



LDD x WKO Handel

# JUGENDMARKETING, DAS ORIENTIERUNG GIBT

## **FINDE DEIN PERFECT MATCH: LDD Communication und WKO Handel machen über 20 Lehrberufe für Jugendliche erlebbar.**

*Mit einem weiterentwickelten Jugendmarketing-Auftritt begeistert die Wirtschaftskammer Österreich, Bundessparte Handel, österreichweit junge Menschen für mehr als 20 Lehrberufe im Handel. Im Zentrum der von LDD Communication konzipierten Kampagne steht die neue Key-Aussage „Finde dein Perfect Match!“ – mit Social Media, barrierefreier Website und Folder als Orientierungshilfe für die Berufswahl.*

Junge Menschen für eine Lehre zu gewinnen, bedeutet heute mehr, als Ausbildungswege sichtbar zu machen. Es geht darum, sie in ihrer Lebensrealität abzuholen, ihre Interessen ernst zu nehmen und ihnen klare Entscheidungshilfen zu geben. Genau hier setzt die neue Linie an.

Gemeinsam mit LDD Communication wurde die bestehende Kommunikation zur Bewerbung der Lehrberufe im Handel inhaltlich, visuell und textlich weiterentwickelt. LDD verantwortete dabei die Konzeption und Umsetzung sämtlicher Kampagnenbestandteile.

### **Vom Influencer-Gedanken zum Perfect Match**

Die neue Key-Aussage bringt den Anspruch auf den Punkt: „**Finde dein Perfect Match!**“ Damit rücken persönliche Interessen, Skills und Zukunftspläne der potenziellen Lehrlinge noch stärker in den Mittelpunkt.

Die Zusammenarbeit zwischen der WKO Bundessparte Handel und LDD besteht bereits seit 2018. Mit dem aktuellen **Soft-Relaunch** wird der bisherige **Multichannel-Ansatz** neu akzentuiert: weg vom Influencer-Gedanken, hin zu einer stärkeren Orientierung an den individuellen Stärken der Zielgruppe. Die Kampagne bleibt bewusst wiedererkennbar, wirkt dabei frischer und trifft den Nerv der jungen Generation optimal.

„Jugendmarketing funktioniert nur dann, wenn junge Menschen sich wirklich angesprochen fühlen. Mit ‚Finde dein Perfect Match!‘ schaffen wir einen Zugang, der Orientierung gibt, die Vielfalt der Handelslehre verständlich macht und zeigt, wie gut die unterschiedlichen Lehrberufe zu den persönlichen Interessen der Nachwuchstalente passen können“, so Sonja Marchhart, Referatsleiterin für Berufsausbildung und Sozialpolitik WKO Bundessparte Handel.

## Moderne Bildwelt mit KI-generierten Visuals

Auch visuell wurde das Konzept kanalübergreifend weitergedacht: Die jugendlichen Testimonials sowie die Hintergründe, die sie in ihrem jeweiligen Arbeitsumfeld zeigen, wurden mit KI-Tools generiert. So entstand ein konsistenter, moderner und flexibel einsetzbarer Auftritt, der Social Media, Website und Folder verbindet.

## Social Media als primärer Kanal

Seit September 2025 wird die neue Linie auf TikTok, Snapchat und YouTube ausgespielt. Die Schaltungen laufen bis Februar 2026; weitere Auslieferungsphasen sind bereits bis Februar 2028 geplant. Dafür entwickelte LDD ein variables Toolkit, mit dem Botschaften, Visuals und Formate flexibel an unterschiedliche Kanäle angepasst werden können.

## Folder als aktivierendes Orientierungsmedium

Der neue Folder überträgt die Projektidee in einen aktivierenden Wegweiser. Herzstück ist die Frage: Welcher Lehrberuf passt zu mir? Die Berufe sind in vier Interessen-Cluster gegliedert, über die Jugendliche schnell erkennen, welche Ausbildungswege zu ihren Interessen passen – von Beratung und Organisation bis zu digitalen Skills und Zukunftstechnologien. Pro Einzelberuf helfen Kriterien wie „Passt perfekt zu dir, wenn ...“ und „Ist weniger deins, wenn ...“ dabei, die eigene Eignung besser einzuschätzen.

## Barrierefreie Website als digitale Vertiefung

Ergänzend wurde die Website **lehre-im-handel.at** aktualisiert, mit neuen Texten und Visuals ausgestattet und vollständig barrierefrei umgesetzt. Der Folder verweist über QR-Codes auf weiterführende Informationen und verbindet damit Offline-Orientierung mit digitaler Vertiefung.

## Jugendmarketing, das messbare Wirkung zeigt

„Wir wollten Berufsorientierung so aufbereiten, dass sie für junge Menschen sofort verständlich und relevant wird. Entscheidend war, die starke Leitidee über alle Kanäle sauber zu übersetzen – visuell, textlich und in der Nutzer:innenführung. So entsteht ein Angebot, das nicht nur Aufmerksamkeit schafft, sondern bei der Berufswahl konkret weiterhilft“, erklärt Robert Lacher, MBA, Head of Digital Services bei LDD Communication GmbH.

## Erfolg in Zahlen

Die Performance-Ergebnisse zeigen, dass der kreative Relaunch der Lehrlingskampagne nicht nur visuell und inhaltlich, sondern auch messbar Wirkung entfaltet. In den ersten fünf Ausspielungsphasen erzielte die Kampagne kanalübergreifend auf Snapchat, TikTok und YouTube rund **71,6 Millionen Impressions** und knapp **264.000 Klicks** auf weiterführende Inhalte. Damit wurde die neue Leitidee „Finde dein Perfect Match!“ breit in der jugendlichen Zielgruppe verankert und gleichzeitig eine starke Aktivierung in Richtung digitaler Berufsorientierung geschaffen.

Besonders deutlich wird der Performance-Sprung im Jahresvergleich auf Snapchat und TikTok. Auf Snapchat stiegen die Impressions gegenüber der Vorjahreskampagne um rund 39 % auf 44,0 Millionen, während die durchschnittliche Phasenreichweite mit rund **434.000 nahezu verdoppelt** wurde. Gleichzeitig legten die Klicks um rund 32 % zu. Auch TikTok entwickelte sich nach dem Relaunch klar positiv: Die Impressions erhöhten sich gegenüber dem Vorjahr um rund 53 % auf 22,1 Millionen, die Klicks stiegen um rund 31 % auf über **80.000**. Zusätzlich verbesserten sich zentrale Effizienzwerte deutlich – der CPM sank auf Snapchat um rund 30 %, auf TikTok sogar um rund 47 %.

Neben Reichweite und Sichtbarkeit konnte die Kampagne auch in der Interaktion überzeugen. Die Snapchat-Linsen erzielten über die bisherigen Phasen hinweg mehr als **48.000 Shares** und machten die Lehrberufe damit spielerisch und teilbar erlebbar. YouTube ergänzte den Social-Media-Mix mit über **5,6 Millionen Impressions**, rund **967.000 Videoansichten** und knapp **120.000 Klicks**.

Die Ergebnisse unterstreichen, dass die Weiterentwicklung vom bisherigen Influencer-Gedanken hin zum „Perfect Match“-Ansatz nicht nur kreativer wirkt, sondern Jugendliche nachweislich stärker erreicht, aktiviert und in die digitale Auseinandersetzung mit einer Lehre im Handel führt.

---

## Rückfragen & Kontakt

Robert Lacher, MBA

Head of Digital Services bei LDD Communication GmbH

E-Mail: robert.lacher@ldd.at

Tel.: +43 699 150 365 30

---



Robert Lacher, LDD



Sonja Marchhart, WKO

## Über LDD Communication GmbH – ldd.at

LDD Communication zählt mit 37 Jahren Erfahrung, 30 Mitarbeitenden und drei Standorten in Gmunden, Salzburg und Wien zu den führenden Multichannel-Dialog-Agenturen Österreichs. Der Dialogmarketing-Spezialist entwickelt strategisch durchdachte Kommunikationslösungen, die kreative Ideen mit messbarer Performance verbinden. Nationale und internationale Unternehmen aller Branchen profitieren von integrierten Kampagnen entlang der gesamten Customer Journey.

## Über WKO Bundessparte Handel – wko.at

Die Bundessparte Handel der Wirtschaftskammer Österreich vertritt mit ihren 20 Fachverbänden die Interessen von rund 77.000 Mitgliedsunternehmen. Im österreichischen Handel sind rund 550.000 Personen beschäftigt, er ist somit der zweitgrößte Arbeitgeber innerhalb der marktorientierten Wirtschaft und aller unselbständig Beschäftigten sind damit im Handel tätig.

### Fotocredits

- Foto Sonja Marchhart, Referatsleiterin für Bildungs- und Sozialpolitik WKO Bundessparte Handel: WKO Bundessparte Handel
- Foto Robert Lacher: LDD Communication GmbH
- Artworks: LDD Communication GmbH



Landingpage



Broschüre



YouTube



TikTok