

P R E S S E – N E W S

Die Jobchallenge räumt ab: Deutscher Preis für Online-Kommunikation geht ins Allgäu

Expertenjury der Onlinekommunikation prämiieren Allgäuer Fachkräftekampagne

Berlin/Kempten (AG, 15. Juni) – Große Bühne in Berlin für die Allgäu GmbH: Der Deutsche Preis für Online-Kommunikation in der Kategorie Employer Branding und Recruiting geht an die Jobchallenge Allgäu. Damit setzte sich diese einmalige Fachkräftekampagne gegen Branchengrößen wie Bayer Business und Services (Bayer Leverkusen), ÖBB Holding und die Agentur Fischer Appelt durch. Sabine Ritter, Jobhopperin Annabelle Klage, Stefan Egenter und Katrin Menig, unterstützt von Eva Maria Hänel von der Agentur Speed U Up, überzeugten im achtminütigen Pitch die achtköpfige Expertenjury. „Wir sind unglaublich stolz den Deutschen Preis für Onlinekommunikation erhalten zu haben“ freut sich Stefan Egenter, Marketingleiter der Allgäu GmbH. „Dieser Preis zeichnet innovative und wirksame Leistungen aus dem Bereich der digitalen Kommunikation aus. Mit 31 Millionen Impressions haben wir unsere Zielgruppe erreicht: Fachkräfte, die wir fürs Allgäu begeistern konnten. Zudem haben wir uns gegen große Institutionen behaupten können“. Mit der Jobchallenge Allgäu - 30 Jobs in 180 Tagen zeichnet das Allgäu ein neues, dynamisches und junges Bild vom Allgäu.

31 Millionen Reichweite, diverse Auszeichnungen

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 und erhielten 31 Millionen Impressions. 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 hat die Kampagne den renommierten Deutschen Preis Onlinekommunikation in der Kategorie Employer Branding und Recruiting gewonnen. Entwickelt wurde die Jobchallenge von der Allgäu GmbH, die Agentur Speed U Up aus Österreich unterstützte die Umsetzung.

Authentische Darstellung der Berufe und Betriebe

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 26-jährige 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. „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 Kontakthanfragen 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.

Foto:

Sabine Ritter (Allgäu GmbH), Annabelle Klage (Jobhopperin), Stefan Egenter (Marketingleiter Allgäu GmbH), Katrin Menig (Allgäu GmbH)

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 (Sprecher)
Tel. 0831 / 575 37 13
fischer@allgaeu.de