

# Wenn die „lagerlinge“ auf Instagram überzeugen

Die Digitalagentur LimeSoda und Lagerhaus holen Silber beim Lehrlingsmarketing-Award und stellen einen spannenden Case vor.

••• Von Georg Sander

WIEN. Lehrlinge fristen in der öffentlichen Wahrnehmung im Vergleich zu Schülern und Studenten in der Regel ein Schattendasein. Die Lagerhaus-Genossenschaften, die selbst rund 1.000 Lehrlinge in 30 Lehrberufen ausbilden, wollten das ändern und holten sich dafür die Experten von LimeSoda an Bord. Die Wiener Digitalagentur hat jahrelange Erfahrung im Lehrlings- und Fachkräftemarketing. Neben Lagerhaus zählen unter anderem auch Pagro oder Hofer zu den Kunden.

## 2019 schon konzipiert

LimeSoda konzipierte Mitte 2019 den Instagram-Channel „lagerlinge“, der sich gezielt an Lehrlinge von heute und morgen richtet. Auf Social Media überzeugten LimeSoda und Lagerhaus nicht nur durch Zugriffszahlen und Reichweite. Beim Lehrlingsmarketing-Award wurden die lagerlinge im Juni



Eine Kampagne muss nicht nur kreativ, sondern auch sichtbar sein.

2021 mit Silber in der Kategorie „Talent Attraction – Global Player“ prämiert.

Auf Instagram wollen Lagerhaus und LimeSoda den Jugendlichen Spaß und Vielfalt der Lehre vermitteln. Die Lehrberufe sollen auf dem wahrscheinlich wichtigsten Social Media-Kanal der jungen Zielgruppe authentisch und charakterstark präsentiert werden. Bei allen Botschaften vergaß man aber nicht darauf, die Adressaten einzubinden. Von Beginn an konnten auch die Lehrlinge der Lagerhaus-Genossenschaft den Inhalt aktiv mitgestalten.

Die lagerlinge greifen spielerisch und wortgewandt die Themen und Terminologie der jüngeren Generation auf – mit Einfühlungsvermögen, Humor und dem nötigen Ernst gelang es nicht nur, die Abonnenten zu unterhalten, sondern auch für Interaktion zu sorgen. Heute hat der Account knapp 1.000 Follower. Im Jahr 2020 konnte man über 260.000 User erreichen, dazu kamen 1,25 Mio. Impressions und beinahe 4.000 Klicks.

Die Gründe dafür liegen auch in der kreativen Gestaltung. Der lagerling-Humor zeichnet sich durch Verweise auf die Alltags-

”

*Der Lehrlings-Award ist die Bestätigung für ein sehr gutes Konzept und ein sehr erfreulicher Anreiz, die erfolgreiche Arbeit noch länger fortzusetzen.*

... über die Kampagne

“

kultur der Jugendlichen aus, nicht selten auch durch amüsante Sprachspiele. Ein Beispiel gefällig?

## lagerling-Humor

„Du magst spannende Arbeit? Dann bewirb dich für eine Lehre als Elektrotechniker/in!“ Auch Emoji-Quizzes gehören als Mitmach-Postings zu den Fixpunkten auf Instagram. Damit holt LimeSoda die Lehre aus der Schublade schweißtreibender, ausschließlich körperlicher Arbeit und rückt den Spaß und die Attraktivität der Ausbildung in den Vordergrund. Kurz gesagt, will Lagerhaus „das Einzigartige unserer Ausbildungsschwerpunkte vermitteln“.

Nach wie vor werden die lagerlinge von LimeSoda mit Leben erfüllt. Mehrmals pro Woche gibt es neue Stories und Bildbeiträge. Der Lehrlings-Award ist die Bestätigung für ein sehr gutes Konzept und ein erfreulicher Anreiz, die erfolgreiche Arbeit noch länger fortzusetzen.

”

*Die ‚lagerlinge‘ greifen spielerisch und wortgewandt die Themen und Terminologie auf – mit Einfühlungsvermögen, Humor und dem nötigen Ernst.*

“

LimeSoda ...