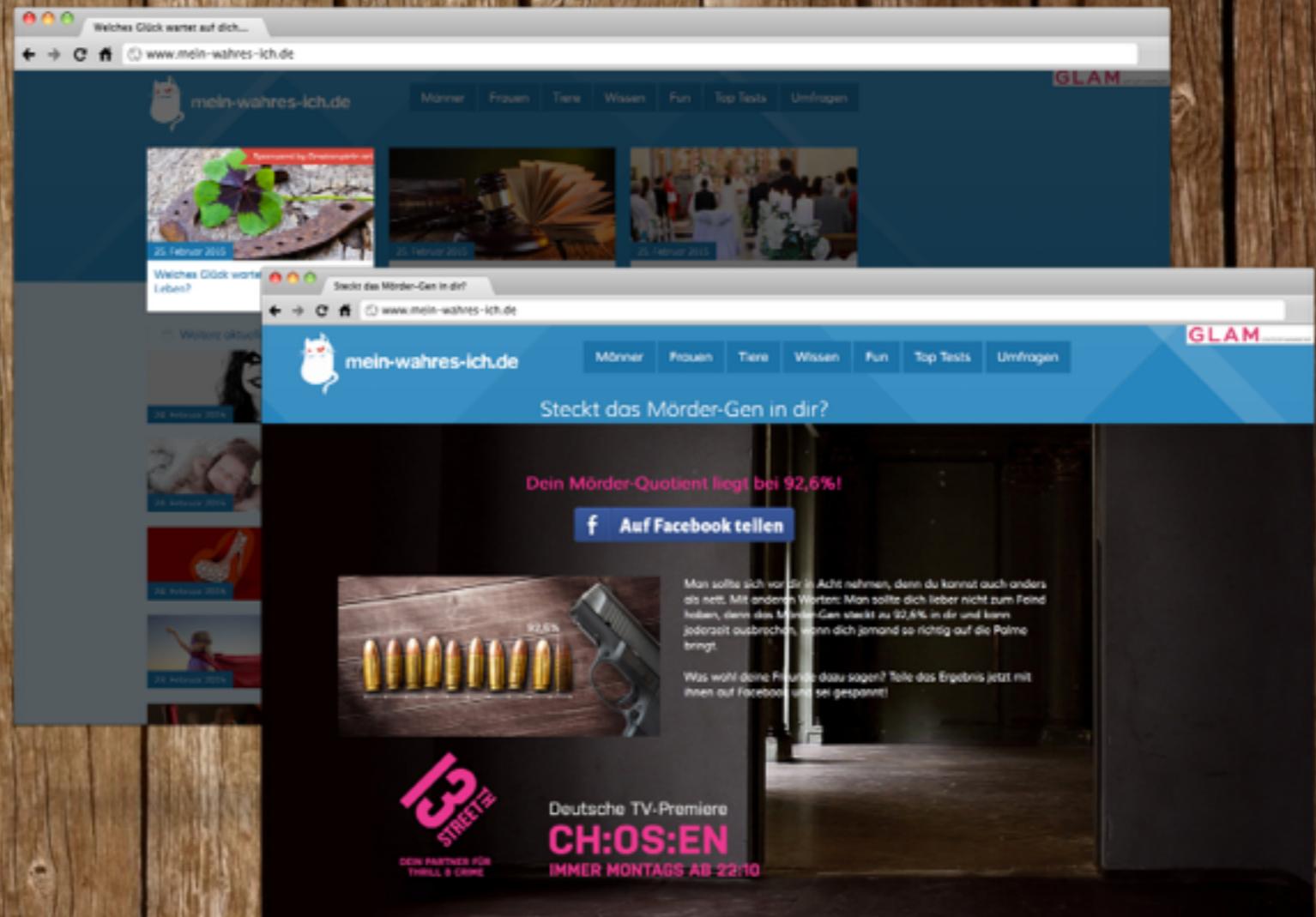
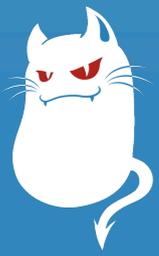


MEIN-WAHRES-ICH.DE

Stand: März 2015



CASE STUDIES: NATIVE ADVERTISING



Übersicht

In dieser Präsentation zeigen wir Ihnen an 2 Beispielen, wie erfolgreich Test-Integrationen auf [Mein-wahres-Ich.de](https://www.mein-wahres-ich.de) sind und welche Reichweite sie erzielen.

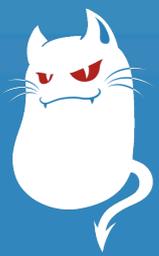
Grundsätzlich ist jeder Test individuell angelegt und verfolgt unterschiedliche Ziele. Gern können Sie auf uns zukommen und wir erstellen mit Ihnen gemeinsam einen spannenden Test, um Ihre Marke oder Produkt bestmöglich zu inszenieren.

Case 1

- ▶ 13thStreet (Serienstart in Deutschland)

Case 2

- ▶ Gewinnspiele.net (Relaunch & Steigerung der Bekanntheit)



Case 1: 13thStreet

The screenshot shows a web browser window with the URL www.mein-wahres-ich.de. The page features a dark blue header with the site logo and navigation tabs for 'Männer', 'Frauen', 'Tiere', 'Wissen', 'Fun', 'Top Tests', and 'Umfragen'. A 'GLAM' logo is visible in the top right corner. The main content area displays several test cards. The first card, dated 19. Januar 2015, is sponsored by 13thStreet and titled 'Steckt das Mörder-Gen in dir?'. It features an image of a handgun and bullets. Other visible test cards include 'Mit welchem Serien-Charakter würdest du dich garantiert zoffen?' (dated 19. Januar 2015), 'Welche Wintersportart passt zu dir?' (dated 19. Januar 2015), 'Welchem Sex-and-the-City-Charakter ähnelst du?' (dated 16. Januar 2015), 'Welches Meerestier bist du?' (dated 16. Januar 2015), and 'Wie gerecht bist du wirklich?' (dated 15. Januar 2015). A 'Newsletter' section on the right offers a weekly email subscription for new tests, with a text input field for an email address. At the bottom right, there is a promotional banner for 'HOL' IHN DIR!' featuring a red sun icon and an airplane.

Test von 13thStreet zum Start der neuen Serie „Chosen“ in Deutschland



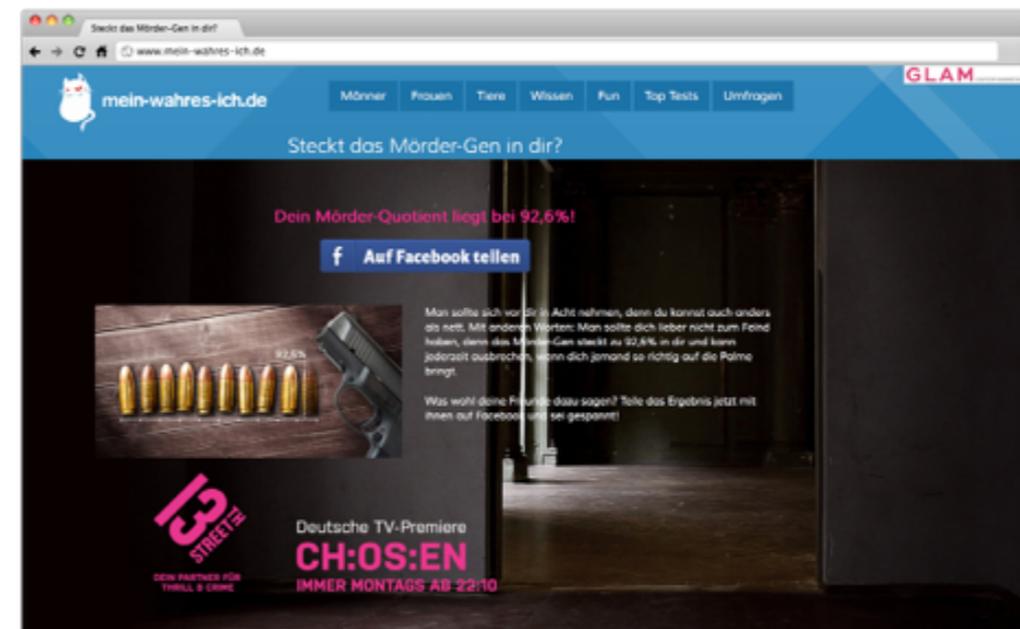
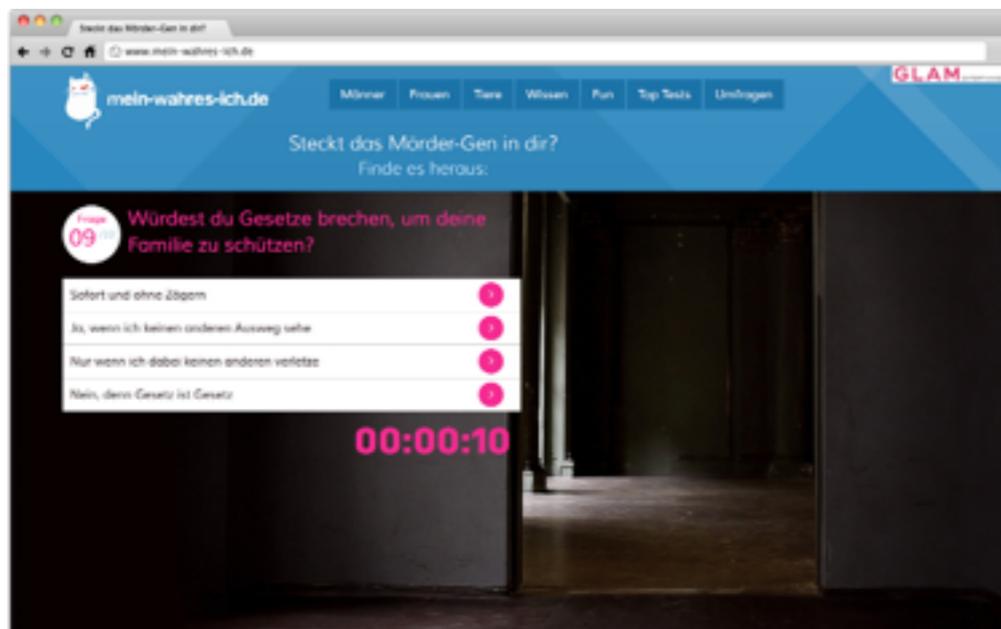
Case 1: Hintergrundinfos

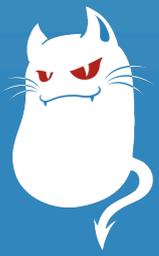
Ausgangssituation

13thStreet startet in Deutschland die Serien „Chosen“ und platziert dazu einen Test auf Mein-wahres-Ich.de, der in Stil, Atmosphäre, Wortwahl und Testfragen an den Serieninhalt angelehnt ist. Außerdem soll jeder Teilnehmer nach dem Test den 20-sekündigen Serientrailer sehen, bevor er zum Ergebnis gelangt.

Ziel der Kampagne

Hohe Aufmerksamkeit innerhalb der Zielgruppe zum Serienstart.

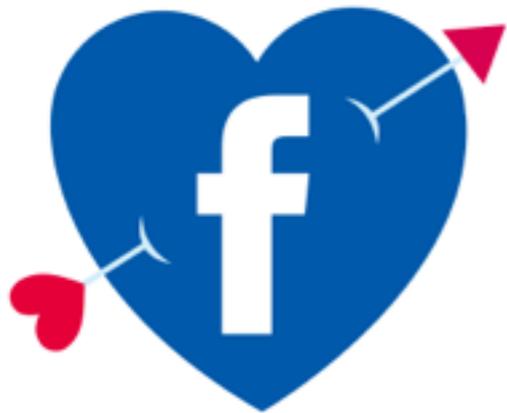




Case 1: Ergebnis

Ergebnis

310.000 Test-Teilnehmer gesamt!



Insgesamt 107.603
Social Media Signals



23.094
Facebook Likes



35.868
Facebook Shares



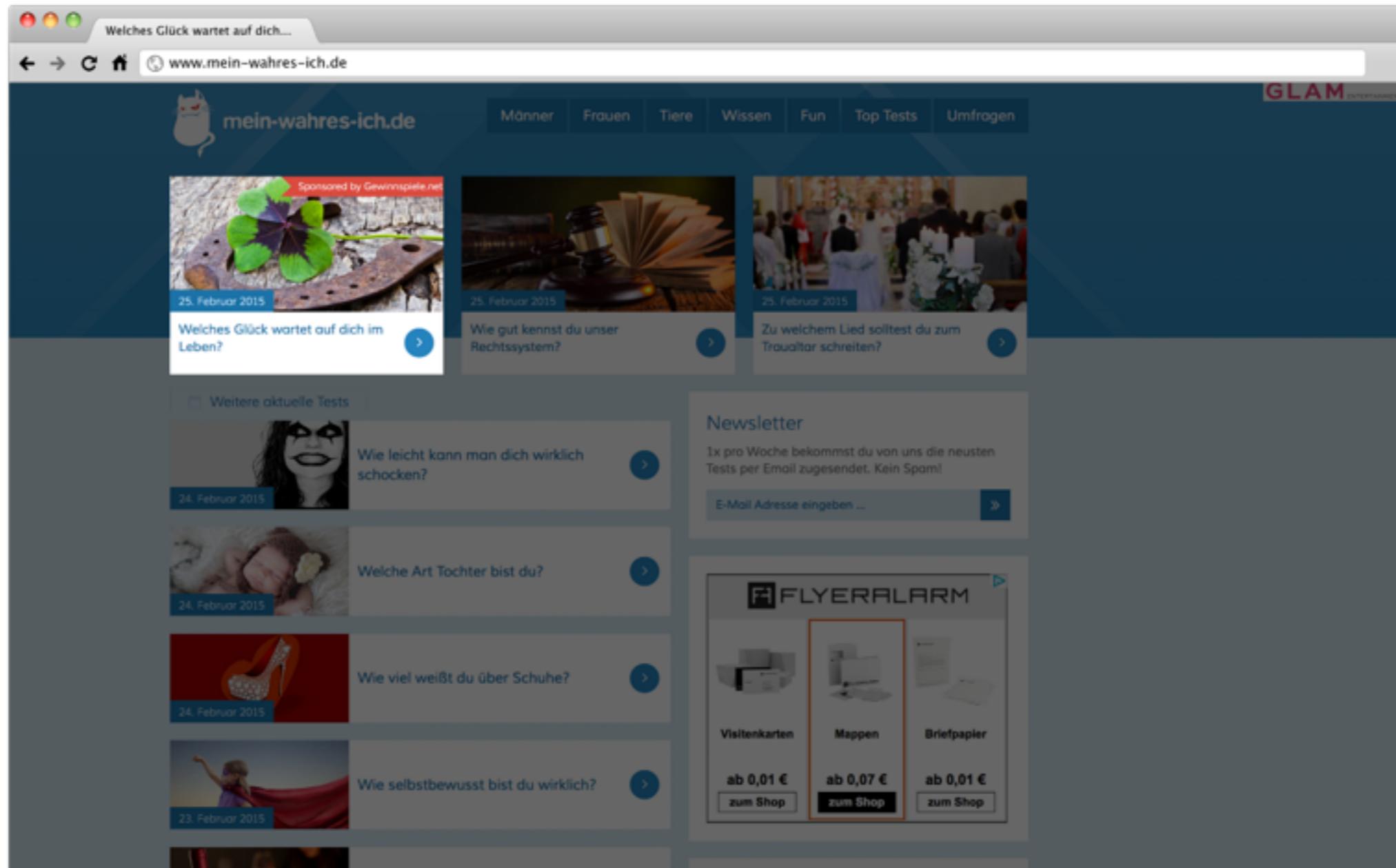
48.641
Facebook Kommentare

Kampagnenfazit

Die Ausgangsfrage "Steckt das Mörder-Gen in dir?" sorgte für exzellente Klickraten. Innerhalb weniger Tage wurden über 100.000 Social Media Signals allein bei Facebook generiert. 310.000 Personen haben sich ausgiebig mit dem Test, der Marke und der Serie auseinandergesetzt - ein voller Erfolg!



Case 2: gewinnspiele.net



Test von gewinnspiele.net zur Steigerung der Bekanntheit & der Facebook-Visibility



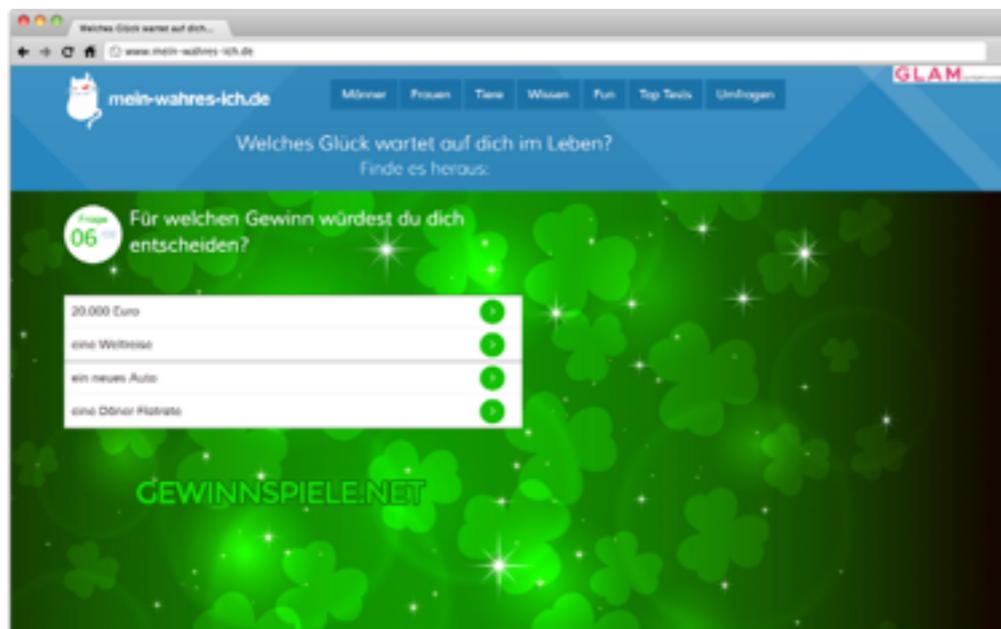
Case 1: Hintergrundinfos

Ausgangssituation

Für gewinnspiele.net wird der Test „Welches Glück wartet auf dich im Leben?“ konzipiert. Während des Tests soll das Logo prominent untergebracht werden. Im Ergebnis erfolgt ein Verweis auf die Facebook-Seite. Außerdem wird jeder Teilnehmer nach dem Klick auf den Sharebutton zur Facebook-Seite von gewinnspiele.net weitergeleitet.

Ziel der Kampagne

Bekanntheitssteigerung in der Zielgruppe 18-45 & Gewinnung von Facebook-Fans





Case 1: Ergebnis

Ergebnis

450.000 Test-Teilnehmer gesamt!



Insgesamt 111.998
Social Media Signals



36.111
Facebook Likes



50.971
Facebook Shares



24.916
Facebook Kommentare



20.000 neue
Facebook Fans

Kampagnenfazit

Insgesamt haben sich mehr als 90.000 Teilnehmer zur Facebook-Seite von gewinnspiele.net durchgeklickt. Daraus resultierten knapp 20.000 neue Fans. Das ergibt einen Cost-per-Fan von 0,50€.



Kontakt & Beratung

Sie wollen einen Test auf Mein-wahres-Ich.de platzieren?



Fabulabs GmbH

Patrick Konrad

Telefon: 030 - 98315959

Email: patrick@fabulabs.de