

Neue Werbelinie der Bauinnungen

Die Baumeister- und die Lehrlingskampagne erscheinen ab 2021 in einem neuen Kleid. Auch die Kampagnen-Umsetzung bringt neue und innovative Ansätze.

TEXT: PAUL GROHMANN, GESCHÄFTSSTELLE BAU

Die Baumeister- und die Lehrlingskampagne wurden heuer von der Bundesinnung Bau neu ausgeschrieben. Zahlreiche Bewerbungen wurden von den Agenturen eingereicht, die besten drei wurden eingeladen, ihre Konzepte im Detail auszuarbeiten und einer Jury zu präsentieren.

Baumeisterkampagne

Das letztendlich siegreiche Konzept für die Baumeisterkampagne sieht vor, das umfassende Dienstleistungspotential der österreichischen Baumeister sowie die damit verbundenen Kompetenzen und Vorteile für potenzielle Kunden in den Fokus zu rücken. Die zentrale Botschaft: Der Baumeister als „Komplettanbieter“ mit seiner umfassenden Dienstleistungspalette ist für alle Fragen des Bauens ein kompetenter und verlässlicher Partner. Dazu sollen echte Baumeister als Testimonials fungieren. Diese werden unter dem Kampagnen-Slogan „Ich bin ein Baumeister“ durch Fotostrecken und eigens produzierte Videos porträtiert.

Lehrlingskampagne

Ein ähnlicher Ansatz kommt auch bei der neuen Lehrlingskampagne zum Tragen. Um die junge Generation (und ihre Eltern) für eine Baulehre zu begeistern, werden Porträts von echten Baulehrlingen und ihrer Arbeit produziert.

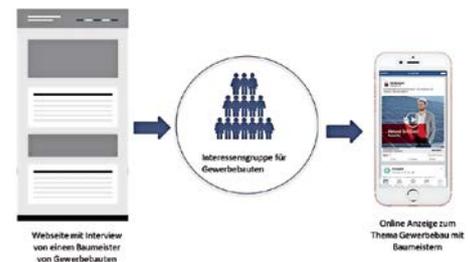


Unter dem neuen Kampagnen-Slogan „Ich bin ein Baumeister“ wird ab 2021 das umfassende Dienstleistungspotential der österreichischen Baumeister kommuniziert.

Innovative Umsetzung

Die besonders innovativen Ansätze des siegreichen Konzepts zur Umsetzung der Kampagnen haben beim Agentur-Hearing letztlich den Ausschlag gegeben: der Schwerpunkt liegt künftig zum größten Teil auf Online- und Social Media-Marketing. Die gezielte Online-Kampagne ermöglicht es, mit vergleichsweise geringen Budgets und ohne Streuverluste die richtigen Zielgruppen anzusprechen und diese über die Baumeister-Kompetenzen bzw. die Argumente für eine Baulehre zu informieren. Neben der klassischen Online-Werbung

werden künftig im Zuge der Kampagnen-Umsetzung DSGVO-konforme Targeting-Maßnahmen implementiert, um die Zielgruppen so genau wie möglich zu erreichen und Inhalte zielgruppenspezifisch auszuspielen zu können. ■



Grafik oben: Beispiel für ein gezieltes Targeting von User-Verhalten im Internet: dabei wird ermittelt, welche Zielgruppen sich für welche Art von Informationen interessieren. Diese erhalten anschließend gezielte Informationen zugespielt.



Die Lehrlings-Porträts werden integraler Bestandteil der Webseite www.baudeinezukunft.at und dienen als „Landing-Page“ für die Kampagne.

Kampagnen-Webseiten

Baumeisterkampagne:

www.deinbaumeister.at

Lehrlingskampagne:

www.baudeinezukunft.at