

Success Story



Probonio

Popkultur, Zielgruppe, Skalierung: Wie Probonio

Entscheider:innen in DE & AT mit Stromberg-Content aktivierte



Probonio entwickelt eine App, mit der Unternehmen **Mitarbeiter-Benefits digital verwalten** können - von Einkäufen bis zu **Sport- und Gesundheits-Erstattungen**. So werden Benefits effizient organisiert und die Arbeitgeberattraktivität gestärkt. Mit der Agentur Core BLN entwickelte Probonio eine humorvolle Kampagne mit der Serienfigur Bernd Stromberg, während Banijay Media Germany Strombergs markenkonforme Weiterentwicklung verantwortete.

Media Plan Berlin ist eine Mediaagentur mit Fokus auf **strategische Mediaplanung, zielgruppenbasierte Aussteuerung** und **integrierte Kampagnen**. Sie unterstützt Marken dabei, Reichweite und Performance effizient zu verbinden - von der Konzeption bis zur operativen Umsetzung über passende Kanäle und Formate. Media Plan Berlin unterstützte Probonio bei der Verlängerung ihrer Kampagne ins Open Web.

„Mit dem Mix aus Advertorial, Expand und Video Autoplay konnten wir unsere HR-Entscheider-Zielgruppe in Deutschland sowie Österreich effizient ansteuern und unsere Aufmerksamkeits- und Traffic-Ziele erreichen. Die Zusammenarbeit mit define_media war dabei durchgehend unkompliziert und lösungsorientiert.“



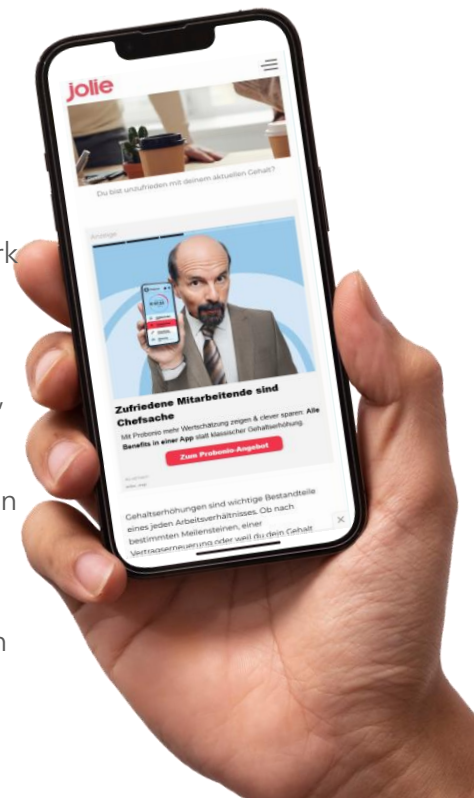
Yoshij Zentava | Consulting & Concept | Media Plan Berlin

Aufgabe

Ziel der Kampagne war es, **Awareness** für Probonio aufzubauen und gleichzeitig **qualifizierten Traffic** auf die Landingpage zu generieren. Im Fokus stand eine **spitze B2B-Zielgruppe** bestehend aus beispielsweise **CEOs und HR-Entscheider:innen**, die für die Organisation von Mitarbeiter-Benefits verantwortlich sind. Zusätzlich sollte über das Netzwerk von define_media ein **App-Launch in Österreich** erfolgen.

Lösung

Probonio setzte auf einen Format-Mix aus vier Werbeformaten, um die unterschiedlichen Ziele entlang des Funnel abdecken: Für **Awareness** kamen das **Expand-Advertorial** und **Video Autoplay Expand** zum Einsatz, für **Traffic** ergänzten **Discover Ad (Clickout)** und **Video Autoplay Clickout** den Setup. Die Auspielung erfolgte in zwei Länder-Flights (Deutschland und Österreich) **mit Verlinkungen auf die jeweils regionale Landingpage**. Die Werbemittel wurden von der Agentur mithilfe des intuitiven Werbemittel-Configurators erstellt - unterstützt durch define_media.



Ergebnis

- **Starker Traffic-Beitrag:** Mit einer **Interaktionsrate (Klickrate) von 0,65%** führten die Clickout-Formate Nutzer:innen effizient auf die jeweils regionale Landingpage in Deutschland und Österreich.
- **Hohe Aufmerksamkeit:** Die **Ø aktive Verweildauer von 32 Sekunden** im Expand Advertorial unterstreicht die Relevanz der Inhalte für die Zielgruppe – ergänzt durch hohe Second-Click-Raten.
- **Skalierbar & zielgenau:** Insgesamt wurden **9.092.578 Impressions** generiert – der Case zeigt, dass define_media auch spitze Entscheider:innen-Zielgruppen länderübergreifend zuverlässig erreicht.

>9.Mio
Impressions*

* Wahrgenommene
Kontakte DE+AT

32 Sek
Ø Verweil-
dauer*

* für Expand-Advertorial (DE-Flight)

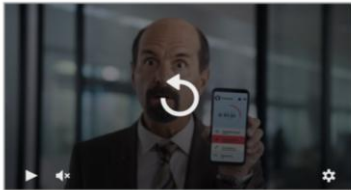
0,65%
Interaktions-
rate*

*Clickout-Formate (DE-Flight)

DESKTOP ANSICHT

Bernd Stromberg packt aus: Was Chefs wirklich über Benefits denken.

Anzeige



AI-driven
define._creative

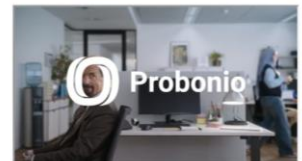
„Was viele Chefs nicht verstehen: Benefits sind keine Benefiz-Veranstaltung.“ Was sagt wohl Bernd Stromberg zum Thema Benefits? Und welche Pro-Tipps gibt er Firmen, die den Gürtel enger schnallen müssen, ohne ihn gleich zu sprengen? Warum moderne Chefs lieber Benefits verteilen sollten als Durchhalteparolen, erfahren Sie im Film!

[Jetzt Film anschauen >>](#)

MOBILE ANSICHT

Bernd Stromberg packt aus: Was Chefs wirklich über Benefits denken.

Anzeige



„Was viele Chefs nicht verstehen: Benefits sind keine Benefiz-Veranstaltung.“ Was sagt wohl Bernd Stromberg zum Thema Benefits? Und welche Pro-Tipps gibt er Firmen, die den Gürtel enger schnallen müssen, ohne ihn gleich zu sprengen? Warum moderne Chefs lieber Benefits verteilen sollten als Durchhalteparolen, erfahren Sie im Film!

AI-driven
define._creative

[Jetzt Film anschauen >>](#)

Awareness & Traffic für HR-Entscheider

Die Kampagne für Probonio zeigt, wie sich Awareness und Traffic in einer spitzen B2B-Zielgruppe wirkungsvoll kombinieren lassen. Mit einem Formatmix aus Expand Advertorial, Video Autoplay (Expand & Clickout) und Discover Ad wurden HR- und Business-Entscheider:innen aufmerksamkeitsstark erreicht und zugleich qualifizierte Klicks auf die jeweils regionale Landingpage generiert – in Deutschland und Österreich mit passender Verlinkung.

So lassen sich Aufmerksamkeit (Verweildauer/Engagement) und Traffic in einem Setup bündeln und entlang des Funnel gezielt ausspielen. Damit wurde eine passende Lösung für Marken geschaffen, die komplexe B2B-Angebote verständlich kommunizieren und relevante Entscheider:innen präzise ansprechen möchten.

Erfolgsfaktoren der Kampagne

- **Populärer Content** (Stromberg) im B2B-Kontext für maximale Aufmerksamkeit
- **Vielfältiges** Formatportfolio (Awareness + Traffic in einem Setup)
- **Zielgenaue KI-Ansteuerung** der spitzen B2B-Zielgruppe (HR-/Benefits-Entscheider:innen)
- Skalierung über Deutschland hinaus durch parallele **DE/AT-Flights**
- Effiziente Umsetzung via **Werbemittel-Configurator**