



Werde Schöpfer, Macher und Gestalter.



Kunde

ECE Projektmanagement G.m.b.H. & Co. KG, Hamburg

Verantwortlich: Rolf Kamprad, stellvertretender Bereichsleiter Personal · Sonja Driller, Referentin Rekrutierung und Personalmarketing

Agentur

Scholz & Friends NeuMarkt GmbH, Hamburg

Verantwortlich: Marc Schwieger, Managing Director · Daniela Klenk, Management Supervisor · Christine Rinkewitz, Creative Director · Christina Kuber, Art Director · Jana Bergk, Copy Writer · Katharina Bärens, Account Manager

Scholz & Friends Strategy Group GmbH, Hamburg

Verantwortlich: Vincent Schmidlin, Managing Director · Christina Boldt, Strategy Consultant · Franziska Luh, Junior Strategy Consultant

WERDE SCHÖPFER, MACHER UND GESTALTER.

Die Marketing-Situation

Die ECE im War for Talents

Die ECE Projektmanagement G.m.b.H. und Co. KG ist europäischer Marktführer bei der Entwicklung von Shopping-Centern.

Die Entwicklung, Planung und Durchführung dieser hochgradig komplexen Immobilienprojekte erfordern äußerst talentierte Mitarbeiter und Experten aus unterschiedlichsten Disziplinen wie Bauwesen, Recht, Architektur und Projektmanagement.

Als innovatives und dynamisch wachsendes Unternehmen ist es daher für die ECE essenziell, als attraktive Arbeitgebermarke bei High Potentials und Young Talents wahrgenommen zu werden, um hier auch gegen starke Arbeitgebermarken wie zum Beispiel die Deutsche Bank, Ernst & Young oder die deutschen Automobilhersteller bestehen zu können.

Doch für den War for Talents war die ECE nicht gut genug aufgestellt:

- Die Markenbekanntheit war zu gering
- Das Image – branchenbedingt – zu blass, langweilig und konservativ, bisweilen sogar mit „Verschandler historischer Innenstädte“ negativ aufgeladen
- Die Stärken der Arbeitgebermarke (kreative Gestaltungsmöglichkeiten, Vielfalt der Arbeitsbereiche et cetera) nicht genügend bekannt

Die Aufgabe: Die ECE mit neuer Strahlkraft für den Kampf um die Talente zu stärken

Dafür musste ein aufmerksamkeitsstarkes Kampagnenkonzept entwickelt werden, das die Marke ECE im hart umkämpften Arbeitgebermarkt klar profiliert und als dynamische und zukunftsorientierte Arbeitgebermarke mit maßgeschneiderten Jobprofilen etabliert. Mit der Image- und Rekrutierungskampagne musste dies überzeugend und aktivierend kommuniziert werden.

Die Marketing- und Werbeziele

Zum Kampagnenstart 2008 wurden anspruchsvolle Kommunikations-, Image- und Rekrutierungsziele vorgegeben:

Ziel 1: Steigerung der Markenbekanntheit durch höhere Werbeerinnerung

Steigerung der gestützten Werbekanntheit um mindestens 50 Prozent.
Erhöhung der gestützten Markenbekanntheit um mindestens 25 Prozent innerhalb der Zielgruppen.

Ziel 2: Deutliche Image-Aufwertung und Attraktivitätsgewinn

Klare Steigerung der zentralen Image-Dimensionen: kreativ, vielseitig, zukunftsorientiert.

Zunahme der Attraktivität der ECE als Arbeitgeber in den Hauptzielgruppen um mindestens 25 Prozent.

Ziel 3: Steigerung der Bewerberzahlen und Bewerberqualität
Steigerung der qualifizierten Bewerbungseingänge um mindestens 50 Prozent in den wichtigsten Rekrutierungskanälen. Dabei anhaltend hohe Bewerberqualität (messbar durch hohe Einstellungsquote).

Die Zielgruppe

Die High Potentials, welche die ECE zur Projektentwicklung mit Anspruch auf bestehende Marktführerschaft benötigt, wurden in zwei Hauptzielgruppen aus den Fachbereichen BWL, Recht, Bauingenieurwesen und Architektur eingeteilt:

1. Absolventen beziehungsweise Studenten kurz vor dem Abschluss („motivierte Durchstarter“)
2. Junge Berufstätige mit ein bis drei Jahren Berufserfahrung („inspirierte Entwickler“)

Gerade die innovations- und wachstumsstimulierende „Jugend“ war zu Kampagnenbeginn in Bezug auf die Branche am stärksten vorurteilsbehaftet und gleichzeitig geblendet vom Einfluss und der Präsenz anderer Top-Arbeitgeber. Was die beiden Zielgruppen vereint, waren ausgesprochen hohe Ansprüche an kreativen Austausch, Weiterentwicklung und individuellen Freiraum bei der Arbeit. Ansprüche, die sie bisher mit der ECE nicht in Verbindung brachten.

Es war an der Zeit, diese Wahrnehmung zu ändern und die ECE in den



**Hier können Sie
Großes verwirklichen.
Sich selbst.**

Urbane Lebensräume brauchen Schöpfer, Macher und Gestalter. Europas erfolgreichste Gesellschaft für Projektentwicklung braucht Sie.

Seit Jahrzehnten gibt die in Hamburg ansässige ECE interdisziplinären Teams den Raum, ihre Maßstäbe zu setzen. Begleiten Sie faszinierende Einkaufszentren und maßgeschneiderte Großprojekte aus den Bereichen Office, Traffic und Industriem – von der Entwicklung bis zum Management. Und gestalten Sie das urbane Leben der Zukunft.

Verschaffen Sie sich unter www.ece-karriere.de einen ersten Eindruck über das beeindruckende Portfolio eines international tätigen Unternehmens und entdecken Sie eine Vielzahl interessanter Jobangebote.

Machen Sie karriere@ece.de

Shopping | Office | Traffic | Industries

ECE Projektmanagement GmbH & Co. KG
Hauptstr. 26, 22547 Hamburg
Telefon: +49 (0) 40 6095-0, Fax: +49 (0) 6095-4230
www.ece.de



1/1 Publikumszeitschriften

Köpfen der High Potentials als das zu etablieren, was sie ist: ein vielseitiger, zukunftsorientierter Arbeitgeber mit hohen gestalterischen Entwicklungsmöglichkeiten.

Die Kreativ-Strategie

Im Zentrum der neu entwickelten Markendefinition stand die sowohl für die Marken- als auch die Kommunikationsebene geltende Essenz: ECE Mitarbeiter sind Schöpfer urbaner Lebenskultur.

Die kreative Übersetzung und Kampagnenleitidee: „Werde Schöpfer, Macher und Gestalter“
Mit faszinierenden Bildwelten urbaner Kunstwelten wurde das inszeniert, was moderne Macher beeindruckt – inspirative Vielfalt, Kreativität und Zukunftsdenken. Grundbestandteil der Bild-Composings war die Zusammenführung von je drei architektonisch unterschiedlichen Bauwerken



Hochschulplakat

– einschließlich eines ECE-Gebäudes – zu einem beeindruckenden Gesamtkunstwerk. Zusammen mit starken Headlines im Call-for-Action-Stil und kanalspezifischer Copy, in der zum Teil schon konkrete Jobprofile vorgestellt wurden, symbolisieren sie Entwicklungsmöglichkeiten und verdeutlichen die außergewöhnlichen Leistungen transdisziplinärer Teams.

Die Media-Strategie

Die Media-Strategie musste vielfältige Ansprüche befriedigen: Es mussten unterschiedliche Zielgruppen erreicht werden, die zwar ein gemeinsames Mindset teilen, aber nicht ihre Medienpräferenz. Und zugleich galt es, trotz eines relativ niedrigen Budgets, eine große Reichweite zu erzielen.

Die Lösung: Eine über alle für die Rekrutierung relevanten Kanäle orchestrierte, aber zielgruppenspezi-

fisch ausgesteuerte Media-Strategie, die auf zwei Hauptsäulen basiert und das klare Ziel hat, Bewerber auf den wichtigsten Rekrutierungskanal, die ECE Online-Jobbörse, zu leiten.

1. Print als Image-Treiber mit hoher Reichweite und Aufmerksamkeitsstärke

Gezieltes Hochschulmarketing, Special-Interest- und Image-Medien – die Kreativ-Strategie wurde konsequent in die für Rekrutierungszwecke und die Branche reichweitenstärksten Printmedien getragen.

Als Einstiegskanal in der Informations- und Aktivierungskette wurden via Print auch Messen angekündigt, Stel-

Andere nennen es Utopien. Wir nennen es Projekte.

Urbane Lebensräume brauchen Schöpfer, Macher und Gestalter. Europas erfolgreichste Gesellschaft für Projektentwicklung braucht Sie.

**Bautechniker (m/w)
Baumanagement National**

Seit Jahrzehnten gibt die in Hamburg ansässige ECE interdisziplinären Teams den Raum, neue Maßstäbe zu setzen. Begleiten Sie maßgeschneiderte Großprojekte aus den Bereichen Office, Traffic und Industries in der Realisierungsphase.

Sie erstellen Kalkulationen und Kostenrechnungen in enger Abstimmung mit der Projektleitung, erarbeiten Unterlagen für die Ausschreibungen von Bauleistungen und schreiben Leistungsverzeichnisse fort. Des Weiteren stellen Sie Termin- und Arbeitspläne auf und veranlassen Maßnahmen zur Baustelleneinrichtung und Logistik.

Bei der Kontrolle der Bauausführung, der Einhaltung der Termine und der Erstellung der Baufortschrittsberichte wirken Sie bis zur Bauabnahme mit. Dabei gehört die Prüfung von Kostenaufstellungen für Bauleistungen ebenfalls zu Ihren Aufgaben.

Bewerben Sie sich jetzt!

Senden Sie bitte Ihre an Monika Mehri adressierten Bewerbungsunterlagen an die untenstehende Anschrift. Weitere Informationen erhalten Sie unter www.ece.de oder von Frau Mehri unter 040-60606-6347. Wir freuen uns darauf, Sie kennenzulernen.

Shipping | Office | Traffic | Industries
ECE Projektmanagement G.m.B.H. & Co. KG
Hueberg 30, 22991 Hamburg
Telefon: +49 (0) 40 6060-0, Fax: +49 (0) 40 6060-6230
www.ece-karriere.de

Stellenanzeige

Kategorie Unternehmens- und Imagewerbung



Microsite



Online-Banner

len ausgeschrieben sowie vor allem der Lead zur zentralen Online-Karriere-Plattform, der ECE Online-Jobbörse, gegeben.

2. Messen als Ort des offenen Austauschs und der Erlebarmachung der Marke

Für die verstärkte Präsenz der ECE auf Absolventenmessen wurde ein neuer Auftritt kreiert, der im Stil der Kampagnenhandschrift die unterneh-

menstypische Kreativität und Innovativität als Arbeitgeber demonstrierte.

Die Ergebnisse

Ziel 1: Steigerung der Markenbekanntheit durch höhere Werbeerinnerung

Die faszinierende „Schöpfer, Macher und Gestalter“-Kampagne konnte sich über alle Zielgruppen hinweg schnell klar etablieren. Zielhorizont war eine Steigerung der Werbebekanntheit um



Messe- und BTL-Kommunikation

50 Prozent. Dieses Kommunikationsziel wurde mit einer durchschnittlichen Verdoppelung der Werbebekanntheit weit mehr als übertroffen (Chart 1).

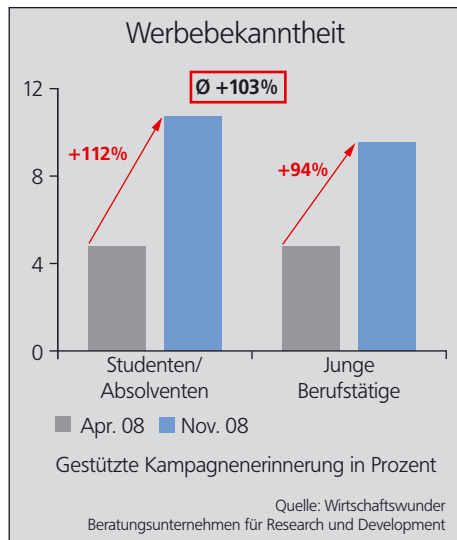


Chart 1

Dank der sehr guten Werbeerinnerung ist auch die Bekanntheit der Marke ECE vor allem bei den jungen Zielgruppen gestiegen. Durchschnittlich kennt sie inzwischen jede dritte Zielperson. Als Wachstumsziel war ein Plus von mindestens 25 Prozent der Markenbekanntheit angedacht (Chart 2).

Ziel 2: Deutliche Image-Aufwertung und Attraktivitätsgewinn

Ziel war es, das Image zu profilieren und zeitgemäß zu dynamisieren. Das hat hervorragend funktioniert: Die Arbeitgebermarke, und mit ihr die gesamte Unternehmensmarke ECE Projektmanagement G.m.b.H., wurde Ende 2008 als deutlich zukunftsorientierter, vielseitiger, kreativer, moderner und weltoffener wahrgenommen.

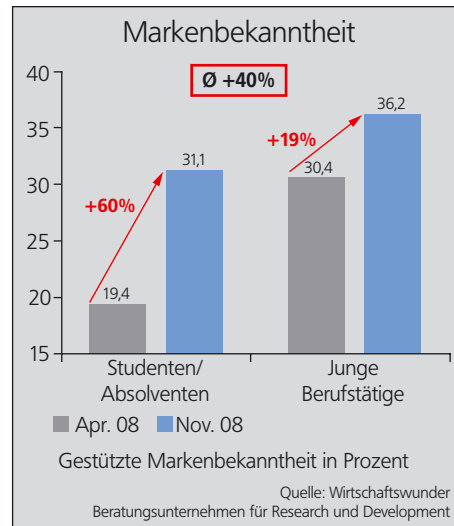


Chart 2

Damit konnte die Attraktivität der ECE Projektmanagement G.m.b.H. als Arbeitgeber deutlich gesteigert werden. In einer als eher unattraktiv wahrgenommenen Branche gewinnt die ECE gegen den Trend deutlich an Relevanz. Als Marktziel wurde eine Attraktivitätssteigerung der Marke von 25 Prozent definiert. Erreicht wurden letztendlich beachtliche 36 Prozent mehr Attraktivität unter den jungen, qualifizierten Bewerbern (Chart 3).

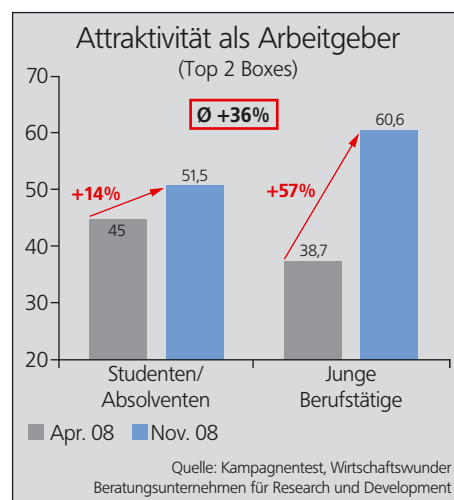


Chart 3

Ziel 3: Steigerung der Bewerberzahlen und Bewerberqualität

Der größte Erfolg der Kampagne: Im Kampf um die Besten gelang es der ECE, deutlich mehr Bewerbungen von hoch qualifizierten Bewerbern zu erhalten. Als anspruchsvolles Ziel waren 50 Prozent mehr Bewerbungseingänge definiert worden. Das tatsächliche Ergebnis in den zentralen Rekrutierungskanälen übertraf jedoch alle Erwartungen: Die Bewerbungseingänge im Jahr 2008 wurden mehr als verdreifacht und damit die Zielvorgabe um ein Vielfaches übertroffen (Chart 4).

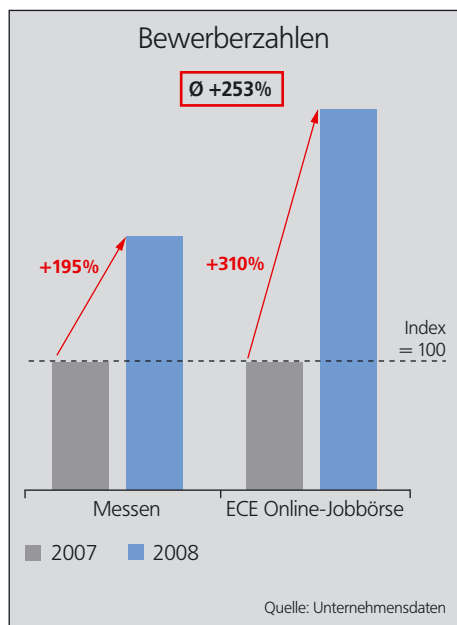


Chart 4

Viele Bewerbungen bedeuten jedoch nicht unbedingt viele gute Bewerbungen. Bei der ECE schon! Die auch im Vergleich zu den Wettbewerbern der CRF-Top-Arbeitgeber-Studie 2008 hocheffiziente Umwandlungsrate (Verhältnis Einstellungen zu Bewerbungen) dokumentiert die hohe Qua-

lität der eingegangenen Bewerbungen. Dies spricht doppelt für die Wirksamkeit der Kampagne, die nicht nur für einen absoluten Bewerberzuwachs gesorgt, sondern dabei offensichtlich auch die richtigen Personen angesprochen hat. Damit lag die ECE in der Conversion-Quote sogar höher als die renommierten Arbeitgebermarken Ernst & Young und die Deutsche Bank (Chart 5).

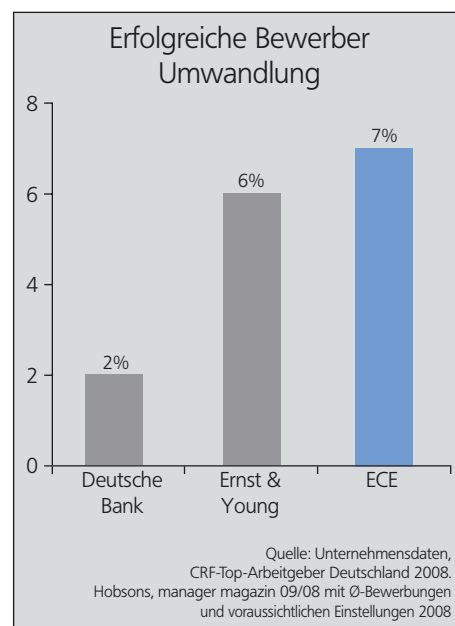


Chart 5

Die ECE 2008 – siegreich im War for Talents

Die Image- und Rekrutierungskampagne „Schöpfer, Macher und Gestalter“ ist ein Best Case für aufmerksamkeitsstarkes, aktivierendes und effizientes Employer Branding.

Dank der neuen Kampagne konnten nicht nur nachhaltige Erinnerung und Markenawareness geschaffen, sondern auch das Image der gesamten Unternehmensmarke in Bezug auf

Zukunftsorientierung, Vielseitigkeit und Kreativität aufgewertet werden. Damit konnte die ECE Projektmanagement G.m.b.H. am hart umkämpften Arbeitgebermarkt nicht nur bestehen, sondern klar Attraktivität hinzugewinnen. *Der überragende Erfolg: Verdreifachung der Bewerbungseingänge –*

und das bei gesteigerter Bewerberqualität. Die Bestätigung des Kampagnenerfolgs durch unabhängige Experten für Employer Branding: Die ECE wurde 2008 unter die deutschen Top-Arbeitgeber gewählt sowie im Wettbewerb „Hamburgs beste Arbeitgeber“ ausgezeichnet.



Entdecken Sie Aufgaben, die Ihnen gewachsen sind.

Urbane Lebensräume brauchen Schöpfer, Macher und Gestalter. Europas erfolgreichste Gesellschaft für Projektentwicklung braucht Sie.

Wir bieten Traineeprogramme in den Bereichen Center- und Vermietungsmanagement an.

Seit Jahrzehnten gibt die in Hamburg ansässige ECE interdisziplinären Teams den Raum, neue Maßstäbe zu setzen.

Begleiten Sie faszinierende Einkaufszentren und maßgeschneiderte Großprojekte aus den Bereichen Office, Traffic und Industries – von der Entwicklung bis zum Management. Und gestalten Sie das urbane Leben der Zukunft.

Machen Sie karriere@ece.de

Informieren Sie sich unter www.ece-karriere.de und bewerben Sie sich bevorzugt über unser Online-Formular. Wir werden Ihnen umgehend antworten.



Shopping | Office | Traffic | Industries
ECE Projektmanagement G.m.b.H. & Co. KG
Heegbarg 30, 22391 Hamburg
Telefon: +49 (40) 6 06 06-8000, Fax: +49 (40) 6 06 06-1-8000
www.ece-karriere.de

