



## Recruiting Kampagne von Maxmedia

### *Die Stelle Deines Lebens*

Die Karlsruher Verkehrsbetriebe und die Albtal-Verkehrs-Gesellschaft beschreiten oder besser befahren bei der Auszubildenden-Suche neue Wege. Mit "Die Stelle Deines Lebens" startet die Karlsruher Werbeagentur Maxmedia <http://www.maxmedia.de> eine bundesweit angelegte Azubi-Recruiting-Offensive für die beiden Verkehrsbetriebe aus Karlsruhe. Die VBK und die AVG zählen mit über 1.100 Beschäftigten zu den größten Arbeitgebern in Karlsruhe. Das innovative Anzeigendesign zeigt stellvertretend drei Auszubildende, deren Berufsweg anhand des Fahrplans "nachgefahren" wird. Über einen QR-Code gelangt man auf die Microsite in jugendlich frischen Design. Hier erwarten die Jugendlichen 110 Millionen Fahrgäste und neun verschiedene Berufe, einschließlich zwei BA Studiengängen. Mit witzigen Ansprachen wie "Mofa, Roller, Auto ... vergiss es. Du steuerst Bus und Bahn. Denn manchmal kommt es eben doch auf die Größe an." Werden die Jugendlichen zielgruppengerecht angesprochen und abgeholt. Die erste "Probefahrt" macht die Kampagne auf der größten Ausbildungsmesse der Region "Einstieg Beruf". Dort präsentieren rund 200 Unternehmen und schulische Ausbildungsstätten aus der gesamten TechnologieRegion Karlsruhe und informieren über ihre Ausbildungsmöglichkeiten. Die von der IHK, der Agentur für Arbeit und der Handwerkskammer veranstaltete Messe findet erstmals am Samstag, den 26. Januar 2013 von 10 bis 15.30 Uhr im Kongresszentrum Karlsruhe (in der Stadthalle) statt. "Neben der Messe wird die Kampagne nicht nur auf zahlreichen Citylights zu sehen sein, sondern es fahren auch diverse Straßenbahnen mit dem Motiv durch die City und holt die Jugendlichen quasi direkt vor der Haustür ab", sagt Oliver Schmidt, Geschäftsführer der Maxmedia Werbeagentur GmbH. Für die Maxmedia Werbeagentur ist es bereits die dritte große Ausbildungskampagne und damit ein weiteres, erfolgversprechendes Geschäftsfeld. Für die IMO Ingo Müller Oberflächentechnik entwickelte die Karlsruher Agentur die Recruitingkampagne "Alles andere als oberflächlich" und für den Ingenieurdienstleister iks Gruppe die digitale Kampagne "Bist Du ein Ingeniör oder ist Dir alles zu schwör? Die iks-Gruppe steht für Ingenieurleistungen rund um die Entwicklung, Beratung, Konstruktion und Fertigung. Dazu brauchen Sie einen großen Pool aus über 600 High Potentials. Mit der integrierten Kampagne Recruiting Web 2.0 setzen sie verstärkt auf Social Media und virales Marketing. Visuell angelehnt an ein Computerspiel, bei dem die Actionhelden Ingenieure sind, können diese sich selbst bei der iks bewerben oder einen befreundeten Ingenieur vorschlagen. Die E-Card posten sie auf Facebook, schicken sie Freunden und Verwandten zu und natürlich auch der iks. Die Taktik ist klar: mit der Möglichkeit, sein eigenes Foto hoch zu laden, erhöht sich der virale Effekt einer solchen E-Card immens. Mit diesen Kampagnen etabliert sich die Karlsruher Markenagentur mehr und mehr zum Personalrecruiting-Spezialisten.

## Pressekontakt

Maxmedia Werbeagentur GmbH

Herr Daniel Schoch  
Pfinztalstr. 24  
76227 Karlsruhe

[maxmedia.de/](http://maxmedia.de/)  
[info@maxmedia.de](mailto:info@maxmedia.de)

## Firmenkontakt

Maxmedia Werbeagentur GmbH

Herr Daniel Schoch  
Pfinztalstr. 24  
76227 Karlsruhe

[maxmedia.de/](http://maxmedia.de/)  
[info@maxmedia.de](mailto:info@maxmedia.de)

Die Maxmedia Werbeagentur GmbH hat ein Ohr für Werbung: Statt dem traditionellen Top-Down-Ansatz, bei dem Kunden dies und das empfohlen und der Kunde zu dem und dem beschwätzt wird, wird bei Maxmedia dem Kunden zugehört, und auf seine Bedürfnisse eingegangen. Dafür stehen die beiden Geschäftsführer Oliver Schmidt und Thomas Roth.