DENKSTRÖME

RECRUITING-KAMPAGNE

M&I-KLINIKGRUPPE ENZENSBERG

RECRUITING-KAMPAGNE

AUTHENTISCH. KREATIVITÄT. ÜBERZEUGEND.

Kunde

Die m&i-Klinikgruppe Enzensberg betreibt deutschlandweit acht Kliniken, die sich auf medizinische Rehabilitation und spezialisierte Akutmedizin fokussieren. Mit jährlich rund 45.000 Patienten und einem Hauptsitz im idyllischen Hopfen am See, steht die Klinikgruppe für höchste Behandlungsqualität und innovative medizinische Versorgung.

Zielsetzung

Angesichts des Fachkräftemangels in der Pflege und der steigenden Nachfrage durch eine Erweiterung der Bettenkapazitäten, war das Ziel, mit einer crossmedialen Kampagne qualifizierte Fachkräfte zu gewinnen. Im Mittelpunkt sollte die Wertschätzung der Mitarbeitenden stehen, die als wertvollste Ressource der Klinikgruppe betrachtet werden.

Lösung

Mit dem Konzept „Und wen sehen Sie, wenn Sie in den Spiegel blicken?“ wurde eine Kampagne entwickelt, die durch Authentizität und Kreativität überzeugt. Der Spiegel wird zum Symbol für die Verbindung von Beruf und Privatleben – ein starker Ansatz, der durch unverwechselbare Bildmotive und ein innovatives Design unterstrichen wird. Die Teilnahme der Mitarbeitenden der Klinikgruppe am Fotoshooting verlieh der Kampagne zusätzliche Glaubwürdigkeit und stärkte das Wir-Gefühl. Die Auszeichnung mit dem Deutschen Exzellenzpreis 2018 in der Kategorie „Führung & Verantwortung“ bestätigte den Erfolg des Projekts.

Leistungen

- Markenworkshop
- Schärfung der einzigartigen Vorteile des Unternehmens
- Zielgruppenanalyse und -definiton und deren individuellen Karriereziele
- Stärkung der internen Kommunikation
- Konzeption der zentralen Botschaften
- Visuelle Entwicklung der Kampagne
- Formulierung aussagekräftiger Headlines
- Durchführung von crossmedialen Kampagnen

„Mit dieser Kampagne wollten wir neue Wege in der Personal-Akquise gehen. Dies ist uns, dank der professionellen Hilfe der Denkströme sehr erfolgreich gelungen. Besonders stolz bin ich darauf, dass wir unsere Mitarbeitenden für das Fotoshooting gewinnen konnten. Das macht die Kampagne authentisch und hat auch innerhalb der Kliniken das Wir-Gefühl gestärkt."

Stefan Krotschek
Kaufmännischer Direktor m&i-Fachklinik Ichenhausen

HEAD

DENKSTRÖME
BRAND LEADERSHIP GROUP

KEMPTEN | MÜNCHEN | HANNOVER

denkstroeme.com