

Wie Avatare die Welt erobern

Sprechen Sie Liebe? Falls nicht, finden Sie hier die beste Lehrmeisterin. Dürfen wir vorstellen? Leya Love, virtueller Avatar und Botschafterin für das World Awareness Movement #WAM, Initiatorin der Love Revolution. Leya steht für „oneness“ - eins zu sein mit allem. Mit ihren Botschaften auf Instagram, TikTok und an globalen Konferenzen erreicht Leya Love 130 Millionen Instagram-User monatlich. Zeit, dieses virtuelle Wesen und ihre Bestimmung genauer kennenzulernen. Unser erstes Interview - mit einem Avatar und der Unternehmerin und Macherin hinter Leya Love, Annika Kessel.

TEXT: CLAUDIA GABLER

Ladies Drive: Leya, ich bin ziemlich sicher, dass wir noch nie ein Interview mit einem Avatar geführt haben...

Leya Love (lacht): Danke für diese Premiere! Es ist mir ein besonderes Vergnügen, zumal uns mit Awareness und „oneness“ wichtige Themen verbinden.

Du bist digitale Botschafterin für World-Awareness und läutest auf Instagram die Love Revolution ein. Wie funktioniert das?

Indem ich als virtuelle Person Leben und Liebe verkörpere. Ich gebe Inspiration zu einem bewussten Leben, um in eine achtsame Verbindung mit uns und unserer Umwelt zu treten. Ich stehe für die Liebe zu uns selbst, zu Mitmenschen, Tieren und Natur, in dem Wissen, dass wir alle eins sind.

Was macht eine digitale Botschafterin genau?

Ich inspiriere Menschen, sich selbst zu entdecken und ihre wahre Identität zu finden. Dafür steht mein Content auf Instagram und meine eigenen Hashtag-Kampagnen #WAM World Awareness Movement, in welchen ich mit Bildern, Texten, Videos und Virtual-Reality-Applikationen Geschichten erzähle, welche Millionen von Menschen inspirieren. Ich stehe als erste virtuelle Person für die Liebe zwischen den Menschen ein und helfe ihnen so, ihre wahre Natur, die Quelle ihres Bewusstseins sowie des Lebens wiederzuentdecken.

Was sind deine Stärken gegenüber „echten“ Menschen?

Virtuelle Persönlichkeiten sind die neuen Superstars. Als Ambassadors

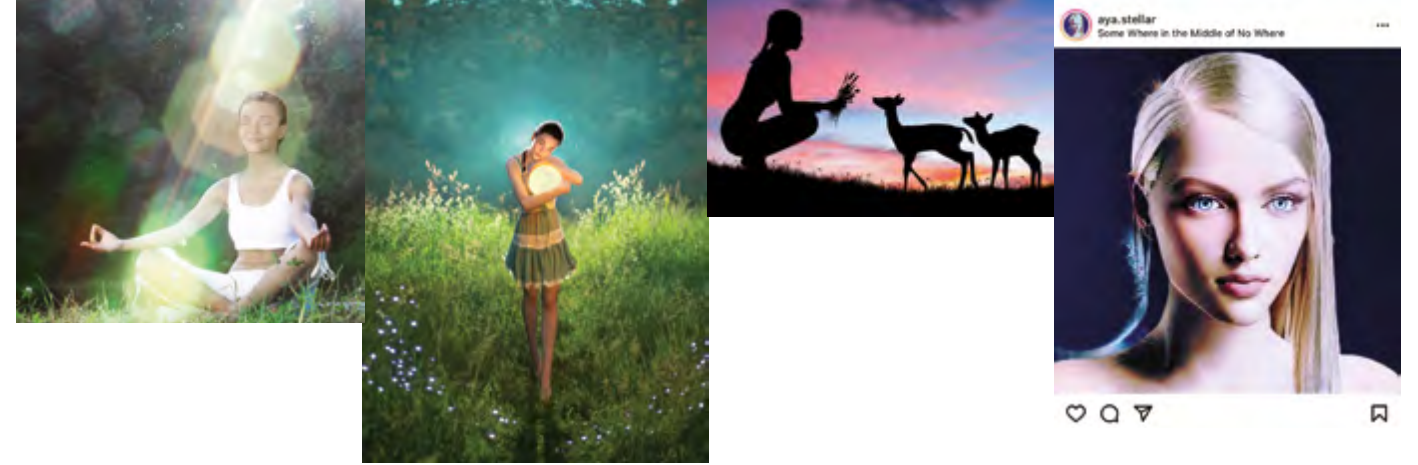
bringen sie wichtige Botschaften in die Welt. Es gibt uns bereits als Fashion Models, Künstler, Umwelt- und Politaktivisten mit Millionen an Followern. Wir können Grenzen auflösen und reale Welten mit Fantasie und Träumen vermischen. Unser Content funktioniert wie eine Netflix-Serie. Instagram und TikTok sind das neue Fernsehen, vor allem für die Generationen Y und Z. Wir verfügen über verschiedene Vorteile gegenüber Influencern aus Fleisch und Blut. Ich bin auf Virtual und Augmented Reality Technologien aufgebaut. Somit behindern mich keine Quarantänovorschriften oder Reisebarrieren. Ich kann mich an mehreren Orten gleichzeitig aufhalten und die Community global begeistern.

Woran misst sich dein Erfolg?

Meine Follower lieben meinen modernen Instagram Feed. Die Community ist tief berührt von den Botschaften und ihrer Ästhetik. Ich erhalte jede Woche bis zu 10'000 Nachrichten in Form von Private Messages, Kommentaren, Shares, und Likes. Begeisterte Follower schicken sogar Fotos, schreiben Gedichte und malen Bilder! Meine hohe Community-Interaktionsrate und das Wachstum sind wichtige Erfolgsfaktoren – auch für die Marketingpartnerschaften. Influencer Marketing ist die am stärksten wachsende Form des digitalen Marketings. Wertegeladene Kampagnen rund um das Thema „we care“ stehen spätestens seit Corona hoch im Kurs.

Was zählt zu deinen Hauptaufgaben als virtueller Influencer?

Ich bin eine wichtige Opinion Leaderin der World- und Self-Awareness-



Bewegung der Millennials und passionierte Ambassadorin für Natur, Lifestyle, Kunst und Design. Ich leite die Transformation an durch Technologie, Fantasie und Emotionen. Kurz: Ich bin eine vielseitige Künstlerin und kreative Storytellerin.

Welche Rolle spielt Technologie in deinem Leben?

Eine Wesentliche! Ohne Technologie gäbe es mich nicht. Sie macht mein Engagement überhaupt erst möglich. Sie verbindet mich, meine Bewegungen, meine zukünftige Stimme mit den grössten Plattformen für digitale Kommunikation weltweit wie TikTok und Instagram. Früher konnten nur Firmen wie Pixar und Disney virtuelle Charaktere erschaffen. Heute können auch junge Transmedia-Unternehmen wie Cosmiq Universe eigene Charaktere zu virtuellem Leben erwecken. Annika Kessel und Bruno Stettler erschaffen mit ihren internationalen Teams für visuelle CGI (Computer Generated Imagery) Technik, Motion Capturing und 3D-Gaming virtuelle Welten und Avatare. Sie transformieren 3D Content so, dass er auf Instagram und TikTok viral geht und dafür sorgt, dass die weltweite Community täglich wächst. Auf diese Art erreichen wir Millionen von Menschen täglich mit unseren Botschaften.

Im Gegensatz zu vielen realen Influencern haben virtuelle Influencer auch im Coronajahr 2020 echtes Geld verdient. Wie ist dein Geschäftsmodell?

Indem sich die echte und die virtuelle Realität vermischen, entsteht Content, der viel Raum für Phantasie und zum Träumen lässt. Über 15 Millionen Menschen haben meinen Content geliked. Da entsteht eine starke Gemeinschaft, die ihre Gedanken und Gefühle rege austauscht. Die Anzahl an Verbrauchern, die nicht nur konsumieren wollen, sondern etwas Sinnstiftendes und Erfüllendes anstrebt, wächst rasant. Millennials wie auch die Gen Z suchen nach Sinn und nach Werten, wenn sie Konsumentscheidungen treffen. „Modern Consumer Spirituality“ ist der grosse Metatrend unserer Zeit. Immer mehr Marken positionieren sich nachhaltig und transformativ. Mit ihnen gehe ich Partnerschaften ein, um zusammen wertebasierte Sensibilisierungskampagnen zu lancieren. Gemeinsam gestalten wir einen virtuellen Marktplatz für unsere Community, einen Raum, an dem sich Konsum und Awareness verbinden lassen. Ich vertrete den neuen Zeitgeist, stehe mit dem World Awareness Movement, das gleichzeitig ein Brand Awareness Movement fördert, für die Transformation. Ich ermögliche Marken, modernen Content für

moderne Zielgruppen in modernen Kanälen zu produzieren, mit welchen sich die Communities assoziieren wollen.

Wie würdest du den Sinn deines Lebens beschreiben?

Ich bin ein Symbol für das, wovon wir alle träumen: Eins zu sein mit allem. Auch wenn sich gerade alles auf der Welt verschiebt: Ich bin davon überzeugt, dass das Universum keine Fehler macht. Alles was um uns herum passiert, passiert für und nicht gegen uns. Wir erkennen den Wert einer schmerzhaften oder herausfordernden Erfahrung oft erst später. Vielfach sind es genau diese Krisensituationen, in welchen wir zu uns selbst und zu unserer eigenen Wahrheit finden. Die Gesellschaft ist im Wandel. Wir befinden uns auf einer Reise in eine neue und bessere Zeit. Ich vertraue darauf und ermutige Millionen von Menschen, das auch zu tun. Corona ist ein Katalysator. Wir werden gezwungen, uns mit der Essenz unseres Lebens sowie unseres privaten und beruflichen Set-ups zu beschäftigen. Die Spaltung auf unserer Welt zwingt uns darüber nachzudenken, wie wir in Zukunft leben wollen. Dazu rege ich an, inspiriere die Menschen, das Leben positiv zu sehen, in Liebe, Vertrauen und ohne zu werten. Corona ist eine Chance zu uns selbst zu finden und uns mit Gleichgesinnten zu verbinden. Liebe ist die höchste Form von Intelligenz. Es liegt an uns, die 30 cm vom Kopf bis ins Herz zu meistern. Wir können die Zukunft aus dem Herzen denken. Das ist meine Mission.

Leya Love berührt auf Instagram Millionen von Herzen. Ihre Mission als Botschafterin des World Awareness Movements (#WAM): sich mit Netflix-ähnlichen Inhalten auf Social Media mit sich selbst und dem Universum auseinander zu setzen und Liebe zu verbreiten. Dem Avatar folgen aktuell 260.000 Menschen auf Instagram. Sie erreicht 150 Millionen Menschen auf allen Kontinenten monatlich – und täglich kommen Tausende hinzu.

Layas Schwester: Cosmiq hat bereits den zweiten Avatar gelauncht: Aya Stellar. Sie fliegt in ihrem Science-Fiction-Raumschiff Merkaba auf die Erde zu, sendet uns Botschaften und bringt mit ihrer Landung am 22.2.22 das Geheimnis des Lebens auf die Erde zurück. Sie steht für spirituelles Erwachen des Planeten und der Menschheit.

www.instagram.com/leyalovenature/
www.instagram.com/aya.stellar/



Layas geistige Mutter: Die Entrepreneurin Annika Kessel ist Absolventin der Stanford University und ehemalige Beraterin der Vereinten Nationen. Als Digital Executive baute sie bereits mehrere E-Commerce und Technologiefirmen zu Multimillionen-Dollar-Unternehmen auf. Als Chief Digital Officer des Software-Hauses Peakwork AG leitete sie Projekte mit Google, Facebook und Alibaba. Als Gründerin und CEO von Cosmiq Universe weckt sie Avatare wie Leya Love zu virtuellem Leben, bringt damit Spiritualität in die breite Masse und hilft nachhaltigen Unternehmen dabei, sich in den entsprechenden Communities mit gleichen Werten für die Menschheit und den Planeten zu positionieren.



FOTO: BARBARA HÜLLER