

07.12.2023 - 12:10 Uhr

## Komoot Partner Awards 2023: Das sind die Top-Kampagnen



Potsdam (ots) -

Die kreativsten und wirkungsvollsten Outdoor-Marketingkampagnen auf komoot wurden ausgezeichnet. Die Themen reichen von den majestätischen Pfaden des Dachsteins bis zu den innovativen Strategien von Adidas.

Mit über 35 Millionen Usern zählt komoot weltweit zu den reichweitenstärksten Outdoor-Plattformen für Wandernde und Radfahrende. "Wer diese Zielgruppe erreichen und für sich begeistern will, der ist bei uns genau richtig", meinte Iris Wermescher, Business Development Director Travel komoot, bei der Verleihung.

Wie erfolgreich manche Partner diese Zielgruppe auf der Plattform erreichen, wurde in einem Online-Event vorgestellt, in dem die ersten "Komoot Partner Awards" verliehen wurden. Die digitale Zeremonie zeichnete die herausragendsten Kampagnen des Jahres 2023 aus.

Die Awards gingen an die besten "Sponsored Collections" von Partnern aus ganz Europa. Das native Werbeformat bietet redaktionellen Mehrwert und wird direkt im Feed der Nutzer angezeigt. Die Inhalte erreichen den User in der Inspirationsphase. Bis heute wurden über 3000 Sponsored Collections auf der Plattform veröffentlicht.

Wie wurden die Gewinner bestimmt? Im ersten Teil der Awards entschied die Community auf komoot, denn hier wurden die Kategorien höchste "Click-Through-Rate", höchste "Community-Interaktion" und die "meisten angesehenen Touren" ausgezeichnet. Den zweiten Teil der Awards, die "Editorial Awards" vergab eine interne Jury von komoot basierend auf inhaltlichen Kriterien. Und das sind die Gewinner:

Unter den "Tourismus Brands" brillierte Lahntal mit der höchsten CTR von 6,3%, Auvergne Rhône-Alpes beeindruckte durch hohe Interaktionsraten von 44,5% und Heidiland konnte die meisten Touren-Ansichten in der Collection verzeichnen.

Adidas TERREX und Pinion setzen in der Outdoor Brand-Kategorie neue Maßstäbe. Adidas erzielte die höchste CTR von 4,6%, während Pinion mit 80% die höchste Interaktionsrate und die Sportmarke bionicydry für die meisten gesehenen Touren geehrt wurde.

Bei den Verkehrsunternehmen zeigte die S-Bahn Berlin sowohl die höchste CTR von 7,2% als auch die höchste Interaktionsrate mit 63,6%. DB Regio wurde für die meisten gesehenen Touren ausgezeichnet.

In der Kategorie "Community Expert" wurden Partner ausgezeichnet, die ihr Wissen in der komoot Academy erworben haben und ihre eigenen Collections kreierten. Überzeugt haben Dachstein-Salzkammergut mit über 8 angesehenen Touren in der Collection in der Kategorie "Meist gesehene Touren" - eine Bestätigung der Region als Mountainbike-Ziel. Fehmarn Tourismus erzielte mit 59,1% die höchste Interaktionsrate, Dank proaktiver Informationen. Und Schwarzwald Tourismus sicherte sich mit 2,1% die höchste Click-Through-Rate (CTR), erfolgreich durch die "Baden Wine Route".

Bei den "Editorial Awards" konnten weitere Partner überzeugen. Baden-Württemberg erhielt diesen für die "Most Inclusive Campaign", Adidas TERREX für "Most Creative Storytelling", der BUND für den "Most Responsible Impact", Garda Trentino für "Most Iconic Experience", Radnetz Deutschland für die "Most Engaging Collection" und Katalonien wurde als "Most Promising Newcomer" ausgezeichnet.

Die Gewinner der "Komoot Partner Awards" stehen stellvertretend für ihre Branchen und demonstrieren, wie man mit innovativem Content Marketing die immense Reichweite der Outdoor-Plattform nutzen kann, um die Community auf komoot zu begeistern.

Übersicht aller Gewinner: <https://www.komoot.com/collection/2477202>

Weitere Informationen und Details unter: <https://komoot.business/de>

Pressekontakt:

Gabriele Griebenböck  
Content Netzwerk AG  
gabriele@contentnetzwerk.com  
+41768345006

Medieninhalte



*Die herausragendsten Outdoor-Marketingkampagnen auf komoot wurden gekürt. / Weiterer Text über ots und [www.presseportal.ch/de/nr/100091286](http://www.presseportal.ch/de/nr/100091286) / Die Verwendung dieses Bildes für redaktionelle Zwecke ist unter Beachtung aller mitgeteilten Nutzungsbedingungen zulässig und dann auch honorarfrei. Veröffentlichung ausschließlich mit Bildrechte-Hinweis.*

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100091286/100914262> abgerufen werden.