

**WIR, DIE
GEBÄUDETECHNIKER**



Bildungsmarketing – wo sind die Lernenden?

Christian Brogli, Leiter Marketing und Kommunikation

Inhaltsverzeichnis

- suissetec
- Wir bringen Gebäude zum Leben!
- Herausforderungen bei der Nachwuchsrekrutierung
- Lösungsansätze
- Fallbeispiel Kampagne 2021

suissetec – ein Dienstleistungsunternehmen

- Schweizerisch-Liechtensteinischer Gebäudetechnikverband
- Dachverband mit Standorten in allen Landesteilen
- 26 Sektionen, 3'500 Mitgliedsfirmen (Installateure, Planer, H/L)
- Branchen: Sanitär, Heizung, Lüftung, Spengler, GT-Planer
- Dienstleistungen insbesondere in den Bereichen Technik, Bildung, Recht, Politik, MarKom
- 2/3 der Erträge durch Leistungen, 1/3 durch Mitgliederbeiträge

TV-Spot (20 sec)

<https://www.youtube.com/watch?v=o1ns1SwAong>

Wir bringen Gebäude zum Leben!

- Wir sorgen für Komfort und Behaglichkeit.
- Wir kümmern uns um die Lebensmittel Nr. 1 (Luft & Wasser).

- Unsere spannenden Berufe:
 - Sanitärinstallateur
 - Heizungsinstallateur
 - Lüftungsanlagenbauer
 - Spengler
 - Gebäudetechnikplaner

JOBS MIT ZUKUNFT

Wir bringen Gebäude zum Leben!

Bist du dabei?

Solarenergie

Trinkwasser

Prima Klima

Blitzschutz

Wellnessoase

Wärmepumpe

Freie Lehrstellen auf

TOPLEHRSTELLEN.CH

WIR, DIE GEBÄUDETECHNIKER

The advertisement features a young man in a yellow hard hat with the 'suissetec' logo and a red and grey work jacket, holding blue binoculars. He is positioned on the left side of the frame. The background is an aerial view of a city at sunset, with various buildings and infrastructure. Several text boxes are overlaid on the cityscape, each pointing to a specific area or service: 'Solarenergie' (Solar energy) near the sun, 'Trinkwasser' (Drinking water) near a tall glass skyscraper, 'Prima Klima' (Prime climate) near a modern building, 'Blitzschutz' (Lightning protection) near a residential area, 'Wellnessoase' (Wellness oasis) near a park-like area, and 'Wärmepumpe' (Heat pump) near a large building. At the bottom right, there is a yellow box with the text 'Freie Lehrstellen auf TOPLEHRSTELLEN.CH'. At the bottom left, there is a white box with the text 'WIR, DIE GEBÄUDETECHNIKER'. The overall tone is professional and inviting, highlighting the company's role in bringing buildings to life through various technical services.

Video Rytz (50 sec)

<https://www.youtube.com/watch?v=HJqdDK1Un2U>

Chancen und Herausforderungen...

- Gesellschaftliche Herausforderungen Energiewende & Klimaschutz
- Gebäudetechniker sind Teil der Lösung und bewirken ganz konkret etwas (sinnvolle, systemrelevante, krisensichere Berufe).
- Purpose: Das „Why?“ wird immer wichtiger (siehe Links)

- Trend Akademisierung
- Image Handwerksberufe / Baunebenbranche
- Selbstbewusstsein & Berufsstolz

Lösungsansätze...

- Steter Tropfen... MarKom-Teppich übers ganze Jahr (Grundrauschen, ergänzt durch „Peaks“)
- Zielgruppen Jugendliche und Beeinflusser
- Selbstbewusste Vermarktung mit Fakten & Emotionen (Gratwanderung zwischen medialem Erleben und realer Welt)
- Innovativ sein, auch neues Ausprobieren und vor allem: dort präsent sein, wo sich die Zielgruppe aufhält!
- Aktivitäten / Kanäle: TV-Spot, VR Game, SoMe inkl. Snapchat, Kooperationen mit izzy Magazine, Gamingportalen, TikTok etc.; aber auch verstärkte Betonung der Sinnhaftigkeit
- Erfolgreiche Berufskarrieren zeigen (z. B. vom Lehrling zum Chef), Testimonials als Botschafter

Fallbeispiel: Klimakampagne 2021



Wie es dazu kam...

- Fridays for Future-Streiks 2019 als „Ideengeber“
- Verzögerung wegen Corona / Black lives matter-Bewegung
- Herbst 2020: Jetzt oder nie! Vorbereitung der nationalen Kampagne
- Perfektes Timing im Hinblick auf die CO₂-Gesetz-Abstimmung



Umsetzung (1) – Beweisführung

- Relevanz: Nachhaltigkeit & Klimaschutz als Megatrends
- Glaubwürdigkeit: Fakten zusammentragen (RTBs) auf Subsite suissetec.ch/klima
- Emotionen: Storytelling mit animiertem Erklärvideo



Erklärvideo (90 sec)

<https://www.youtube.com/watch?v=qLnnnGHv67k&t=1s>

Umsetzung (2) – Kampagnenvideo

- Emotionales Video „Klimaschutz – Euer Ziel ist unsere Mission!“
- Kreative Umsetzung; Verbindung der zwei Welten (signature moves)
- Going Live: 1. März 2021 (1. Welle) bzw. 5. April 2021 (2. Welle)
- Ergänzend: Social Content (Statements, Buildings, Facts)



#suissetec

#toplehrstellen

#wirdiegebäudetechniker

#klimaschutz

#missionklimaschutz

Kampagnenvideo (30 sec)

<https://www.youtube.com/watch?v=EjXpUQbWcak>

Links und weiterführende Infos

- Landingpage suissetec.ch/klima (inkl. Erklär- und Kampagnenvideo)
- Absprung zu toplehrstellen.ch

- TV-Spot <https://www.youtube.com/watch?v=o1ns1SwAong>

- suissetec Jahresbericht und Porträt
https://suissetec.ch/files/PDFs/Kommunikation/Publicationen/Deutsch/suissetec_JB19_DE_interaktiv.pdf

- «Purpose»: [How great leaders inspire action | Simon Sinek – YouTube](https://www.youtube.com/watch?v=...)



Wo sind die Lernenden?

Referent Christian Brogli



- MAS in Communication Management and Leadership
- Interessen: Kommunikation, Marketing, Nachhaltigkeit
- Seit 2018 bei suissetec als Leiter MarKom und Mitglied der GL

Kontakt:

christian.brogli@suissetec.ch

T +41 43 244 73 13

**WIR, DIE
GEBÄUDETECHNIKER**

Besten Dank für Ihre Aufmerksamkeit.

Schweizerisch-Liechtensteinischer Gebäudetechnikverband (suissetec)
Auf der Mauer 11, Postfach, CH-8021 Zürich, +41 43 244 73 00, [suissetec.ch](https://www.suissetec.ch)

 **suissetec**