



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

Etatmeldung

Zum goldenen Hirschen verteidigt Zoll-Etat

Stuttgart, 11.01.21. Zum goldenen Hirschen gelang es zum wiederholten Male, den Zoll von einer Zusammenarbeit zu überzeugen. Aufbauend auf den Ergebnissen der laufenden Nachwuchswerbungskampagne wird diese von den Hirschen fortgeführt. Das Mandat wird darüber hinaus um die Imagekommunikation erweitert.

Im Rahmen einer zweistufigen, öffentlichen Ausschreibung setzten sich die Hirschen erneut durch. Die Agentur sichert sich damit das Mandat für die nächsten Jahre. Bereits seit 3 Jahren sorgen die Hirschen mit ihrer Kommunikation für „Zoll-Nachwuchs“. Die Evaluation der bisherigen Kommunikation bestätigt: durch die zielgerichtete Nachwuchsansprache werden nicht nur Bewerbende angesprochen. Besonders Nachwuchswerbung und Employer Branding im Allgemeinen haben einen großen Einfluss auf das Gesamtimage des Zolls als Marke. Als Gegenstand der Ausschreibung folgt als Konsequenz die Einführung einer Imagekommunikation.

Das Themenspektrum der Kampagnenaktivitäten erweitert sich dabei um aktuelle gesellschaftliche Aspekte. „In den nächsten Jahren werden uns die Themen sicher nicht ausgehen, wenn man nur an Dauerbrenner wie Digitalisierung, Brexit und Globalisierung denkt. Dass der Zoll für uns als Gesellschaft essentiell ist und dafür neue Talente braucht, wird sehr spannend für uns. Und genau dafür gilt es, eine Positionierung und eine ganzheitliche Kommunikationsarchitektur für den Zoll zu erschaffen,“ betont Henrik Bunzendahl, Geschäftsführer bei Zum goldenen Hirschen Stuttgart.

„Viele Menschen wissen gar nicht, wie wichtig der Zoll für uns in Deutschland, aber auch in Europa ist. Um so wichtiger ist es, den Zoll als ganzheitliche Marke zu verstehen und bei den Nachwuchsansprachen das komplette Image zu bedenken,“ ergänzt Moritz Kaufmann, Berater bei ZGH.

Bereits bei den vorangegangenen Nachwuchswerbungskampagnen des Zolls wurde das Ziel verfolgt, die Wahrnehmung in der Zielgruppe zu schärfen und die Zahl der Bewerbungen quantitativ und qualitativ zu steigern. Dazu gehörte neben der Positionierung des Zolls als attraktiver Arbeitgeber insbesondere die Verdeutlichung von Tätigkeitsbereichen.

Die durch den Politikaward 2019 und Effie 2020 ausgezeichnete Kampagne überzeugte durch einen effizienten und vielseitigen Mediamix. Die Messungen zeigen eine Steigerung der Bewerbungseingänge, zuletzt lag diese sogar bei über 8%.



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

Linkliste:

Webseite: www.zoll-karriere.de

Youtube Zoll.Karriere: <https://www.youtube.com/channel/UC4R18ImVODCZjp5tqpN3vhQ>

Instagram Zoll.Karriere: <https://www.instagram.com/zoll.karriere/>

Facebook Zoll.Karriere: <https://www.facebook.com/Zoll.Karriere>

Zum goldenen Hirschen ist die siebtgrößte inhabergeführte Agentur Deutschlands mit rund 340 Mitarbeiter*innen sowie über 80 Kunden an 7 Standorten. Seit der Gründung in 1995 sorgt die Agentur mit spektakulären und wirksamen Kampagnen für Aufsehen. Integrierte Teams aus Content-, Performance-, Social-, Strategie-, Werbe- und Digital-Experten decken das gesamte Feld der Kommunikation ab und entwickeln zielgenaue, kreative und bisweilen disruptive Lösungen von hoher Relevanz und Wirksamkeit.

Weitere Informationen

Zum goldenen Hirschen

Anne Oloff

Senior Corporate Communications Manager

m: [0171-8129102](tel:0171-8129102)

e: oloff@hirschen.de

Credits:

Generalzollidirektion

Dietmar Zwengel (Leiter Kommunikation)

Walid Mimoun (Stabsbereich Kommunikation)

Zum goldenen Hirschen Stuttgart

Henrik Bunzendahl (Geschäftsführung)

Moritz Kaufmann (Beratung)

Corinna Kugler (Beratung)

Marie Stamm (Beratung)

Pascal Benz (Strategie)

Burcu Dag (Social Media Management)

Benjamin Huber (Kreation Text)

Xenia Lang (Kreation Text)

Janina Grimm (Kreation Art)

Bastian Lenz (Kreation Art)

Michaela Lutz (Kreation Art)

Nico Pflighar (Kreation Art)