

Rheinschurken entwickeln Recruiting-Kampagne für die Sparkasse – KARRIERE? *SAFE*.

Düsseldorf, August 2023.

Der Fachkräftemangel macht auch vor Banken nicht Halt. "Zu steif, zu öde, zu bieder" heißt es oft, wenn man die Generation Z befragt. Doch dass diese Wahrnehmung nicht zutrifft, beweist die neue Recruiting-Kampagne der Sparkasse Wuppertal, entwickelt von der Düsseldorfer Kreativagentur Rheinschurken.

GESTALTE, BEWEGE, VERÄNDERE: Authentisches Recruiting weckt Karriereträume in Wuppertal

Die Stadt Wuppertal steht nicht nur für seine malerische Umgebung und historische Bedeutung, sondern auch für eine aufstrebende berufliche Zukunft. Eine motivierende Recruiting-Kampagne der Sparkasse Wuppertal mit dem **Slogan „Karriere? Safe.“** setzt neue Maßstäbe und zeigt, wie Karriereziele, persönliche Entfaltung und die Mitgestaltung der Stadt Hand in Hand gehen können. Neun inspirierende Mitarbeiter:innen-Testimonials demonstrieren eindrucksvoll, wie Einfluss, Leidenschaft und Entwicklung in Wuppertal miteinander verschmelzen.

„Die Kampagne "GESTALTE, BEWEGE, VERÄNDERE" der Sparkasse Wuppertal ist ein mutiger Schritt in der Welt des Recruitings“, beschreibt Jeannine Halene, Gründerin und CEO der Rheinschurken, den Case. „Wir freuen uns, dass der **Vorstandsvorsitzende, Gunther Wölfges**, den Handlungsbedarf frühzeitig erkannte und sich bewusst hinter die außergewöhnliche und dynamische Kampagne gestellt hat.“

„Unsere Kampagne zielt darauf ab, die traditionellen Grenzen zwischen Karriere und Lebensstil zu überwinden und potenziellen Talenten die Gelegenheit zu bieten, ihre beruflichen Ambitionen und ihre Persönlichkeit mit ihrem Einfluss auf die Sparkasse Wuppertal zu verbinden. Anstatt nur Jobs anzubieten, wird bei uns PURPOSE gelebt“, betont auch der **Marketingleiter der Sparkasse Wuppertal, Florian Baumhove**.

Das Herzstück der Kampagne sind neun engagierte Mitarbeiter:innen, die durch ihre persönlichen Interessen und Stärken das Motto "GESTALTE, BEWEGE, VERÄNDERE" zum Leben erwecken. Illustrierte Icons, die die individuellen Interessen der echten Testimonials veranschaulichen, umrahmen das Logo. Diese Individualisierung des Sparkassen-Logos macht deutlich, wie die Kombination aus persönlichem Wachstum und Einfluss die wahre Essenz der beruflichen Erfüllung bei der Sparkasse Wuppertal darstellt und bestätigt den Mut seitens des Kunden, einen bislang ungewöhnlichen Schritt zu wagen.

"Unsere Mitarbeiter:innen sind nicht nur Angestellte der Sparkasse, sondern auch Gestalter der Zukunft Wuppertals", erklärt **Silvija Posse, Personalchefin**. "Diese Kampagne hebt hervor, wie unsere Mitarbeiter:innen ihre beruflichen Vorstellungen verfolgen und gleichzeitig die Stadt prägen können, in der sie leben und arbeiten."

Die Kampagne wird durch eine multimediale Präsenz unterstützt, und bedient die komplette Klaviatur im Marketing-Mix. Von Out of Home, über Online-Marketing zu klassischen Anzeigen bis hin zum Radiosport wird die Kampagne ausgespielt. **Rheinschurken-Art-Director Burak Gider** zeichnet sich für die Entwicklung und Kreation der Kampagne verantwortlich.

Zur Karriereseite: <https://www.sparkasse-wuppertal.de/karriere>

Über die Rheinschurken

Die Kreativagentur Rheinschurken (ehem. FanFactory) wurde 2011 von der Diplom-Kauffrau und E-Business-Spezialistin Jeannine Halene gegründet. Als erfolgreiche Unternehmerin steht sie auch heute noch an der Spitze des Unternehmens als Geschäftsführerin. Nebenbei ist sie eine international erfolgreiche Bestseller-Autorin und wurde in der Vergangenheit für ihre innovative Leistung als Gründerin der [Vorzeige Helden](#) ausgezeichnet.

Das Rheinschurken-Team besteht aktuell aus 12 festen und vielen freien Mitarbeitern. Auf der Kundenliste der Düsseldorfer Kreativagentur stehen Namen wie Sparkasse, Deichmann, Douglas, Maserati oder die RheinLand Versicherungsgruppe. Die Agentur ist in Düsseldorf u.a. auch für ihr gesellschaftliches Engagement bekannt. So machten die Rheinschurken in der Vergangenheit u.a. mit der Standort-Kampagne für die Stadt Langenfeld als auch mit der kreativen Spenden-Aktion „Sprayen für einen guten Zweck“ zur Wiederaufforstung in Düsseldorf nach Sturm „Ela“ sowie der Corona-Initiative #kunstfutter (kunstfutter.net) auf sich aufmerksam. Ein Team von Denkakrobaten und klugen Kreativen.

2015 schrieb Jeannine Halene gemeinsam mit Erfolgscoach Hermann Scherer mit „Marketing – Jenseits vom Mittelmaß“ einen Bestseller. Das erfolgreiche Marketing-Buch wurde in mehrere Sprachen übersetzt und erfreut sich auch im asiatischen Raum großer Beliebtheit.

Mehr Infos zu den Rheinschurken gibt es hier: <https://www.rheinschurken.de>

Pressekontakt

Evi Papadopoulou

EPOS PR & KOMMUNIKATION

Tel.: +49 178-8487978 E-Mail: ep@epos-pr.com Website: www.epos-pr.com