



Berlin, 23. Mai 2023

Bundesinnungsverband des Gebäudereiniger-Handwerks (BIV) gibt Startschuss für neue Video-Kampagne – Erstmals Content für TikTok

Mit der Veröffentlichung von mehr als sechzig Videos unterschiedlichster Machart, Stile und Formate gibt der BIV heute den Startschuss für seine neue Kampagne. Ziel ist es, gerade junge Menschen imagefördernd, modern und mit Bewegtbild auf die große Vielfalt der Tätigkeiten, auf technische Innovationen sowie auf die starken Ausbildungs- und Entwicklungsmöglichkeiten hinzuweisen. Der Verband wird die Videos in den kommenden Monaten in seinen sozialen Netzwerken veröffentlichen und für mehr Informationen auf seine Azubi-Webseite www.reinindiezukunft.de verlinken. Alle Videos stehen den Landesverbänden und Innungen sowie den Mitgliedsbetrieben zur Verfügung – für den Einsatz auf Messen, bei Veranstaltungen oder im Social-Media-Bereich. Die Kampagne ist vom Ausschuss für Öffentlichkeitsarbeit unter Vorsitz von Holger Eickholz konzipiert, im April 2023 bei der Frühjahrssitzung des Ausschusses in Frankfurt am Main freigegeben und bei der Mitgliederversammlung Anfang Mai in Heidelberg erstmals präsentiert worden.

Gerade um junge Menschen zu erreichen, gehört die Produktion von Bewegtbild seit einigen Jahren zum strategischen Kommunikations-Schwerpunkt des Verbandes. „Markenkern dieser Kampagne ist eindeutig die Authentizität!“, so der Vorsitzende des Ausschusses für Öffentlichkeitsarbeit Holger Eickholz. „Wir sind besonders stolz darauf, dass insgesamt 15 Nachwuchs-Gebäudereinigerinnen und Gebäudereiniger – vom Azubi bis zum Gesellen – ihre Zeit, ihre Botschaft und ihre Persönlichkeit in die Kampagne investiert haben. Insofern ist es eine echte Kampagne aus der Branche für die Branche!“

Die Kampagne ist unterteilt in vier Video-Sequenzen: „Technik“, „Botschaften“, „Statements“ und „Influencer“. Für die „Statement“-Videos zum Beispiel standen Deutschlands beste Gesellen des „Bundesleistungswettbewerbs“ 2022 in Bremen geschlossen zur Verfügung. Für die „Influencer“-Videos, mit denen der Verband erstmals seinen neuen TikTok-Kanal zum Leben erwecken wird, konnte der BIV zwei Auszubildende gewinnen. TikTok ist als Kommunikationskanal für Verbände oftmals noch Neuland, mit Blick auf eine deutlich jüngere Zielgruppe jedoch die zurzeit vielversprechendste Plattform.

Einen ersten Einblick in die Videokampagne gibt es hier: <https://www.die-gebaeuedienstleister.de/service/presse-kommunikation/imagekampagnen/videokampagne-2023>

Mit knapp 700.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern sind die Gebäudereiniger die beschäftigungsstärkste Handwerksbranche Deutschlands. Der Bundesinnungsverband des Gebäudereiniger-Handwerks vertritt als Arbeitgeber- und Dachverband die Interessen seiner knapp 2.500 Mitgliedsbetriebe, die rund 85 Prozent des Marktes repräsentieren.