

Company: PTV Planung Transport Verkehr GmbH, Karlsruhe, Baden-Württemberg
Company Description: Die PTV Group ist ein weltweit führendes Softwareunternehmen für Verkehrsplanung, Simulation und Echtzeitmanagement. Mit über 40 Jahren Erfahrung profitieren mehr als 2.500 Städte von ihren Lösungen. Seit 2023 gehört PTV gemeinsam mit Econolite zur Marke Umovity. Mehrheitseigner ist seit 2022 Bridgepoint, neben Porsche SE.
Nomination Category: Kategorien für Marketing-Kampagnen des Jahres Awards - Sonderkategorien
Nomination Sub Category: Marketing-Kampagne des Jahres für kleine Budgets (<3 Mio. Euro)
Nomination Title: Guardians of Mobility



HOW TO ENTER >

1. Reichen Sie folgende Informationen online ein, um in diesen Kategorien teilzunehmen: Schriftliche Antworten auf die folgenden Fragen ODER ein Video von bis zu fünf (5) Minuten Länge, das alle diese Fragen beantwortet. Bitte wählen Sie eine Möglichkeit aus:
- Schriftliche Beantwortung der Fragen
2. Wenn Sie ein bis zu fünf (5) Minuten langes Video einreichen, geben Sie bitte hier die URL des Videos ein ODER fügen Sie das Video über den obigen Link "Hinzufügen von Anhängen, Videos oder Links zu diesem Beitrag" Ihrer Nominierung bei, und laden Sie so eine Kopie Ihres Videos hoch.
3. Datum Kampagnenstart:
24. September 2024 (fortlaufend)
4. Beschreiben Sie die Entstehungsgeschichte der nominierten Kampagne: die Gründe, aus denen sie initiiert wurde, die Herausforderungen, zu deren Bewältigung sie geschaffen wurde, die Probleme, zu deren Lösung sie entwickelt wurde, usw. (bis zu 250 Wörter)

Total 249 words used.

Städte weltweit stehen vor massivem Druck: Staus, Emissionen, marode Infrastruktur, Verkehrstote. Verkehrsexpert:innen in Städten, Consulting- und Mobilitätsunternehmen kämpfen täglich gegen diese Herausforderungen – meist unsichtbar, aber mit wirkungsvollen digitalen Tools. Mit dieser Tool-Lieferanten, sind die beiden internationalen Technologieunternehmen PTV Group und Econolite, die sich 2023 zur neuen Dachmarke Umovity vereint haben, um die Planung und Steuerung urbaner Mobilität neu zu denken. Diese Mission und Marke, sowie das neue gemeinsame Produktportfolio sollten 2024 noch bekannter und nahbarer für die Mobility Community werden.

Aus diesem Grund wurde die globale Kampagne „Guardians of Mobility“ entwickelt, die mit ihren Maßnahmen ein klares Statement setzen sollte: PTV und Econolite unter der Marke Umovity sind nicht nur Tech-Player und Marktführer, sondern gemeinsam mit Ihrer globalen Community echte Gamechanger in einer traditionellen Branche. Mit einer innovativen, disruptiven und coolen Ansprache wollten wir die heldenhafte Arbeit unserer Community aus Mobilitätsexpert:innen weltweit ins Rampenlicht rücken. Gleichzeitig wollten wir zeigen, wie man mit innovativen Technologien Mobilität positiv verändern kann und damit auch das (Cross-Selling) Potenzial des gemeinsamen Produktportfolios stützen.

Unser Ziel war es, mit dem Kampagnen-Theme *Guardians of Mobility* ein Motto und Multichannel-Erlebnis zu schaffen, mit dem sich die User Community nachhaltig identifizieren kann, um die Markenverbindung langfristig zu stärken.

Die Herausforderung: Ein Marketing-Budget in Höhe von lediglich 80.000€, das ausschließlich für die Produktion einer hochwertigen Video-Keynote verwendet werden durfte. Alle weiteren Leistungen wie Planung, Kreation, Content-Erstellung mussten somit in-house und ohne zusätzliche Ausgaben erbracht werden. Die gesamte Kampagne setzte auf organisches Wachstum statt bezahlter Reichweite.

5. Beschreiben Sie die Entwicklung der Kampagne: den Planungsprozess, die Zielsetzung, die kreative und mediale Entwicklung, die Zeitplanung usw. (bis zu 250 Wörter)

Total 249 words used.

Zielgruppe:
Im Mittelpunkt der Kampagne stehen die Nutzer:innen und Partner von Umovity – Verkehrsplaner:innen und -manager, Städte, Mobilitäts- und Infrastrukturbetreiber weltweit. Zudem adressieren wir ein breites Stakeholder-Spektrum: Medien, Investoren, NGOs, Wissenschaft.

Mit smart gewählten Kanälen und Formaten haben wir den B2B- und B2G-Kontext und unsere weltweite Community berücksichtigt.

Strategische Ziele:

- Umovity als innovative emotional erfahrbare Marke positionieren
- Unsere Community mit den richtigen "Tech-Superkräften" ausstatten, um ihre individuellen Mobilitäts Herausforderungen zu meistern
- Mit vielfältigen Content-Formaten (on- und offline) Nutzer:innen und Ihr Know-How aktiv einbinden, und den effektiven Einsatz unserer Lösungen fördern
- Produktfunktionen, Synergien und neue Features sichtbar machen
- Cross-Selling-Potenziale im gemeinsamen Portfolio von PTV und Econolite fördern
- Über den Hashtag #GuardiansofMobility und interaktive Formate die weltweite Community einbeziehen und Ihre zentrale aber oft unsichtbare Rolle ins Rampenlicht rücken

Kreativ- & Medienkonzept:
Im Zentrum der Idee: Unsere Kund:innen als „Guardians of Mobility“ positionieren. Mit durchgängigem Superhelden-Narrativ brachten wir die sonst sachlich-technische, traditionelle B2B-Kommunikation auf ein emotionales, leicht zugängliches Level – ohne an fachlicher Tiefe einzubüßen. Komplexe Inhalte wurden in ein kreatives, unterhaltsames Superhero-Storytelling übersetzt – mit einem klaren Anspruch: Markenführung mit Substanz, Entertainment mit Expertise und Nähe zur Community auf globaler Bühne.

Das Superhelden-Motiv zieht sich durch jede Facette der Kampagne:

- Superhero-Wording, Visuals, Musik, Spezialeffekte und stilisierte Outfits
- Cineastischer Look & Feel (epischer Bildsprache)
- User-generated Content als persönliche Community-Heldengeschichten

Zeitplanung:
Die Kampagne startete mit der global gestreamten Keynote „Mobility Tech Update: Empowering the Guardians of Mobility“ im Oktober 2024. Seitdem wird sie kanalübergreifend weitergeführt – on-/offline, lokal und global.

6. Beschreiben Sie die Aktivitäten und konkreten Ergebnisse dieser Kampagne oder dieses Programms seit Januar 2023. Selbst wenn Ihre Initiative früher begonnen hat, beschränken Sie Ihre Antwort auf die Aktivitäten und Ergebnisse seit Januar 2023 (bis zu 250 Wörter).

Total 249 words used.

Die Kampagne folgte einem durchdachten Multichannel-Ansatz – von Social Media bis zur Live-Bühne – und gliederte sich in drei Phasen. Drehpunkt aller Phasen ist eine Kampagnenwebsite, die alle Informationen und Beteiligungsmöglichkeiten verknüpft und zugänglich macht.

Aufmerksamkeit & Aktivierung (24.09.–14.10.2024)
Gezielte Trailer/Teaser auf LinkedIn, Direct Mailings, Social Posts und Pressearbeit weckten Neugier und steigerten die Erwartung auf das zentrale Event.

Launch & Emotionaler Höhepunkt (15.10.2024)
Das Herzstück der Kampagne war die global auf drei Kanälen gestreamte Mobility Tech Update Keynote, bei der Umovity jedes Jahr die gemeinsame Vision, Strategie und Produktinnovationen vorstellt. Die Keynote 2024 wurde in einem hochmodernen, ultra-realistischen virtuellen 3D-Set gedreht. Darin präsentierten Mitarbeitende Hard- und Softwarelösungen auf neue, immersive Weise und hauchten dem Superhelden-Motiv Leben ein.

Im Anschluss wurde die Keynote über YouTube/WeChat, der Kampagnenseite und einer weltweiten #GuardiansOfMobility-Offensive verbreitet – maßgeblich getragen durch unsere Community.

Phase 3: Wissenstransfer & Community-Building (ab 16.10.2024 bis heute)
Vertiefende Formate wie über 20 digitale Deep-Dive-Sessions mit praxisnahen Produktsights zur Anwendung, sowie 20 Anwender-Events unter dem #GuardiansOfMobility-Motto – unter anderem in Rom, Bogotá, Las Vegas, Tokio, oder Würzburg – machen die Kampagne weltweit erlebbar und fördern aktiv den Wissensaustausch innerhalb der Nutzer:innen-Community.

Organische Ergebnisse:

- +740 % Markenreichweite (Umovity)
- +178 % Website-Traffic
- 500.000 LinkedIn-Impressions
- 5.000 Webinar-Anmeldungen
- Mailing-Click-Through-Rates: 6–12%
- Community-Beteiligung: User-generated Guardian-Posts
- 124% umsatzbezogene Zielerreichung: ein Beleg für die Relevanz und Resonanz der Kampagne. Durch den Markenauftritt positionierten sich die PTV Group und Econolite gemeinsam als Innovationsführer
- Markenbindung sowie Cross-Selling wurden gestärkt

7. Optional: Verweisen Sie in der Nominierung auf alle Anhänge mit unterstützenden Materialien und belegen Sie die von Ihnen getätigten Aussagen in der Nominierung. (bis zu 250 Wörter)

Total 82 words used.

[Umovity's Guardians of Mobility Kampagnen-Website](#)

[Umovity's Mobility Tech Update Keynote 2024](#)

Social Media Posts:

Keynote Promotion durch:

- Umovity: https://www.linkedin.com/posts/umovity_umovity-guardiansofmobility-mobilityforhumanity-activity-7244314669962735618-hixp
- CEO: https://www.linkedin.com/posts/christian-ulrich-haas_guardiansofmobility-mobilityforhumanity-activity-7255125387876143105-jA2P
- Mitarbeiter: https://www.linkedin.com/posts/kishmala-imtiaz_technote2024-guardiansofmobility-ptvgroup-activity-7246809354899795968-3YB1

Keynote als Linkiedin Live-Event: https://www.linkedin.com/posts/ptv_guardiansofmobility-mobilityforhumanity-activity-7242184204719919105-pwVR

Posts von Mitarbeitern:

- https://www.linkedin.com/posts/marilo-martin-gasulla-ph-d-245a2616_mobilityinnovation-guardiansofmobility-equity-activity-7252286689539178497-5ML2
- https://www.linkedin.com/posts/jan-malik-a4b593b0_guardiansofmobility-activity-7300832297820274689-Kzyn

Posts der #GuardiansOfMobility-Community:

- https://www.linkedin.com/posts/rb-rail_ptvugm25-ptvgroup-guardiansofmobility-activity-7336643592083402752-oxsl
- https://www.linkedin.com/posts/h%C3%A9l%C3%A8ne-b%C3%A9nistant-341857231_guardiansofmobility-activity-7255141020542156800-MiCV
- https://www.linkedin.com/posts/sofia-salek-de-braun-188665136_mission-guardiansofmobility-roadsafety-activity-7259118248095289344-FL76

Posts zu Offline-Events (Anwenderseminare):

- https://www.linkedin.com/posts/martyna-abendrot-milunska_centrumkreatywnoagjcitargowa-ptvgroup-ptvugm25-activity-7306372412701380609-Zjtj
- https://www.linkedin.com/posts/lucasvozzi_guardiansofmobility-ptvugm25-colombia-activity-7300179637928636418-r0-C
- https://www.linkedin.com/posts/andreas-k%C3%B6glmaier-7203632_guardiansofmobility-activity-7330856500950708224-7Ahk

Attachments/Videos/Links:

[Guardians of Mobility](#)

[REDACTED FOR PUBLICATION]