



Zum goldenen Hirschen wieder für den Zoll im Einsatz

Mit einer bundesweit an den Start gegangenen Sympathie- und Aufklärungskampagne “Für uns im Einsatz” lenkt Zum goldenen Hirschen die Aufmerksamkeit erstmals auf den Zoll an sich. Im Vordergrund der Kampagne stehen die diversen Handlungsfelder des Zolls, die Menschen dahinter und der Einfluss ihres Einsatzes auf unser Gemeinwesen.

Vier Jahre Nachwuchs- und Recruitingkampagnen der Stuttgarter Hirschen haben das Bild des Zolls nachhaltig und vor allem in der jüngeren Zielgruppe beeinflusst. Um nun auch das Markenverständnis des Zolls über alle Altersgruppen hinweg noch stärker zu zeichnen und zu kommunizieren, wurde der Kreativagentur das Image-Mandat im vergangenen Frühjahr erteilt. Das Ergebnis der neuen Kampagne zeigt die vielseitigen Einsatzbereiche und Aufgaben des Zolls, die weit über „Geldeintreiben und Routinekontrollen“ hinausreichen.

Ziel ist es, den Zoll in seiner Funktion für Deutschland, aber auch für Europa zu verdeutlichen und so die Akzeptanz auszubauen. “Wir durften den Zoll als Auftraggeber jetzt schon mehrere Jahre begleiten und haben einfach tolle Geschichten erlebt, was der Zoll alles für uns Bürgerinnen und Bürger tut. Dieser Arbeit, die auch oft im Hintergrund passiert, wollen wir mit der Kampagne eine Bühne geben.”, so Henrik Bunzendahl, Geschäftsführer bei Zum goldenen Hirschen Stuttgart.

In den Vordergrund dieser Kampagne treten die Menschen und deren vielfältige Einsatzgebiete: angefangen vom Schutz der Gesundheit, über die Finanzkontrolle Schwarzarbeit bis hin zur Verhinderung von Marken- und Produktpiraterie.

“Die Erweiterung der Kampagne soll die Relevanz des Zolls stärker herausarbeiten. Schon im letzten Jahr haben wir zum Beispiel angefangen über Formate wie den Podcast “Was Zoll Das?” unsere Aufgaben breiter zu kommunizieren. Diesen Weg werden wir auch in Zukunft weiter gehen.” so Dietmar Zwengel, Leiter Kommunikation beim Zoll

Auf den sieben Kampagnenmotiven werden Kernaufgaben des Zolls aufgegriffen und deren konkreter Nutzen für die Gesellschaft herausgestellt. Auf OoH, DOoH und Onlinebannern werden die Ergebnisse im Rahmen einer nationalen Kampagne ab Mitte Februar zu sehen sein. Weitere Maßnahmen folgen.

Credits ZgH Stuttgart
Henrik Bunzendahl, Geschäftsführung
Wolfgang Voggel, Geschäftsführung
Moritz Kaufmann, Beratung



Jenna Shalabi, Beratung
Roland Welker, Creative Direktion Art
Benjamin Huber, Creative Direktion Text
Louise Mahlich, Text
Janina Grimm, Art Direktion
Nico Pfleghaar, Art Direktion
Bastian Lenz, Reinzeichnung

Credits Produktion
STINK Films
Heiko Richard, Fotograf

Generalzolldirektion
Dietmar Zwengel, Leiter Kommunikation
Walid Mimoun, Stabsbereich Kommunikation

Zum goldenen Hirschen wurde 1995 gegründet und ist eine der größten inhabergeführten Agenturen Deutschlands mit rund 350 Mitarbeitenden an sechs Standorten in Berlin, Hamburg, Köln, München, Stuttgart und Wien. Integrierte Teams aus Strategie-, Werbe-, PR- und Digital-Expert:innen decken das gesamte Feld der Kommunikation ab und entwickeln zielgenaue, kreative und bisweilen andersartige Lösungen von hoher Relevanz und Wirksamkeit. Durch unsere dezentrale Struktur in Form von sechs Standorten mit unterschiedlichen und sich ergänzenden Kompetenzschwerpunkten betreuen wir als Agenturmarke eine Fülle an Unternehmen, Verbänden und Institutionen aus unterschiedlichsten Bereichen.

Weitere Informationen

Zum goldenen Hirschen
Anne Oloff
Senior Corporate Communications Manager
m: [0171-8129102](tel:0171-8129102)
e: oloff@hirschen.de