

KAMPAGNE DER WOCHE

Tausendfach fallen die Musiknoten vom Himmel

Im Frühjahr hatte das Migros-Kulturprozent für den Relaunch von Migros-Kulturprozent-Classics die Kreativagentur Euro RSCG Zürich als neue Agenturpartnerin ausserkoren. Aufgabe war es, eine neue strategische Ausrichtung des Anbieters hochstehender klassischer Konzerte vorzunehmen und in eine Kampagne umzusetzen.

Unter dem Motto «Wir bringen Euch Klassik» entwickelte Euro RSCG Zürich eine integrierte Kampagne, die in TV, Kino, auf Plaka-

ten, in Inseraten und online zum Einsatz kommt. Die Kampagne nutzt ein einfaches Symbol für das Klassikgenre, Musiknoten, inszeniert es jedoch wie ein Naturschauspiel. Tausendfach fallen Noten vom Himmel, die Szene wird stimmig untermalt von der Musik Antonio Vivaldis.

Auftraggeber: Migros-Genossenschafts-Bund. Direktion Kultur und Soziales. Leitung Direktion: Hedy Graber. Leitung Kommunikation: Barbara Salm, Leitung Musik: Mischa Damevt. Kommunikation: Sabina Escana, Sonja Geissmann. Agentur: Euro RSCG Zürich, Gesamtverantwortung: Frank Bodin. Beratung: Walter Tagliaferri, Cornelia Dürst. Creative Direction: Axel Eckstein. Art Direction: Philipp Lengyel. Text: Wolfgang Bark. Grafik: Régine Cavicchioli. Art Buying: Anna Colby. Filmproduktion: Visual Park. Producer: Alex Biondi. Regie: Luzian Schlatter. Kamera/Fotografie: Pascal Walder. Musik: Antonio Vivaldi, Adrian Frutiger. Webdesign: Sushil Aertthott (Syracus). (per)

www.persoendlich.com



Musiknoten als Naturschauspiel inszeniert.

Arbeitgeberqualitäten im Web richtig kommunizieren

Employer Branding bezeichnet den Aufbau und die Führung der Arbeitgebermarke und definiert dabei die Schnittstellenfunktion zwischen Marketing/Kommunikation und Human Resources. Die Umsetzung der entsprechenden Strategien stellt für die Unternehmen eine grosse Herausforderung dar, insbesondere im Umfeld der sich rasch ändernden Online-Kanäle.

Trotz der aktuellen Krise ist der Bedarf an talentierten Mitarbeitern vorhanden und der «War for talents» dauert weiter an. Ein effizientes Employer Branding hilft dem Unternehmen, sich von Konkurrenten zu differenzieren. Der Employer Brand entspricht einer Dienstleistungsmarke, die eine Zusage für eine zukünftige Leistung macht: Er kommuniziert dem Bewerber, weshalb er bei der Unternehmung arbeiten sollte, wie sein zukünftiges Arbeitsumfeld aussehen wird und in welcher Form die Unternehmenskultur gelebt wird. Aus dem Marketing entlehnt wird hier der Begriff der Unique Employment Proposition (UEP).

Obwohl das strategische Konzept seit Jahren bekannt und die Wichtigkeit von Employer Branding erkannt ist, gleichen viele Anstrengungen eher einem internen Projekt, welches keine Wirkung bei der Zielgruppe erzielt. Noch immer ähneln sich die Kernwerte und folgen zu oft der Zauberformel «Wir sind die Besten und su-

chen die Besten». Mit einer oberflächlichen Positionierung kann jedoch keine kommunikative Differenzierung erreicht werden. Vielmehr bedarf es einer umfassenden Analyse aller Faktoren, welche die eigene Unternehmung und das Arbeitsumfeld ausmachen. Reine Schlagworte wie «internationales Umfeld» und «spannende Projekte» greifen zu kurz. Eine weitere Herausforderung besteht in der Kommunikation des

en Instrumente im Web 2.0 bieten hier Chancen. Typische Applikationen des Web 2.0 entstehen und leben durch Nutzung der User. Sie sind damit keine statischen Informationsseiten, sondern dynamische und kontinuierlich aktualisierte Aggregate von Informationen. Die Botschaften sind in dieser Form zwar kaum mehr kontrollierbar, dafür kann sich eine Kampagne so virale Effekte zunutze machen und dabei ein viel breiteres Zielpublikum erreichen.

Neue Mitarbeiter bloggen an ihrem neuen Arbeitsplatz oder der nächste Inhouse-Event wird via den Microblogging-Dienst Twitter beworben. Effizientes Personalmarketing und Recruiting bestehen damit aus Multi-Channel-Massnahmen und werden gleichzeitig viel dezentraler. Jeder dieser Kanäle kann an unterschiedlichen Punkten im Bewerbungsprozess eingesetzt werden, wie zum Beispiel in der sogenannten Assoziations-, Orientierungs- oder Matchingphase. Einzelne Unternehmen sind heute dazu übergegangen, einen Community Manager zu engagieren, welcher als Unternehmensvertreter bei sozialen Netzwerken und in Blogs fungiert und zugleich das Online-Fremdbild der Arbeitgebermarke positiv beeinflusst.



PATRICK MOLLET

«Effizientes Personalmarketing und Recruiting bestehen aus Multi-Channel-Massnahmen.»

Employer Brands. Hier gilt es zwischen der Nutzung von bestehenden Plattformen als Werbeträger und dem Aufbau von eigenen Kommunikationsinstrumenten zu unterscheiden. Die Erfahrung zeigt, dass Arbeitgeber im Umfeld der Zielgruppe kommunizieren und sich auf deren Augenhöhe begeben müssen. Gerade die neu-

Patrick Mollet, Gründer und Geschäftsführer, StudiMedia, Agentur für Hochschulmarketing und Employer Branding, Zug, www.studimedia.ch.

KATAPULT

So behalten Sie den Glauben an sich selbst

Kleine Ziele setzen
Wer zu viel will, den bestraft das Leben. Also: Renditeerwartung statt 25 noch 10%. Oder maximal 15%.

Rückschläge wegstecken
Auch die Verliererstrasse hat einmal ein Ende - wie jede Sackgasse!

Programmieren Sie sich selbst
Bei uns allen gibt es irgendetwas, was wir am besten können. Bestimmt. Suchen Sie weiter!

Bewerben Sie sich
als Trainer für 6-Jährige in der Fussballschule Ihrer Gemeinde. Da sind Sie eine Zeitlang der Grösste. (Und die Stelle bekommen Sie fast sicher).

Falls alles nichts nützt:
Kaufen Sie sich einen Hund. (Nicht zu gross!)

ANZEIGE

Alarmanlagen für IT-Infrastrukturen

Heute müssen IT-Infrastrukturen genau so geschützt werden wie Gebäude. Unsere schlanke IT-Alarmanlage (tacLOG) nutzt die Systeme und Applikationen als Sensoren und überwacht so die gesamte IT-Infrastruktur. Sie wissen sofort wo und wie Sie betroffen sind und können damit effizient auf Bedrohungen aller Art reagieren.

Sun Fire™ X4140



Sun Fire™ X4240



IT-Alarmanlage, für Sie ein Thema? Setzen Sie auf die bewährten Lösungen von terreActive und die leistungsfähigen x86 Systeme von Sun Microsystems, damit erhalten Sie den Schutz den Ihr Unternehmen verdient. Rufen Sie uns an oder besuchen Sie uns online.

terreActive AG
Kasinostrasse 30
5001 Aarau
www.terreActive.ch
062 834 00 55
Herr Rolf Hefti



WIRTSCHAFTSTAGUNG Erfolgsversprechende Wege durch die Krise

Freitag, 26. Juni 2009 – Zurich Marriott Hotel, Zürich

Welche Auswirkungen hat die Finanz- und Wirtschaftskrise auf Ihr Unternehmen?

Die Krise kann auch Ihr Unternehmen in ausserordentliche Situationen bringen, auf die Sie dann schnell und richtig reagieren müssen. Darum ist es besser, gut darauf vorbereitet zu sein!

Die Themen: Kredit- und Debitorenmanagement, Verantwortlichkeiten, Personalwesen und Arbeitsrecht, Liquiditäts- und Finanzplanung, Unternehmenssanierung.

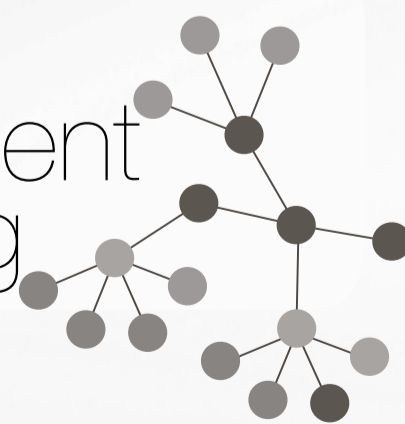
Befassen Sie sich mit Krisenmanagement, bevor die Krise Ihr Unternehmen erfasst!

Weitere Informationen und Anmeldung unter www.unternehmerforum.ch

UNTERNEHMER FORUM SCHWEIZ

Unternehmer Forum Schweiz AG
Zellerstrasse 58, 8038 Zürich
Telefon 043 399 78 85
Telefax 043 399 78 80
info@unternehmerforum.ch

Innovative IT
and Management
Consulting



Cambridge Technology Partners

www.ctp-consulting.com