

Deutschlands größtes  
soziales Netzwerk für die  
Zielgruppe Best Ager



# Tourismus Showcase

## Themensponsoring für MSC Kreuzfahrten im August/September 2016

wise.life

# Gründe für MSC auf wize.life

- wize.life ist mit 2,6 Mio. Unique User (Nov. 2016) das größte Netzwerk für Best Ager 50+.
- Zudem hat wize.life über verschiedene Kanäle einen Social Reach von rund 300.000 Fans aufgebaut.
- Unsere Nutzer sind Reisefans und in einer Lebensphase, in der Reisen einen wichtigen Platz einnimmt.
- Eine aktuelle Reise-Umfrage auf wize.life sagt, dass
  - 84% sich im Internet über Reiseziele informieren und
  - 41% ihre Reisen auch online buchen.
- Der Showcase MSC Kreuzfahrten zeigt, wie man mit wize.life einfach und garantiert Aufmerksamkeit erlangt.
- Weitere Pluspunkte: Full Service (wize.life setzt alles für Sie um) und kurze Vorlaufzeit.

✓ Zielgruppe

✓ Targeting

✓ 100% Sichtbarkeit

✓ Full Service

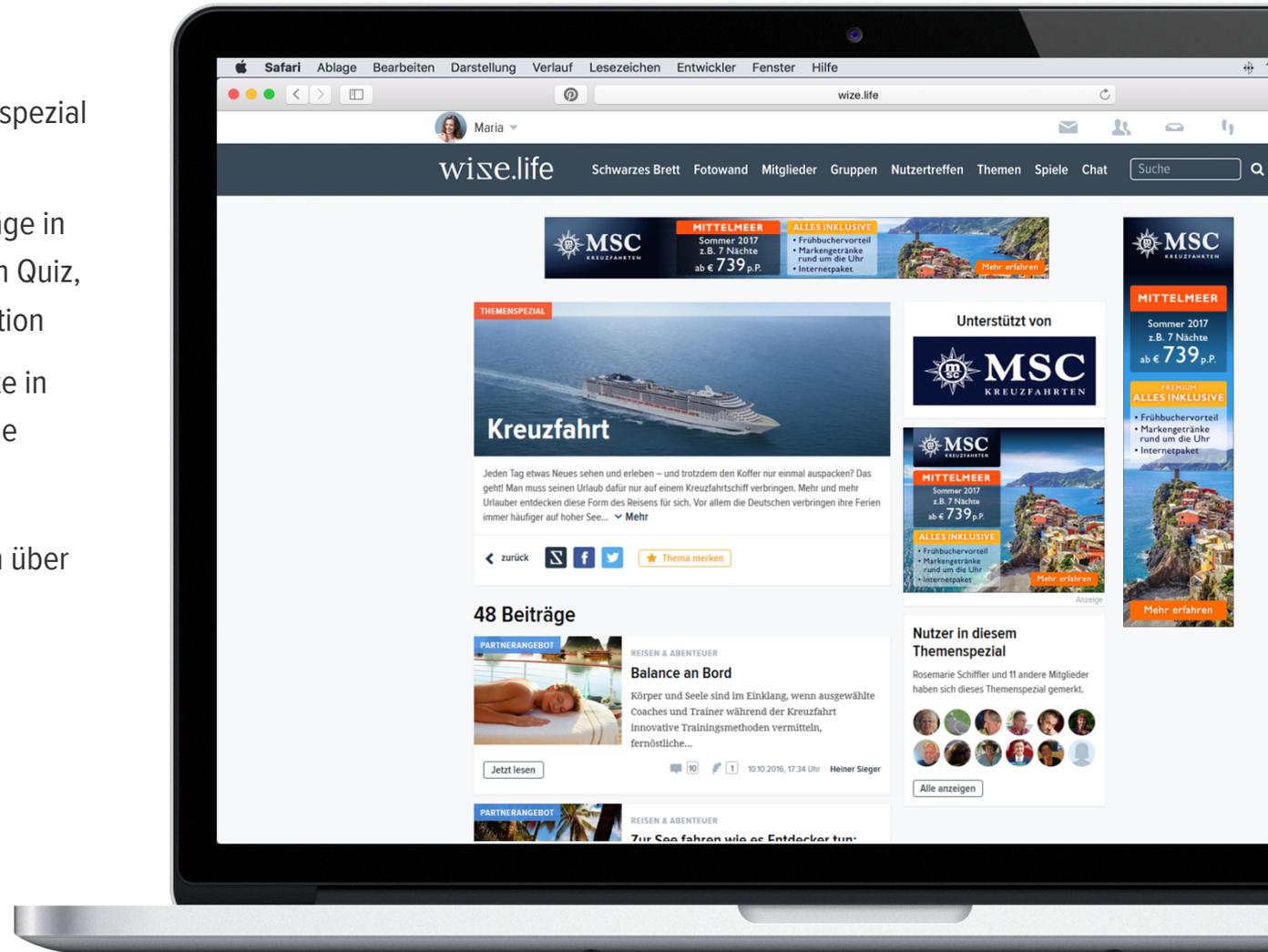
# Content Marketing für Branding und Information

- MSC präsentierte das Themenspezial „Kreuzfahrt“
- wize.life veröffentlicht 6 Beiträge in Abstimmung mit MSC, dazu ein Quiz, ein Suchspiel und eine Fotoaktion
- MSC besetzt alle Werbeformate in diesem Umfeld + Sponsorfläche

Aufmerksamkeit wurde geschaffen über

- Redaktionelle Promotion
- Social Media Aktivitäten
- Displayanzeigen
- Newsletterversand

Laufzeit: 1 Monat



# Leadgenerierung durch ein Quiz

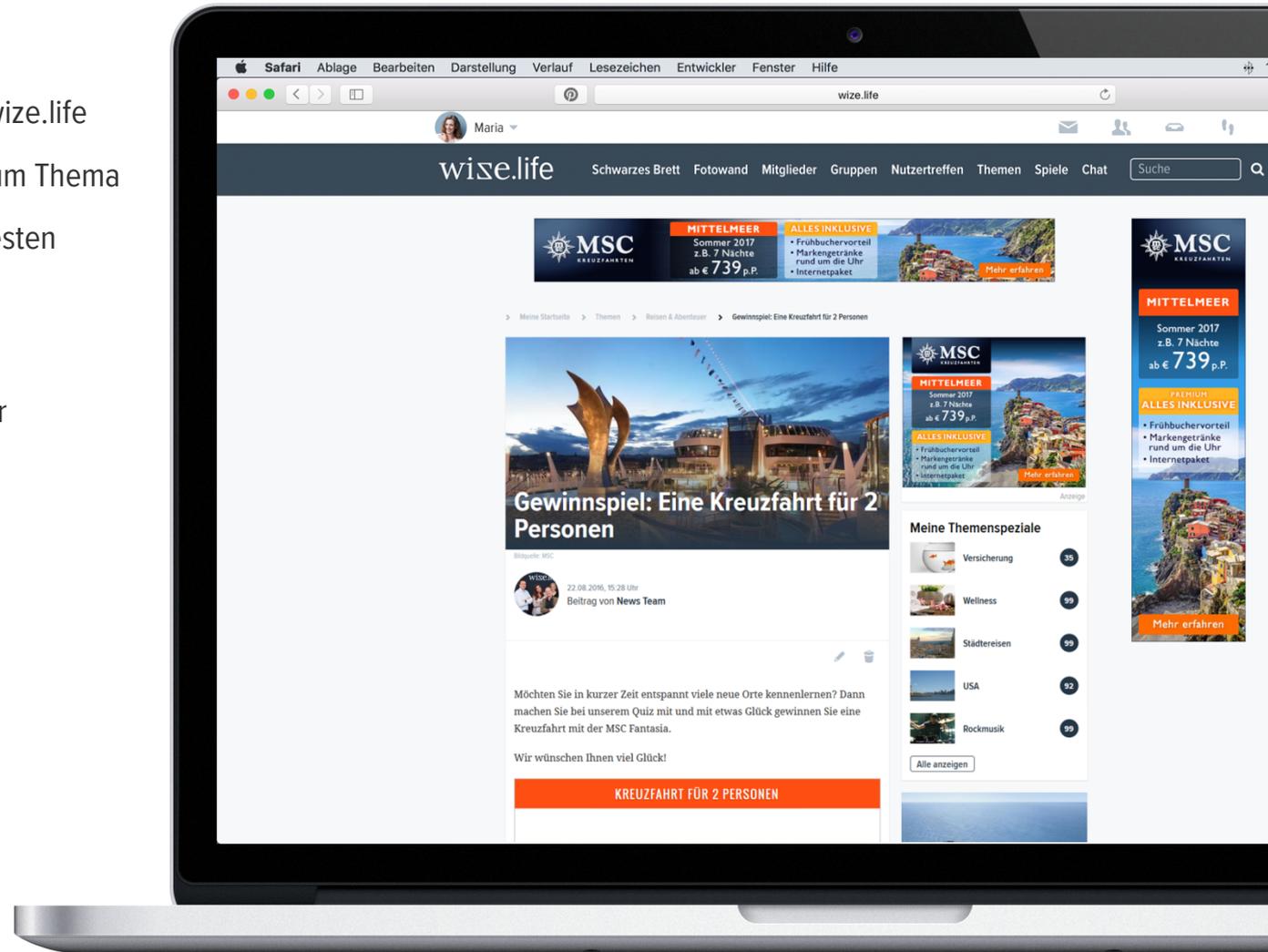
- Interaktives Gewinnspiel auf wize.life
- Nutzer beantworten Fragen zum Thema
- Gewinne wurden unter den besten Teilnehmern verlost

Aufmerksamkeit wurde erzielt über

- Displayanzeigen
- Beitrag
- Redaktionelle Promotion
- Social Media Aktivitäten

Laufzeit: 3 Wochen

5.116 Seitenaufrufe



# Suchspiel: Gamification für Aufmerksamkeit+ Interaktion

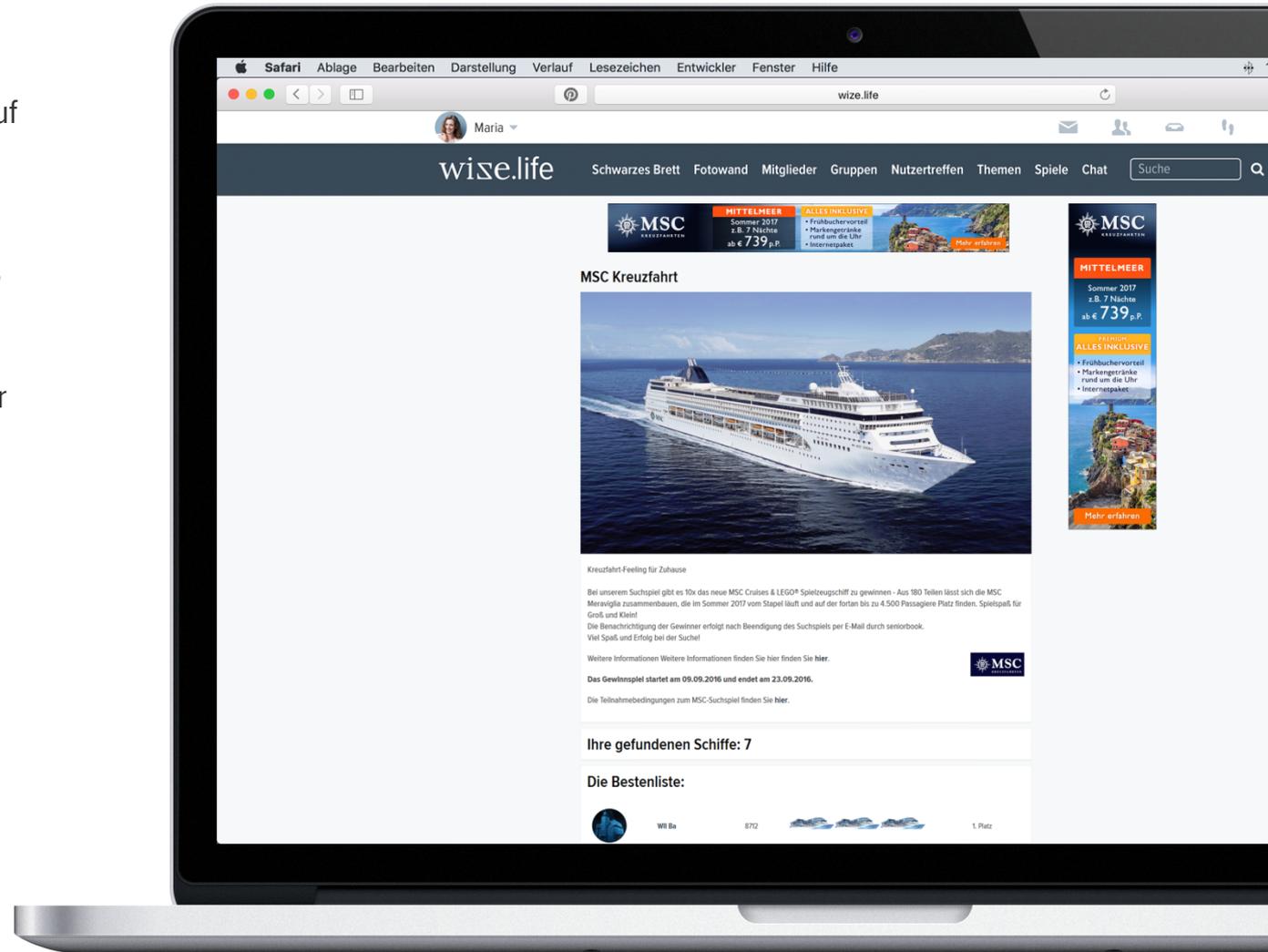
- Nutzer sammeln durch Klick auf eingblendete Schiffe Punkte
- Highscore-Liste weist den Punktestand und Gewinne aus

Aufmerksamkeit wurde erzielt über

- Displayanzeigen
- Redaktionelle Promotion
- Social Media Aktivitäten

Laufzeit: 2 Wochen

2.985 teilnehmende Nutzer



# Fotoaktion für emotionales Involvement

- Nutzer werden aufgefordert, ihre schönsten Fotos zum Thema „Meerblick“ hochzuladen. Unter den „sehenswertesten“ Fotos wurden Gewinne verlost.

Aufmerksamkeit wurde erzielt über:

- Social Media Aktivitäten
- Redaktionelle Promotion
- Newsletterversand

Laufzeit: 1 Monat

982 hochgeladene Fotos

The screenshot shows a web page for a photo contest on the 'wise.life' platform. The contest is titled 'Meerblick' (Sea View) and is sponsored by MSC Kreuzfahrten. The page features a large header image of a sunset over the ocean with the MSC logo. Below the header, there is a navigation bar with social media icons and a search bar. The main content area includes a description of the contest, a list of prizes (MSC Koffer), and a section for the winners. At the bottom, there is a grid of 984 photos submitted by users. The page also has a sidebar with a shopping cart and a search bar.

# Eckdaten der MSC-Kampagne

Kundenziel:  
Branding, Information und  
Engagement

Ausgelieferte AI → Branding

2.035.956

Aufmerksamkeitsdauer → Engagement

525 Std.

Seitenaufrufe → Information

25.491

Klickrate

0,33%

# Kontakt



**Thomas Bily**

Vorstand & Best Ager

+49 89 81 89 684-11

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