

Presse-Information

Datum: 21.10.08

Ansprechpartner: Birgit Heinhöfer, PR-Büro Heinhöfer

Seite: 1/2

Marke easyCredit zieht an: Ideenhaus entwickelt Konzept für Mitarbeitergewinnung

München/Nürnberg: Zur Gewinnung neuer Mitarbeiter setzt die in der breiten Öffentlichkeit aktuell noch wenig bekannte, da neu und bislang eher im Hintergrund agierende TeamBank nicht auf den eigenen Namen, sondern auf die Wirkung und Anziehungskraft ihrer starken Produktmarke easyCredit. In Image- und Stellenanzeigen ist das Ergebnis dieser Strategie aktuell bundesweit sichtbar. IDEENHAUS MARKEN.WERT.DESIGN entwickelt dieses Konzept und erhöht damit den Zustrom qualifizierter Bewerber.

Durch das Wachstum und die Expansionspläne der TeamBank, der Bank hinter easyCredit, gibt es Bedarf an neuen Mitarbeitern. Doch wer bewirbt sich bei einer Bank, deren Name man bislang kaum gehört hat? Diese Frage stellten sich die TeamBank Verantwortlichen, als die bisherigen Stellenanzeigen nicht die gewünschte Zahl qualifizierter Interessenten generierten. Vertrauen und Bekanntheit sind zwei Faktoren, die Bewerber suchen. Die junge TeamBank kann dies insbesondere in Sachen Bekanntheit noch nicht leisten, denn sie existiert namentlich erst seit eineinhalb Jahren. Sie ist die „Nachfolgerin“ der Norisbank, die 2007 inklusive ihres Filialnetzes verkauft wurde. Da die Organisation dahinter jedoch weiter agiert, musste für sie ein neuer Name gefunden werden. Das Markendesign für TeamBank und easyCredit entstammen übrigens ebenfalls dem Ideenhaus.

Große Bekanntheit hat hingegen easyCredit, die Produktmarke der TeamBank. Das von Ideenhaus entwickelte HR-Konzept setzt deshalb auf die eingeführte und durch die starke mediale Präsenz bekannte Produktmarke. Für die Image-Kampagne und die Personalanzeigen holen die Ideenhaus-Kreativen um Geschäftsführer Julian Schäfer die stilprägenden Designelemente der Marke in den Vordergrund. Die Figur des „Fairman“ und der markante, große blaue „Button“ vermitteln die durch die Werbung vertraute Optik und sorgen für klare Zuordenbarkeit. Die Personal- und Imageanzeigen sind bundesweit zu sehen. Online-Banner sind im Umfeld von Stellenangeboten im Internet platziert.

„Die Idee, neue Mitarbeiter durch die Kraft unserer Marke anzuziehen, hat uns begeistert, und sie zeigt bereits erste Erfolge,“ kommentiert Marketingleiter Jörg Bruch die eben angelaufenen Aktivitäten.



IDEENHAUS MARKEN.WERT.DESIGN

Presse-Information

Datum: 21.10.08

Seite: 2/2

Ideenhaus MARKEN.WERT.DESIGN ist der Spezialist für wertorientiertes Markendesign. Markendesign aus dem Ideenhaus basiert immer auf den Werten, die eine Marke besonders und einzigartig machen. Durch den respektvollen Umgang mit diesem Potential entstehen Design-Lösungen, die durch Spezifik, maximale Abgrenzung vom Wettbewerb und schnelle Wiedererkennbarkeit eine hohe Attraktivität der Marke garantieren und somit die Steigerung des Markenwertes zielgerecht unterstützen. Das Ideenhaus rangiert unter den führenden Designagenturen und ist mit Büros in Nürnberg und München für renommierte Unternehmen in Deutschland, Österreich und der Schweiz seit fast 20 Jahren tätig.

Pressekontakt:

Birgit Heinhöfer, PR-Büro Heinhöfer, Lindengasse 3, 90419 Nürnberg,

Tel. +49 (0)911 300 349-0, info@pr-heinhoefer.de

