



# Case Study: Rothkopf & Huberty x RheinEnergie

# Case Study: Rothkopf & Huberty x RheinEnergie



## ZIELGRUPPE

Marken & Sponsoring-Agenturen



## MISSION

Festivalpräsenz messbar machen –  
datenbasiert und nachvollziehbar

## AUSGANGSSITUATION

## Sichtbarkeit vs. Wirkung

Von der RheinEnergie beauftragt, verantwortete die Agentur Rothkopf & Huberty 2025 den Festivalsauftritt auf dem Parookaville Festival. Der energiegeladene Markenraum im sogenannten Recharger sollte das Thema „Energie erleben“ kreativ, interaktiv und emotional inszenieren – und gleichzeitig echte Wirkung zeigen. 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.

**Doch wie lässt sich der Erfolg eines solchen Auftritts messen? Welche Aktivierungen funktionieren wirklich – und wie kann man den ROI gegenüber der Marke belegen?**

## B.SURE LÖSUNG



## Data statt Bauchgefühl

Gemeinsam mit b.sure wurde der Festivalsauftritt erstmals datenbasiert analysiert und ausgewertet.

Durch den Einsatz der b.sure Analytics Plattform konnten Besucherströme, Aufenthaltszeiten, Zielgruppenprofile und Aktivierungen transparent, anonymisiert und DSGVO-konform erfasst werden.

- **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. Erfolgreiche Zielgruppenansprache:** Der Markenauftritt erreichte überwiegend ein junges, urbanes Publikum unter 35 Jahren – exakt die Zielgruppe, die die RheinEnergie über das Festival erreichen wollte.
- 2. Hohe Aufenthaltsdauer & Engagement:** Besucher:innen blieben im Schnitt über 20 Minuten im Recharger – ein klarer Hinweis auf Attraktivität und Relevanz des Konzepts.
- 3. Messbare Wirkung der Aktivierungen:** Interaktive Elemente rund um „Oxygen“ und „Smoothies“ sorgten für starke Beteiligung und hohe Sichtbarkeit.
- 4. Starke Argumente für die Agentur:** b.sure-Daten lieferten objektive KPIs, mit denen Rothkopf & Huberty den ROI ihrer kreativen Umsetzung belegen und künftige Konzepte noch gezielter entwickeln kann.



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

- Die Kombination aus kreativer Idee und datenbasierter Evaluation schafft neue **Glaubwürdigkeit gegenüber Marken.**
- Agenturen gewinnen **Sicherheit bei der Bewertung ihrer Maßnahmen** – und liefern ihren Kund:innen konkrete Optimierungsansätze.
- Für Rothkopf & Huberty bedeutet das: **Mehr Transparenz, mehr Vertrauen, mehr 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