



HAMBURG | BERLIN | KÖLN | MÜNCHEN | STUTTGART | FRANKFURT | WIEN

## Pressemeldung

### Hirschen gehen in die Fortsetzung der „Dein Talent im Einsatz“-Ausbildungskampagne **Radikale Relevanz bei der Zielgruppe: Nachwuchswerbung für den Zoll**

*Stuttgart, 05. August 2019.* Behördenkommunikation kann nicht nur sehr vielfältig, sondern vor allem digital sein. Das haben die Stuttgarter Hirschen schon im vergangenen Jahr mit dem Auftakt der Ausbildungskampagne „Dein Talent im Einsatz“ für die Generalzolldirektion bewiesen. Die Nachwuchskampagne erzielte seit dem Start eine 20-prozentige Steigerung der Bewerberzahlen. Der radikale Fokus auf eine zielgruppengerechte Tonalität hat sich damit bewährt. Nun holen sie zum nächsten Aufschlag für den Zoll aus.

#### **Das Credo der neuen Kampagne: Aufklärung!**

Während die Talent-im-Einsatz-Kampagne 2018 sich auf das generelle Profil des Zolls fokussierte, bieten die Stuttgarter Hirschen nun umfassende Einblicke in die diversen Berufsfelder als auch in den Berufsalltag des Arbeitgebers im öffentlichen Dienst. Auch hier verfolgen sie stringente Ziele: Sichtbarkeit des Zolls, Transparenz in der Darstellung des Arbeitgebers und somit eine fortlaufende Ansprache möglichst qualifizierter Bewerber sowie Steigerung der Bewerberanzahl. „Die Kooperation mit der Marktforschung hat gezeigt, dass ein tiefes Verständnis der Zielgruppe und deren Erwartungen eine wichtige Komponente in der Planung, Konzeption und Umsetzung der Kampagne darstellt“, so Henrik Bunzendahl, Geschäftsführer Zum goldenen Hirschen Stuttgart. Getreu dem Motto ‚radikal relevant‘ konzentrieren sich die Hirschen seither auf Empathie, reale Erkenntnisse und tiefe, aber vor allem transparente Einblicke in den Arbeitsalltag.

Seit Anfang 2018 unterstützt Zum goldenen Hirschen Stuttgart die Generalzolldirektion bei der Nachwuchsgewinnung. Den Etat sicherte sich das Stuttgarter Team im Herbst 2017 und ist für die strategische Beratung, kreative Konzeption und Umsetzung sowie die Produktions- und Mediasteuerung verantwortlich. Das Projekt wurde im vergangenen Jahr mit dem Politikaward 2018 in der Kategorie Gesellschaftliche Kampagne ausgezeichnet.

#### **Die Zielgruppe ist digital.**

Basis für die Fortsetzung der „Dein-Talent-im-Einsatz“-Ausbildungskampagne bietet die Evaluation der erfolgreichen 2018er Kampagne in Zusammenarbeit mit Jugendlichen und der Generalzolldirektion. Intensive Fokusgruppen und vielschichtige Co-Creation-Workshops mit Jugendlichen wie auch mit dem Kunden begründeten die Intention der Folgekampagne: Die transparente Vorstellung von potentiellen Arbeitgebern und Arbeitsbereichen ist essenziell, um die Generation Z von sich zu überzeugen und junge Schulabgänger bei Rat- und Planlosigkeit in der Berufswahl zu unterstützen.

Die junge Zielgruppe wird mit einem Media-Mix bedient. Im Zentrum stehen dabei dynamische Contentformate für digitale Kanäle. „Unser Hauptaugenmerk liegt auf digitalen Werbemitteln, mit denen wir einen realistischen Blick hinter die Kulissen geben. Fakten rund um die Arbeit des Zolls werden auf Instagram und Snapchat in Formaten wie ‚Zoll in Zahlen‘ oder ‚Zoll snapt zu‘ ausgespielt. Und die



HAMBURG | BERLIN | KÖLN | MÜNCHEN | STUTTGART | FRANKFURT | WIEN

spannende YouTube-Serie ‚Zoll im Einsatz‘ beleuchtet in vier Folgen verschiedenste Bereiche“, so Moritz Kaufmann, Berater Zum goldenen Hirschen Stuttgart.

Auch der bekannte Influencer Tomatolix, Preisträger der Goldenen Kamera 2018 in der Kategorie Best of Review & Information, blickt mit zwei Episoden für seine Follower und Fans hinter die Zoll-Kulissen. Die aktuellen Spots werden somit primär über diverse Social-Media-Kanäle gestreut. Wieder mit dabei sind die Protagonisten der letzten Kampagne. Allerdings zeigen sie jetzt mit mehr Action, welche Aspekte ebenfalls zur Arbeit des Zolls gehören. „Wie gewohnt mischt Regisseur Hagen Decker den actionreichen Spots die nötige Prise Humor hinzu“, sagt Kaufmann.

Klassische Formate wie Print-Advertorials, Großflächen und Ambient Medien runden die Kommunikation ebenso in diesem Jahr ab. Mit der stringenten Omnipräsenz soll nicht nur die junge Zielgruppe, sondern auch deren Eltern (vorrangig auf Facebook) erreicht werden, die eine besondere Vermittlerrolle bei der Berufswahl Heranwachsender darstellen.

Für die diesjährige Kampagne ist die Website [www.talent-im-einsatz.de](http://www.talent-im-einsatz.de) erneut die Anlaufstelle im Netz, um alle Informationen über den Zoll und die individuellen Berufswege zu erhalten. Außerdem können Interessierte mithilfe eines Online-Tests (Talentscanner) ihre Eignung prüfen. Dieses Angebot soll sie motivieren, sich zu bewerben.

Die Kampagne läuft bundesweit im Bewerbungszeitraum vom 05. August bis 30. September 2019 und wird über folgende Kanäle und Maßnahmen gespielt: Instagram, Snapchat, Facebook, OoH-Großflächen, Print-Anzeigen, Schulmarketing (Poster und Postkarten), Influencer (@tomatolix, @jstn, @janaxnell).

### **Zum goldenen Hirschen Stuttgart**

Geschäftsführung: Henrik Bunzendahl, Wolfgang Voggel

Beratung: Moritz Kaufmann, Marie Stamm

Strategie: Pascal Benz

Projektmanagement: Nils Hekeler, Sarah Schwarz

Art: Peter Ardmarr, Janina Grimm, Bastian Lenz, Nico Pflughar, Stefan Stahlbaum

Text: Alan Alda, José A. Diego, Benjamin Huber

### **Generalzolldirektion in Bonn**

Dietmar Zwengel, Leiter Kommunikation

Walid Mimoun

Silke Borning

Birgit Engelhardt

### **Filmproduktion PreRolls: Punch It**

Ayla Gottschlich, Executive Producer

Aysel Yilmaz, Producer

Hagen Decker, Regie

Phillip Kirsamer, DOP



HAMBURG | BERLIN | KÖLN | MÜNCHEN | STUTTGART | FRANKFURT | WIEN

### **Filmproduktion Dokuformat: HAWKINS & CROSS**

Bruno Fritzsche, Producer

### **Point Blank Research & Consultancy**

Dr. Gerhard Keim

Nanette Schwenk

Fridtjof Nicklas

**Zum goldenen Hirschen** gehört laut Umfragen des Handelsblatts unter Marketingentscheidern zu den drei besten und kreativsten Kommunikationsagenturen Deutschlands und belegt den 7. Platz im Ranking unabhängiger Agenturen. Seit ihrer Gründung 1995 sorgt die Agentur mit spektakulären und wirksamen Kampagnen und Kommunikationslösungen für Aufsehen. Integrierte Teams aus Strategie-, Werbe-, PR-, Content-, Event-, Social-Media- und Digital-Experten decken das gesamte Feld der Kommunikation ab und entwickeln zielgenaue kreative Lösungen von hoher Relevanz und Wirksamkeit. Das Spektrum der über 60 Kunden reicht von Konsumgüterherstellern wie Ferrero (u. a. nutella, Kinder-Überraschung, duplo) und Pernod Ricard (alle Marken) über Finanzdienstleister wie die Hamburger Sparkasse, Versicherungsunternehmen wie die AOK Baden-Württemberg, die Provinzial Rheinland oder Hanse Merkur, große Handelsketten wie MediaMarkt, OBI und C&A, Tourismuskunden wie Südtirol Marketing und Premier Inn Hotels bis hin zu institutionellen Kunden wie das Presse- und Informationsamt der Bundesregierung und Bundesministerium für Wirtschaft und Energie.

### **Weitere Informationen**

Zum goldenen Hirschen

Sonja Schaub

Unternehmenskommunikation

An der Alster 85

20099 Hamburg

t +49 (0)40-284 55 – 107

m +49 (0)170-7636 595

[schaub@hirschen.de](mailto:schaub@hirschen.de)



HAMBURG | BERLIN | KÖLN | MÜNCHEN | STUTTGART | FRANKFURT | WIEN