

Presseinformation

| | |
|----------------------------|--|
| Thema: | Kampagne werde Maler – Basispresstext für Innungen |
| Zeichen (mit Leerzeichen): | 4.372 (inkl. Leerzeichen) |
| Bilder/Motive: | Können über kk@die-copiloten.com angefordert werden. |

Mit dabei – <Name der Stadt> Maler- und Lackiererinnung ist Teilnehmer bei werde Maler

<Name der Stadt>, <Datum> – Seit <Monat, konkretes Datum> darf sich die hiesige Maler- und Lackiererinnung „teilnehmende Innung“ von werde Maler, der groß angelegten Image- und Nachwuchskampagne des Maler- und Lackiererinnungsverbandes Westfalen, nennen. In Kooperation mit der Kölner Werbeagentur DIE COPILOTEN wurde die Kampagne Mitte 2014 ins Leben gerufen. Derzeit beteiligen drei Landesinnungsverbände.

Anlass zur Handlung lieferte durch den Maler- und Lackiererinnungsverband Westfalen in Auftrag gegebene Studie der Universität Bielefeld. Diese thematisierte das schlechte Image des Maler- und Lackiererhandwerks, den damit einhergehenden Fachkräfte- und Nachwuchsmangel, sowie die sinkende Relevanz der Innungsbetriebe. „Mit werde Maler wollen wir insbesondere die Attraktivität des Maler- und Lackiererberufes in ein ganz neues Licht rücken und junge Menschen – unseren Nachwuchs – von den Vorzügen eines ganzen Berufszweiges überzeugen“, so Mitinitiator und Landesinnungsmeister Paul Laukötter. „Unsere Ziele sind klar definiert: Neben der Nachwuchsförderung soll das allgemeine Image gesteigert und die Innungsarbeit innerhalb der einzelnen Betriebe an Stellenwert gewinnen“, erklärt er. Um dies zu erreichen, sei es notwendig die Betriebe entsprechend auszustatten und nachhaltig zu unterstützen, wie beispielsweise im Rahmen von öffentlichen Veranstaltungen.

Optionaler Textbaustein:

Präsenz zeigte die <Name der Stadt> Maler und Lackiererinnung bei der <Name der Stadt> Ausbildungsbörse <Name der Ausbildungsbörse>. „Dank des hochprofessionellen Messe-Faltstandes im Kampagnen-Look haben wir unsere Standfrequenz merklich erhöhen können und darüber hinaus gute Gespräche führen und nachhaltige Kontakte knüpfen können“, erklärt <Titel>, <Name> und ergänzt: „Als teilnehmender Innungsbetrieb bei werde Maler können wir nur gewinnen. An Image und vor allen Dingen an Sympathie.“

„Der Kurs der gesamten Kampagne stehe auf Professionalisierung und Ausbau“, so Uwe Walter, Vorsitzender des Ausschusses für Wirtschaft- und Öffentlichkeitsarbeit des Maler- und Lackiererinnungsverbandes Westfalen. Und die Zahlen sprechen für sich. Bereits einige hundert Innungsbetriebe nutzen die Ausbildungs- und Praktikumsbörse auf www.werde-maler.de. In Summe wurden über 20.000 Flyer verteilt, über 500 Gerüstplanen produziert, 20.000 Aufkleber geklebt und an die 10.000 Giveaways im Kampagnenoutfit bestellt.

Die großflächigen Gerüstplanen werden insbesondere zum Nachwuchsfang und zur Imagesteigerung genutzt. „Die ersten Monate haben wir vorwiegend am Erscheinungsbild, an der Internetseite, der facebook-Präsenz sowie der Konzeption und der Produktion der verschiedenen Werbemittel gearbeitet.“ Und die Werbetrommel gerührt. „Jetzt geht es darum die Aufmerksamkeit nachhaltig zu steigern“, erklärt Walter.

Zu werde Maler

Die groß angelegte Image- und Nachwuchskampagne werde Maler des Maler- und Lackiererinnungsverbandes Westfalen startete Mitte 2014. Die Kampagne fördert das Image, den Maler- und Lackierernachwuchs sowie die Arbeit der jeweiligen Innungsbetriebe. Zurzeit beteiligen sich drei Landesinnungsverbände, Tendenz steigend. Werde Maler ist eine langfristig angelegte Kampagne, die sich ausschließlich aus bereitgestellten Fördermitteln der Region finanziert.





Bildunterschrift (Bildvorschlag: ein Motiv mit verschiedenen Werbemitteln)

Jetzt auch in <Name der Stadt> zu sehen: Die ansprechenden und aufmerksamkeitsstarken Kampagnen-Medien von werde Maler (Bildnachweis: ???)

Bildunterschrift (Bildvorschlag: jeweils ein Motiv von den „Köpfen“ der jeweiligen Innung) :

Freuen sich über die Kampagnen-Teilnahme bei werde Maler (von links nach rechts): <Name des Innungsmitglieds>, <Name des Innungsmitglieds>, <Name des Innungsmitglieds> der <Name der Stadt> Maler- und Lackiererinnung (Bildnachweis: Maler- und Lackiererinnung <Name der Innung>).

Bildunterschrift (Bildvorschlag: jeweils ein Motiv von den „Köpfen“ der Innung, die sich an einer Ausbildungsbörse beteiligen) :

Zeigen Präsenz bei der <Name der Stadt> Ausbildungsbörse <Name der Ausbildungsbörse>. Die <Name der Stadt> Maler- und Lackiererinnung (von links nach rechts): <Name des Innungsmitglieds>, <Name des Innungsmitglieds>, <Name des Innungsmitglieds> (Bildnachweis: Maler- und Lackiererinnung <Name der Innung>).

Weitere Informationen zu werde Maler finden Sie unter www.werde-maler.de

Pressekontakt:

DIE COPILOTEN

Marketing – Werbung – Koordination

Kerstin Kammann

kk@die-copiloten.com



www.werde-maler.de

