

Deutschlands größtes  
soziales Netzwerk für die  
Zielgruppe Best Ager



# Kosmetik Showcase

## Themensponsoring für Dr. Grandel im November 2016

wise.life

# Ausgangsbasis

- wize.life ist mit 5,5 Mio. Unique User (März 2017) das größte Netzwerk für Best Ager 50+
  - Zudem hat wize.life über verschiedene Kanäle einen Social Reach von über 450.000 Fans aufgebaut
  - Gutes und gepflegtes Aussehen ist ein Top-Interesse
    - 16% der Best Ager verwenden ausschließlich Naturkosmetik
    - Und über 34% gönnen sich bei Kosmetik gerne etwas teurere Produkte
- (Quelle: Best4Planning)
- Der Showcase Dr. Grandel zeigt, wie man mit wize.life einfach und garantiert Aufmerksamkeit erlangt
  - Weiterer Pluspunkt: wize.life setzt alles im Full Service um

✓ Zielgruppe

✓ Targeting

✓ 100% Sichtbarkeit

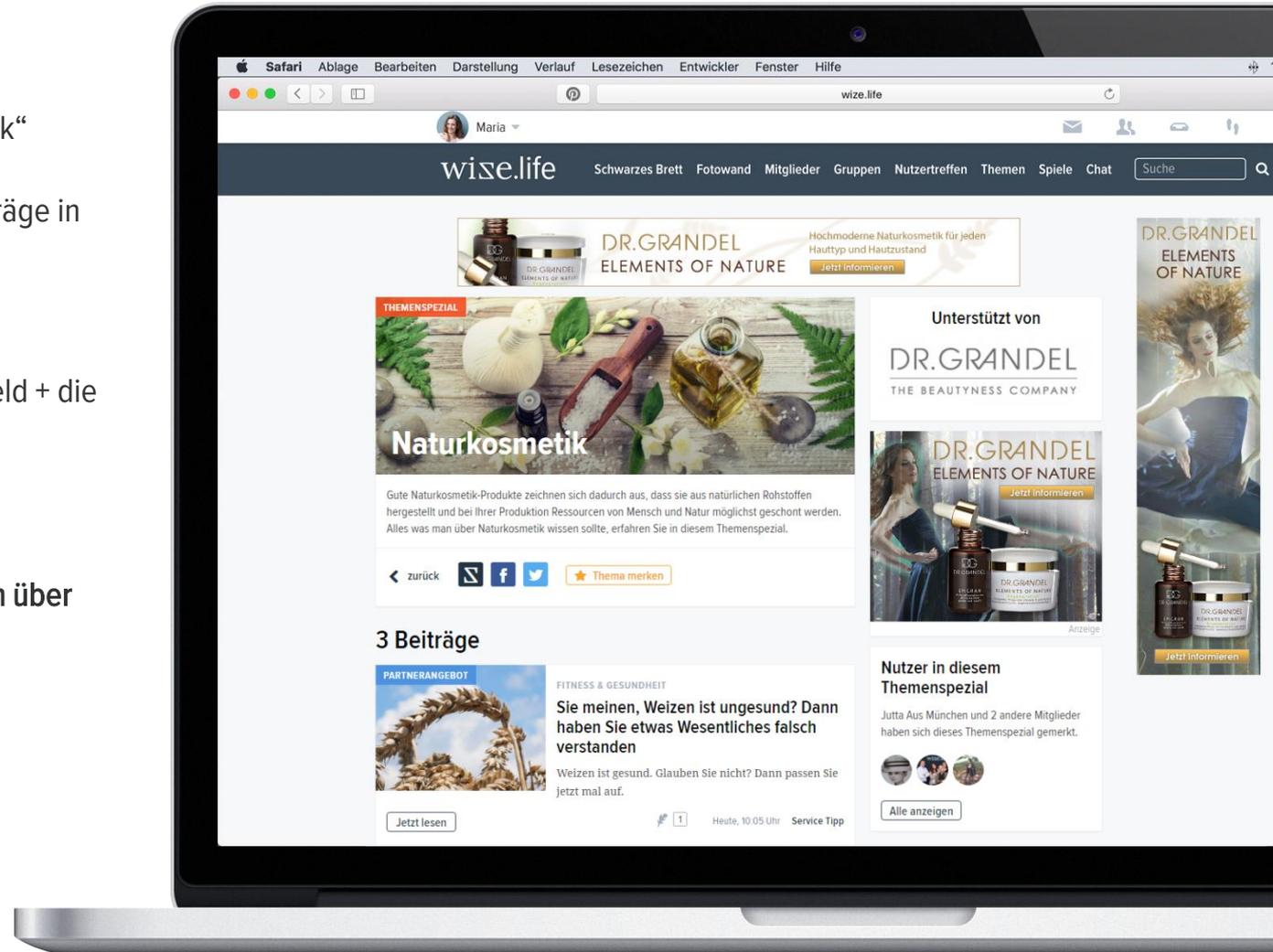
✓ Full Service

# Content Marketing für Branding und Information

- Dr. Grandel präsentierte das Themenspezial „Naturkosmetik“
- wize.life veröffentlichte 8 Beiträge in Abstimmung mit Dr. Grandel
- Dr. Grandel besetzte alle Werbeformate in diesem Umfeld + die Sponsoringfläche

## Aufmerksamkeit wurde geschaffen über

- Redaktionelle Promotion
- Social Media Aktivitäten
- Displayanzeigen
- Videos
- Newsletterversand



# Infografik: Anschaulichkeit für die Thematik

- Für einen der Beiträge wurde von wize.life in Abstimmung mit Dr. Grandel eine Infografik erstellt
- Die Grafik diente zur Anschaulichkeit und für ein besseres Verständnis für den Wirkstoff Epigran
- Dr. Grandel hat alle Rechte an der Grafik erhalten und darf diese weiterhin verwenden



# Newsletter-Versand holt interessierte User ab

- Sobald ein neuer Beitrag im Themenspezial „Naturkosmetik“ veröffentlicht wurde, versendete unsere Redaktion einen Newsletter an alle Nutzer
- So lenkte wize.life gezielt Aufmerksamkeit auf neu erschienene Beiträge und identifiziert interessierte User
- Durchschnittliche Klickrate: 2,6%

seniorbook heißt jetzt wize.life. [Mehr erfahren](#)

wize.life



 **Sie meinen, Weizen ist ungesund? Dann haben Sie etwas Wesentliches falsch verstanden**

**PARTNERANGEBOT:** Weizen ist gesund. Glauben Sie nicht? Dann passen Sie jetzt mal auf.

[Jetzt wize.life besuchen](#)

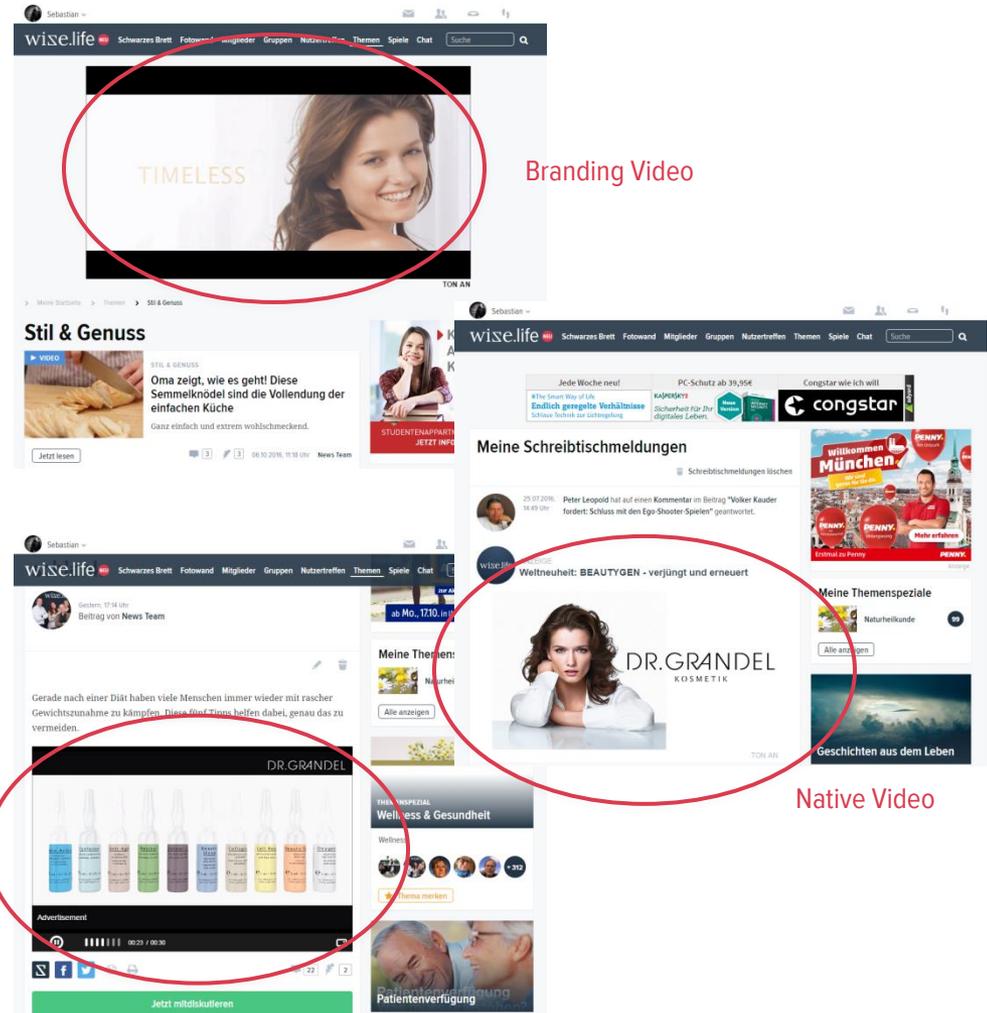
# Follow up: Ansprache durch Bewegtbild

- Dr. Grandel belegte folgende Formate:

**Branding Video:** Platzierung mit maximaler Sichtbarkeit above Content und einer durchschnittlichen Klickrate von 2,45%

**Native Video:** Das Native Video wird in persönlichen Bereichen ausgespielt. Die  $\emptyset$  Klickrate lag hier bei 0,26%

**Pre-Roll Video:** Im Content eingebettet erzielte dieses Format mit einer  $\emptyset$  Klickrate von > 14% die besten Ergebnisse.



# Eckdaten der Dr. Grandel-Kampagne

Kundenziel:  
Branding, Information und  
Engagement

Ausgelieferte Als → Branding

1.800.000

Aufmerksamkeitsdauer → Engagement

477 Std.

Seitenaufrufe → Information

14.121

Ø Klickrate

5%

# Kontakt



**Thomas Bily**

Vorstand & Best Ager

+49 89 81 89 684-11

[t.bily@wise.life](mailto:t.bily@wise.life)