

22.09.2022

REWE nimmt „Gamer“ ins Visier

Arbeitgeber-Kampagne „Bring dich ins Spiel und join the REWE Clan“ setzt auf Twitch & Co.

Autor:in

Thomas Bonrath

Head of Media Relations und Mediensprecher



Der sich in den kommenden Jahren weiter zuspitzende Fachkräftemangel ist für Unternehmen eine der größten Herausforderungen. REWE, einer der führenden Lebensmitteleinzelhändler in Deutschland, hat sich beim Recruiting oft als besonders innovativ gezeigt und ist dort präsent, wo die Zielgruppe aktiv ist. Mit der heute (22.09.) beginnenden Kampagne „Bring dich ins Spiel und join the REWE Clan“ intensiviert REWE die Ansprache von Gamern. Denn beide eint das Engagement für E-Sport. So macht der Arbeitgeber mit kurzen Social-Media-Videos und einem Augenzwinkern auf das Ausbildungsangebot in den Märkten und den Logistikzentren aufmerksam. Die Botschaft: Wir sprechen eure Sprache und können euch spannende (Berufs-)Welten bieten, die Spaß machen und auf Teamplay setzen. Wir laden euch ein, Teil unserer REWE Welt zu sein und eure Skills im echten Leben zu nutzen.

Gaming und E-Sports als Beschäftigung sind in der relevanten Zielgruppe der 16- bis 29-Jährigen stark verbreitet und nehmen einen großen Stellenwert in der Freizeit ein. Es handelt sich nicht mehr um eine Nischenkultur, sondern ist mittlerweile fest in der Jugendkultur verankert. Deshalb ist der Wechsel von klassischen Werbebotschaften hin zu unterhaltsamen Werbeformaten in Twitch & Co. der richtige Weg, um das positive Bild von REWE in der Gaming-Szene zu verfestigen und die Community stärker einzubinden.

Die fortgesetzte Kampagne setzt auf bereits bekannten Charakteren auf, die das Engagement von REWE in der Gaming-Szene tragen. Neu hinzu kommen die Profis von SK Gaming, an denen REWE seit Februar beteiligt ist. Hier geht es zur [Kampagnenseite](#). Einen Vorgeschmack auf die Kampagne gibt auch dieses Video:



Neben Youtube und Twitch als die wichtigsten Bewegtbild-Kanäle der Zielgruppe, nutzt REWE für die reine Digitalkampagne noch TikTok, Instagram 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 die OMG FUSE, Hamburg. Die Kampagne läuft bis Ende November.

Über REWE:

Mit einem Umsatz von 26,7 Mrd. Euro (2021), 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 REWEKaufleute betrieben.

Die genossenschaftliche REWE Group ist einer der führenden Handels- und Touristikkonzerne in Deutschland und Europa. Im Jahr 2021 erzielte das Unternehmen einen Gesamtaußenumsatz von rund 77 Milliarden Euro. Die 1927 gegründete REWE Group ist mit ihren mehr als 380.000 Beschäftigten in 20 europäischen Ländern präsent.

Für Rückfragen: REWE Unternehmenskommunikation, presse@rewe.de