

Mindshare macht Karriere bei StepStone

Düsseldorf, 07. November 2011 „Finde auch du einen Job, den du liebst.“ Mit einer emotionalen crossmedialen Kampagne startet die Online-Jobbörse StepStone die größte Kommunikationsoffensive in der Geschichte des Unternehmens. Im Wettbewerb um das Mediabudget konnte sich Mindshare Düsseldorf durchsetzen. Die Kreation wurde von Jung von Matt/Neue Elbe entwickelt. Der erste Kampagnenflight geht im November und Dezember on air. In 2012 wird der Markenauftritt fortgesetzt.

Die Zielsetzung der Kommunikationsoffensive ist die Steigerung der Markenbekanntheit. Der Schwerpunkt der Mediastrategie liegt auf einer konsequenten Vernetzung von TV und Online, regional unterstützt durch Plakat. Die 30-Sekunden-Spots werden gezielt in Premiumumfeldern platziert, zudem werden 60-Sekünder und Sonderwerbeformen eingesetzt. „Das Team von Mindshare Düsseldorf hat uns mit seiner ausgeprägten integrierten Denkweise, der Flexibilität in der Zusammenarbeit und der großen Nähe zu unserer Marke überzeugt“, so Sascha Theisen, Marketingleiter StepStone Deutschland.

Verantwortet wird der StepStone-Etat von Holger Thalheimer, Managing Director Mindshare Düsseldorf.

Über StepStone:

StepStone ist eine der meistbesuchten Online-Jobbörsen in Deutschland und wurde 2008, 2009 und 2010 zur beliebtesten Karriere-Website des Jahres gewählt. Monatlich mehr als 6,7 Millionen Besuche von Fach- und Führungskräften zeigen: StepStone ist die wahrscheinlich beste Adresse, wenn es darum geht, die richtigen und passenden Mitarbeiter zu finden. 1996 gegründet, ist StepStone einer der Pioniere im Bereich Online-Recruitment und verfügt durch den damit einhergehenden Erfahrungsschatz über einen enorm hohen Markenwert in der relevanten Zielgruppe seiner rund 12.000 Kunden.

Über Mindshare:

Das globale Media-Network Mindshare ist 1997 aus der Fusion der Mediaabteilungen von Ogilvy und JWT hervorgegangen. Seit 1999 agiert Mindshare erfolgreich im deutschen Markt und wird im Ranking des französischen Marktforschungsinstituts Recma auf Platz fünf ausgewiesen. Mindshare ist Teil der GroupM, der Media-Holding des weltweit größten Kommunikationskonzerns WPP (u.a. Ogilvy, JWT, Y&R, Grey). Zur Gruppe gehören außerdem die internationalen Media-Networks Mediacom, MEC und Maxus. Zu den Kunden von Mindshare zählen namhafte nationale und internationale Kunden wie Unilever, Ford Motor Company, Kraft Foods, Boehringer Ingelheim, Lufthansa, Nike, IBM, Aral und Thomas Cook.

Weitere Informationen über

Lâmia Durrance (Tel. 069/60905-330 / lamia.durrance@mindshareworld.com)