

## **Die neue Werbekampagne für jobsintown.de**

### **Es ist nie zu spät für den richtigen Job**

Karben, 04.02.2011 – Die Kreativagentur Grabarz & Partner hat für die Stellenbörse jobsintown.de eine neue TV/Kino-Kampagne produziert. Der Werbespot entstand unter der Regie von Robery Nylund. An der Produktion beteiligt waren die Cobblestone Filmproduktion und Studio Funk. Der Spot wurde bisher auf VOX und SUPER RTL ausgestrahlt und ist aktuell in ausgewählten Kinos zu sehen. Wer die Ausstrahlungstermine verpasst hat, kann den Clip auf [www.jobsintown.de](http://www.jobsintown.de) jederzeit ansehen.

Mit Witz und Charme polieren die Kreativeure der Werbekampagne das angestaubte Image von Stellenbörsen mächtig auf. Der Spot zeigt den rauen Arbeitsalltag von Fischern auf hoher See, während der Zuschauer die Stimme eines der Fischer vernimmt, der versucht, die schönen Seiten dieses harten und eintönigen Lebens verständlich zu machen. Die Pointe ist verblüffend und sorgt für manches schmunzelnde Gesicht: Der Fischer, der eben noch so vehement seinen Job verteidigte, gibt wehmütig zu erkennen, dass er doch manchmal das Gefühl habe, zu etwas Größerem bestimmt zu sein. Er greift im frischen Fang nach einem lebendigen Aal, dreht ihn hin und her und bringt schließlich freudestrahlend ein lustiges Ballontier zum Vorschein – verduzte Gesichter bei Fisch und Kameraden inklusive.

Die Kampagne soll Menschen ansprechen, die in Ihrer aktuellen Arbeitssituation unzufrieden sind. Sie werden auf humorvolle Weise animiert, sich auf [www.jobsintown.de](http://www.jobsintown.de) nach einem Job umzusehen, der Ihren Talenten und Neigungen entspricht. „Die Idee von Grabarz & Partner ist genial“, freut sich Stefan Kraft, Geschäftsführer von jobsintown. „Das klischeebehaftete und oft ungeliebte Thema der Jobsuche erhält durch den Spot eine unerwartet amüsante Note. Wir sind vom Erfolg der Kampagne überzeugt.“

Schon einmal hat eine Werbekampagne mit jobsintown.de erfolgreich abgeräumt. 2005 – 2008 erregte die Online-Jobbörse Aufmerksamkeit durch Plakate und Anzeigen mit dem Titel „Das Leben ist zu kurz für den falschen Job“. Die Idee stammte von der Agentur Scholz & Friends, die mit der Kampagne zahlreiche internationale Preise gewann, u.a. den EPICA in Paris und den Silbernen Löwen in Cannes.

Den aktuellen Clip und alle Informationen zur Werbekampagne von jobsintown.de gibt es unter:

[http://www.jobsintown.de/werbekampagne/werbekampagne\\_1-433s0.html](http://www.jobsintown.de/werbekampagne/werbekampagne_1-433s0.html)

### **Über jobsintown.de**

Die 1999 gegründete Internet-Stellenbörse jobsintown.de zählt mit 600.000 Besuchern monatlich zu den gut frequentierten Internet-Jobbörsen in Deutschland. Spezialisiert auf die regionale und branchenspezifische Stellensuche hat jobsintown.de zahlreiche spezialisierte Fachkanäle etabliert, die eine gezielte berufsgruppenspezifische Ansprache ermöglichen. Noch mehr Reichweite und qualifizierten Traffic erhalten auf jobsintown.de geschaltete Stellenanzeigen über ein Karrierenetzwerk, mit vielen hochwertigen Partnerportalen. Mehr Informationen unter <http://www.jobsintown.de>

### **Kontakt**

Frank Esbach, frank.esbach@jobsintown.de

jobsintown.de GmbH

Homburger Straße 28

61184 Karben

Telefon: + 49 6039-9381-0

Fax: + 49 6039-9381-101