

# Via filmpje naar de bank

Door onze correspondent  
NEW YORK, 15 NOV. Stagiairs van de Amerikaanse zakenbank Morgan Stanley staan niet bekend om hun plezierige voorkomen, hun vriendelijke blik naar de camera of hun vermogen een script uit het hoofd te leren en dat op natuurlijke wijze op te zeggen.

Maar dat verandert nu Morgan Stanley stagiairs niet op basis van intelligentie, arbeidsethos of doorzettingsvermogen aanneemt, maar wel omdat ze een leuk filmpje op internet hebben geplaatst. Met dit ongebruikelijke wervingsproces maakt de bank ook meteen reclame voor zowel de nieuwe Sony-speelfilm *The pursuit*

*of happiness* van steracteur Will Smith als de Sony-website *Group.com* waar gebruikers eigen filmpjes kunnen plaatsen.

Morgan Stanley is een van acht ondernemingen die studenten uitnodigen om korte films op de site te plaatsen. Naast de bank doen onder meer kledingconcern Gap, mediabedrijf NBC, internetbedrijf Yahoo en sportonderneming NFL mee aan de als wedstrijd vermomde advertentiecampagne. In *The New York Times* zegt een Morgan Stanley-woordvoerder dat de bank op deze manier tweestagiairs zoekt. Hij erkent dat de filmpjes weinig te maken hebben met het gebruikelijke werk bij een bank.