

Bundeswehr rekrutiert erstmals im Metaverse

Düsseldorf, 29.06.2022. Diese Woche ist mit „Semper Talis“ die neue Bundeswehr-Serie auf YouTube gestartet. Bis zum 8. Juli haben Zuschauende die Möglichkeit, mehrere Anwärter:innen bei der Protokollausbildung für das Wachbataillon zu begleiten.

Zur Stärkung der Arbeitgebermarke setzt die Bundeswehr durch Fokus auf die Mediennutzung der jungen Zielgruppe sowie den Einsatz von Social- und Tech-Trends wie Snapchat Lens, Chatbot oder Marker Tech konsistent auf Innovation. Nun geht das Bundesministerium der Verteidigung einen weiteren Schritt in die Zukunft und nutzt als erste Institution das Metaverse für das Employer Branding.

Gemeinsam mit CROSSMEDIA, CASTENOW und 42 Meta GmbH ist nun die erste Kampagne im Internet 3.0 realisiert worden. Während CROSSMEDIA die Mediaplanung und CASTENOW die Kreation übernommen haben, hat 42 Meta GmbH mit einer eigens entwickelten AdTech- und AdServer-Technologie die Publisher-Anbindung und programmatische Werbeauspielung im Metaverse verantwortet.

In der virtuellen Welt Decentraland ist ein Stand geschaffen worden, an dem sich User:innen den [Trailer](#) zur neuen Webserie anschauen können. Sobald der Trailer vollständig angesehen worden ist, können sich die Nutzer:innen als NFT ein Wearable in Form eines T-Shirts des Wachbataillons sichern. Dieses ist streng limitiert und nach Erhalt im virtuellen Kleiderschrank des Avatars in jedem Metaverse abrufbar. Neben der programmatischen Schaltung im Metaverse ist das Event auch im Kalender von Decentraland angekündigt worden. Die Umsetzung bildet das Fundament weiterer Recruiting-Maßnahmen der Bundeswehr im Metaverse, die bereits in Planung sind.

Weiterführende Informationen zur Serie finden sich auf der digitalen Plattform [KarriereKaserne](#).

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, LIDL, Suzuki und Tamaris.

www.crossmedia.de | www.crossmedia.com | www.xmvoice.blog

Pressekontakt

CROSSMEDIA GmbH
Ann-Sophie Altmeier
Hildebrandtstraße 24A
40215 Düsseldorf
fon: 0211.86652.171
altmeier@crossmedia.de