



Reinigung 2023 anders gedacht!

v.l.n.r. Viktoria Balint, Slavica Popović, Michaela Sipkova, Aline Basel CMO, Mario Reichel GF, Daniel Marković, Željko Marković und Valeria Deak

BLITZBLANK punktet 2023 durch CO2 Neutralität und Mitarbeiterbindung in Werbekampagne

Wenn das Jahr 2023 bisher durch 2 Schlagworte geprägt war, dann waren diese „Nachhaltigkeit“ und „Personalengpass“. Das seit 87 Jahren in Familienhand bestehende Reinigungsunternehmen BLITZBLANK macht nun vor, wie sich beide Herausforderungen bravourös meistern lassen.

Bereits lange bevor die Umweltkrise in aller Munde war, hatte sich Geschäftsführer und Mitglied der Eigentümerfamilie Mario Reichel der Nachhaltigkeit verschrieben. Die ersten großen Maßnahmen waren die Umstellung auf ökologische Reinigungsmittel und die weitgehende Vermeidung von Plastik. In weiterer Folge wurden die SDGs (Anm. d. Red.: die Ziele für Nachhaltige Entwicklung) als Leitbilder implementiert, auf Ökostrom in der Firmenzentrale umgestellt, alle Scope Zertifikate erreicht (Anm. d. Red: Emissionszertifikate) und der Fuhrpark sukzessive durch Elektro- und Hybridfahrzeuge erneuert. Viele weitere Schritte tragen zu einem ökologischen Großen-Ganzen bei. „Reinigung ist eine Arbeit, wo MitarbeiterInnen unser höchstes Gut sind. Das Ansehen der Reinigung muss gehoben

werden. Spätestens seit unseren pandemischen Erfahrungen muss es eine gesellschaftliche Ehrerweisung für Sauberkeit und Hygiene geben. Wir erweisen unseren MitarbeiterInnen auch dadurch den Respekt, dass sie sich wohl fühlen dürfen bei der Arbeit“, führt Reichel weiter aus. Kein Wunder also, dass bei den MitarbeiterInnen-Uniformen dieses Gedanken gut weitergelebt wird, sind doch pro Jahr in einem Unternehmen mit 1200 Mitarbeitern ca. 3.000 Uniformen notwendig. Auch bei den Uniformen wird auf Fair Trade und Qualität Wert gelegt. Unter der Leitung vom Modeexperten Wolfgang Reichl wurde als Dankeschön für die Mitarbeiter eine eigene Kollektion entworfen. „Eine Uniform ist der „Signature Look“ eines Unternehmens und mit dem Anlegen der Uniform bekennen sich die MitarbeiterInnen zu ihrem

Arbeitgeber! Wenn man in den Tag startet und gut angezogen sein darf, geht man motiviert und stolz seiner Arbeit nach“ so Mario Reichel, GF BLITZBLANK. Dass es den Reinigungskräften Spaß macht, beweist die neue Werbekampagne 2023 des Reinigungsdienstleisters. Mit echten MitarbeiterInnen wurden freche und lebensechte Sujets in tragbarem Streetstyle kreiert. Teile der Uniformen durften durch private Kleidungsstücke ergänzt und in Szene gesetzt werden.

Michaela Sipkova, Vorarbeiterin, ist begeistert: „Wir haben bei BLITZBLANK die Möglichkeit, dass wir uns professionell und trotzdem modern und cool zeigen dürfen. Ich bin 25 und natürlich ist es mir wichtig, wie ich aussehe! Bei uns geht beides, gute Arbeit und gutes Gefühl!“ Daniel Marković ist mit 25 bereits Objektleiter und bestätigt: „Mir gefällt die Werbung sehr gut, weil sie einfach real ist. Meine Kollegen und ich, wie wir wirklich sind!“ Aline Basel, CMO BLITZBLANK sagt stolz zur neuen Werbelinie: „Unsere Werbesujets sind eine Ovation an unsere MitarbeiterInnen, den wir mit einem



Daniel Marković, Objektleiter

klaren Personalauftrag verbunden haben. Wer will nicht gerne für einen trendigen, sozial engagierten, nachhaltigen Arbeitgeber arbeiten!“ Mario Reichel erklärt den Leitsatz der Werbelinie klar: „Wir sind ein ständig wachsendes Unternehmen und so ist es naheliegend, dass es bei uns immer Jobs, Karrierechancen und tolle Entwicklungsmöglichkeiten gibt. Daher ist auch das Motto unserer neuen Werbekampagne selbst-erklärend. Wir sind alles Menschen und suchen Menschen, die gerne bei uns arbeiten wollen. Einfach: DU, ICH, BLITZBLANK!“