

P R E S S E M I T T E I L U N G

DFS fliegt auf Premium Native Advertising: „Weil der Himmel uns braucht“ – DEFINE MEDIA setzt Employer-Branding- und Recruiting-Kampagne für die Deutsche Flugsicherung um

Karlsruhe, 07. August 2019. DEFINE MEDIA erschließt neue Einsatzbereiche für Premium Native Advertising. Für die DFS Deutsche Flugsicherung haben die Karlsruher Spezialisten für Engagement Marketing erstmals eine integrierte Employer-Branding- und Recruiting-Kampagne ausschließlich auf Basis von Native-Kommunikationsformaten umgesetzt – mit durchschlagendem Erfolg.

Ziel der von der Personalmarketing-Agentur Westpress betreuten Kampagne war es, die DFS als Top-Arbeitgeber zu positionieren und junge Menschen mit Interesse an der Luftfahrt für eine Ausbildung und den Berufseinstieg bei der DFS zu gewinnen. Um die betreffenden High-Potentials frühzeitig im Recruiting Funnel zu erreichen (d.h., bevor sie sich aktiv auf Jobportalen umsehen) und auf vakante Stellen sowie den „DFS Recruiting Day 2019“ aufmerksam zu machen, setzte die DFS auf „CONATIVE HR“ von DEFINE MEDIA.

„Weil der Himmel uns braucht“

Die von DEFINE MEDIA seit Januar 2019 als eigenständiges, auf HR-Kampagnen spezialisiertes Kommunikationsformat geführte Lösung bietet eine thematische Einflugschneise für das eigentliche Kommunikationsziel („Vom Thema zum Stellenangebot“), die von der DFS mit einem Expandable Advertorial mit Video genutzt wurde. Die an Look & Feel der jeweiligen Premium-Umfelder sowie den genutzten Screen (Desktop oder Mobile) angepassten Formate wurden im gesamten CONATIVE Premium Publisher Netzwerk ausgespielt (Run on Network). Als Teaser kamen aufmerksamkeitsstarke Bild-Text-Formate zum Einsatz, für die die DFS ein multivariates Testing der Artikelvorschau nutzte: Jeweils drei unterschiedliche Teaser-Bilder, Headlines sowie Teaser-Texte wurden für die Kampagne angeliefert.

PRESSEMITTEILUNG

Auf Basis der damit möglichen 27 unterschiedlichen Teaser-Kombination sorgte die KI-basierte CONATIVE HR Lösung für eine wirkungsstarke Verbindung von präziser Zielgruppenauslieferung mit automatisierter dynamischer Media- und Creative-Optimierung in Echtzeit, so dass jedem Nutzer bzw. jeder Nutzerin individuell der Teaser und die Botschaften eingespielt wurden, die im Hinblick auf die Kampagnenziele die beste Performance erwarten ließen. Am Ende des Advertorials führte den Nutzer/ die Nutzerin dann eine Intext-Verlinkung direkt zum „DFS Recruiting Day 2019“.

Für die Kampagne wurde das Rohmaterial (Bilder, Video, Texte, Intext-Verlinkung) von der DFS geliefert. Die Aufbereitung der Kampagneninhalte lag bei DEFINE MEDIA, das die Medieninhalte über den CONATIVE Configurator einpflegte und für die Ausspielung vorbereitete. Für den gesamten Prozess – von der der Anlieferung des Rohmaterials bis zum fertigen Advertorial – wurden gerade einmal zwei Werkzeuge benötigt.

Durchschlagender Kampagnenerfolg

Auf Seite der Nutzer und Nutzerinnen fand die in erster Linie inhaltlich und thematisch getriebene Zielgruppenansprache großen Anklang. Dies zeigen die insbesondere auch im Vergleich zu klassischer Displaywerbung sehr guten Kampagnen-KPIs mit einer durchschnittlichen Öffnungsrate von 0,50%, einer durchschnittlichen Verweildauer von rund 30 Sekunden und einer Second-Klick-Rate von 13,76%.

„Mit CONATIVE HR steht jetzt eine innovative Kampagnenlösung zur Verfügung, mit der wir Employer Branding und klassisches Recruiting auf neue und kreative Weise verbinden können. Sie bietet Unternehmen, die im harten Wettbewerb um qualifizierte Nachwuchskräfte stehen, die Möglichkeit, ihre Arbeitgebermarke aufmerksamkeitsstark zu positionieren und gleichzeitig ein attraktives Bewerberfeld anzusprechen“, erklärt Mirco Krausch, Referent Personalmarketing DFS.

P R E S S E M I T T E I L U N G

Und Tom Sibbersen, Manager Online-Marketing und Business Development von Westpress ergänzt: „Mit den Ergebnissen belegt DEFINE MEDIA eindrucksvoll, dass Premium Native Advertising im direkten Vergleich zu klassischen Recruiting-Maßnahmen enorme Effektivitäts- und Effizienzvorteile bietet, die die Disziplin zu einem elementaren Baustein im HR-Kommunikations-Mix der Zukunft machen.“

Über DEFINE MEDIA

DEFINE MEDIA ist der deutsche Pionier im Premium Native Advertising und Engagement Marketing. Das 2008 gegründete Unternehmen mit rund 50 Digital-, Technologie- und Marketingexperten und Standorten in Karlsruhe und Hamburg verfügt mit seiner proprietären CONATIVE-Technologie über die führende KI-basierte Plattform in diesem Bereich in Deutschland. Sie ermöglicht eine automatisierte dynamische Media- und Creative-Optimierung, die Kunden eine hochskalierbare Auspielung und außergewöhnlich hohe Performance-KPIs bietet. Native-Advertising-Kampagnen mit CONATIVE werden auf hochwertigen redaktionellen Umfeldern von führenden Medienanbietern ausgespielt, die von DEFINE MEDIA zu einem reichweitenstarken Angebot mit mehr als 35 Millionen Unique Users in Deutschland integriert werden. Zum Kundenkreis von DEFINE MEDIA zählen nationale und internationale Top-Werbetreibende wie Bosch, Lego, Procter&Gamble und Weleda sowie führende Medienvermarkter wie u.a. G+J e|MS, SPIEGEL MEDIA, Klambt, MAIRDUMONT NETLETIX, BurdaForward, SevenOne Media und STRÖER digital media.

PRESSESERVICE

Presseinformationen sowie honorarfreies Bildmaterial erhalten Medienvertreter unter

<https://www.define-media.de/newsroom/>

PRESSEKONTAKTE

< elias communications >
Nadja Elias
Schulstraße 31
D – 80634 München
Tel.: +49 (0)89 15890306
E-Mail:
presse@define-media.de