

A photograph of an elderly couple sitting together outdoors. The man is on the left, wearing a light pink polo shirt, and the woman is on the right, wearing a light blue top. They are both smiling warmly at the camera. The background is a bright, out-of-focus green landscape, possibly a garden or park, with a white pillar visible on the right side.

Deutschlands größtes
soziales Netzwerk für die
Zielgruppe Best Ager

Showcase

Content Marketing „Altersgerechtes Wohnen und technische Assistenzsysteme“

wise.life

wize.life erreicht das richtige Publikum

- wize.life ist mit 6 Mio. Visits (IVW) das größte Netzwerk für Best Ager 50+. Größter Wunsch im Alter ist, so lange wie möglich selbstbestimmt und unabhängig zu leben. Jede Unterstützung, die dabei hilft, ist willkommen.
- Dieser Showcase zeigt, wie eine Kampagne für technische Assistenzsysteme einfach und garantiert Aufmerksamkeit bei diesem interessierten Publikum erlangte.
- Das wize.life Team übernahm die Umsetzung. Das bedeutete für den Kunden, dass er selber kaum Arbeit damit hatte. Ein wöchentliches Reporting sorgte für maximale Transparenz und Sicherheit.

- ✓ Zielgruppe
- ✓ Targeting
- ✓ 100% Sichtbarkeit
- ✓ Full Service



Wir verbreiten spannende Geschichten

Branded Storys

Intensive Auseinandersetzung unserer User mit dem Thema „Sicherheit für Senioren“

Mehr als 7.200 Seitenaufrufe

Mehr als 3 Minuten durchschnittliche Verweildauer

Die wize.life-Redaktion erstellte zwei **Branded Storys** für Gigaset

Erklärungsbedürftige Informationen kamen gut bei den Usern an

Einbindung von Trusted Links

Seriöser Marken- und Produktauftritt

wise.life

BRANDED STORY

Die eigenen 4 Wände nicht aufgeben müssen – der Wunsch vieler Senioren ist so einfach umsetzbar

Von News Team

„Und ich weiß immer, ob es dir gut geht, Mama - auch wenn ich gerade nicht bei dir bin.“

Mehr als jeder Fünfte in Deutschland hat die Altersgrenze von 65 Jahren überschritten. Eine neue Generation der Senioren befindet sich im Aufbruch – sie ist vital, ernährt sich gesund und verbessert ihren Ruhezustand als Herausforderung. Reisen, sportliche Aktivitäten und die Nutzung von Smartphone und Internet spielen für sie eine immer wichtigere Rolle. Sie lieben ihre Freiheit und haben den ausdrücklichen Wunsch, möglichst lange selbstständig zu bleiben und in den eigenen vier Wänden zu wohnen.

Wenn aber die Fähigkeit, sich selbst zu versorgen auf Grund von Alter oder Krankheit einmal nachlassen sollte, dann ist dies Erkenntnis umso schwieriger anzunehmen. Brauchen Eltern oder Großeltern auf einmal Unterstützung, sind häufig die Angehörigen gefordert – nicht zuletzt wegen der zunehmenden Fachkräftemangels und den steigenden Kosten in der Pflege. Nach dem eigenen, autonomen und selbstbestimmten Leben ist das keine einfache Situation für die ganze Familie. Ein smartes Assistenzsystem ist ab sofort seit Jahrzehnten eine Marke, auf die Verlass ist. Mit dem Assistenzsystem smart care können Senioren nicht in diesem Bereich ein gutes Gefühl der Sicherheit geben.

Klick-Out-Box zu Gigaset-Website

„Und ich weiß immer, ob es dir gut geht, Mama - auch, wenn ich gerade nicht bei dir bin.“
Gigaset smart care Senioren-Assistenzsystem

Zielgruppenorientierte Werbung: Display Ads



Rund um Themenspezial und Branded Storys wurden **Display Ads** eingeblendet.



Mit dieser thematischen Relevanz erreichte die Werbung genau die richtige Zielgruppe: Best Ager und Senioren, von denen ein großer Teil selbst eine Immobilie besitzt und **kurzfristig in altersgerechtes Wohnen investieren will.***

* wize.life Nutzer-Umfrage „Vorsorge und Finanzen“ 2019

wise.life

Für das gute Gefühl der Sicherheit. **Gigaset**
Mehr erfahren

Themenspezial und Branded Storys mit Display Ads

Unterstützt von **Gigaset**

Das gute Gefühl der Sicherheit

Zielgruppenorientierte Werbung

Mehr als 2.000 Impressions Innerhalb von 6 Wochen

Für das gute Gefühl der Sicherheit. **Gigaset**
Mehr erfahren

Gigaset

Gigaset smart care: Die eigenen 4 Wände im Alter nicht aufgeben müssen – so klapp't's auch

Mit nur jungen Leuten haben wir die Aufgabe, Familie und Beruf miteinander zu verbinden. Dazu brauchen die eigenen Smart-Systeme mehr Aufmerksamkeit, weil sie eben häufiger mal ein richtig kummersangerisches Damm klappert.

So haben wir Aufmerksamkeit erzeugt: Native Advertising

The screenshot shows the desktop version of the wise.life website. The navigation bar includes 'wise.life' with a 'NEU' badge, and links for 'Schwarzes Brett', 'Fotowand', 'Mitglieder', 'Gruppen', 'Nutzertreffen', 'Themen', and 'Horosk'. Below the navigation is a dropdown menu for 'Meine Startseite'. The main content area features a native advertisement for Gigaset. The ad is labeled 'ANZEIGE' and 'Gigaset'. The headline reads 'Die eigenen 4 Wände nicht aufgeben müssen - so einfach geht's!'. Below the headline is a photograph of an elderly woman in a kitchen, preparing food. To the right of the photo is a short paragraph of text. At the bottom of the ad, there is a call-to-action button that says 'Jetzt mehr erfahren'.

50.000 Als
331 Klicks
0,60% CTR



Eckdaten der Kampagne

Laufzeit: 21.11. – 31.12.2018

Kundenziel:
Information, Engagement und
Leadgenerierung

Seitenaufrufe gesamt

8.910

Native Advertising

50.000

Aufmerksamkeit in Std.

370

Ø Verweildauer

02:20 Min.

CTR

0,65%

Kontakt und Ansprechpartner



Thomas Bily
CSO

+49 89 81 89 684-11
+49 151 58 05 50 91

t.bily@wise.life

Wizelife GmbH
Zweibrückenstraße 2
80331 München