

Pressemitteilung

Herzensbrecher gesucht

Cura Unternehmensgruppe bietet 100 zusätzliche Ausbildungsplätze an und wirbt mit standortweiter Kampagne

Berlin, 15.06.2011. Pflegepersonal gehört zu den meistgesuchten Arbeitnehmern in Deutschland. In Zeiten des Fachkräftemangels nimmt die Ausbildung von Pflegefachkräften einen immer größeren Stellenwert ein. Die Cura Unternehmensgruppe, Träger von deutschlandweit 50 Cura-/Maternus-Seniorencentren, verstärkt aus diesem Grund ihr Engagement bei der Gewinnung junger Auszubildender und bietet 2011 bis 2013 100 zusätzliche Ausbildungsplätze an. Diese werden seit Juni mit der standortweiten Ausbildungskampagne „Heartbreaker“ (Herzensbrecher) beworben.

Mit der Kampagne geht die Cura Unternehmensgruppe neue Wege bei der Personalgewinnung und setzt neben den klassischen Informationsmedien wie Plakaten und Handzetteln auch auf neue Kanäle. So gibt es einen separaten Internetauftritt, und auch im sozialen Online-Netzwerk Facebook ist die Kampagne mit Anzeigen zu finden. Zusätzlich werden in den Städten Hamburg, Hannover und Wiesbaden sogenannte Citycards in gastronomischen Szeneeinrichtungen verteilt.

Das zentrale Motiv der Kampagne wurde als Kontaktanzeige gestaltet und soll vor allem Vorbehalte gegenüber dem Beruf des Altenpflegers/der Altenpflegerin abbauen. Absender der Kontaktanzeigen sind junge, auf die Zielgruppe abgestimmte Testimonials, die bereits in dem Beruf arbeiten. Als Wiedererkennungsmerkmal der Kampagne dienen zwei verbundene Herzen. „Junge Menschen suchen in ihrem Beruf Akzeptanz, Wertschätzung und Sicherheit“, erläutert Jutta Geringhoff, Geschäftsbereichsleiterin Personal, die Ausbildungsoffensive. „Da das Berufsbild des Altenpflegers jedoch teilweise unter einem negativen Image leidet, möchten wir mit der Kampagne gezielt mit Vorurteilen aufräumen und Jugendliche für den Beruf begeistern.“

Das Internet ist das Informationsmedium Nummer 1 für die Zielgruppe. Die Azubi-Webseite der Heartbreaker-Kampagne umfasst umfangreiche Informationen zu freien Ausbildungsplätzen bei Cura und Maternus, erläutert die Voraussetzungen für eine Ausbildung, die formalen Anforderungen für die Bewerbung und die Rahmenbedingungen der Ausbildung. Zusätzlich berichten die Testimonials über ihre persönlichen Berufserfahrungen. „Ziel ist, die Jugendlichen möglichst praxisnah über den Beruf des Altenpflegers zu informieren. Dazu gehört selbstverständlich, dass es beispielsweise auch stressige Zeiten im Berufsalltag gibt und unsere Mitarbeiter im Schichtdienst arbeiten“, so Jutta Geringhoff. Unter www.cura-karriere.de und www.maternus-karriere.de ist die Seite abrufbar.

Bei der Konzeption und Umsetzung der Kampagne arbeitet die Cura Unternehmensgruppe mit der Agentur maxpartner aus Düsseldorf zusammen.

Die hier abgebildeten Motive senden wir Ihnen gerne in druckfähiger Auflösung zu.



Die Kampagne „Heartbreaker“ spricht Jugendliche gezielt an und wirbt für eine Ausbildung zum Altenpfleger / zur Altenpflegerin.

Ihr Ansprechpartner:
Jutta Geringhoff, Geschäftsbereichsleiterin Personal
Cura Unternehmensgruppe
Französische Straße 53 - 55
10117 Berlin
Telefon 030/ 65 79 80 - 699
geringhoff@cura-ag.com
www.cura-ag.com, www.maternus.de