

27.09.2021

REWE wirbt um „Gamer“

Neue Arbeitgeber-Kampagne „Bring dich ins Spiel – als Azubi bei REWE“ startet

Autor:in

Thomas Bonrath

Head of Media Relations und Mediensprecher



Über klassische Medien wie Zeitungen, Radio und Fernsehen gewinnen Unternehmen heute nur noch schwer Azubis. REWE, einer der führenden Lebensmitteleinzelhändler in Deutschland, hat dies seit Jahren erkannt und ist dort präsent, wo die Zielgruppe aktiv ist. Mit der am Montag beginnenden Kampagne „Bring dich ins Spiel – als Azubi bei REWE“ nimmt REWE Gamer ins Visier des Recruitings. Die Botschaft: Wer in einem komplexen Spiel immer die Übersicht und kühlen Kopf behält, kann das auch im Arbeitsalltag bei REWE mit seinen vielfältigen Herausforderungen.

75 Prozent der 16 bis 29-Jährigen spielen heute regelmäßig Computer- oder Videospiele. Wer mit potenziellen Auszubildenden ins Gespräch kommen will, trifft diese heutzutage seltener auf dem Fußballplatz, sondern eher auf Twitch bei einem Livestream. Außerdem hat sich die Jugendkultur in den vergangenen Jahren stark verändert. REWE holt sie mit einem neuen Entertainment-Format ab. So zeigen drei Youtube-Episoden auf humoristische und unterhaltende Weise, wie Stärken und Fähigkeiten

aus Computerspielen & Co. berufliche Vorteile im Ausbildungsalltag bei REWE sein können. Oder anders ausgedrückt: Diejenigen, die im Spiel mit klugen, logischen und strategischen Zügen sowie als Teamplayer punkten, sind wahrscheinlich genauso gut im Markt oder in der Logistik.

Die Episoden stellen jeweils ein Bewerbungsgespräch in den drei von REWE meistgesuchten Ausbildungsberufen dar. Ziel ist es, Aufmerksamkeit bei Jugendlichen und jungen Erwachsenen zu gewinnen, und REWE bei dieser Zielgruppe als Arbeitgeber auf Augenhöhe zu positionieren.



Youtube Video Poster



Episode 1



Youtube Video Poster





Youtube Video Poster

Neben Youtube und Twitch als die wichtigsten Bewegtbild-Kanäle der Zielgruppe, nutzt REWE für die reine Digitalkampagne noch TikTok, Instagram, Snapchat und Twitter. Bei TikTok und Instagram werden die Inhalte auf den eigenen REWE Karriere-Accounts auch organisch ausgespielt. Außerdem unterstützen Influencer aus der Gaming-Szene. Kreativagentur ist FUSE – Omnicom Media Group Germany. Die Kampagne läuft bis Ende November.

Über REWE:

Mit einem Umsatz von 26,5 Mrd. Euro (2020), bundesweit 161.000 Mitarbeitern und 3.700 Märkten gehört die REWE Markt GmbH zu den führenden Unternehmen im deutschen Lebensmitteleinzelhandel. Die REWE-Märkte werden als Filialen oder durch selbstständige REWE-Kaufleute betrieben.

Die genossenschaftliche REWE Group ist einer der führenden Handels- und Touristikkonzerne in Deutschland und Europa. Im Jahr 2020 erzielte das Unternehmen einen Gesamtaußenumsatz von rund 75 Milliarden Euro. Die 1927 gegründete REWE Group ist mit ihren mehr als 380.000 Beschäftigten in 22 europäischen Ländern präsent.

Für Rückfragen: REWE Unternehmenskommunikation, presse@rewe.de

