

define_stage

Success Story



Kontext, Region, Timing: Wie eine regionale Awareness-Kampagne als First Mover ein neues STAGE-Format etablierte



KTG Karlsruhe Tourismus verantwortet die touristische Vermarktung der Stadt Karlsruhe und positioniert sie als vielseitige Kultur- und Städtedestination. Mit gezielten Maßnahmen stärkt KTG die Sichtbarkeit und Attraktivität der Stadt für Besucher:innen.

agentur **neun**

Agentur Neun ist eine strategisch ausgerichtete Kommunikationsagentur mit Fokus auf integrierte Markenführung und Kampagnenentwicklung. Konzept und strategische Ausrichtung lagen bei Agentur Neun, die Formatauswahl wurde darauf abgestimmt.

„In der Kampagne für KTG Karlsruhe Tourismus haben wir gemeinsam ein wirkungsvolles inhaltliches Konzept entwickelt. define_media hat das Showroom Ad technisch und medial passgenau umgesetzt und die Ausspielung effektiv gesteuert. So konnten wir unsere Inhalte aufmerksamkeitsstark im regionalen Umfeld platzieren.“

Karén Weber | Marketing Director | KTG Karlsruhe Tourismus GmbH

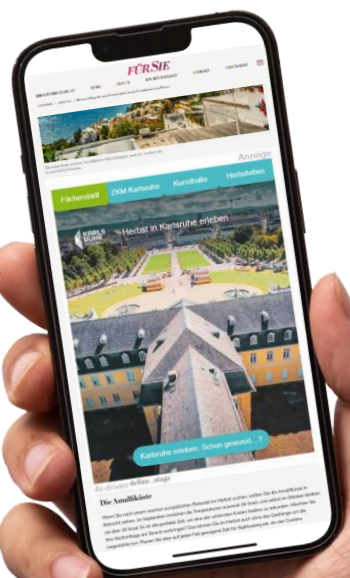


Aufgabe

Ziel der Kampagne war es, **Karlsruhe als Tourismusdestination** aufmerksamkeitsstark zu präsentieren und bestehende Kommunikationsmaßnahmen sinnvoll zu ergänzen. In einem passenden Format sollte die **Awareness in thematisch und regional relevanten Umfeldern** erhöht werden, um potenzielle Interessent:innen gezielt zu erreichen. Auf **Basis ambitionierter Performance-Ziele**, wie sie aus der bisherigen Zusammenarbeit bekannt waren, sollte die Kampagnenleistung analysiert, eingeordnet und weiterentwickelt werden. Ziel war es, bestehende Standards nicht nur zu erfüllen, sondern gezielt zu übertreffen und daraus skalierbare Potenziale für zukünftige Maßnahmen abzuleiten.

Lösung

Eingesetzt wurde erstmals das Werbeformat **Showroom Ad**, um **mehrere Themenwelten** innerhalb eines Werbemittels strukturiert und visuell hochwertig darzustellen. Das Format kombiniert eine **aufmerksamkeitsstarke In-Read-Platzierung** mit **großflächigen Visuals** und einer **klaren Navigationslogik**. Die Ausspielung erfolgte mit einem **regionalen Targeting**. Inhalte und Nutzerführung wurden im Kampagnenverlauf datenbasiert weiterentwickelt, um Struktur, Wirkung und Gesamtperformance kontinuierlich zu optimieren.



Ergebnis

- Insgesamt wurden 545.886 Ad Impressions ausgespielt - ein starkes Signal für aufmerksamkeitsbasiertes Storytelling.
- Die durchschnittliche Verweildauer von 21 Sekunden unabhängig von der Interaktion unterstreicht die starke visuelle Präsenz und Relevanz der Inhalte.
- Das Showroom Ad erzielte im regionalen, redaktionellen Umfeld eine hohe visuelle Aufmerksamkeit. Mit einer Interaktionsrate von 10,1 % damit übertraf das Format die zugrunde gelegten Performance-Zielwerte deutlich.

545.886
Impressions

21 Sek.
Ø aktive
Verweildauer

10,1 %
Interaktions-
rate

DESKTOP ANSICHT



MOBILE ANSICHT



Interaktives Storytelling im regionalen Kontext

Die Kampagne für KTG Karlsruhe Tourismus zeigt, wie das **Showroom Ad** als STAGE-Format zur gezielten Sichtbarkeit eingesetzt werden kann. Mehrere Themenwelten werden innerhalb eines Werbemittels strukturiert gebündelt und über klar definierte Interaktionsflächen erschlossen.

So lassen sich unterschiedliche Key Stories in einem Format vereinen und flexibel an regionale Besonderheiten anpassen - eingebettet in ein passendes redaktionelles Umfeld. Das **Showroom Ad** eignet sich branchenübergreifend für Marken, die Inhalte gebündelt präsentieren, Sichtbarkeit steigern und Nutzer:innen aktiv durch ihre Botschaften führen möchten.

Erfolgsfaktoren der Kampagne

- Interaktives Showroom-Format statt klassischer Display-Logik
- Intuitive Mouse-Over-Mechanik zur strukturierten Nutzerführung
- Emotionales Storytelling im redaktionellen Kontext
- Regionale Relevanz durch gezielte Aussteuerung