

**MG**  
MISS GERMANY

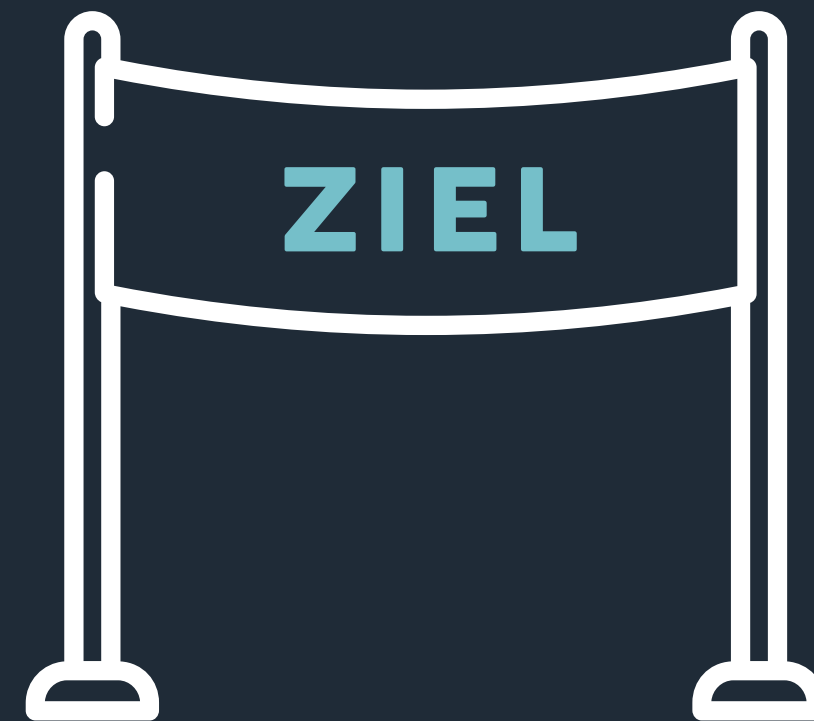


**getbaff**  
EXTEND YOUR PERSPECTIVE

Kooperation aus April 2020 – Februar 2021

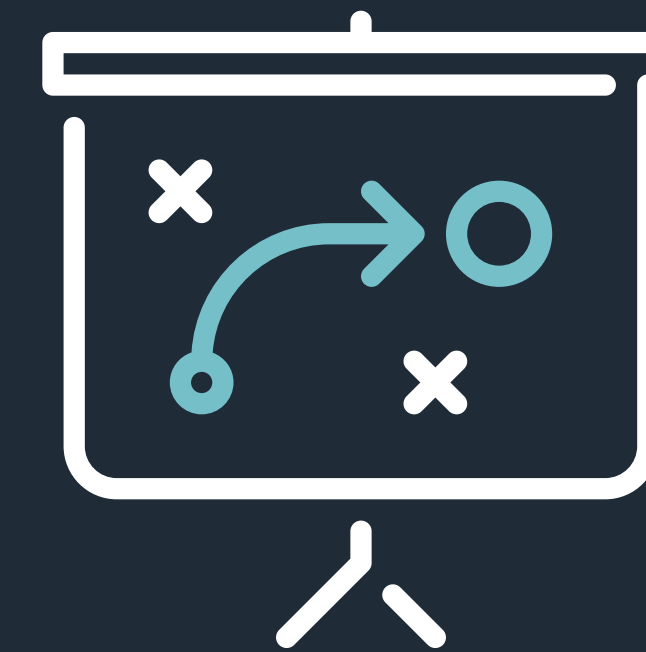


# Werbeerfolgsmessung Miss Germany Erlebbar Formate mit Augmented Reality



## Das Ziel

Aufbau von **Bekanntheit und Aktivierung der Kernzielgruppe** für die Miss Germany Eventreihe



## Die Strategie

Ergänzung der bisherigen **Werbemaßnahmen** durch den Einsatz von **Augmented Reality**

# Über den Kunden



- **Die Miss Germany Corporation (MGC)** mit Hauptsitz in Oldenburg ist ein innovatives **Familienunternehmen in dritter Generation**. 1999 sicherte sich die MGC die **Exklusiv-Rechte an der Marke "Miss Germany" beim Europäischen Markenamt** und ist seitdem alleiniger Veranstalter der Miss Germany-Wahlen.
- Das Familienunternehmen wurde durch **Horst Klemmer** gegründet und wird mittlerweile durch **Ralf Klemmer** (2. Generation) und **Max Klemmer** (3. Generation) in dritter Generation geführt.
- Heute präsentiert sich Miss Germany neu: Als **Plattform für Frauen, die sich weiterentwickeln, selbst verwirklichen und dabei ihre Individualität** sowie einzigartige Visionen zum Ausdruck bringen.



# Der Einsatz von getbaff



- In der **Kooperation mit der getbaff GmbH** wurde das Ziel festgelegt **mit der Hilfe von Augmented Reality einzigartige und emotionale Werbebotschaften** für einen starken Community Aufbau einzusetzen und trotz der Corona Krise ereignisreiche Erlebnisse während der Eventreihe zu kreieren.
- MCG arbeitet für gewöhnlich sehr stark mit **visuellen Inhalten und Emotionen**, die Augmented Reality Technologie von getbaff hat sich dabei als ideale Lösung dargestellt, um diese Inhalte auf eine höhere Stufe zu befördern, damit diese einen **Wow-Effekt** bei den Rezipienten hinterlassen und bei diesen langfristig im Gedächtnis bleiben.



# Der Einsatz von getbaff

## Einbindung in alle physischen Events:

- Vom **Einladungsmanagement**, bis hin zu **den Wahlen der Teilnehmerinnen und Pressemitteilungen**: Die getbaff Technologie wurden an den verschiedensten Touchpoints eingesetzt für **beeindruckende Werbebotschaften**, die langfristig im Gedächtnis bleiben.
- Unter anderem wurde der „Walk Of Knowledge“ mit Portraits von verschiedenen Speakern in der Eventhalle aufgebaut. So konnten die Teilnehmerinnen die **Portraits scannen** und ein **exklusives Coaching** erhalten, während das Unternehmen somit die Reisekosten der Speaker, sowie die Kosten für eine größere Eventreihe einsparen konnten und zugleich alle Covid-19 Maßnahmen eingehalten wurden.





# Der Einsatz von getbaff

Wie Ihr Unternehmen/Ihre Produkte bei der Bewältigung half/en

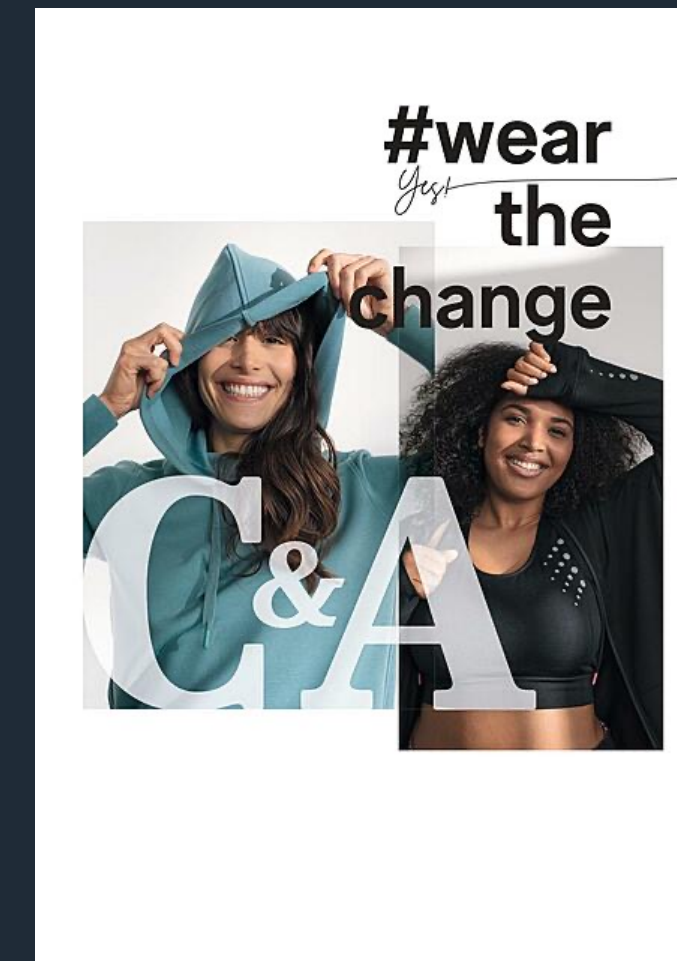
## Einbindung in alle physischen Events:



Boarding Pass  
(Einladungsmanagement)



Zeitung  
(Entertainment)



Banner  
(Werbepartner)



Camp  
(Yogasession C&A)



Finale



# Die Ergebnisse

Die Zahlen sprechen für sich

Bereits beim **ersten Einsatz** der App bei dem die Teilnehmerinnen postalische Einladungen zum Live Experience Event erhalten haben und des tatsächlichen Live Experience Events mit dem „Walk of Knowledge“ sind die **Interaktionen deutlich angestiegen** und das ohne Social Media Kampagnen, oder der Anwendung anderer Werbemaßnahmen.



**+13%**

Zuwachs der Impressionen im Apple Store während der 6 Kampagnen. Insgesamt **11.736** Impressionen.

**2x**

Die App wurde im Durchschnitt 2-mal pro Tag von jeweils einem aktiven Gerät verwendet

**+39%**

Mehr Produktseitenaufrufe

**103%**

Mehr App Einheiten

**+14,8%**

Konversionsrate

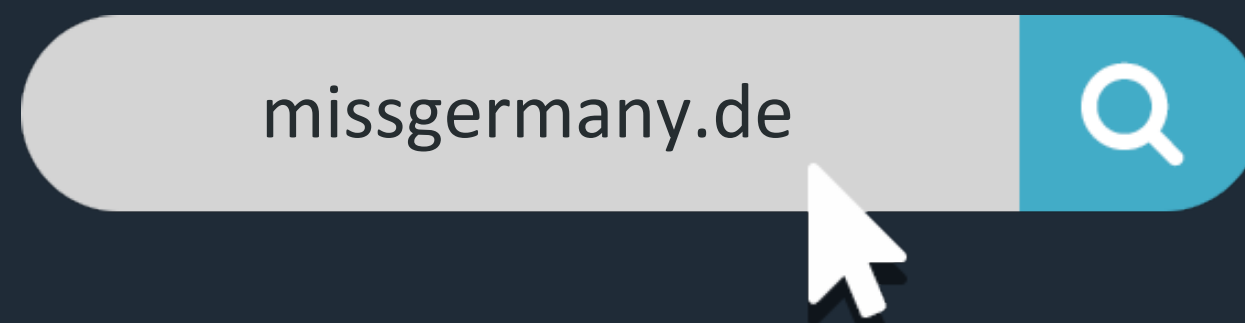
Der Anteil der **Google Play Downloads** lag bei **<5 Prozent**, sodass sich daraus **keine** aussagekräftigen Analysen ableiten lassen.



## Insgesamt **6 Kampagnen** **Event & Einladungsmanagement**

Ab dem Einsatz von getbaff  
über 11 Monate hinweg

Es wurden **100% aller Targets** von  
den Usern gebafft, davon sind im  
**Durchschnitt 80%** den CTA-  
Weiterleitungen gefolgt.



Vor dem Einsatz von getbaff

**550.000**  
Website Besucher

**850.000**  
Website Besucher

**+55%**

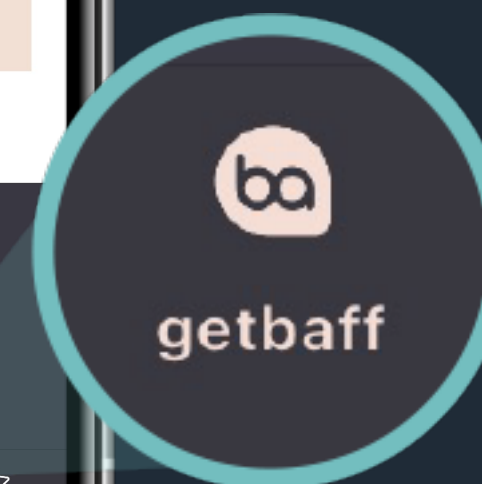
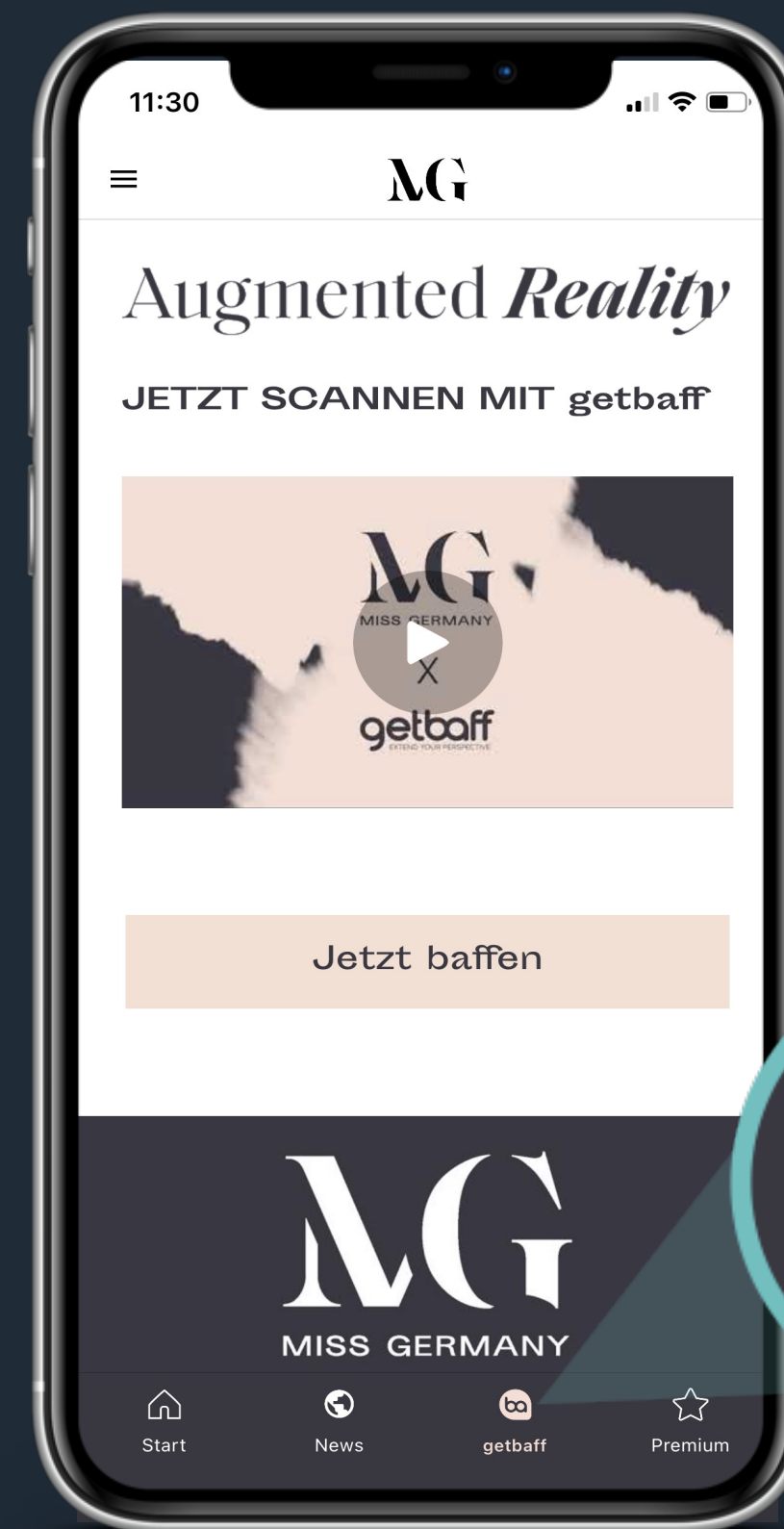


# Der Ergebnisse

Der Einsatz der getbaff Technologie war so erfolgreich, dass MGC beschloss die Lösung langfristig in die eigene Corporate App einzubinden, um so mehr Traffic auf den eigenen Plattformen zu generieren und die App Downloads zu erhöhen.



Die Integration der getbaff Technologie mit Hilfe des Software Development Kits hat einen **Zeitaufwand von 2-3 Werktagen** auf IT-Ebene



Mit **exklusiven Inhalten** und Botschaften wird die Community dazu bewegt die MGC App herunterzuladen, wodurch ein **hoher Anstieg der App Downloads** resultiert.

## Zusammenfassung der Zahlen + Zitate vom Kunden



Die **Augmented Reality Kampagne** von Miss Germany hat sehr gut gearbeitet!



Miss Germany rückt stärker ins Set of Mind und erzielt eine sehr **hohe Visibility**, insbesondere bei den Teilnehmern und den **Presse-/Medienarbeitern**



Anstieg von Relevant Set sowie **erhöhter Website-Traffic und** getätigte **App Downloads**





**Max Klemmer**, Geschäftsführer Miss  
Germany Corporation

„Über die Zusammenarbeit mit getbaff sind wir mehr als glücklich. Nicht nur die inhaltlichen und technischen Möglichkeiten sind einzigartig, sondern auch die Zusammenarbeit mit dem Team funktioniert erstklassig. Es ist ein konstruktives Miteinander und es werden kontinuierlich neue Ideen und Features entwickelt und umgesetzt. Durch die Zusammenarbeit und die Integration der Technologie haben wir es geschafft, die Bindung zur Community und den Kandidatinnen zu intensivieren und einen echten Wow-Effekt auszulösen. Gerade in der herausfordernden Zeit von Corona konnten wir kreative Dinge umsetzen und Kontakte zu Menschen halten und aufbauen, die ohne getbaff so nicht möglich gewesen wären. Wir selbst sind von getbaff absolut überzeugt und diese Überzeugung bestätigt sich immer wieder auch durch Begeisterung der Menschen, die während unserer Miss Germany Journey mit getbaff in Berührung gekommen sind.“