



# Case Study: RheinEnergie auf dem Parookaville

# Case Study: Rothkopf & Huberty x RheinEnergie



## ZIELGRUPPE

Marken & Sponsoring-Agenturen



## MISSION

Festivalpräsenz messbar machen –  
datenbasiert und nachvollziehbar

## AUSGANGSSITUATION

### Sichtbarkeit vs. Wirkung

Mit ihrem Auftritt auf dem Parookaville Festival 2025 brachte die RheinEnergie das Thema Nachhaltigkeit dorthin, wo Energie wirklich spürbar ist: mitten in die Festivalwelt. Im Mittelpunkt stand der Recharger – ein Raum zum Entdecken, Ausprobieren und Aufladen. Das Konzept lud Festivalbesucher:innen ein, sich mit neuer Energie aufzuladen – mit einer Oxygen Bar, frisch gemixten Smoothies, gemütlichen Sitzbereichen und einer Ladestation für mobile Geräte. Ergänzt wurde der Auftritt durch eine mobile Polaroid-Aktion, die persönliche Erinnerungen und zusätzliche Markenkontakte schuf.

**Wie kann man messbar belegen, welche Zielgruppe man mit Live Marketing erreicht?**

## B.SURE LÖSUNG



### Data statt Bauchgefühl

Mit b.sure wurden Besucherströme, Aufenthaltsdauer und digitale Interaktionen in Echtzeit analysiert – anonymisiert und DSGVO-konform. So wurde sichtbar, wie Besucher:innen den Markenbereich nutzten, welche Aktivierungen am besten funktionierten und wann die Interaktionen ihren Höhepunkt erreichten.

- **Welche Bereiche des Markenraums erzeugten die höchste Aufmerksamkeit?**
- **Wie lange hielten sich Besucher:innen auf?**
- **Welche Aktivierungen führten zu den meisten Interaktionen?**



# Datenstark belegt.

- 1. Marke trifft Zielgruppe:** Durch die Daten wissen wir, dass überwiegend junge Besucher\*innen von dem Auftritt angezogen wurden und sich am Bunker aufgehalten haben – die gewünschte Zielgruppe von der RheinEnergie.
- 2. Hohe Interaktionsqualität:** Besonders Aktionen wie die Oxygen Bar und die Smoothie-Aktivierung sorgten für rege Teilnahme und einen längeren Aufenthalt im Bunker, bei dem eine authentische Markenbindung stattfinden kann.
- 3. Präsenz über den Raum hinaus:** Auch außerhalb des Bunkers zeigte sich durchgängig Bewegung – ein Indiz für starke Sichtbarkeit im Festivalfluss. Doch nicht nur Bewegung wurde erfasst – auch wer sich im Außenbereich des Bunkers nach Sichtkontakt mit dem Markenauftritt längere Zeit dort aufhält. Auch dadurch lässt sich messen, wieviele Besucher:innen Kontakte durch den Auftritt generiert wurden.
- 4. Neue Entscheidungsbasis:** Live-Marketing-Projekte können auch für Außenstehende greif- und messbar gemacht werden – die Daten von b.sure sind ebenfalls in firmeninterner Kommunikation von Vorteil.



Dank der Datenerfassung von b.sure können wir klar belegen, wie stark unser Konzept wirklich wirkt. Ein Markenauftritt auf Festivals ist immer mit Emotionen verbunden, und das ist auch gut so – aber mit b.sure können wir mehr als ein Gefühl vorlegen. Wir können zeigen, dass unsere Auftritte nicht nur emotional, sondern auch messbar erfolgreich sind.



Rebecca Spielkamp  
Rothkopf & Huberty

# Impact & Ausblick



Mit den erhobenen Daten konnte die RheinEnergie die **Wirksamkeit eines Festivalauftritts klar belegen** – sowohl intern als auch gegenüber Partner:innen. Die Ergebnisse lieferten messbare Argumente für künftige Engagements und halfen dabei, die Zielgruppenstrategie im Live-Marketing datenbasiert weiterzuentwickeln. Auf dieser Basis werden kommende **Aktivierungen noch präziser auf Publikumsbewegungen, Aufenthaltsmuster und Tageszeiten abgestimmt** – für maximale Sichtbarkeit, Relevanz und Wirkung.

## LEARNINGS

# Fazit

Kein Bauchgefühl. Kein Hokusfokus. Mit datenbasierter Klarheit tragen wir zu erfolgreichen Festivalponsorings bei.



## KONTAKT

# Interesse geweckt?

Sprich uns gerne an:



Frieder Damm  
[LinkedIn](#)

MAIL  
frieder.damm@bsure-analytics.de

TELEFON  
+4917620404724



Anna Kube  
[LinkedIn](#)

MAIL  
anna.kube@bsure-analytics.de

MEETING  
meetings-eu1.hubspot.com/akube