

Thema: Blitzblank

Autor: k.A.

BLITZBLANK

BLITZBLANK wirbt mit klaren Botschaften

Die aktuellen Sujets der Werbekampagne 2022 „Gemeinsam für Nachhaltigkeit“ des Reinigungs-Dienstleisters BLITZBLANK sind provokant und ungewöhnlich und sollen zum Nachdenken anregen.

BLITZBLANK und die Eigentümerfamilie rund um Mario Reichel (CEO) leben den Umweltschutz- und Nachhaltigkeitsgedanken schon seit Langem und sind von der Sinnhaftigkeit der Umstellung auf ein nachhaltiges Wirtschaften überzeugt: „Unsere jetzige Zeit ist von der Covid-19-Pandemie und vom Krieg in der Ukraine geprägt, und diese Themen stehen naturgemäß im Vordergrund. Gerade deshalb dürfen wir die gesellschaftlich immanent wichtigen Themen, wie unsere Klimakrise und sozialpolitische Agenden, nicht vergessen. Wir empfinden es als notwendig, hier ein Zeichen zu setzen und wichtige Schwerpunkte wieder in den Vordergrund zu rücken. Diese sind für uns Nachhaltigkeit und sozialverantwortungsbewusstes Handeln. Wir wollen niemanden mit fiktiven Eindrücken schocken, sondern Themen aufgreifen, die uns alle betreffen. Wir sind der Meinung, dass man mit schönen Bildern und netten Worten der Dramatik der Situation nicht gerecht wird. Es geht um unser aller Zukunft, und wir stehen vor sehr großen Herausforderungen, wenn wir die Wende zu einem nachhaltigen Wirtschaften spät, aber doch noch schaffen wollen.“

BLITZBLANK lebt Nachhaltigkeit

Das ist natürlich ein ganz wichtiger Aspekt, sonst landet man schnell beim berühmten „Greenwashing“. Von der Ge-



V.l.n.r.: Ines Pelz (PMedia), Mario Reichel (CEO BLITZBLANK), Aline Basel (CMO BLITZBLANK) mit Sujets der Werbekampagne 2022 „Gemeinsam für Nachhaltigkeit“

schaftsleitung bis zur Reinigungskraft lebt das Unternehmen den Anspruch nach Umwelt- und Ressourcenschonung in allen Bereichen. „Wir versuchen, soviel wie möglich Plastik- und Kunststoffprodukte einzusparen, forcieren unsere E-Mobilität, sind CO₂-neutral gemäß Scope 1,2 und 3 und kaufen 100% Öko-Strom. Es gibt für alle Unternehmen eine Unzahl von kleinen nachhaltigen Puzzle-Teilen. Je mehr man von ihnen zusammensetzt, desto besser ist es für das große Umweltschutzziel!“, so Reichel weiter. Konzipiert und umgesetzt wurde die Kampagne gemeinsam mit Aline Basel

(BASEL Consulting und CMO BLITZBLANK). „Es ist großartig, mit Kunden zu arbeiten, wo sich die Eigentümer und das Management gemeinsam mit den MitarbeiterInnen dieser wichtigen Themen annehmen und sich proaktiv dafür einsetzen. Die Ziele der UN für nachhaltige Entwicklung (SDGs) als zentrales Thema in der Unternehmensstrategie zu integrieren, zeigt einmal mehr, welche Vorreiterrolle BLITZBLANK in der Reinigungsbranche einnimmt“, so Basel. BLITZBLANK geht jedenfalls schon heute als nachhaltiger Partner und verantwortungsbewusst in die Zukunft.

Stefan Diesner

1-2/2022

WERBUNG

extradienst S 161