

... Von Gianna Schöneich

**D**as Portal *karriere.at* ist das größte Online-Karriereportal Österreichs. Seit Ende 2015 wird *karriere.at* von der Agentur Heimat Wien betreut, und gemeinsam schuf man die Kampagne „Willst du. Kannst du.“, welche gerade mit einem Effie ausgezeichnet wurde. Heuer wurde sie auf einzigartige Art und Weise weiterentwickelt. *medianet* sprach mit Johanna Mayr, *karriere.at*, und Markus Wieser, Georg Feichtinger, Stefan Schäffer von Heimat Wien über die Kampagne. (Bilder im Uhrzeigersinn).

**medianet:** Für die Kampagne von *karriere.at* ist Heimat Wien einen eher unorthodoxen Weg gegangen.

**Georg Feichtinger:** Genau. *karriere.at* bietet die meisten Jobs und die besten weiterführenden Hilfestellungen zum Thema Job & Karriere. Um dieses ‚Portal der Möglichkeiten‘ in Szene zu setzen, nutzten wir letztes Jahr die surreale Inszenierung eines Green Screen-Konzepts, entsprechend der Markenfarbe ‚Grün‘. Dieses Jahr wollten wir uns noch weiter in die Welt der Sozialen Medien begeben.

**medianet:** Wie sah dieser aus?

**Feichtinger:** Wir haben nicht einen TV-Spot gemacht, sondern 40 verschiedene zu jeweils einem Thema oder Anlass. Wir zeigen, was Menschen an ihren momentanen Jobs stört, seien es die Kollegen, der Chef und so weiter. Das Ganze in der Art von GIF-Animationen, wie man sie aus Social Media kennt. Weiters wurde die bereits vorhandene Community von Anfang an in die Kampagne involviert, indem wir ihr die Möglichkeit gaben, selbst Beiträge zu konzipieren, hochzuladen und in die Kampagne einzubringen. Wir haben



© Heimat Wien (4)

# Claim als Klammer

Für ihren Kunden *karriere.at* legte sich die betreuende Agentur Heimat Wien mächtig und vielfältig ins Zeug.

den Rahmen vorgegeben und die Community hat sich beteiligt.

**medianet:** Die Spots unterscheiden sich stilistisch sehr stark.

**Feichtinger:** Die Kampagne soll die Vielfalt der angebotenen Jobs und Möglichkeiten darstellen, daher können die Spots natürlich keine einzelne durchgängige Handschrift aufweisen. Unterschiedliche Stile wie 3D Motion Design, Illustrationen, Realbild, Stop Motion, Papercraft, etc. wurden bewusst abwechslungsreich eingesetzt. Wir setzen zusätzlich auf sehr kurze Spots. Die

Kampagne fällt durch ihre Machart, aber auch durch ihre hohe Frequenz im Werbeblock auf.

**Stefan Schäffer:** Für dieses besondere Vorgehen konnten wir zahlreiche Freigeister, Künstler und Kreative der Branche gewinnen, wie unter anderem Daniela Leitner, Salon Alpine, Elias Freiburger, Lina Müller, Mr. Fernseher, All Most Famous... Das R&H hielt in der Produktion die Fäden zusammen – keine leichte Aufgabe. Vielen Dank allen Beteiligten an dieser Stelle ...

**Johanna Mayr:** Apropos: Dank unserer Community konnten

wir schon im Vorfeld erarbeiten, welche Themen besonders interessieren. Die Spots wurden in Social Media vorab getestet, so konnten wir herausfinden, welche Zielgruppen welche Themen präferieren würden und dies in die Entwicklung von Anfang an mit einfließen lassen. Für TV haben wir gezielt nach für die jeweilige Zielgruppe relevanten Genres gesucht – und dann eigens dafür Spots kreiert.

**medianet:** Sie haben das Thema Karriere ganz anders inszeniert, als man es sonst kennt