

Von der Idee bis zur Umsetzung:

Konzeption und Durchführung einer berufs- und zielgruppenspezifischen Präventionskampagne am Beispiel der BGW-Kampagne „Lebe Deinen Traum“

Im Workshop wurde die BGW-Präventionskampagne „Lebe Deinen Traum“ vorgestellt, deren Zielgruppe Berufseinsteiger und Existenzgründer sind. Herr Mohnke von der BGW zeigte, wie die Berufsgenossenschaft im Rahmen der Kampagne an die Zielgruppe herangetreten ist. Mit Informationen, trendigen Produkten, einer Website und einem Internetkaufhaus möchte die Kampagne die Zielgruppe davon überzeugen, dass Hautschutz nicht nur sinnvoll, sondern auch chic und modern ist.

Warum wurde die Kampagne konzipiert:

- Hauterkrankungen verursachen hohe Rehabilitationskosten in der Friseurbranche und haben damit für die BGW eine ökonomische Komponente.
- Zudem bergen Sie hohe psychische und ökonomische Gefahren für die Versicherten.

Ziel der Kampagne:

1. Steigerung der Verwendung von Handschuhen beim Haare waschen
Angestrebt wird eine Meinungs- und Verhaltenänderung:
Handschuhtragen ist Ausdruck professionellen Arbeitens
2. Imageverbesserung der BGW

Leitidee der Kampagne:

Schöne Hände sind nicht nur das A und O.

Feedback der Teilnehmer: Es ist sehr interessant, eine Kampagne von der Konzeption bis zur Umsetzung kennenzulernen, zudem diese eine sehr klar umrissene Zielgruppe (Berufseinsteiger und Existenzgründer) anspricht. Einige Anregungen und Ideen der Kampagne haben die Teilnehmer sicher für ihre eigene Tätigkeit mitgenommen.

Bitte sichten Sie auch die Präsentation und die Internetseite zur Kampagne:
www.lebe-deinen-traum.de