

Bundesweit gesucht – bundesweit Anklang gefunden

21.09.2007, 15:35 | Werbung, Consulting, Marktforschung

Pressemitteilung von: Buena la Vista AG



Bundesweit gesucht!

Sie halten Ausschau nach neuen Herausforderungen, wollen anspruchsvolle Aufgaben übernehmen und schnell Verantwortung tragen? Dann können Sie zu uns. Wir haben allein an unseren ständischen Zentralstandorten 150 attraktive Positionen mit interessanten Karrierechancen zu besetzen. Unsere Unternehmensgruppe zählt zu den führenden Herstellern elektromechanischer Komponenten und Systeme für Fahrzeugtüren und -sitze. Mehr als 9.100 Mitarbeitern verdanken wir, dass in jedem vierten weltweit produzierten Auto mindestens ein Brose-Erzeugnis zu finden ist. Weitere Informationen zu unseren insgesamt 300 internationalen Systemangeboten finden Sie auf unserer Homepage unter [Karriere/brose.com](http://Karriere.brose.com).

www.brose.com – Mehr Komfort und Sicherheit für den mobilen Alltag 

Buena la Vista entwickelt außergewöhnliche Personalimagekampagne für die Brose Gruppe

Für die Brose Unternehmensgruppe – derzeit unter den TOP 100 der weltweit größten Automobil-Zulieferer auf Platz 7 bei den Familienunternehmen – hat die Agentur Buena la Vista eine außergewöhnliche Personalimagekampagne entwickelt. Diese soll nicht nur deutschlandweit neue Mitarbeiter werben, sondern sorgt auch deutschlandweit derzeit für hohe Aufmerksamkeit und überdurchschnittliche Resonanz.

Es sollte keine herkömmliche Stellenanzeige werden, wie sie zu Tausenden den Personalmarkt überschwemmen. Man wollte auffallen. Der Automobilzulieferer wollte sich vom Wettbewerb abheben. Also war eine unkonventionelle Idee gefragt. Und die kam von Michael Barthelme, Creative Director bei Buena la Vista. Er entwickelte eine neue Kreativstrategie für Brose, bei der die jeweilige Aussage der Anzeige über Analogien aus der Tierwelt kommuniziert

wird.

Das Ungewöhnliche daran: Die Anzeigenmotive setzen sich aus Produkten des Unternehmens zusammen. Gespiegelt, gedreht und aneinandergereiht verwandeln sie sich in Bundesadler, Schmetterlinge und Stier: Lebewesen, die für Dynamik und Beweglichkeit stehen und damit wesentliche Unternehmenswerte von Brose widerspiegeln. „Ziel der groß angelegten Kampagne ist die Steigerung der Marken-Bekanntheit von Brose im Personalmarkt, aber auch bei potentiellen Geschäftspartnern.

Gleichzeitig dient sie der Imageprofilierung des Unternehmens. Brose präsentiert sich als modernes, aufgeschlossenes Unternehmen, das unkonventionelle Wege geht und sich durch eine kreative Herangehensweise in Bezug auf das Personalmarketing auszeichnet“, so Hans Ulrich Hutten, Vorstand bei der Buena la Vista AG.

Außergewöhnlich ist die Anzeigen-Kampagne allerdings nicht nur nicht in der Gestaltung, sondern auch die Medienstrategie. Neben den Hochschulmedien werden auflagenstarke Publikationen wie der Spiegel und die auto motor sport sowie einschlägige Fachmedien (VDI-Nachrichten, Automobilwoche etc.) bedient. Die Kampagnenschaltungen erfolgen vor, während und nach der IAA 2007.

Portrait

Buena la Vista ist Beratungs- und Kreativagentur in einem. Wir stehen für Marketing, Kommunikation und Design gleichermaßen. Die Schwerpunkte liegen in den Branchen Automobil, Sport, Investitionsgüterindustrie, Caravan, Heizung-Sanitär, Bauhandel und Medien. Kunden sind unter anderem DaimlerCrysler, Knauf Bauprodukte, Schaeffler KG, Honeywell, KnausTabbert Group, SevenOne Media, Deutsche Sport-Marketing GmbH, Richter+Frenzel und Mediengruppe Main-Post. Die Agentur beschäftigt derzeit 27 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Zum Vorstand gehören Dieter Schneider, Andrea Nisalke und Hans-Ulrich Hutten.

News-ID: 159708 • Views: 2062 (Stand: 21.10.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/159708/Bundesweit-gesucht-bundesweit-Anklang-gefunden.html>