

PRESSEMITTEILUNG

Frei zur sofortigen Veröffentlichung

Die Startups FRAMEN und truffls verbreiten gute Nachrichten in Zeiten des Fachkräftemangels

Truffls erreicht in CoWorking Spaces mit zielgerichtetem DOOH (Digital Out Of Home) gleich beide Zielgruppen – zukunftsorientierte Unternehmen und (Young) Professionals

Berlin – August 2020

Truffls, die mobile Job App, stellt ab heute national seinen Matching-Algorithmus für die mobile Jobsuche vor – und zwar direkt im Blickwinkel von (Young) Professionals und zukunftsgerichteten Unternehmen. Die Kampagne in kontextuellen Erlebnisumfeldern wie CoWorking Spaces läuft für einen Monat in deutschen WeWork Locations – zu denen das Berliner MediaTech-Startup FRAMEN die Türen öffnet.

FRAMEN ermöglicht eine neue Form der Kommunikation und schafft Marken einen exklusiven Zugang zu spezifischen Zielgruppen. Dabei macht das Startup TV-Bildschirme in semi-öffentlichen Orten wie CoWorking Spaces oder Hotels auch für Außenstehende als Werbefläche zugänglich. In den vergangenen Monaten haben Unternehmen FRAMEN verstärkt als B2B-Marketingkanal genutzt: *“Mit FRAMEN können Unternehmen ihre Zielgruppen viel gezielter als über klassisches (D)OOH erreichen. Eine sonst isolierte Kampagne führt zu aktiven Flurgesprächen – Menschen setzen sich mit neuen Inhalten im Raum auseinander”*, sagt Dimitri Gärtner, CEO des MediaTech-Startups. Besonders für Recruiting-Unternehmen ergibt sich hier eine neue Möglichkeit, ihre Zielgruppen am Arbeitsplatz zu informieren und inspirieren – wie die Kooperation mit truffls zeigt.

Truffls’ Kampagne in WeWork CoWorking Spaces über FRAMEN ist alles andere als eine typische Werbung – im Stil einer TV-Nachrichtensendung werden HR-Insights mit einem Augenzwinkern auf strategisch platzierten TVs in CoWorking Spaces gezeigt und erreichen Mitarbeiter*innen so beim Warten auf den Aufzug zum Büro oder in der Kaffeepause. Mit diesem innovativen Format fügt sich die Kampagne perfekt in den gegebenen Kontext ein und hat so vor allem für truffls einen ausschlaggebenden Vorteil:

“Bisher haben wir von OOH-Kampagnen Abstand gehalten und uns besonders B2C-seitig auf sehr wenige Marketing-Kanäle beschränkt, da es für uns nicht nur kosten-technisch wichtig ist, die richtige Zielgruppe zu erreichen. Holen wir uns die falsche Nutzerschaft in die App, kann das eine fatale Wirkung auf das Plattformgeschäft haben”, so Lisa Zöfgen, Head of Marketing bei truffls. Mit FRAMEN könne man nun einen neuen spannenden Online-Kanal testen.

Mit ihrer FRAMEN-Kampagne spricht truffls sogar gleich zwei Zielgruppen (B2B und B2C) in deren natürlichem Umfeld an – individuell und doch auch gleichzeitig. Einerseits erreicht truffls (Young) Professionals, also gut ausgebildete Fachkräfte mit einigen Jahren Berufserfahrung, die mit einem innovativen Tool auf der Suche nach einer neuen beruflichen Herausforderung sind. Andererseits werden Entscheider*innen sowie HR-Verantwortliche zukunftsorientierter Unternehmen adressiert, die nach digital-affinen Mitarbeitern*innen suchen.

*“Wir treffen mit unserer innovativen Job Matching-Technologie in die Herzen von (Young) Professionals. FRAMEN ermöglicht es uns, im natürlichen Umfeld unserer Zielgruppe aufzutreten und noch stärker mit Kandidat*innen und Unternehmen in Verbindung zu treten. Mit unserer “Breaking News“-Kampagne inspirieren wir im richtigen Moment, am richtigen Ort”,* erklärt Lisa Zöfgen. Verlängert wird die Kampagne mit Hilfe einer Landingpage: truffls.com/breakingnews.

Die “Breaking-News“-Videos, mit denen truffls in WeWork Spaces auftritt, finden Sie [hier](#). Die Pressemitteilung-Assets mit Titelbild, Logos der Unternehmen sowie PM als word-Dokument [hier](#).



Werbung, die nicht nach Werbung aussieht. Truffls' Kampagne in WeWork CoWorking Spaces über FRAMEN ist alles andere als eine typische Werbung – im Stil einer TV-Nachrichtensendung verbreitet truffls HR-Insights mit einem Augenzwinkern im Blickwinkel zukunftsorientierter Unternehmen.

Über FRAMEN

[FRAMEN](#) hat ein großes Potenzial für gezielt adressierte Inhalte über Bildschirme in semi-öffentlichen Bereichen entdeckt und eine Plattform für addressable context advertisement (ACA) entwickelt. Auf [framen.io](#) buchen Werbetreibende Impressions und platzieren ihre Werbung programmatisch zielgruppenspezifisch auf TVs in hoch frequentierten Orten wie Co-Working Spaces, Hotels und lokalem Handel. Werbetreibende bekommen über [framen.io](#) hypertargeted Zugänge zu Zielgruppen wie konservative Executives, urbane Professionals oder digitale Nomaden. Bildschirmbesitzer*innen schaffen sich mit der Freigabe ihrer TVs eine fremdfinanzierte Entertainment-Möglichkeit und verwandeln ihre Fläche zu einem Point of Experience. Derzeit bietet FRAMEN im DACH-Gebiet über 2000 Screens in über 200 Städten und 650 Standorten an und ermöglicht trotz Corona aktuell 130.000.000 Impressions p.W.

Über truffls

[Truffls](#) ist mit über 500.000 Nutzer*innen Deutschlands Marktführer im Mobile Recruiting. Die App funktioniert mit Hilfe von einfacher Gestensteuerung (Swipes), modernster Machine Learning Technologie und einem smarten Algorithmus, der dafür sorgt, dass Stellenanzeigen den passenden App-User*innen ausgespielt werden. Spezialisiert hat sich truffls auf berufserfahrene Fachkräfte aus Business und Tech, die sich oft in einem festen Arbeitsverhältnis befinden und somit passiv nach neuen Herausforderungen, spannenden Unternehmen und engagierten Teams suchen. Der Recruiting-Prozess wird mit Hilfe von truffls vereinfacht, moderner gestaltet und ermöglicht es, tech-affine, flexible und ambitionierte Kandidat*innen in ihrerer Sprache und auf ihren Kanälen zu erreichen. So setzt truffls auf Werte wie pro-Diversity-Haltung, Kommunikation auf Augenhöhe und zeitgemäße, schnelle Bewerbungsprozesse.

Pressekontakt:

Magdalena Pusch

Co-Founder & CMO at FRAMEN GmbH

magdalena@framen.io

Lisa Zöfgen

Head of Marketing at Truffls GmbH

marketing@truffls.com