

## PRESSEMITTEILUNG

### **Bayerisches Handwerk snapt mit Generation Z – Kampagne „Macher gesucht! Ich mach’s euch.“ fokussiert auf digitale Kommunikation**

*Mit Snapchat und WhatsApp schafft die Kampagne „Macher gesucht! Ich mach’s euch“ einen direkten Draht zur jungen Zielgruppe / Ketchum Pleon setzt neue Runde der erfolgreichen Kampagne des bayerischen Handwerks um.*

**München, 17.05.2016 – Mit der im Februar 2016 in eine neue Runde gestarteten Kampagne „Macher gesucht! Ich mach’s euch.“ wirbt der Bayerische Handwerkstag e.V. um Auszubildende für die über 200.000 Handwerksbetriebe in Bayern – auf den Medienkanälen, die bei Jugendlichen besonders angesagt sind: Snapchat, WhatsApp und mit Deutschlands erster Social Vending Maschine.**

Sie ist eine der meist diskutierten Zielgruppen: die Generation Z. Sie für ein Berufsbild zu interessieren hängt stark von der zielgenauen Ansprache ab und dem damit verbundenen Mut, neue Trends und Kanäle auszuprobieren. „Mit der Kampagne ‚Macher gesucht! Ich mach’s euch.‘ kommunizieren wir das Thema Ausbildung mit einem Augenzwinkern – auf den meistgenutzten Kanälen der Jugendlichen“, so Simone Hoch, Managing Partner bei Ketchum Pleon München.

#### **Snapchat: die Zielgruppe auf Augenhöhe ansprechen**

Besonders bei der Generation Z ist Snapchat als Messenger angesagt, da er schnell, einfach und unterhaltsam ist. Als „machergesucht“ vermittelt das Bayerische Handwerk hier seine Ausbildungsberufe auf spielerische Weise mit Contentformaten wie Memes oder Symbol-Beruferrätseln, bei dem ein Beruf pro Story beschrieben wird. „Diese Zielgruppe möchte Geschichten in wenigen Sekunden erzählt bekommen, interagieren und Spaß an Kommunikation haben. Snapchat bietet dafür die optimale Plattform“, erklärt Simone Hoch weiter.

### **Mehr als Edutainment – Dialog mittels WhatsApp-Sprechstunde**

Für Fragen rund um das Handwerk bietet der Verband außerdem eine WhatsApp-Sprechstunde an – von Azubis für zukünftige Azubis: Auszubildende aus unterschiedlichsten Handwerksberufen antworten im Einzelchat auf alle offenen Punkte der Jugendlichen zum Thema „Ausbildung“. Für Manuela Koneczny, Leiterin der Öffentlichkeitsarbeit des Bayerischen Handwerkstags, ist dies der erfolgversprechendste Kanal, um in den thematischen Dialog mit der Zielgruppe zu treten. „Hier können wir deutlich mehr bieten als Edutainment. So wecken wir nicht nur erstes Interesse bei den Jugendlichen, sondern können auch tiefergehend informieren und motivieren.“

### **Tausche Hashtag gegen Überraschung – die vernetzte Vending Machine**

Auch lokale und regionale Ausbildungsmessen sind weiterhin ein wichtiger Kontaktpunkt, um zukünftige Handwerkerinnen und Handwerker zu inspirieren. Hierfür hat Ketchum Pleon Deutschlands erste [Social Vending Machine](#) umgesetzt. Und so funktioniert sie: Jugendliche posten ihr Selfie in Handwerkerpose samt des Hashtag #machergesucht auf Instagram oder Facebook und erhalten direkt ein kleines Geschenk aus dem umgebauten Snackautomaten. So motiviert das Handwerk seine Zielgruppe, Inhalte für die Kanäle der Ausbildungskampagne beizutragen und diese aktiv mitzugestalten. Auf der Internationalen Handwerksmesse 2016 testeten die Jugendlichen erstmals die Social Vending Machine.

„Ausbildungskampagnen kommen heute ohne einen starken digitalen Kommunikationsfokus nicht mehr aus. Denn wir müssen sein, wo sich die Zielgruppe befindet – online und auf den verschiedenen Kanälen. Mit diesem Ansatz schaffen wir es auch in den kommenden Jahren Auszubildende für unsere über 200.000 Betriebe zu finden“, berichtet Manuela Koneczny abschließend.



**Für weitere Informationen:**

Kampagnenwebsite: <https://www.lehrlinge-fuer-bayern.de/>

Video Social Vending Machine: <https://www.youtube.com/watch?v=o6QnN-In-HM>

Pressemitteilung und Bild zum Herunterladen finden Sie hier:

<http://www.kpg-blog.de/bayerisches-handwerk-snapchat/>

**Kontakt:**

Petra Heinrich  
Pressekontakt  
Ketchum Pleon  
[petra.heinrich@ketchumpleon.com](mailto:petra.heinrich@ketchumpleon.com)  
+49 211 9542-2113

**Auftraggeber der Kampagne:**

Bayerischer Handwerkstag e. V.

**Über Ketchum Pleon**

Ketchum Pleon ist eine führende Agentur für Kommunikationsberatung. 1988 gegründet, betreut sie heute deutschlandweit rund 200 Klienten, darunter zahlreiche Unternehmen, die im DAX oder im Euro Stoxx gelistet sind, etliche Bundes- und Landesministerien sowie Non-Profit-Organisationen. In Europa ist Ketchum Pleon Marktführer für Corporate und Digital Communications, Public Affairs, Campaigning, Change, Healthcare, Brand, Food und Sales Communications. An den sieben deutschen Agenturstandorten sind rund 300 Berater tätig. Innerhalb des weltweiten Netzwerkes ist Ketchum Pleon in 70 Ländern mit über 100 Büros vertreten. Mit vier PR-Löwen in Cannes und allein fünf PR Report Awards in 2015 ist Ketchum Pleon die kreativste PR-Agentur Deutschlands laut PR-Journal-Ranking. [www.ketchumpleon.de](http://www.ketchumpleon.de); [www.kpg-blog.de](http://www.kpg-blog.de)