.8.2019 --- Mit der Digitalisierung von Fahrwerkstechnologien, der Vernetzung von Nutzfahrzeugen und Logistikprozessen sowie innovativen Elektro-Antrieben positioniert sich BPW immer prägnanter als Impulsgeber und Innovationsführer der Branche. Jetzt krempelt BPW auch seine Kundenkommunikation um: Das neue Online-Themenportal motionist.com setzt auf zukunftsweisende Themen – und den Dialog mit den Lesern.

Mit motionist.com ersetzt BPW nicht etwa nur sein gedrucktes Kundenmagazin „trailer world“ durch eine Online-Ausgabe: „Wir haben die Art, wie wir Themen der Branche aufgreifen und präsentieren komplett neu durchdacht“, erläutert Katrin Köster, Leiterin Unternehmenskommunikation, „wir wollten Offenheit statt Exklusivität, Interaktion statt Repräsentation, permanente Aktualisierung statt starrer Erscheinungstermine. *motionist.com* ist ein wichtiger Meilenstein unserer Markenstrategie, BPW als offenes, innovatives Unternehmen des 21. Jahrhunderts zu positionieren.“

Der Name *motionist* ist Programm. Nadine Simon, Pressesprecherin bei BPW, und Social Media-Manager Till Homrighausen haben das Konzept des dialogorientierten Themenportals gemeinsam entwickelt: „Mit *motionist.com* wollen wir alle ansprechen, die in der Branche etwas bewegen wollen – vom Topmanager bis zum Fahrer – einfach alle, die sich für Innovation in Transport und Logistik begeistern“, erklärt Nadine Simon. Bei der Themenauswahl schaut das Team bewusst auch über die eigenen Unternehmensgrenzen hinaus: Digitalisierung, Elektromobilität und Smart City gehören zu den zukunftsorientierten Rubriken; durch Portraits von Fahrern und zupackenden Machern an der Basis ist *motionist.com* zugleich im Hier und Jetzt des Transportalltags verankert.

Auch die bereits bestehenden Instagram-, Facebook-, YouTube- und Twitter-Kanäle des Unternehmens hat das Team intelligent mit dem neuen Themenportal verzahnt und veröffentlicht dort sowie auf Xing und LinkedIn regelmäßig neue Artikel (#motionist). Zusätzlich können alle Beiträge durch die Leser kommentiert werden: „Mit *motionist.com* wollen wir unsere Themen nicht nur einseitig in die Branche hinausposaunen, sondern auch zuhören, lernen und uns so ständig weiterentwickeln“, sagt Till Homrighausen, der die

Redaktion von *motionist.com* und die Social Media-Kanäle bei BPW verantwortet. „Das dialogorientierte Konzept spiegelt die partnerschaftliche Haltung wider, die wir bei BPW pflegen – nicht nur gegenüber unseren Kunden. Deshalb war uns die Öffnung des bisherigen Leserkreises ein besonderes Anliegen.“

Für das Konzept von *motionist.com* nutzte das Kommunikationsteam seine Erfahrung mit Social Media und der Online-Umsetzung gedruckter Medien: BPW veröffentlicht bereits seit zwei Jahren seinen [Geschäftsbericht](#) und seinen [Nachhaltigkeitsbericht](#) online; ein [Newsroom](#) bündelt Pressemitteilungen, Fotos, Videos und alle Social Media-Aktivitäten der Unternehmensgruppe an einem Ort.

Über die BPW Bergische Achsen Kommanditgesellschaft

Die BPW Bergische Achsen Kommanditgesellschaft ist die Muttergesellschaft der BPW Gruppe. Mit mehr als 1.600 Mitarbeitern, darunter rund 120 Auszubildende, entwickelt und produziert das Familienunternehmen seit 1898 an seinem Stammsitz in Wiehl komplette Fahrwerksysteme für Lkw-Anhänger und -Auflieger. Zu den Technologien der BPW gehören unter anderem Achssysteme, Bremsentechnologie, Federung und Lagerung. Die Trailerachsen und -Fahrwerksysteme made by BPW sind weltweit millionenfach im Einsatz. Ein umfangreiches Dienstleistungsspektrum bietet Fahrzeugherstellern und -betreibern darüber hinaus die Möglichkeit, die Wirtschaftlichkeit in ihren Produktions- bzw. Transportprozessen zu erhöhen. www.bpw.de

Über die BPW Gruppe

Die BPW Gruppe erforscht, entwickelt und produziert alles, was den Transport bewegt, sichert, beleuchtet, intelligent macht und digital vernetzt. Weltweit ist die Unternehmensgruppe mit ihren Marken [BPW](#), [Ermax](#), [HBN](#), [HESTAL](#) und [idem telematics](#) ein bevorzugter Systempartner der Nfz-Branche für Fahrwerke, Bremsen, Beleuchtung, Verschleiß- und Aufbautentechnik, Telematik sowie weitere wichtige Komponenten für Truck, Trailer und Bus. Transportunternehmen bietet die BPW Gruppe umfassende Mobilitätsdienste. Sie reichen vom weltweiten Servicenetz über Ersatzteilversorgung bis zur intelligenten Vernetzung von Fahrzeug, Fahrer und Fracht. Die inhabergeführte Unternehmensgruppe beschäftigt aktuell 7.200 Mitarbeiter in über 50 Ländern und erzielte 2017 einen konsolidierten Umsatz von 1,48 Milliarden Euro. www.bpw.de

Kontaktpersonen



Nadine Simon

Pressekontakt

Referentin für Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

Themenschwerpunkte: Sonder- und Agrar-Achsen; Telematik;
Arbeitgeber/Ausbildung

SimonN@bpw.de

+49 (0) 2262 78-1909

+49 (0) 151 55037078



Robin Becker

Pressekontakt

Referent für Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

Themenschwerpunkte: Standardfahrwerke; Trailerkomponenten;
Elektromobilität; digitale Lösungen

BeckerR@bpw.de

+49 (0) 2262 78 1905