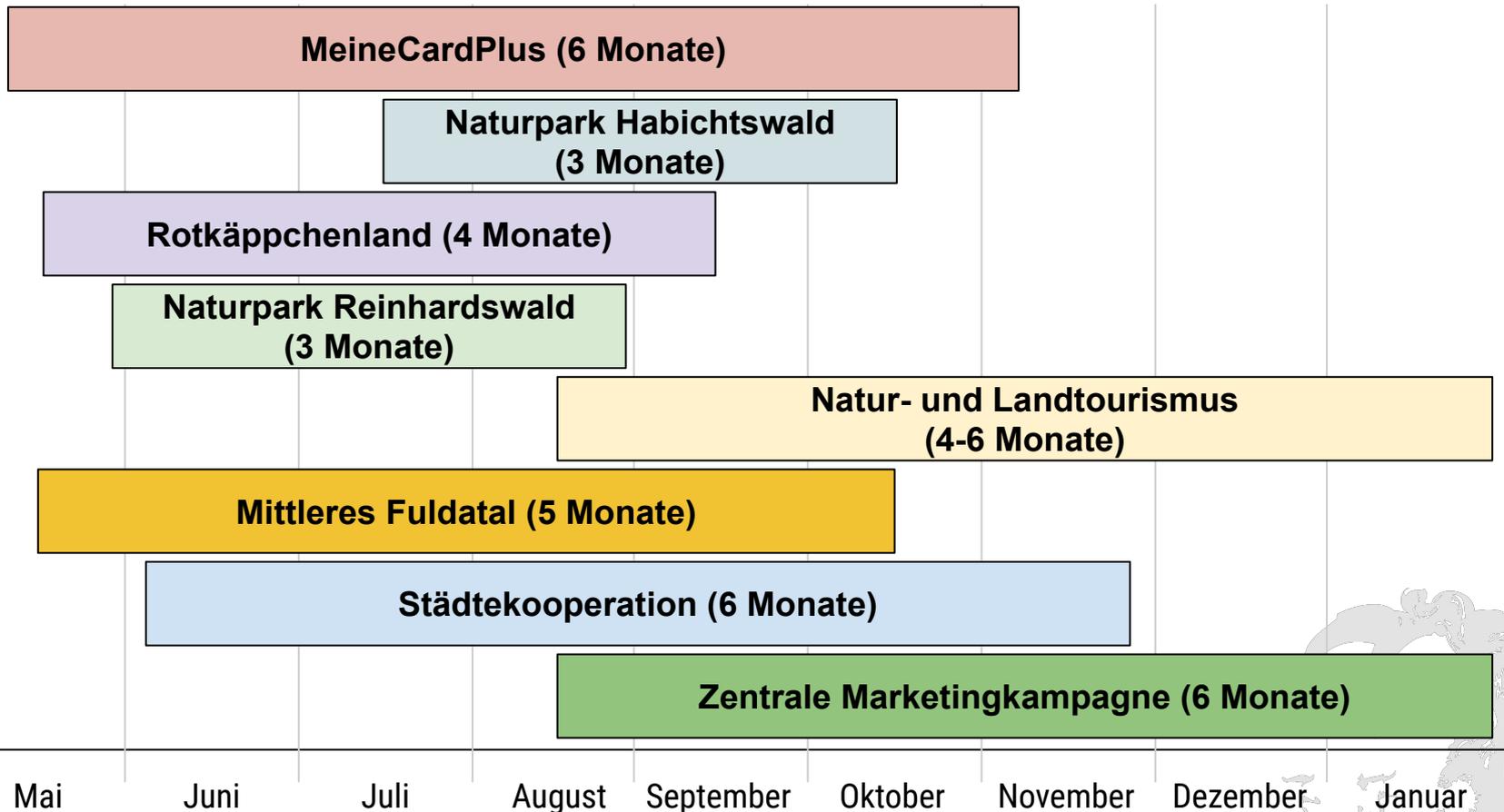


# Zwischenergebnisse der gemeinsamen Marketingkampagne 2022

Stand: 04.08.2022

# Überblick der gemeinsamen Kampagne unter Nutzung der Dachmarke

Always On Ansatz: in der Gemeinschaft die Präsenz aufrechterhalten



# Zwischenergebnisse: Kampagnen der TAGs

**GRÜN:** Veränderung im Vergleich zum Vormonat

## Mittleres Fuldata

### YouTube

**28.492** Videoaufrufe  
(+13.328)  
**68** Bewertungen (+23)  
**1.514.814** Impressions  
(+807.161)

### Facebook / Instagram

**187.788**  
Beitragsinteraktionen  
(+87.430)  
**398.312** Impressions  
(+176.406)  
**1.583** Link-Klicks (+862)

## Rotkäppchenland

### YouTube

**16.563** Videoaufrufe  
(+6.389)  
**52** Bewertungen (+25)  
**855.710** Impressions  
(+476.583)

### Facebook / Instagram

**90.728**  
Beitragsinteraktionen  
(+47.146)  
**185.498** Impressions  
(+96.983)  
**872** Link-Klicks (+474)

## Naturpark Reinhardswald

### YouTube

**16.686** Videoaufrufe  
(+7.062)  
**58** Bewertungen (+24)  
**844.791** Impressions  
(+433.734)

### Facebook / Instagram

**84.573**  
Beitragsinteraktionen  
(+43.030)  
**185.360** Impressions  
(+92.008)  
**1.009** Link-Klicks (+519)

## Naturpark Habichtswald

### YouTube

**5.141** Videoaufrufe  
(+5.141)  
**25** Bewertungen (+25)  
**292.309** Impressions  
(+292.309)

### Facebook / Instagram

**38.316**  
Beitragsinteraktionen  
(+38.316)  
**88.897** Impressions  
(+88.897)  
**321** Link-Klicks (+321)

# Zwischenergebnisse: MeineCardPlus und Städtekooperation

## MeineCardPlus

**14.378** Klicks auf die Landingpage  
meinecardplus.de (+**7.347**)

**2.139.476** Anzeigen-Impressions auf FB/IG und  
YouTube (+**1.112.000**)

**85.921** Seiten-Interaktionen auf FB/IG (+**34.288**)

**68.614** Videoviews (YouTube) ThruPlays (FB/IG)  
(+**38.401**)

**25-54 Jahre** Alter der erreichten Zielgruppe

**3 von 6** Laufzeit (Monate)

## Städtekooperation

**2.139.476** Anzeigen-Impressions auf FB/IG  
(+**1.112.000**)

**276.097** Seiten-Interaktionen auf FB/IG  
(+**34.288**)

**100.831** ThruPlays (FB/IG) (+**38.401**)

**25-54 Jahre** Alter der erreichten Zielgruppe

**4 von 6** Laufzeit (Monate)

**GRÜN:** Veränderung im Vergleich zum Vormonat