

Das Leben bleibt schön.

McBenefit – Betriebliche Altersversorgung bei McDonald's Deutschland Inc.

HINTERGRUND:

Ein neues betriebliches Altersversorgungs-System (bAV) sollte ab Juli 2012 als Ergänzung zum bestehenden bAV-System eingeführt werden. Da das bestehende bAV-Programm bis dato nicht allen Mitarbeitern der McDonald's Deutschland Inc. offen stand, wurde das neue Angebot als flexibles und modulares System entwickelt.

AUFGABE FÜR DIE AGENTUR:

Entwicklung einer geeigneten Kommunikationskampagne – inkl. Kreativkonzept, Maßnahmenplanung, Erstellung der Kommunikationsmittel und Steuerung – für das neue bAV-System und Erläuterung des Zusammenhangs zum bestehenden System.

Die kreative Umsetzung

Gemeinsam mit einer Partneragentur wurde im Herbst 2011 das Kreativkonzept für die bAV-Kampagne entwickelt.

DAS WIEDERERKENNUNGSMERKMAL

Als direktes Wiedererkennungsmerkmal wurde die McDonald's Tüte etabliert – „Das McBenefit bAV Paket“. Die Abbildung findet sich auf allen Kommunikationsmaßnahmen und auch im Kampagnen-Trailer wieder. Der 20 sek. Kurzfilm leitet das bAV-Thema bei Informationsveranstaltungen, Meetings und im Intranet emotional ein.

CLAIM UND KEY VISUALS

Der Claim „Das Leben bleibt schön“, formuliert das emotionale Motto der Kampagne und bildet eine Einheit mit den vier geschooteten Hauptmotiven. Bildsprachlich wird zum Ausdruck gebracht: Durch das bAV-System können Teilnehmer bereits jetzt beginnen für die Zukunft vorzusorgen und sich somit nach dem aktiven Berufsleben den ein oder anderen heutigen Traum erfüllen.

HERAUSFORDERUNG:

Die Angestellten der McDonald's Deutschland Inc. verfügen über einen sehr heterogenen Bildungshintergrund und Einkommensstand.

KOMMUNIKATIONSZIEL:

Jeder Mitarbeiter – gleich, wo er welche Tätigkeit für das Unternehmen ausführt – sollte erreicht und passend informiert werden. Die Kommunikation sollte so persönlich wie möglich und so emotional wie nötig sein, um das komplexe Thema bAV allen Mitarbeitern verständlich näher zu bringen.

PROJEKTDDETAILS

KUNDE:

McDonald's Deutschland Inc.,
Zweigniederlassung München

PROJEKLEITUNG KUNDE:

Frau Yvonne Prang,
Senior Department Head
Human Resources Compensation
& Benefits

PROJEKTZEITRAUM:

Oktober 2011 – Juli 2012

AGENTUR-LEAD

Simone Schmitt-Schillig

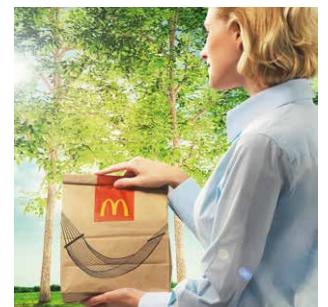
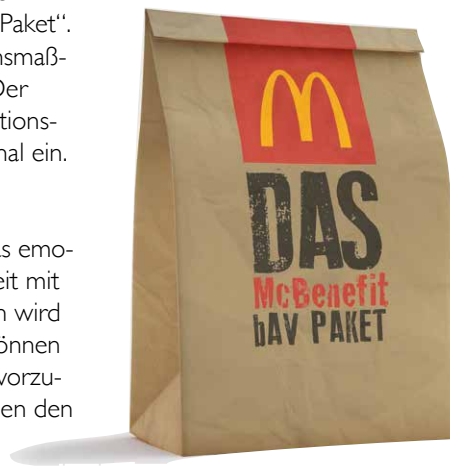
GRAFIK-LEAD

Gabriele Feld

TEXT:

DEUTSCH: BIRTE ROLFF

ENGLISCH: Freie Mitarbeiterin



Die Realisation

Von Oktober 2011 bis Juli 2012 (Roll-Out) hat Unequity die bAV-Kampagne strategisch betreut, alle Kommunikationsmittel erstellt und komplett individualisierte und personalisierte bAV-Pakete an die Mitarbeiter versendet.

Dezember – Mai:

Strategische Kampagnenplanung inkl. Zielgruppenanalyse, Timings, Kommunikationsmittelplanung; Entwicklung eines Kampagnen-Style-Guides, Ausarbeitung einer Übersichtsgrafik über das bAV-System, Text- und Layouterstellung für die verschiedenen Broschüren (7 Stück: McBenefit, Vermögensbildungsprogramm, Initialversorgung, Grundversorgung, Grundversorgung-Lebensarbeitszeitkonten, Aufbauversorgung, Ergänzungsversorgung). Erstellung der Informationen für interne Stakeholder: Executive Summary, Präsentationen, Projektpläne, Weißmuster als Zwischenstand für späteres Kommunikationspaket.

Mai – Juli:

Finalisierung und Produktion (5 verschiedene Formate) aller Broschüren, Erstellung der individualisierbaren und personalisierbaren Anschreiben, Produktion der wiederver-schließbaren Umverpackung im Design des McBenefit bAV-Pakets. Gestaltung der internen Policies und der verschiedenen Formulare (12 Stk.) im Kampagnen Look & Feel.



Juli:

Roll-Out. Aufbau einer Datenbank für die Personalisierung von ca. 1.000 individuellen Anschreiben und McBenefit bAV-Paketen. Konfektionierung der Pakete und nationaler Versand an Privatadressen und McDonald's Niederlassungen in Deutschland.

Unequity GmbH

www.unequity.com

info@unequity.com

www.facebook.com/Unequity

www.twitter.com/UnequityGmbH

Nehmen Sie mit uns Kontakt auf!

