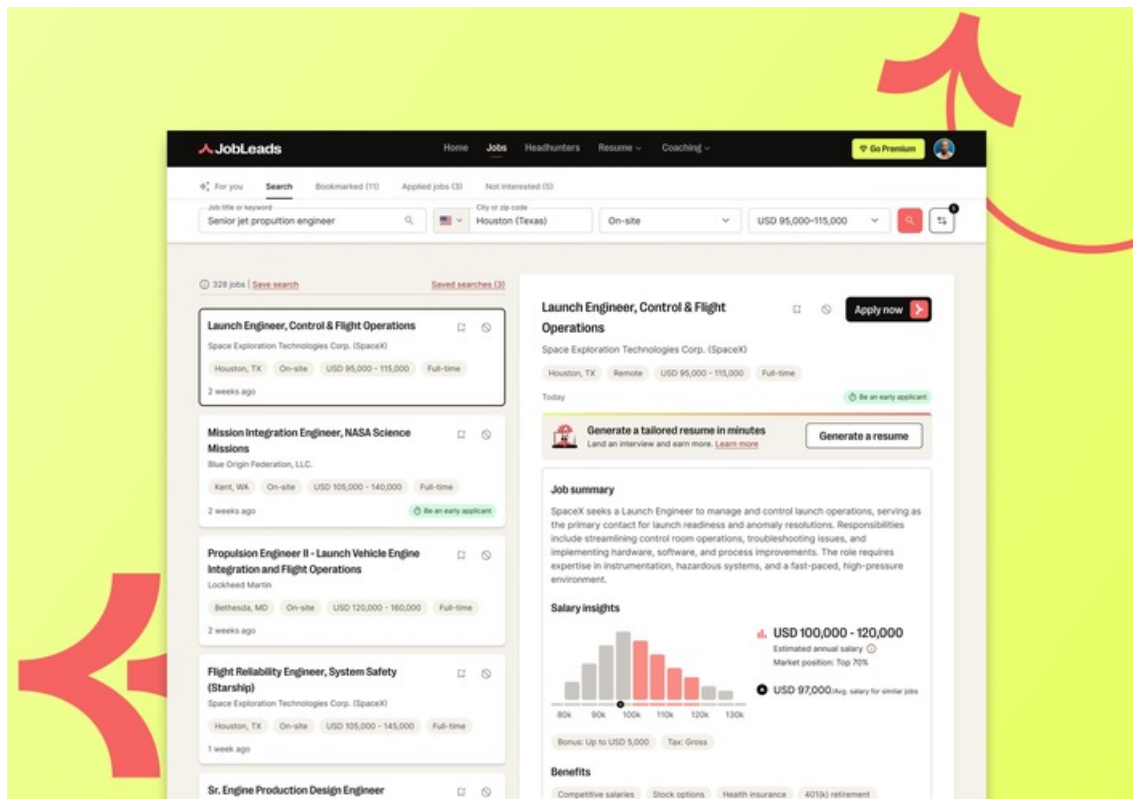




20.11.2025 - 13:45 Uhr

JobLeads präsentiert neue Markenidentität - mit klarem Fokus auf Jobsuchende



Hamburg (ots) -

Plattform mit über 12 Millionen Nutzern weltweit bricht mit traditionellen Jobbörsen-Modellen und positioniert sich klar als Partner der Jobsuchenden

JobLeads, die globale Karriereplattform mit über zwölf Millionen Professionals in mehr als 40 Ländern, hat eine umfassende Marken-Transformation abgeschlossen. Unter dem neuen Leitmotiv *"Die Jobplattform an deiner Seite"* positioniert sich JobLeads konsequent als unabhängiger Begleiter für Jobsuchende und verabschiedet sich mit einem neuen visuellen Auftritt vom klassischen Jobbörsen-Modell.

Jobsuchende im Mittelpunkt - nicht Recruiter

Im Gegensatz zu traditionellen Jobbörsen wie LinkedIn oder Indeed, die ihre Einnahmen durch bezahlte Stellenanzeigen von Unternehmen erzielen, arbeitet JobLeads vollständig unabhängig von Recruitern. Jede Funktion, jeder Algorithmus und jedes Produktfeature sind darauf ausgelegt, Jobsuchenden den entscheidenden Vorteil im Bewerbungsprozess zu verschaffen.

"Wir sind die Plattform, die auf der Seite der Bewerberinnen und Bewerber steht", erklärt Jan Hendrik von Ahlen, Geschäftsführer von JobLeads. "Im Gegensatz zu anderen Jobportalen, die von Recruitern dafür bezahlt werden, bestimmte Stellen zu bewerben, sind wir zu hundert Prozent unabhängig. Jeder Algorithmus, jede Funktion und jedes Tool ist darauf ausgerichtet, Jobsuchenden einen echten Vorteil zu verschaffen. Unser Ziel ist es, die Kontrolle in die Hände der Jobsuchenden zu legen."

Ein Design, das Erfolg feiert

Auch visuell beschreitet JobLeads neue Wege. Statt des in der Branche weit verbreiteten Corporate-Blau setzt das neue Design auf ein modernes, lebendiges Erscheinungsbild. Im Mittelpunkt steht ein markantes rot-schwarzes Logo in Form eines High-Fives - Symbol für den Moment der Freude, wenn Jobsuchende ihre Traumposition erreichen, und für die Rolle, die JobLeads dabei spielt.

Zag als strategischer Partner

Die Neuausrichtung entstand in enger Zusammenarbeit mit der Londoner Marken- und Strategieberatung [Zag](#). Ziel war es, eine Markenidentität zu entwickeln, die die Haltung von JobLeads und seine Relevanz für Jobsuchende über Branchen- und Karrierestufen hinweg präzise zum Ausdruck bringt.

"Der Markt für Online-Recruiting ist hart umkämpft, geprägt von Schlagwörtern und kurzfristigen Trends", erklärt Anu Shah, CEO von Zag. "Gerade deshalb war es besonders spannend, mit einem Unternehmen zusammenzuarbeiten, das langjährige Erfahrung mit der Bereitschaft verbindet, seine Branche neu zu denken. Die neue Marke, Technologie und strategische Ausrichtung von JobLeads rücken die Jobsuchenden konsequent in den Mittelpunkt - und wir freuen uns, diesen Weg weiterhin zu begleiten."

Über JobLeads

JobLeads ist eine globale Karriereplattform mit Hauptsitz in Hamburg, gegründet im Jahr 2007 von Christian von Ahlen, Jan Hendrik von Ahlen und Martin Schmidt. Das Unternehmen unterstützt Professionals weltweit dabei, ihre Karriere selbstbestimmt zu gestalten und neue berufliche Chancen zu entdecken. Heute vertrauen mehr als zwölf Millionen Mitglieder in über 40 Ländern auf die unabhängigen, datenbasierten Tools und Insights von JobLeads, die Jobsuchenden helfen, ihren nächsten Karriereschritt erfolgreich zu planen.

Pressekontakt:

Maryia Fokina
press@jobleads.com

Medieninhalte



JobLeads new job search / Weiterer Text über ots und www.presseportal.de/nr/181491 / Die Verwendung dieses Bildes für redaktionelle Zwecke ist unter Beachtung aller mitgeteilten Nutzungsbedingungen zulässig und dann auch honorarfrei. Veröffentlichung ausschließlich mit Bildrechte-Hinweis.

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100103125/100936743> abgerufen werden.