

Ingrid erklärt Indeed: Unsere Kampagne zeigt auf, was Indeed und Online-Partnersuche gemeinsam haben

- **Indeed startet neue Werbekampagne “Ingrid erklärt Indeed” und setzt die 2019 begonnene Reihe fort**
- **Werbefigur Ingrid erläutert Vorteile der Jobseite anhand plakativer Analogien**
- **Regisseur Kai Wiesinger setzt erneut die Kreation von Grabarz & Partner um**

Indeed setzt ihre Geschichte mit ihrer Werbefigur Ingrid fort und startet die neue Werbekampagne “Ingrid erklärt Indeed”. In dem neuen TV-Spot, namens “Partnersuche”, hebt die Büroangestellte zum Auftakt der Kampagne die Vorteile der Jobseite am Beispiel von Online-Partnersuchen hervor. Die Parallele: Auf Indeed lassen sich wie auf Datingseiten nicht nur viele (Job)Angebote, sondern genau die richtigen finden. Zuvor musste Ingrid noch mit Namensverwechslungen kämpfen und machte u.a. mit Eintracht Frankfurt-Fußballern wie Kevin Trapp Bekanntschaft. Nun schließt sie mit ihrer Beziehung zur Jobseite Frieden, geht den nächsten Entwicklungsschritt und erklärt die Vorzüge von Indeed.

“Ingrid ist aus jeglicher Hinsicht eine Erfolgsgeschichte, die wir gerne weitererzählen. Nachdem sie deutschlandweite Bekanntheit erlangt hat, nehmen wir nun die Zuschauer bei der Hand und lassen ihnen von der Kultfigur höchst persönlich die Vorteile von Indeed auf ihre ganz eigene Art und Weise erklären. Durch den Wandel von Ingrids Persönlichkeit versprechen wir uns eine noch stärkere Identifikation mit Ingrid, während gleichzeitig Indeeds Stärken in den Vordergrund gerückt werden”, erläutert Christiane Büring, Director Country Marketing DACH bei Indeed.

Ingrid trat erstmalig in einer TV-Kampagne im Jahre 2019 in Deutschland in Erscheinung. Aufgrund der Ähnlichkeit ihres Namens mit der Jobseite Indeed gingen Menschen in ihrem Umfeld davon aus, dass sie ihnen einen Job vermitteln kann. Diesen roten Faden haben die Macher der Kampagne weiterentwickelt und lassen Ingrid anhand von pointierten Parallelen erläutern, wie Indeed bei der Jobsuche behilflich sein kann. “Ingrid erklärt Indeed” knüpft beim Setting und dem Cast an die vorherige Kampagne “Ingrid - nicht Indeed” an. Auf den ersten Spot “Partnersuche” werden weitere folgen, die hinsichtlich der Storyline denselben Ansatz verfolgen, zugespitzte Vergleiche zu nutzen.

Am heutigen Montag wird der erste Spot der Reihe erstmals im TV zu sehen sein, u.a. zur Prime Time bei Pro7 bei “The Big Bang Theory”. Die Kampagne wird in den nächsten Wochen und Monaten mit hochwertigen Platzierungen in den Werbeblöcken von Top-Serien und -Spielfilmen sowie im Sportumfeld ausgestrahlt. Zielgruppe sind – wie sollte es anders sein – Erwerbstätige und damit potenziell Jobsuchende. Für die Idee und Konzeption ist erneut die Agentur [Grabarz und Partner](#) verantwortlich, die abermals mit der Produktionsfirma [Wolffpack Vision](#) aus Berlin und dem Regisseur [Kai Wiesinger](#) zusammenarbeitete. Die Rückkehr von Indeed kündigte die Jobseite bereits am Freitag mit dem [Trailer “She is back”](#) auf ihren eigenen Social Media-Kanälen an.

Pressekontakt

Indeed

Felix Altmann

Senior Corporate Communications Manager, DACH

Telefon: +49 173 5923379

E-Mail: faltmann@indeed.com