

# Best Practice Karriere-Anzeige

## Bilanz oder Brisanz?

Mach mit uns  
den Unterschied.



### Ziel

KPMG möchte sich mit seiner Kampagne von seinen Wettbewerbern differenzieren, sich als Game Changer positionieren und die Zahl der Einstellungen passender Bewerber erhöhen. Als Zielgruppe definiert die Beratung die challenge- und lösungsorientierten Absolventen und Professionals.

### Das Unternehmen



### Strategie und Umsetzung

KPMG entscheidet sich bewusst gegen Testimonials in seinen Anzeigen und stellt die Inhalte des Berufs und aktuelle Herausforderungen der Wirtschaftswelt in den Vordergrund. Damit unterstreicht das Unternehmen seine zentralen Anforderungen an erfolgreiche Bewerber: inhaltliche Orientierung, lebenslanges Lernen, Neugier sowie Diversität und Ambition. Jedes Anzeigenmotiv steht als Vexierbild für eine Herausforderung aus der täglichen Praxis, eine herausfordernde Frage als Headline ergänzt das Motiv. Die Anzeigen werden in Top-Magazinen wie brand eins und Business Punk geschaltet.

### Kampagne mit Auszeichnung

KPMG gewinnt den trendence Employer Branding Award 2018 in der Kategorie „Beste Karriere-Anzeige“.

### Stimmen aus der Jury

„Frisch, zeitgemäß, auffällig, bunt, unverwechselbar. So muss eine Karriereanzeige heute aussehen.“

„Endlich eine Anzeige, die den Job und die Aufgabe in den Vordergrund rückt.“



### Erfolge

Im Vergleich zum Vorjahr hat KPMG im Kampagnenzeitraum 33 Prozent mehr Absolventen und 51 Prozent mehr Professionals seiner Zielgruppe eingestellt. Die Kampagne wird oft in Bewerbungsanschreiben thematisiert.