

Pressemitteilung

Köln oder Düsseldorf: Wer ist fleißiger? planus media startet Sprachduell für Duolingo

Köln, 04.02.2026. Wer ist fleißiger? Wer hat mehr Sprachtalent? Düsseldorf oder Köln? Rechtzeitig zum Karneval fordert die Sprachlernplattform Duolingo die Bewohner der beiden Städte heraus. #duolingobattle heißt der Wettbewerb, der die ewige Rivalität der zwei Rhein-Metropolen völlig neu inszeniert. Dabei treten die User der Duolingo-App aus Düsseldorf und Köln im Duell gegeneinander an und sammeln XP. Der Clou: Der aktuelle Stand wird mittels Außenwerbung im gesamten öffentlichen Raum sichtbar gemacht. Verantwortlich für die aufmerksamkeitsstarke OOH- bzw. DOOH-Kampagne zeichnet die Kölner Mediaagentur planus media.

Für eine hohe Reichweite und hohe Aufmerksamkeit für die Aktion identifizierte planus media im Vorfeld hochfrequentierte Standorte in beiden Städten und spielt die Kampagneninhalte punktgenau im direkten Lebensumfeld der Zielgruppe aus: in den Innenstadtbereichen, zentralen Einkaufsstraßen und an den größten Bahnhöfen. Für die beiden Karnevalshochburgen ist es der denkbar beste Zeitpunkt: Festumzüge und zahlreiche Veranstaltungen locken die Rheinländer:innen auf die Straße – zudem sind Neujahrsvorsätze, wie das Lernen einer Sprache, im Februar noch stark präsent.

„Köln gegen Düsseldorf – das versteht hier jeder/jede sofort. Wir nutzen die Rivalität, um Sprachlernen spielerisch aufzuladen und Menschen direkt einzuladen, mitzumachen. Außenwerbung macht den Wettbewerb für alle sichtbar und motiviert direkt zum Mitlernen“, begründet Markus Krätzschar, Country Marketing Director bei Duolingo, die Wahl des Werbekanals OOH.

Klarer Fokus auf digitale Flächen: 80 Prozent DOOH

Weil maximale Reichweite und zugleich Tagesaktualität essenzielle Kriterien für die Kampagnenmechanik sind, setzt planus media gezielt auf Digital-Out-of-Home-Medien: Rund 80 Prozent des Budgets fließt in digitale Flächen. Auf den digitalen Screens werden die aktuellen Zwischenstände des Wettbewerbs regelmäßig aktualisiert und am Ende das finale Ergebnis veröffentlicht. Damit wird der Wettbewerb nahezu in Echtzeit in den öffentlichen Raum verlängert. Ergänzt wird dieser Reichweitenaufbau durch klassische OOH-Flächen und begleitenden Social-Media-Aktivitäten.

„Außenwerbung wirkt besonders stark, wenn sie lokal relevant ist. Mit reichweitenstarker OOH-Präsenz und flexiblen DOOH-Formaten machen wir den Wettkampf zwischen Köln und Düsseldorf im Stadtraum spielerisch erlebbar“, sagt Gina Teixeira Amaral, verantwortliche Key Account Managerin bei planus media.

Die Kombination aus klassischer Außenwerbung und dynamischem DOOH-Content schafft nicht nur hohe Sichtbarkeit, sondern fördert auch Interaktion und Gesprächsstoff zwischen den Städten. Am 12. Februar endet die Aktion und die Gewinnerstadt wird mit der Punktezahl

planus media GmbH • Von-Werth-Str. 8 • 50670 Köln

über die digitalen Screens ausgespielt. Doch damit nicht genug: Wie es sich für die „jecke Zeit“ gehört, bekommt die Siegerstadt eine Überraschung.

Pressekontakt:

planus media GmbH
Peter Herbrand
Von-Werth-Str. 8
50670 Köln
Telefon: 0221 / 99 38 57 – 65
E-Mail: peter.herbrand@planus-media.de

planus media GmbH
Von-Werth-Str. 8
50670 Köln

Tel.: +49 (0) 221 99 38 57-0
Fax: +49 (0) 221 99 38 57-39
info@planus-media.de

Amtsgericht Köln, HRB 58582
St.-Nr. 215/5915/3092
UST-ID-Nr. DE250607008

Geschäftsführer: Axel Wiehler

planus-media.de