

Preise für „Alle lieben Ali“ bestätigen wirksame Recruiting-Kommunikation

Deutscher Preis für Onlinekommunikation und CCA-Venus in Silber für waff-Social-Media-Soap

Die Social-Media-Soap „Alle lieben Ali“ des waff wurde aktuell gleich mehrfach ausgezeichnet: Beim Deutschen Preis für Onlinekommunikation (DPOK) erreichte die Serie den ersten Platz in der Kategorie „Video Series“ und den zweiten Platz in der Kategorie „Storytelling“. Darüber hinaus wurde „Alle lieben Ali“ mit der CCA-Venus in Silber in der Kategorie „Creative Effectiveness“ prämiert. Die Auszeichnungen würdigen eine Kampagne, die wirksam neue Fachkräfte erschließt. Humorvoll, emotional und innovativ hat der waff neue Zielgruppen für die Elementarpädagogik begeistert und damit die konkreten Bewerbungen für die Ausbildung in die Höhe schnellen lassen.

„Die Auszeichnungen zeigen eindrucksvoll, dass innovative Kommunikation einen wichtigen Beitrag zur Fachkräftesicherung leisten kann. Mit ‚Alle lieben Ali‘ ist es gelungen, insbesondere junge Menschen mit Kreativität zu erreichen und auf Augenhöhe anzusprechen. Das ist für viele Menschen ein erster Impuls, um eine berufliche Karriere zu verfolgen, die für die Leistungen der Daseinsvorsorge der Stadt Wien von besonderer Bedeutung ist“, betont Vizebürgermeisterin und Arbeits- und Wirtschaftsstadträtin Barbara Novak.

Die 24-teilige Serie begleitet den Wiener Ali auf der Suche nach Liebe, Selbstbestimmung und beruflicher Orientierung. Mit viel Humor und Feingefühl vermittelt die Soap Einblicke in die Arbeit im Kindergarten und zeigt die Elementarpädagogik als sinnstiftenden Zukunftsberuf.

Wirksame Kommunikation zur Fachkräftegewinnung

Die Ergebnisse der Kampagne unterstreichen die hohe Wirksamkeit von „Alle lieben Ali“: Mehr als 25.000 Menschen haben sich für pädagogische Berufen interessiert – ein Zuwachs von 104 Prozent. Mit 1.200 Bewerbungen für die Elementarpädagogik wurde ein Plus von 71 Prozent geschafft. Basis dafür war die Soap und die begleitende Informationskampagne mit 67 Millionen Videoaufrufen, einer Reichweite von 1,7 Millionen Nutzer*innen auf TikTok und 108.000 Besuchen auf der Landingpage.

Die waff Kampagne baut auf dem Erfolg der ersten Social-Media-Soap „Nicht wieder Mary“ auf, in deren Zentrum Pflegeberufe standen. Ziel ist stets, neue Zielgruppen für Zukunftsberufe wie Pflege und Elementarpädagogik zu begeistern und dringend benötigte Fachkräfte zu gewinnen. Für alle, die die Soap noch nicht gesehen haben, hier alle Folgen und alle Informationen rund um den Einstieg in die Elementarpädagogik und Pflege: www.alleliebenali.at. An einer dritten Staffel rund um Ali, Mary und Co. wird bereits gearbeitet.

Rückfragehinweis:

Johann Baumgartner
Mediensprecher waff
Tel.: 0676 82982330

E-Mail: johann.baumgartner@waff.at