

**Deutscher Mediapreis 2020: fünf Shortlist-Platzierungen für CROSSMEDIA**  
Kampagnen für die DAK-Gesundheit und Bundeswehr sind mehrfach nominiert

**Düsseldorf, 05.02.2020. Die Finalisten für Deutschlands renommiertesten Media-Award stehen fest. Die inhabergeführte Mediaagentur darf sich bei zwei eingereichten Cases über insgesamt fünf Shortlist-Platzierungen freuen.**

Aus 101 Einreichungen hat die Expertenjury des Deutschen Mediapreises ihre vierzig Favoriten gewählt, die bei der Preisverleihung am 12.03.2020 in München auf eine der begehrten Media-Kugeln hoffen dürfen. Crossmedia kann gleich fünf Nominierungen in den vier eingereichten Kategorien verzeichnen: Der DAK-Podcast „Ganz schön krank, Leute!“ produziert von Worknet-Partner [earnesto](#) qualifiziert sich als Media-Idee Audio sowie Content Marketing, während die Bundeswehr-Kampagne „KSK“ auf den Shortlists Media-Strategie National, Media-Idee Digital sowie Content Marketing gelistet wird.

**Über die nominierten Kampagnen:**

**Bundeswehr „KSK - KÄMPFE NIE FÜR DICH ALLEIN“**

Um die geheimste Sondereinheit der Bundeswehr ranken sich vielfältige Mythen. Mit dem Serienformat KSK macht CROSSMEDIA zusammen mit den Partneragenturen Castenow und TACSY die Zielgruppe erneut zum Teil der Serie: Ein Zivilist begleitet das Kommando Spezialkräfte um die halbe Welt und teilt seine Erlebnisse hautnah in einem völlig neuen Format. „KSK - KÄMPFE NIE FÜR DICH ALLEIN“ – die erste Serie bei WhatsApp, YouTube, Alexa und als Podcast zeigt die geheimste Einheit der Bundeswehr so nah wie nie zuvor.

Mit „KSK“ knüpft der Media Independent an den Erfolg der vielfach ausgezeichneten Vorgänger-Kampagnen „DIE REKRUTEN“ und „MALI“ an und erhielt dafür zuletzt u. a. Auszeichnungen beim Deutschen Digital Award, Indie Award und Neptun Award 2019.

Mehr Infos zur Bundeswehr-Kampagne gibt es [hier](#).

**DAK „Ganz schön krank, Leute!“**

Die DAK-Wertekampagne bewirbt die Initiative für ein gesundes Miteinander, die die Gesellschaft aufrütteln möchte. Um die Kommunikation der Krankenkasse zu verjüngen wie intensivieren, stellt CROSSMEDIA zusammen mit Worknet-Partner [earnesto](#) den Content über die Marke und entwickeln als Highlight der Kampagne den ersten eigenen Podcast der DAK „Ganz schön krank, Leute!“. Dabei legen sie den Fokus auf Probleme unserer Zeit wie Stress und Bodyshaming. Der Podcast entwickelt sich zum langfristigen Vehikel und dessen Verweildauer gegenüber anderen Content-Maßnahmen fällt um 1.900 % höher aus.

Die gesamte DAK-Wertekampagne „Initiative für ein gesundes Miteinander“ wurde bereits beim GWA Effie 2019 mit einer Shortlist-Platzierung prämiert.

Mehr Infos zur DAK-Kampagne gibt es [hier](#).

### **Über CROSSMEDIA**

CROSSMEDIA steht für unabhängige und differenzierende Kommunikationsberatung. Seit Agenturgründung 1997 hat sie sich als die Alternative zu den globalen Media-Networks etabliert. Mit insgesamt über 550 Mitarbeitern ist CROSSMEDIA mit acht Büros in Deutschland, den USA sowie Großbritannien vertreten. Als einzige Mediaagentur Deutschlands lässt sich CROSSMEDIA seit 2007 ihre interessenneutrale Mediaberatung im Sinne der Transparenz jährlich zertifizieren. Zum Kundenportfolio gehören neben Bundeswehr und DAK-Gesundheit u. a. Aktion Mensch, Betway, Bifi, BMW, Etihad, HeyCar und LIDL.