



## Zeit unterstützt erfolgreiche Promotionskampagne von Swisslos zum 20. Jubiläum von Win for life



Website



Content-Marketing



Social Media

**Swisslos, die Schweizerische Lotteriegesellschaft der Deutschschweizer Kantone, des Tessins und des Fürstentums Liechtenstein, besteht seit 1937 und ist in Basel ansässig. Nebst dem Lotto und Sportwetten gehören auch zahlreiche Lose zum Angebot der Gesellschaft – zum Beispiel Win for life, das den Gewinnenden eine monatliche Zahlung von CHF 4000.- während 20 Jahren verspricht.**

## Ausgangslage

Swisslos feiert dieses Jahr den 20. Geburtstag von Win for life und will den Rubbellosen bei der Schweizer Bevölkerung in diesem Zusammenhang einen Bekanntheitsschub verleihen. Dazu wurde eine Eventtour an verschiedenen Locations (Bahnhöfen und Shoppingcenter) geplant. Ziel der gesamten Aktion: eine ganz besondere und personalisierte Los-Serie, um sich bei den bestehenden Kund\*innen zu bedanken und neue dazu zu gewinnen. Diese Tour wurde in Zusammenarbeit mit **zeit digital** erweitert. Um noch mehr Menschen damit erreichen zu können – und den Impact zu erhöhen:

## Ziele

- Aktivierung der Marke
- Generierung von neuen, zusätzlichen Kundenkontakten
- Social-Media-Aktivitäten erhöhen und einen Draht zur Community schaffen

## Umsetzung

Die Event-Tour wurde von Swisslos zusammen mit der Agentur Spool organisiert und im Frühling und Sommer 2022 durchgeführt. Dazu wurden an verschiedenen Orten Win-for-Life-Stände und jeweils ein Fotokasten aufgestellt. Passant\*innen hatten da die Möglichkeit, sich im Fotokasten von einer professionellen Fotografin in einer Siegespose abzulichten und das Bild vor Ort direkt auf ein Win-for-Life-Los zu drucken. Als Dankeschön erhielten sie das



Pizolpark Mels: Teilnahme am Win-for-Life-Gewinnspiel

personalisierte Los als Geschenk und somit gratis die Chance auf den ultimativen Gewinn. Im Minimum bleibt ihnen ein ganz besonderes Erinnerungsstück.

Aus den besten 30 Fotos entstand zum Schluss eine Jubiläumslos-Serie. Im Gegensatz zu den sonst abgebildeten jubelnden Models sorgen die frischen und echten Bilder der Jubiläumslos-Serie für Nähe und Authentizität, da sie Menschen wie dich und mich zeigen, die den Gewinn tatsächlich abstauben könnten.

## Fliegendes Social-Media-Team

Um die Stimmung vor Ort einzufangen und die Community auf dem Facebook- und Instagram-Kanal von Swisslos teilnehmen zu lassen, war an allen Events ein «fliegendes» professionell ausgerüstetes Social-Media-Team von zeit dabei. Durch Live-Stories auf Instagram konnten die User\*innen die Events direkt mitverfolgen und vielseitige Eindrücke gewinnen. Der an den Events produzierte Content kann aber auch längerfristig und über die Jubiläumsfeiern hinaus im Zusammenhang mit dem Win-for-Life-Los verwendet werden. So hat zeit für Swisslos ein abwechslungsreiches und breit einsetzbares Kontigent an Social Media Contents erschaffen, das den Schwerpunkt auf Authentizität, Persönlichkeit und seeeeehr viel Freude setzt.

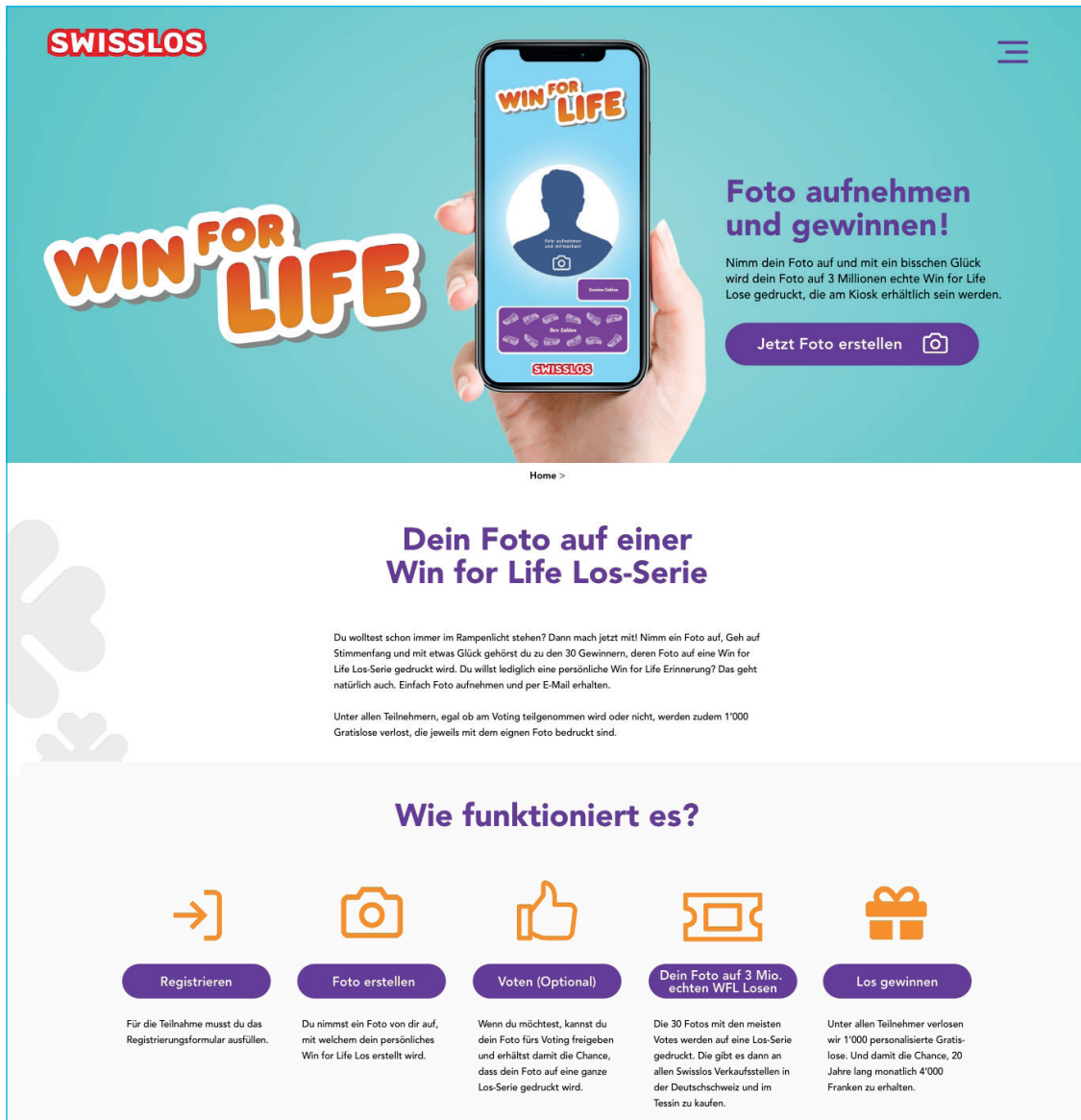
## Verlängerung der Jubiläumstour auf den digitalen Kanälen

Die physischen Events sind allerdings nur die Basis der Jubiläumsaktion. Durch die Verlagerung auf die Online-Kanäle konnte eine noch grössere Öffentlichkeit daran teilhaben haben. Einen entscheidenden Beitrag leisten die Social Media Contents, die das Ereignis auch online erlebbar machen. Doch auch die Grundidee der Jubiläumsaktion – persönliche Fotos, die auf ein Los gedruckt werden können – wurde von SWISSLOS in Zusammenarbeit mit zeit digital realisiert.

## Microsite & Web App

Dazu haben wir eine kampagnenspezifische Microsite konzipiert, designt und programmiert. Über diese konnte man ebenfalls an der Aktion teilnehmen. Via integrierter Foto-Web-App konnten User\*innen ein Foto via Computer, Tablet oder Handy aufnehmen und auf ein Los drucken lassen. Alle Teilnehmenden konnten zusätzlich am Wettbewerb für 1000 personalisierte Win-for-Life-Lose teilnehmen – und bekamen so die ultimative Chance auf den grossen Gewinn.





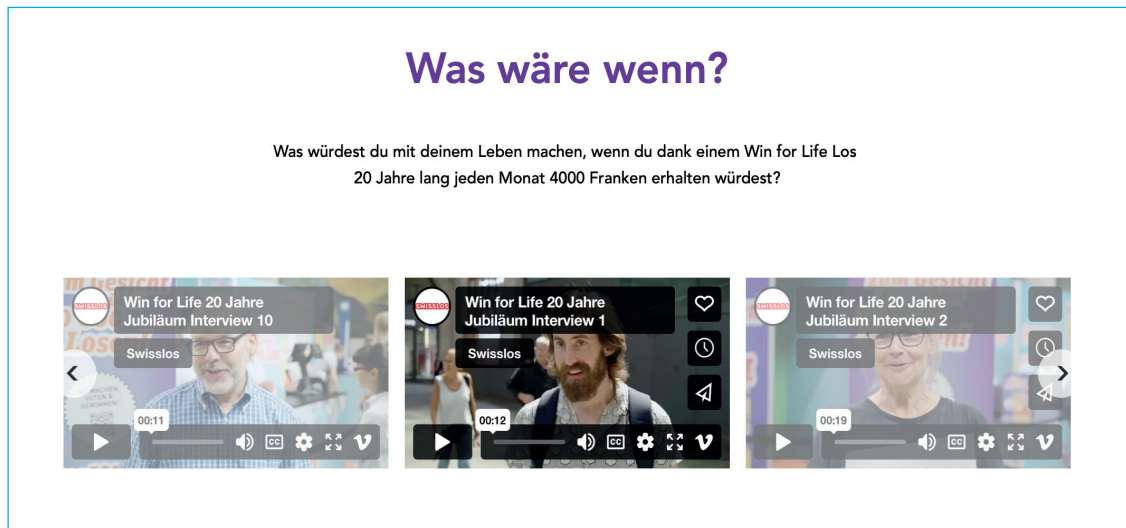
### Startseite der Win-for-Life-Jubiläumsseite inkl. Übersicht über den Teilnahmeprozess.

Gleichzeitig erschienen die Fotos – wenn gewünscht - in einer Galerie auf der Microsite – wo alle Teilnehmer-Bilder von on- und offline zusammenkamen. Dort konnte die Community für ihre Favoritin oder ihren Favoriten voten. Die integrierte Suchfunktion erleichtert das Finden der gewünschten Person(en). Diejenigen, die es im Voting unter die besten geschafft haben, konnten zu einem der 30 Gesichtern auf einem Jubiläumslos werden, das in den Verkauf kommt. Die Gesamtauflage beläuft sich hierbei auf drei Millionen Lose.

Um zu garantieren, dass nur Personen über 18 Jahren teilnehmen, ist bei der Foto-App eine vorgeschaltete Altersprüfung integriert.

## Was wäre, wenn?

Die Seite dient zusätzlich als wichtiges Kommunikations- und Informationsinstrument. So finden sich Videos von Passant\*innen, die sich über mögliche Investitionen im Falle eines Win-for-Life-Gewinns Gedanken machen. Und dabei auch ins Schwärmen kommen.



Jubiläums-Website Win For Life: Interviews der Teilnehmenden

## Bewerbung auf Social Media

Um möglichst viele zur Teilnahme an der Online-Fotochallenge aufmerksam zu machen, hat zeit zudem Facebook und Instagram Ads kreiert und geschaltet, die direkt mit der Microsite verknüpft waren.



Social Ads: Für zusätzliche Aufmerksamkeit in den sozialen Medien

Die Zielgruppe umfasste alle Deutschschweizer\*innen, Tessiner\*innen und Liechtensteiner\*innen ab 18 Jahren, die Kernzielgruppe fokussierte die 30- bis 45-Jährigen. Um diese breite Zielgruppe abzuholen, entschieden wir uns gemeinsam mit Swisslos für die Bewerbung via Facebook und Instagram. Insbesondere Instagram wird in der Schweiz altersunabhängig rege genutzt (vgl. Social-Media-Studie 2022).

## Besonderes

Das Herzstück der Aktion sind die Jubiläumslose. Nebst dem Persönlichkeitsfaktor, der damit in den Vordergrund rückt, macht die eigene Gewinnchance die Aktion zusätzlich attraktiv. Die Nutzung der Foto-Web-App und das personalisierte Jubiläumslos sind eine Spielerei, die die Lust am Mitmachen fördern – unabhängig davon, ob es das eigene Porträt in die grosse Auflage schafft oder ob es eine einmalige Erfahrung bleibt.

## Resultate

Die Kampagne war durch und durch ein Erfolg. Sowohl die analogen Events als auch die digitale Verlängerung. Über die Social Ad Kampagne wurden über eine halbe Million Impressionen generiert. Während der Kampagnendauer haben mehr als 100'000 Sitzungen auf der Kampagnenseite <https://www.win-for-life-jubilaem.ch> stattgefunden. Und über 4'000 Schweizer:innen ein personalisiertes Los mit ihrem eigenen Foto nach Hause nehmen.

Wie dürfen wir Sie unterstützen?

Dank unserer langjährigen Expertise im Online-Marketing, Social-Media-Marketing sowie im Bereich Websites, UX und Apps sind wir Ihr idealer Partner für allen Belangen. Wir freuen uns, von Ihnen zu hören oder zu lesen.

## Ihre Kontaktperson



**Andrea Iltgen**

*Managing Partner*

 +41 44 240 15 07

 [andrea.iltgen@xeit.ch](mailto:andrea.iltgen@xeit.ch)

[www.xeit.ch](http://www.xeit.ch)

# Unsere Dienstleistungen



Gerne unterstützen wir Sie mit unseren Erfahrungen bei der Entwicklung und Optimierung Ihrer User Experience. Wenn Sie Fragen haben, dann rufen Sie uns unverbindlich an **044 240 15 00** oder schreiben Sie uns auf [info@xeit.ch](mailto:info@xeit.ch).

## Online-Marketing-Angebot

- Suchmaschinen-Werbung (SEA)
- SEA-Kampagnen Audit / Check
- Online Werbung & Mediaplanung
- Viral-Marketing
- Werbung bei Streamingdiensten
- Marketing-Automation
- E-Mail- & Newsletter-Marketing

## Social-Media-Marketing-Angebot

- Social-Media-Beratung
- Social Media Check / Audit
- Social-Media-Strategie-Workshop
- Social Media Krisentraining & Simulation
- Content Marketing & Production
- Online Videos & Viral Video Seeding
- Community Management 24/7
- Corporate Blog Marketing
- Online-PR
- Inbound Marketing
- Social Network-Marketing
- Facebook Marketing
- Influencer Marketing

## Workshop Influencer Marketing Websites & Apps-Angebot

- Websites
- WordPress Websites
- Online-Shops
- Landingpages
- Microsites
- Web Analyse mit Google Analytics
- Usability Testing
- Conversion Tracking
- Suchmaschinen-Optimierung (SEO)
- Link-Building
- Online-Reputation-Management
- Apps
- Chatbots und Social Bots
- Online-Games

## Beratung & Second Opinion

- Strategie-Workshops
- Positionierungs-Workshop
- Innovations-Workshop
- Kreativ-Workshops
- Workshop Kreativ-Technik
- Content Ideen für Social Media
- Ideen für Online-Werbekampagnen
- Content-Werkstatt
- Online Recruiting
- Online Stellen-Inserate

## Kontakt

### Herausgeber

**xeit GmbH**  
Limmatstrasse 291  
8005 Zürich  
E-Mail: [info@xeit.ch](mailto:info@xeit.ch)  
Tel.: +41 44 240 15 00

[www.xeit.ch](http://www.xeit.ch)  
[blog.xeit.ch](http://blog.xeit.ch)  
[www.facebook.com/xeitgmbh](https://www.facebook.com/xeitgmbh)  
[www.instagram.com/xeitgmbh](https://www.instagram.com/xeitgmbh)

### Nachdruck

Alle Rechte vorbehalten.  
Nachdruck, auch nur auszugsweise,  
nur mit Genehmigung  
der xeit GmbH.

[WWW.XEIT.CH](http://WWW.XEIT.CH)