

Ein schwedisches Unternehmen nimmt seine Bewerber ordentlich durch die Mangel. Die Aufgabe lautet: Überzeugen Sie das gesamte Büro davon, James Blunt-Lieder zu hören. Und Sie haben den Job.

Die Jobanzeige der Borg & Owilli Content-Agentur lautet wie folgt: „Neben Bewerbungsschreiben und Lebenslauf, die beigebracht werden müssen, besteht die Aufnahmeprüfung darin, uns James Blunt zu verkaufen.“



James Blunts aktuelles Album „The Afterlove“. (Quelle jamesblunt.com)

„Können Sie uns davon überzeugen, dass die halbe Welt Unrecht hat, und James Blunts neues Album ein Meilenstein der Musikgeschichte ist?“, heißt es da weiter.

David Borg, Partner in der Agentur, hatte die Idee, die aktuellen Ereignisse in der Welt zum Teil des Bewerbungsprozesses zu machen.

Letztes Jahr sollten Bewerber einen amerikanischen Angestellten der Agentur davon überzeugen, Donald Trump zu wählen, anstatt Hillary Clinton.

„Jetzt, da der schlechteste und nutzloseste Künstler der Welt ein neues Album herausgebracht hat, dachten wir, das passt.“, sagte Borg gegenüber The Local in Schweden.

Blunts Musik ist so umstritten, dass der Künstler selbst Witze über seine Arbeit macht. Es ist also tatsächlich eine Herausforderung, dieses Produkt an den Mann zu bringen.

„Die Herausforderung besteht darin, diese witzlose Leere von Musik uns als tiefsten poetischen Ausdruck zu verkaufen. Das wird nicht leicht.“, erklärte Borg.

Das Bewerbungskomitee wird im Stile der Fernsehshow „Das Supertalent“ dasitzen. Der erfolgreiche Kandidat muss dieses Gremium überzeugen.

Die drei Jurymitglieder haben eines gemeinsam: Sie hassen James Blunt.

Dafür, dass er so umstritten ist, verkauft James Blunt ganz schön viele Alben. Man schätzt die weltweiten Verkäufe auf 19 Millionen Platten.

Er hat also gut über sich lachen, wenn er twittert:

If you thought 2016 was bad - I'm releasing an album in 2017.

— James Blunt (@JamesBlunt) [December 13, 2016](#)