

EMPLOYER BRANDING
& RECRUITING

FINANCIAL SERVICES & BANKING

DEKABANK DEUTSCHE GIROZENTRALE

ARENA MEDIA & HAVAS PLAY /
SCHOLZ & FRIENDS

FINALIST

KUNDE

DekaBank Deutsche Girozentrale

VERANTWORTLICH

Dr. Lothar Weissenberger (Leiter Marketing /
Digitale Medien)
Stefanie-Isabella Merz (Leitung Marken-
management / Digitale Lösungen)
Dr. Adrian Waltenrath (Product Owner)
Mandy Kramer (Markenmanagement /
Digitale Lösungen)
Petra Wright (Markenmanagement /
Digitale Lösungen)
Martin Ellinghaus (Marketingkonzeption)
Kim-Marvin Albert (Marketingkonzeption)

AGENTUR

Arena Media & Havas Play

VERANTWORTLICH

Steffen Kraft (Business Director Arena Media)
Katharina Ebenau (Group Head Havas Play)

PARTNERAGENTUR

Scholz & Friends

VERANTWORTLICH

Nikolai Steger (Strategy Consultant)
Diana Müller (Account Director)
Tom Hellbeck (Account Manager)
Bernhard Lukas (Executive Creative Director)
Lisa Marie San Martin Lojo (Account Manager)
Svenja Schulz (Art Director)
Frank Winter (Motion Designer)

LAUNCH YOUR FUTURE – DER DEKA
CAREER DAY IM METAVERSE



HERAUSFORDERUNG

YOUNG TALENTS WOLLEN NICHT SO GERNE IN
DIE FINANZBRANCHE

Die Bankenbranche hat ihren Status als Top-Karriere-
option verloren. Allein zwischen 2013 und 2022
sank die Zahl der Berufsanfänger*innen um 38 % und
Finanzinstitute verschwanden aus den Top 10 der
beliebtesten Ausbildungsberufe. Dazu kommt: Als das
Wertpapierhaus der Sparkassen sind wir auch als
potenzielle Arbeitgeberin weniger sichtbar als andere
Banken. Mitte 2022 kämpfte die Finanzbranche in
Deutschland mit 65.000 offenen Stellen. Eine von
acht Stellen blieb unbesetzt – nicht nur im Vertrieb,
sondern vor allem in strategisch wichtigen Bereichen.
Auch bei der Deka ist der Bedarf an Fachkräften hoch –
insbesondere an Young Talents. Wir müssen deutlich
jünger werden – 30 % unserer Mitarbeiter*innen
gehen in den nächsten zehn Jahren in den Ruhestand.

ZIELGRUPPE: JUNG UND UMWORBEN

Die Aufmerksamkeit der gesamten Branche liegt
immer mehr auf der Gen Z. Die ist gut ausgebildet,
selbstbewusst und nicht ganz leicht zu gewinnen –
schon gar nicht für die Finanzbranche. Kein Wunder,
denn mit hunderten Ausbildungsberufen und
tausenden Studiengängen in Deutschland hat sie die
Qual der Wahl.

WIR MÜSSEN VORBEHALTE ABBAUEN UND
ÜBERRASCHEN

Gerade den etablierten Finanzanbietern traut man
eine innovative und moderne Arbeitsumgebung

weniger zu: Wir müssen die Zielgruppe daher
überraschend ansprechen und klarmachen, dass wir
innovative und moderne Jobs bieten und als
Arbeitgeberin anders sind, als man denken würde.

ZIELE

- Aufrufe unserer Stellenangebote und Bewerbungen
auf unsere Young-Talent-Stellen steigern
- Rege Teilnahme am Karriereevent sicherstellen
- Auseinandersetzung der Zielgruppe mit der Deka
und der gesamten Sparkassen Finanzgruppe als
Arbeitgebermarke
- Das Image der Deka als Innovationstreiberin stärken

DER INSIGHT

PRÄSENZ AUF JOBMESSEN UND GUTE
STELLENBESCHREIBUNGEN WERDEN NICHT
REICHEN

Im Konfirmationsanzug drei Stunden zur Jobmesse
gondeln, um Banken zu treffen, ist für viele ein
Horrorsszenario. Die Zukunft von Karrieremessen sieht
sicherlich anders aus: Mit langen Anfahrten, Dresscodes
und Banking-Knigge motivieren wir die Zielgruppe nicht.

Vom Buzzwordbingo auf Jobportalen allein lässt sich
die Zielgruppe auch nicht überzeugen. Stellenbe-
schreibungen werden für Young Talents erst richtig
relevant, wenn sie ein Unternehmen bereits persönlich
kennenlernen konnten. Das gilt vor allem in unserer
Branche, in der dank Digitalisierung viele neue Job-
profile entstanden sind.

CASE SUMMARY

Die Deka entwickelt mit ihrem Career Day
ein innovatives Event im Metaverse, um
im War for Young Talents zu bestehen. Die
Strategie und der First-Mover-Ansatz gehen
klar auf: Die Stellenaufrufe steigen im
Anschluss um 52 % und die Gen Z schreibt
44 % mehr Bewerbungen.

STRATEGISCHE UMSETZUNG

Ab ins Metaverse: Young Talents kennenlernen und
über den Impact von Blockchain, Digital Assets und KI
auf die Jobs von morgen sprechen und beweisen,
dass Banking mittlerweile anders ist, als sie denken.

DIE IDEE: DER DEKA CAREER DAY IM METAVERSE

Das Karriereevent für die nächste Generation: tiefes
Eintauchen, lockeres Kennenlernen und den Karriere-
dschungel entwirren – mit Avatar statt im Anzug. Der
Deka Career Day macht's möglich.

Um das Event herum stricken wir eine Kampagne, die
echte Einblicke in die Deka-Welt ermöglicht.

Die Ansprache:

#1 WIR ÜBERRASCHEN VOR UND WÄHREND
DER JOBSUCHE.

Mit Werbeplatzierungen auf Stepstone und LinkedIn
erreichen wir sie direkt am Moment of Truth. Und
bieten mit der Einladung zum Deka Career Day einen
Ausweg aus den üblichen, schematischen Job-
beschreibungen. Per Retargeting bleiben wir auch
außerhalb der Plattformen stets an ihrer Seite.

#2 WIR BLEIBEN AUCH IN IHRER FREIZEIT
PRÄSENT.

Außerdem erreichen wir die Zielgruppe über Platzie-
rungen in Influencer*innen-Streams auf Twitch und
YouTube. Wir verlängern die Kampagne auf Social mit
Werbeplatzierungen und über unsere Owned-Kanäle
und den TikTok-Kanal der Sparkasse. Wir spielen
unsere Inhalte darüber hinaus mithilfe von Influen-
cer*innen-Kooperationen aus. Zusätzliche Reichweite
erzielen wir durch BILD-Brand-Stories und Social-
Media-Postings mit Business Insider.

DAS EVENT: MÖGLICHST HÜRDENLOS

Teilnehmen ist so einfach wie ein Teams-Call und so
immersiv wie eine Runde Fortnite. Komplett kosten-
los: einfach per Handy oder Laptop, ganz ohne Apps.
Ab 17 Uhr, nach den Vorlesungen, wenn die Gen Z
mehr Zeit hat. Unsere spielerische Umgebung
baut Berührungsängste mit der Bankenwelt ab. Die
Teilnahme als Avatar ermöglicht ein inklusiveres,
sicheres Umfeld. Azubis und Trainees schaffen als
Ansprechpartner*innen im Space neben der
HR-Abteilung Nähe zur Zielgruppe.

HOCHWERTIGE INHALTE, MODERNE
VERMITTLUNG

- Wir bieten spannende Edutainment-Vorträge von
hochwertigen, zielgruppenrelevanten Speaker*innen
und Influencer*innen zu Zukunfts- und Karriere-
themen. Natürlich mit der Option auf Rückfragen
und direkten Austausch.
- Unser gamifiziertes Skillmatching hilft allen, die
sich ihrer Karrierepfade noch unsicher sind. Wir
bringen Interessen der Zielgruppe mit unseren
aktuellen Jobangeboten zusammen und schaffen
so Orientierung in der abstrakten Welt unserer
Finanzjobs.
- Die Cinema-Area bietet echte Einblicke in den
Alltag unserer Trainees. Mit weiteren Gamification-
Elementen, wie einem Plattform-Quiz und einem
Blockchain-Simulator, ermöglichen wir modernes
Lernen und ein tieferes Eintauchen in unsere Welt.

ERGEBNISSE

Wir machen die Finanzbranche und vor allem eine
Karriere bei der Deka wieder spannend für
Young Talents:

- 443.568 Aufrufe unserer Content-Pieces (+48 %) bei
Ø Verweildauern von 1:52 Minuten (+65 %) zeigen,
dass unsere Inhalte Anklang bei der
Zielgruppe finden.
- Eine Conversion-Rate in Höhe von 32,6 % von
Landingpage zur Eventanmeldung zeigt, dass unsere
Angebote neugierig machen, mehr zu erfahren.
- 1.300 Besucher*innen beweisen, dass sich
innovative Angebote auszahlen, um junge Talente
anzulocken.
- 52 % mehr Aufrufe unserer Young-Talent-Stellen-
angebote und 44 % mehr Bewerbungen auf unsere
Young-Talent-Stellen im Kampagnenzeitraum
zeigen auf, dass rückläufige Bewerbungen mit inno-
vativen Angeboten umgekehrt werden können.



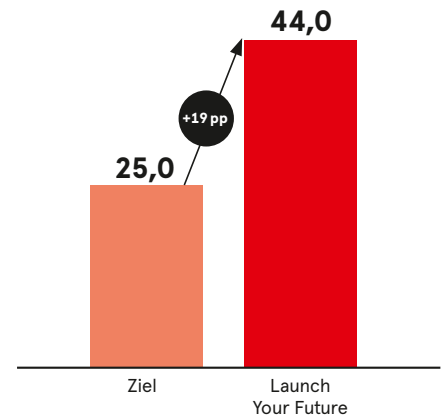
Überblick virtueller 3D-Space



Live-Stage im Metaverse

DIE BEWERBUNGEN AUF UNSERE YOUNG-
TALENT-STELLEN STEIGEN RASANT

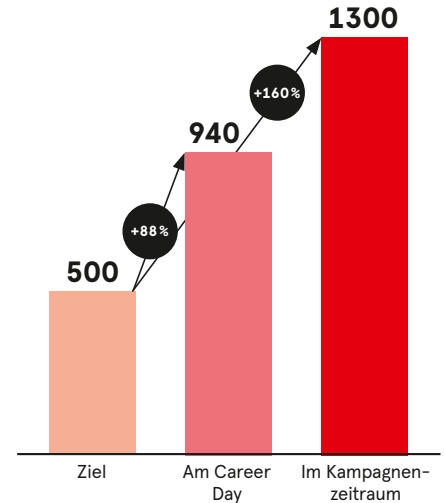
(Kampagnenzeitraum und Vormonate, indexiert)



Quellen: eigene Erhebung

REGE TEILNAHME AN UNSEREM CAREER DAY:
AUCH IM NACHHINEIN

(Teilnehmende im Kampagnenzeitraum)



Quellen: eigene Erhebung