

## **Deutscher Mediapreis 2022: CROSSMEDIA sichert sich drei Shortlist-Platzierungen**

Nominierungen in den Kategorien Media-Strategie National, Media-Idee Digital, Social Media und Media Youngsters

Düsseldorf, 11.04.2022. Die Finalisten für Deutschlands renommiertesten Media-Award sind bekannt. Mit dem Case „Besatzung Bravo“ des Bundesministeriums der Verteidigung ist CROSSMEDIA gemeinsam mit Castenow Anwärter auf zwei der begehrten Kugeln in den Kategorien Media-Strategie National und Media-Idee Digital, Social Media. Darüber hinaus ziehen Isabel Jozefowski und Teodora Badicu für die Mediaagentur in das Finale um die Media Youngsters ein. Der Deutsche Mediapreis wird am 5. Mai in München verliehen.

### **Über die nominierten Kampagnen:**

#### **Bundeswehr – Besatzung Bravo**

Die Web-Serien des Bundeswehr-Kanals „Bundeswehr Exclusive“ sind Erfolgsformate. Doch wie schafft es man es, eine weitere Staffel zu launchen, ohne mit der nunmehr 10. Webserie zu langweilen? Involvement ist King! Für „Besatzung Bravo“ setzt die Bundeswehr auf Interaktion und bindet die Zielgruppe bereits vor dem Start der Serie ein. Die bestehende Community wird Wochen vor dem eigentlichen Serienstart mit drei vernetzten Mitmach-Aktionen aktiviert und erlebt so die Kameradschaft der Besatzung Bravo. Technik-Trendthemen fungieren als Katalysatoren.

Mehr Infos zur Kampagne gibt es in unserer [Case-Beschreibung](#).

#### **Media Youngsters – Typology**

In der Kategorie Media Youngsters werden Jungplaner:innen ausgezeichnet, die in Teamarbeit ein Konzept für einen ihnen unbekanntem Kunden entwerfen. Beim diesjährigen Wettbewerb galt es, eine Strategie für den Deutschland-Launch des französischen Kosmetik-Start-ups Typology zu entwickeln. Die Nominierten, darunter Isabel Jozefowski für Crossmedia, haben im Rahmen des Mediapreis-Vorentscheids am 5. Mai die Gelegenheit, ihr Konzept der Jury live zu präsentieren. Die Gewinner:innen werden noch am selben Abend im Rahmen der Preisverleihung im München ernannt.

### **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 600 Mitarbeitenden 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. Beim Deutschen Mediapreis 2018 erhält CROSSMEDIA für Haltung und stetige Weiterentwicklung die Auszeichnung „Agentur des Jahres“. Zum Kundenportfolio gehören u. a. Aktion Mensch, Bifi, Bundeswehr, DER SPIEGEL, Fressnapf, heycar, LIDL, Suzuki und Tamaris.

[www.crossmedia.de](http://www.crossmedia.de) | [www.crossmedia.com](http://www.crossmedia.com) | [www.xmvoice.blog](http://www.xmvoice.blog)

Zu den Artikeln auf [wuv.de](http://wuv.de):

[Shortlist „Media-Idee Digital, Social Media“](#)

[Shortlist „Media-Strategie National“](#)

[Shortlist „Media Youngsters“](#)