

P R E S S E – N E W S

Jobchallenge Allgäu – erfolgreiches Fachkräftemarketing 30 Jobs in 180 Tagen – Jobhopperin beeindruckt Fachleute und gewinnt Fachkräfte fürs Allgäu

Kempten (AG, 8. Juni 2018) – Deutschlands innovativste Fachkräfte-Kampagne ist erfolgreich beendet – zumindest für Annabelle Klage, Jobhopperin der Jobchallenge Allgäu. Sie testete 30 Jobs in 180 Tagen und beschrieb ihre Erfahrungen im Blog. Rund 21 Millionen Mal wurden ihre Beiträge ausgespielt, in denen sie den Job und das Umfeld genauso beschreibt wie den Arbeitgeber und das Allgäu. Mit Erfolg, denn Dreiviertel der beschriebenen Arbeitgeber erhielten prompt Bewerbungen und Anfragen. Für die Unternehmen ist der Nutzen weiterhin sehr hoch: Die Inhalte der Kampagne sowie der dazugehörige Film stehen auch künftig für Fachkräftemarketing und Employer-Branding zur Verfügung. „Mit der Jobchallenge Allgäu ist es uns gelungen, das Allgäu als attraktiven Arbeitsraum darzustellen und neue Fachkräfte zu inspirieren. Das zeigt nicht nur die Verdoppelung der Zugriffszahlen auf www.standort.allgaeu.de, sondern auch die Kontaktanfragen und Bewerbungen bei den 30 beteiligten Allgäuer Unternehmen. Sie bestärken uns, eine Onlinekampagne zur Fachkräftegewinnung in 2019 fortzuführen“, freut sich Klaus Fischer, Geschäftsführer der Allgäu GmbH.

Allgäu – der führende Standort für Leben, Arbeiten und Urlauben

Das Allgäu hin zu einer führenden Region für Leben, Arbeiten und Urlaub zu entwickeln, ist der Allgäu GmbH mit dieser Kampagne gelungen. Davon zeugen zahlreiche Berichte im Radio, Fernsehen und Presse mit einer Reichweite von über zehn Millionen.

Mit der Jobchallenge Allgäu wurde das ganze Arbeitsplatz-Spektrum im Allgäu in Szene gesetzt. Die Erlebnisberichte von Jobhopperin Annabelle Klage machen das Allgäu als jungen, dynamischen und vor allem authentischen Arbeits- und Lebensraum erlebbar. Insbesondere der einmalige Mix aus beruflichem und privatem Abenteuer zeigt was das Allgäu ausmacht. Die Blogartikel wurden über 26 Wochen in Sozialen und Online- Medien verbreitet. Dazu zählten Facebook, Google, Outbrain, Plista, Instagram und Berichte auf Portalen wie Xing. „Das Allgäu hat einen völlig neuen Weg zur Fachkräftegewinnung eingeschlagen. Wir haben Fach- und Führungskräfte deutschlandweit, aber vor allem aus Bayern, Baden-Württemberg und Nordrhein-Westfalen gezielt erreicht, insbesondere im Alter von 25 bis 45 Jahren“, berichtet Stefan Egenter, Marketingleiter der Allgäu GmbH. „Annabelle Klage hat aus ihrer Perspektive getestet und so die richtige Ansprache gefunden. Zusammen inspirierten und motivierten wir Firmen neue Wege in der Fachkräftegewinnung zu gehen“. Diese innovative Fachkräftekampagne erhielt unlängst den Tirolissimo – Tiroler Landespreis für Werbung in der Kategorie Onlinemarketing und Social Media. Nun ist die Kampagne gleich dreifach nominiert für den Deutschen Preis Onlinekommunikation mit Verleihung am 14. Juni. Entwickelt wurde die Jobchallenge von der Allgäu GmbH, die Agentur Speed u Up aus Österreich unterstützte die Umsetzung.

Employer Branding auf Allgäuerisch: neue Chancen für Arbeitgeber

In 60 Sekunden komprimiert die Jobchallenge verfolgen: Ein Video, welches die Allgäu GmbH von einem jungen Team, graupause aus Dietmannsried, hat erstellen lassen, zeigt die besten Szenen und wird auch nach Kampagnenende für Fachkräftemarketing eingesetzt. Für das Gesicht der Kampagne, die 26jährige Annabelle Klage, geht ein erfahrungsreiches halbes Jahr zu Ende. Ihre persönlichen Erfahrungen, festgehalten in 30 kurzweiligen Blogbeiträgen mit Text, Bild und Video, inspirieren Fachkräfte aller Berufsgruppen für das Allgäu als dynamischen Lebens- und Arbeitsraum. Auch Arbeitgeber werden aus einer neuen Perspektive beleuchtet. „Annabelle war die Traumbesetzung. Offen, dynamisch und super sympathisch. Den Inhalt verwenden wir

weiter, er dient der Sichtbarkeit von Arbeitgebern und wie in unserem Fall dem Bäckerhandwerk“, lobt Erwin Weber, Bäckerei Weber aus Frauenzell die Jobhopperin. „Tolle Idee, die neue Arbeitskräfte durch die modernen Kanäle anspricht. Authentische Darstellung des Berufes und des Betriebes“, meint Helge Stöcker, Personalleiter von Scaltel. Für die Unternehmen hat sich die Sichtbarkeit im deutschsprachigen Arbeitsmarkt erhöht. Die im Blog geschaffenen Inhalte werden für eigenes Content Marketing über diverse Online Kanäle weiterhin genutzt. Wie die Umfrage unter den Firmen ergab, werden sie künftig diese neuen Ansätze der Mitarbeitergewinnung nutzen.

Annabelles persönliches Fazit der 30 Jobs

Bei ihren Jobs in der Altenpflege, in den Allgäuer Werkstätten oder in der Bäckerei habe sie beim Arbeiten nicht auf die Uhr geschaut. Unter anderem weil sie mit ihren Händen arbeiten durfte. Ihr Job als Skilehrerin war dann wirklich eine Herausforderung: „Mein Körper hat ganz schön lange gebraucht, um sich an den Allgäuer Winter zu akklimatisieren“, meinte Annabelle. Ihr persönlich größter Gewinn der Jobchallenge sei die Sensibilisierung für Geschichten, die hinter jedem Menschen und jedem Gegenstand stehen.

Teilnehmende Unternehmen: ACM Aircraft Cabin Modification, AllgäuNetz, Allgäu Event, Allgäu Pflege, Allgäuer Überlandwerke, Allgäuer Werkstätten GmbH, Bäckerei Weber, Confiserie Heilemann, elobau, Engelbräu, OK Bergbahnen, Flughafen Memmingen, GROB, Hubertus Alpin Lode & Spa, Krumbach Mineralbrunnen, Ludwigs Festspielhaus, Max Müller Spedition, Max Wild GmbH, MAHA Haldenwang, Outdooractive, Panoramahotel Oberjoch, Paragliding academy, Säbu Holzbau, Scaltel AG, Schmid GmbH, Ski- & Snowboardschule Frey Haslach, Sonnen GmbH, VHS Kaufbeuren, Werbewind, Wilhelm Geiger Hoch-Tiefbau.

Jobchallenge Allgäu in Zahlen

- Über 21 Millionen Impressionen wurden generiert
- <https://standort.allgaeu.de> Steigerung der Seitenaufrufe um 118 Prozent
- Im Durchschnitt hielten sich User, die über Suchmaschinen oder die URL direkt auf die Website-Blogartikel kamen, dort fünf Minuten 23 Sekunden lang auf
- User stammen vor allem aus Nordrhein-Westfalen, Bayern und Baden-Württemberg
- Der Großteil der Leser war zwischen 25 und 45 Jahre alt
- 70 Prozent der beteiligten Unternehmen erhielten Bewerbungen und Anfragen
- 85 Prozent der Betriebe werden voraussichtlich ihr Recruiting anpassen, ändern und neue Kanäle nutzen
- 85 Prozent der Betriebe werden das entstandene Bewegtbild für die eigene Arbeit verwenden
- Knapp 100 kreative und innovative Bewerbungen erreichten die Initiatoren auf die Stellenausschreibung der Jobhopper/Jobhopperin

Weitere Informationen zur Kampagne und alle Blog-Beiträge finden sich unter www.jobchallenge.allgaeu.de.

Presseinformation

Simone Zehnpfennig
Allgäu GmbH
Allgäuer Straße 1, D-87435 Kempten
Tel. 0831/575 3737, Fax 0831/5753733
zehnpfennig@allgaeu.de; www.allgaeu.de

Klaus Fischer
Geschäftsführer
Tel. 0831/575 37 13
fischer@allgaeu.de