

Best Case: Norwegian Cruise Line

Advertorial Konzept „Kreuzwortorial“



One Pager

Challenge

Norwegian Cruise Line (NCL) positioniert sich unter den Reedereien als globaler Anbieter. Die Gäste an Bord bewegen sich im gehobenen Segment und sind international orientiert.

Auf dem deutschen Markt werben vermehrt die Wettbewerber AIDA oder TUI Cruises mit deutschsprachigen Reisen, so dass der internationale Ansatz von NCL noch keine ausreichende Aufmerksamkeit generieren konnte.

Die Challenge: Die USP's von NCL und damit die Positionierung herauszustellen, um sich klar vom Wettbewerb abzuheben.

Solution

Das neue Advertorial-Format „Kreuzwortorial“ sorgte, durch sein hohes Involvement der Leser, für eine starke Auseinandersetzung mit der Marke NCL und den Vorteilen des Reiseangebotes. In einem **kundeneigenen Kreuzworträtsel** wurden Fragen, rund um die Themenbereiche weltweite Reisedestinationen, Bordleben, Flotte, internationale Gäste und der Marke NCL gestellt.

Das Kreuzwortorial wurde im passenden Umfeld, innerhalb der Brandingkampagne, in #12/22 GEO SAISON geschaltet.

Success

Per Leserbefragung konnte nachgewiesen werden, dass das-NCL Motiv in der Leserschaft - und vor allem in der Gruppe der Kreuzfahrtinteressierten - durchweg eine gute Performance erzielte. Sowohl die **Werbewirkung** als auch die **Akzeptanz des Kreuzwortorials** waren herausragend oder überdurchschnittlich.

**FIRST
MOVER**

ANZEIGE

Traumurlaub gesucht? Kreuzfahrt gefunden!

JEDER DRITTE DEUTSCHE TRÄUMT VON EINER KREUZFAHRT – wunderschöne Ziele weltweit, jeden Tag einen neuen Hafen entdecken und dabei nur ein Mal den Koffer auspacken. Werden Sie mit Norwegian Cruise Line (NCL) zum Kreuzfahrtexperten, erfahren Sie mehr über die internationale Reederei, die gerade zum 14. Mal in Folge als Europe's Leading Cruise Line® ausgezeichnet wurde, und gewinnen Sie mit etwas Glück eine einmalige Kreuzfahrt.

10 TAGE KANARISCHE INSELN & MADEIRA
KREUZFAHRT inklusive FLUG FÜR 2 PERS.

Gewinnen Sie eine 10-tägige Kreuzfahrt an Bord der Norwegian Sun von Norwegian Cruise Line (NCL) ab/bis Málaga oder Lissabon (Januar-März 2023) - inklusive Flugtickets. An Bord erwarten Sie außergewöhnliche Dining-Erlebnisse in zahlreichen Restaurants - von japanischem Teppanyaki bis hin zum besten Steak auf See -, himmlische Entspannung im Mandira Spa®, preisgekröntes Entertainment und natürlich fantastische Liften von der Südküste Spaniens über Portugal bis zu den weltberühmten Kanaren.

LÖSUNGSWORT 1 2 3 4 5 6 7 8

GEWINNSPIELHINWEISE: Unter allen Teilnehmenden mit dem richtigen Lösungswort verloschen wir eine zu Hapag NCL Kreuzfahrt für 2 Personen in einer Innenkabine an Bord der Norwegian Sun ab/bis Málaga oder Lissabon inklusive Flugtickets zu einem deutschen Flughafen. Teilnahmeausschuss: Sie die Verlosung ist der 30.01.2022. Alle weiteren Teilnahmebedingungen finden Sie unter ncl.com/gespiel.

HIER TEILNEHMEN!

Weitere Informationen unter: NCL.COM

NORWEGIAN
Cruise Line®

Best Case: Norwegian Cruise Line

Advertorial Konzept „Kreuzwortorial“





01

Challenge

Die USP's von NCL und damit die Positionierung herauszustellen, um sich klar vom Wettbewerb abzuheben.

02

Solution

Ein innovatives, natives Anzeigenformat mit hohem Leserinvolverment und langer Nutzungsdauer

03

Success

Werbewirkung und Akzeptanz des Kreuzwortorials waren herausragend oder überdurchschnittlich – vor allem in der Zielgruppe der Kreuzfahrtinteressierten

AGENDA



01

Challenge





Die Challenge: NCL als weltweiten Kreuzfahrtdienstleister mit internationalen Gästen an Bord zu inszenieren



- Die Kreuzfahrtbranche boomt ungebrochen. Auf dem hiesigen Markt werben viele Reedereien, neben umfangreichen Angeboten an Bord, mit der Bordsprache Deutsch und deutschsprachigen Gästen.
- Norwegian Cruise Line (NCL) ist dabei, sich in diesem Markt über seine eigene Philosophie zu positionieren:
Mit fast 20 Schiffen werden Kreuzfahrten weltweit rund um den Globus angeboten. Das internationale Publikum auf den NCL-Routen ist ein echter Mehrwert für die Reisenden. Hochwertige und teilweise atemberaubende Angebote machen das Bordleben zum echten Erlebnis.
- **Die Challenge:** Die USP's und die Vielfältigkeit des NCL-Konzepts emotional zu inszenieren, das Branding sichtbar zu machen und dabei viele inhaltliche Aspekte zu vermitteln.



02

Solution





Branding- und Native-Kampagne mit inhaltlichem Highlight



Branding Kampagne: Reichweitenstarke Print-Titel
Die Destinationen der klassischen Anzeigenmotive wurden auf die Reiseumfelder zielgenau abgestimmt.



Integriert als
inhaltliches Highlight:
Das Kreuzwortorial

Native Advertorial: Die wichtigsten Themen im reichweitenstarken Custom Channel





Kreuzwortorial – Advertorial mit Mee(h)rwert

Advertorial-Format „Kreuzwortorial“

Ein Format – viele Möglichkeiten. Auf den ersten Blick unscheinbar. Doch wer sich darauf einlässt, erlebt eine Reihe von tollen AHA-Momenten.

Hohe Kontaktqualität: Emotionalisierung, Branding, Product-Shot und natürlich **hohes Involvement**.

Das Kreuzwortorial ist ein **klassisches Kreuzworträtsel**, bestückt mit **Themen ausschließlich rund um die Marke NCL**. Damit bietet sich eine starke Themenbandbreite an: Weltweite Reisedestinationen, Bordleben, umfangreiche Flotte, internationale Gäste und nicht zuletzt – die Marke NCL.

Incentive: Die Verlosung einer Kreuzfahrt sorgte – neben viel Unterhaltungswert beim Rätseln – für einen hohen Anreiz, sich mit NCL und seinem Konzept zu beschäftigen.

ANZEIGE

Traumurlaub gesucht? Kreuzfahrt gefunden!

JEDER DRITTE DEUTSCHE TRÄUMT VON EINER KREUZFAHRT – wunderschöne Ziele weltweit, jeden Tag einen neuen Hafen entdecken und dabei nur ein Mal den Koffer auspacken. Werden Sie mit Norwegian Cruise Line (NCL) zur Kreuzfahrtexperten, erfahren Sie mehr über die internationale Reederei, die gerade zum 14. Mal in Folge als Europe's Leading Cruise Line® ausgezeichnet wurde, und gewinnen Sie mit etwas Glück eine einmalige Kreuzfahrt.

KREUZFAHRT
inklusive
FLUG FÜR
2 PERS.

10 TAGE
KANARISCHE
INSELN & MADEIRA

Gewinnen Sie eine 10-tägige Kreuzfahrt an Bord der Norwegian Sun von Norwegian Cruise Line (NCL) ab/bis Málaga oder Lissabon (Januar-März 2023) - inklusive Flugtickets. An Bord erwarten Sie außergewöhnliche Dining-Erfahrungen in zahlreichen Restaurants - von japanischem Teppanyaki bis hin zum besten Steak auf See -, himmlische Entspannung im Mandara Spa®, prestigeträgliches Entertainment und natürlich fantastische Lifelines von der Südküste Spaniens über Portugal bis zu den sonnigen Kanaren.

**HIER
TEILNEHMEN!**

WEITERE INFORMATIONEN UNTER: NCL.COM

NORWEGIAN
Cruise Line

**FIRST
MOVER**



03

Success



Mee(h)r Kontaktqualität insbesondere bei den Kreuzfahrtinteressierten

Werbemitteltest

Zur Überprüfung der Werbewirkung wurden per Stichprobe (n=250) die Leser:innen von GEO Saison zum Kreuzwortorial befragt - Mit herausragendem Ergebnis:

Positive Wahrnehmung: Knapp drei Viertel der affinen GEO Saison-Leser:innen bewerten die Anzeige mit gut oder sehr gut - Die Kreation wird vor allem als sehr unique und optisch ansprechend eingestuft.

ANZEIGE

Traumurlaub gesucht? Kreuzfahrt gefunden!

JEDER DRITTE DEUTSCHE TRÄUMT VON EINER KREUZFAHRT - wunderschöne Ziele weltweit, jeden Tag einen neuen Hafen entdecken und dabei nur ein Mal den Koffer auspacken. Werden Sie mit Norwegian Cruise Line (NCL) zum Kreuzfahrtexperten, erfahren Sie mehr über die internationale Reederei, die gerade zum 14. Mal in Folge als Europe's Leading Cruise Line[®] ausgezeichnet wurde, und gewinnen Sie mit etwas Glück eine einmalige Kreuzfahrt.

LÖSUNGSWORT

1 2 3 4 5 6 7 8

**HIER
TEILNEHMEN!**

10 TAGE KANARISCHE INSELN & MADEIRA
Gewinnen Sie eine 10-tägige Kreuzfahrt an Bord der Norwegian Sun von Norwegian Cruise Line (NCL) ab/bis Málaga oder Lissabon (Januar-März 2023) - inklusive Flugtickets. An Bord erwarten Sie außergewöhnliche Dining-Erlebnisse in zahlreichen Restaurants - von japanischem Teppanyaki bis hin zum besten Steak auf See -, himmlische Entspannung im Mandara Spa[®], preisgekröntes Entertainment und natürlich fantastische Liften von der Südküste Spaniens über Portugal bis zu den weltberühmten Kanaren.

NORWEGIAN
Cruise Line

WEITERE INFORMATIONEN UNTER: NCL.COM

Zielgruppenaffin:

66% der befragten Kreuzfahrt-Interessierten ist das Kreuzworträtsel bereits vor der Befragung aufgefallen, 45% dieser ZG können sich an Norwegian Cruise Line als werbende Marke erinnern.

Hohes Engagement: Über 70% der Kreuzfahrt-Interessierten geben an, das Rätsel lösen zu wollen, um am Gewinnspiel teilnehmen zu können. Darüber hinaus verbessert die Kreation das Image von NCL und fördert das Informations- sowie das Buchungsinteresse für die Marke.



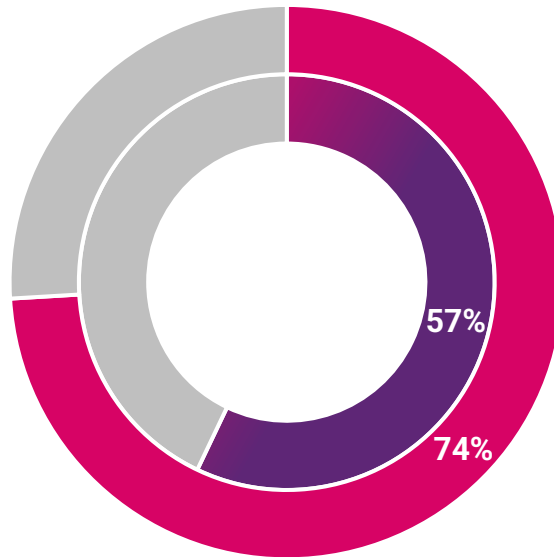
Fazit

Das Konzept des Kreuzwortorials verbessert das Image von NCL und fördert das Informations- sowie das Buchungsinteresse für die Marke.



Die ungewöhnliche Werbeform wird sehr positiv beurteilt: Über 70% der potentiellen Kreuzfahrer bewerten das Rätseltorial mit gut oder sehr gut

Likability Werbeform Rätseltorial (Top-2)



Top-2
Sehr gut/ gut



Gesamt

Kreuzfahrt-Interessierte

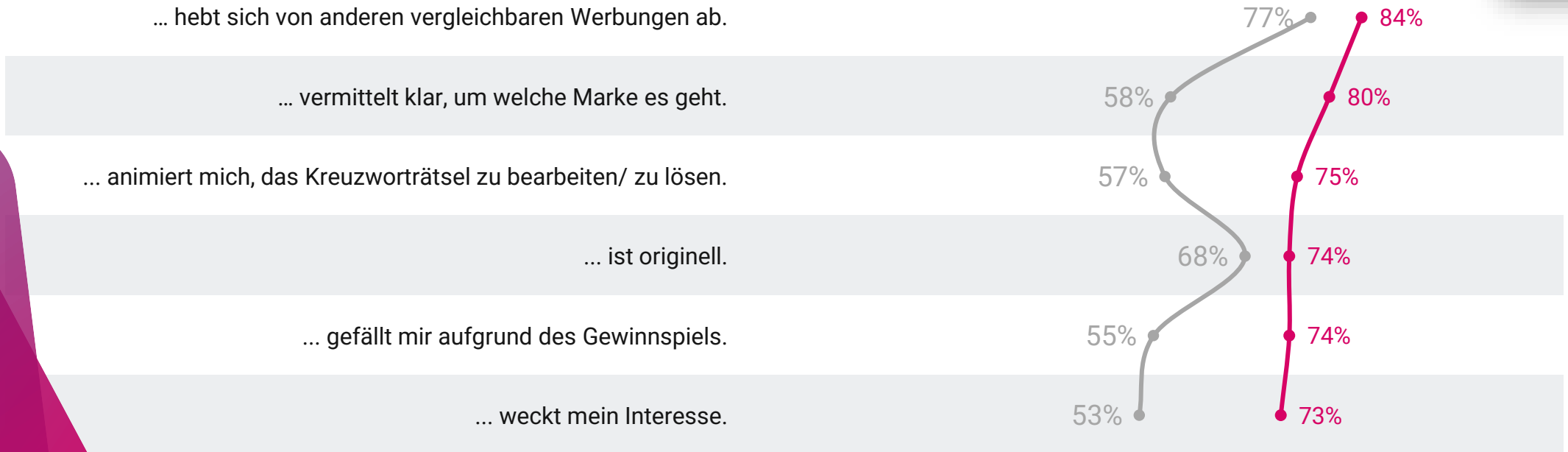
Quelle: Ad Alliance | RTL Data AdImpact NCL (2022) | Frage: Wie gefällt Ihnen diese Anzeige ganz allgemein? | (5er-Skala von 1=sehr gut bis 5=überhaupt nicht gut, Top-2=sehr gut/gut) | Basis: Gesamt, n=250; Kreuzfahrtinteressierte, n=89



Das Werbeformat wird als unique eingestuft und weckt bei drei Vierteln der Potenzial-ZG das Interesse am Kreuzworträtsel bzw. dem Gewinnspiel

Eigenschaftsprofil I, Top-2-Werte

Die Anzeige von Norwegian Cruise Line....



Quelle: Ad Alliance | RTL Data AdImpact NCL (2022) | Fragen: Bitte geben Sie zu jeder dieser Eigenschaften an, ob sie Ihrer Meinung nach auf die Anzeige zutrifft. | (5er-Skala von 1=trifft voll und ganz zu bis 5=trifft überhaupt nicht zu) | Basis: Total, Testmessung n=250; Kreuzfahrtinteressierte, n=89



Die Kreation punktet in der ZG durch Glaubwürdigkeit, optischen Appeal, Markenpassung und positiven Imagetransfer

Eigenschaftsprofil II, Top-2-Werte

Die Anzeige von Norwegian Cruise Line....

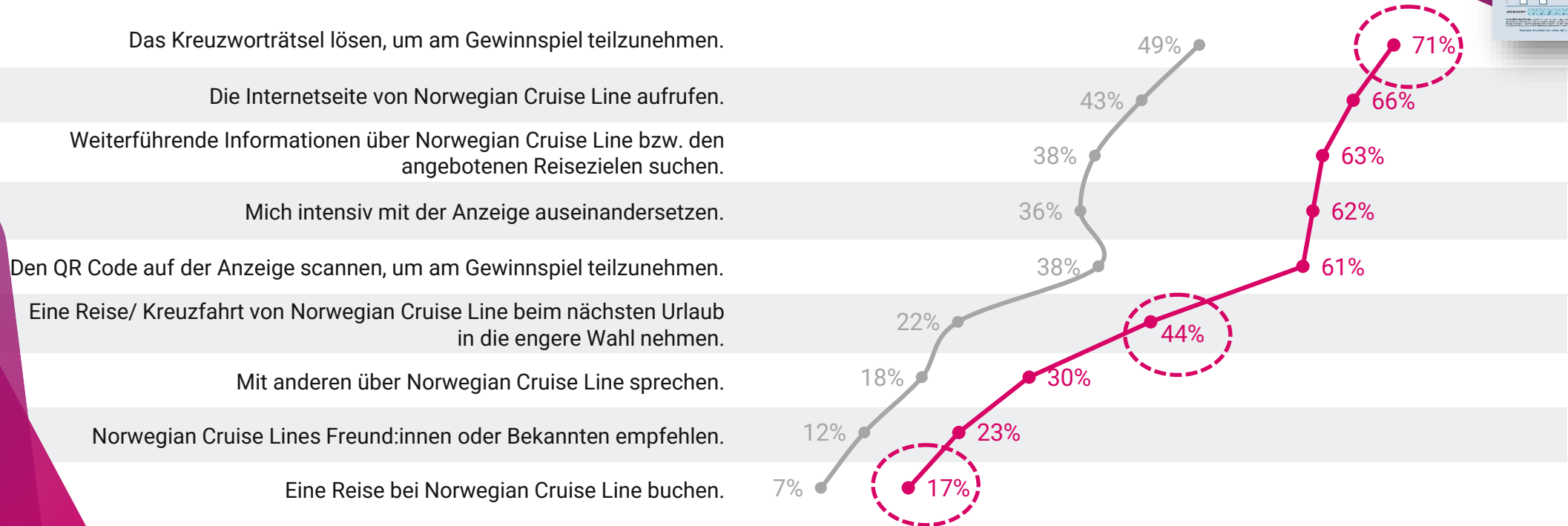


Quelle: Ad Alliance | RTL Data AdImpact NCL (2022) | Fragen: Bitte geben Sie zu jeder dieser Eigenschaften an, ob sie Ihrer Meinung nach auf die Anzeige zutrifft. | (5er-Skala von 1=trifft voll und ganz zu bis 5=trifft überhaupt nicht zu) | Basis: Total, Testmessung n=250; Kreuzfahrtinteressierte, n=89



Starke Aktivierung: Das Rätseltorial erzeugt hohes Engagement durch das Gewinnspiel und fördert das Informations- und Buchungsinteresse für NCL

Aktivierung, Top-2-Werte

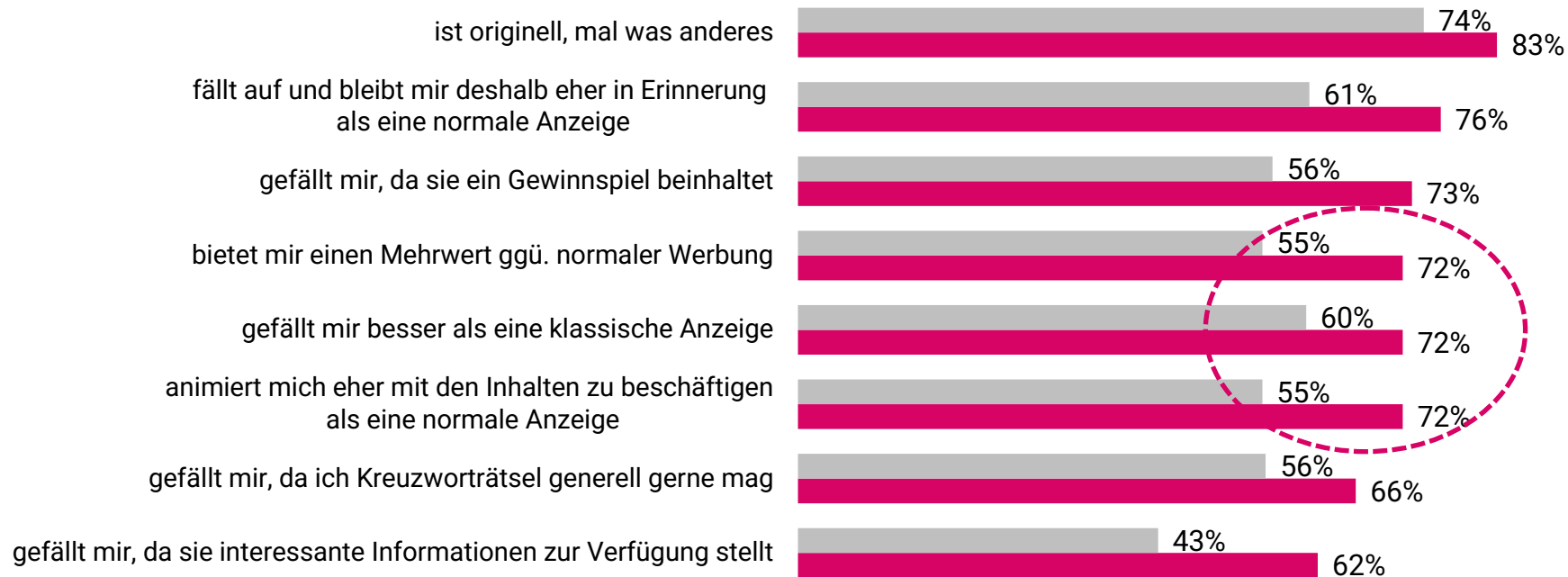


Quelle: Ad Alliance | RTL Data AdImpact NCL (2022) | Frage Welche der folgenden Aktivitäten haben Sie in Bezug auf Norwegian Cruise Line vor Kurzem getätigt und / oder gedenken Sie in naher Zukunft zu tätigen? | Basis: Gesamt, n=250; Kreuzfahrtinteressierte, n=89



Das Werbeformat wird als originell, anregend und auffällig wahrgenommen und gefällt den Befragten besser als eine klassische Anzeige

Bewertung des Werbeformats



Quelle: Ad Alliance | RTL Data AdImpact NCL (2022) | Frage: Das Kreuzworträtsel von Norwegian Cruise Line ist ja eher eine ungewöhnliche Art, auf eine Marke aufmerksam zu machen. Wie bewerten Sie diese Form der Werbung? Bitte geben Sie an, inwiefern die folgenden Aussagen Ihrer Meinung nach zutreffen. (5er-Skala von 1=trifft voll und ganz zu bis 5=trifft überhaupt nicht zu) | Basis: Gesamt, n=250; Kreuzfahrtinteressierte, n=89



Kontakt

André Schmidt

Sales Manager Print & Crossmedia

0172 / 889 85 66

schmidt.andre@ad-alliance.de

Wichtige Hinweise



Die vorgestellten Ideenansätze sind nicht im Detail abgestimmt und verstehen sich vorbehaltlich aller Zustimmungen der jeweiligen Sender, Titel bzw. Plattformbetreiber der einzelnen Vermarkter.

Nutzungsrechte

Das in dieser Präsentation gezeigte Material und sein gesamter Inhalt sind gemäß den geltenden Urheberrechtsgesetzen geistiges Eigentum des Vermarkters Ad Alliance GmbH.

Jede teilweise oder vollständige Nutzung, Nachahmung oder Weitergabe von geschützten Inhalten bedarf der vorherigen schriftlichen Genehmigung des Rechteinhabers.

Sofern Teile des durch Ad Alliance geschuldeten Leistungsumfanges auch die technische Veranstaltung eines Gewinnspiels oder die Durchführung eines Events ist, ist der Vertragspartner dazu berechtigt, diesen Teil der Leistung unter Beachtung der Vertragsbedingungen Gewinnspiele der Ad Alliance GmbH (abrufbar unter www.ad-alliance.de/agb) an Dritte weiterzuverkaufen.

Es gelten die Vertragsbedingungen Gewinnspiele und die Allgemeinen Geschäftsbedingungen der Ad Alliance GmbH (abrufbar unter www.ad-alliance.de/agb).

Der Vermarkter Ad Alliance GmbH behält sich vor,
die Verletzung von Urheberrechten zivil- und strafrechtlich zu verfolgen.

© Ad Alliance GmbH | 2023



Es gelten die Allgemeinen Geschäftsbedingungen der Ad Alliance GmbH,
abrufbar unter www.ad-alliance.de/agb.

Für den Vermarkter Media Impact GmbH & Co. KG handelt die Ad Alliance GmbH
als Dienstleister und im Namen und für Rechnung der Media Impact GmbH & Co. KG.
Es gelten die jeweiligen Allgemeinen Geschäftsbedingungen der Media Impact GmbH & Co. KG, abrufbar unter:
www.mediaimpact.de/de/agb, es sei denn es ist anders gekennzeichnet.