



# Mobile Präsenz in deutschen Urlaubsorten

## App-White-Labeling

# Inhalt

<b>Konzept</b> .....	1
<b>Corporate Identity durch Layout</b> .....	2
Reise-Apps mit Ihrer Corporate Identity	
Wir gestalten nach Ihren Wünschen	
Layouten mit Web-Technologie	
<b>Corporate Identity durch Content</b> .....	3
App-Einträge für Ihre Produkte, Aktionen und anderes	
Banner als Hingucker	
Besondere Aufmerksamkeit mit Overlays	
<b>Ihre Vorteile</b> .....	4
Redaktion und Betrieb	
Kalkulierbares Budget	
Profitieren Sie vom Image des Urlaubsortes	
Exklusivität	
Präsenz während der schönsten Jahreszeit - Dem Urlaub	
Zielgruppe	
Tägliche Updates	
<b>St.-Peter-Ording-App</b> .....	5
Mediazahlen	
Ausblick und Potenzial	
<b>Büsum-App</b> .....	7
Mediazahlen	
Ausblick und Potenzial	
<b>Über uns</b> .....	9
<b>Unser App-Marketing</b> .....	10

*Diese Produktmappe verdeutlicht das App-White-Labeling anhand beispielhaft entworfener App-Layouts für die fiktive Marke „H&G Kaffee“. Die Marke wurde zur Demonstration des App-White-Labelings erfunden und existiert nicht.*

# Konzept

Seit 2014 sind Urlauber in St. Peter-Ording und Büsum mit unseren Reise-Apps rundum informiert. Die kostenlosen offlinefähigen iOS- und Android-Apps bieten ein breites Info-Angebot und ersetzen, dank Offline-Karte, auch den Stadtplan für unterwegs:



## Tipps für die Freizeit

Sightseeing ★ Touren zu Fuß, zum Walken mit dem Rad oder auf dem Wasser ★ Veranstaltungstipps ★ Spaß & Action für Kinder ★ Strände, Erlebnisbäder, Freizeitparks, Surfen, Indoorspielplätze...



## POIs, POIs, POIs...

Hotels, Pensionen, Camping ★ Restaurants, Cafés, Frittenbuden ★ Kulturelle Angebote wie Kino, Museen, Theater ★ Ärzte, Taxen, Waschsaloons und viele weitere Services für den alltäglichen Bedarf



## Multimedia & mehr

Bildergalerien ★ Veranstaltungskalender ★ Geschichtliche und kulturelle Infos ★ Offline-Karte mit GPS-Marker ★ POI-Karten ★ Fahrpläne für Bus und Bahn ★ Telefon- und Website-Buttons ★ Favoriten ★ Notizen

Beim App-White-Labeling gestalten wir die Apps im Corporate-Design der werbenden Marke. So begleitet der Werbepartner die App-Nutzer auf sympathische Art durch die schönste Zeit des Jahres - den Urlaub. Zur Demonstration: Hier die obigen App-Screenshots im Layout der fiktiven Marke „H&G Kaffee“:



# Corporate Identity durch Layout

Headerzeile im Corporate-Design

Logo- oder Produkt-Placements in Main-Images

App-Bedien-elemente farblich abgestimmt

App-Hintergrund nach Wunsch

Footer-Zeile mit Bannern der werbenden Marke



## Reise-Apps im Corporate-Design der werbenden Marke

Die gesamte App steht exklusiv im Zeichen der werbenden Marke. Das Corporate-Design ist während der gesamten App-Nutzung immer präsent.

## Wir gestalten nach Kunden-Wunsch

Für die Image-, Marken- und Produktwerbung steht eine breite Auswahl an Werbe- und Design-elementen zur Verfügung.

Print-Kampagne als Main-Image

Listen-Styling farblich abgestimmt

Jedes Banner ist mit einer frei wählbaren Wunsch-URL verlinkt



Shaped Banner

## Layouten mit Web-Technologie

Unsere Apps basieren auf offlinefähiger Web-Technologie (HTML5, JS und CSS3).

Gerne erstellen wir das Layout zusammen mit unseren Kunden nach deren Wünschen.

Alternativ kann die App vom Web-Designer des Kunden gestaltet werden. Hierfür erstellen wir eine App-PC-Variante für Chrome oder Safari. Das Layout erfolgt wie bei Webseiten mittels CSS3.

# Corporate Identity durch Content

Die Event-Hotline ist über den Telefon-Button erreichbar

Die Event-Location wird in der Offline-Karte angezeigt

Die Marketing-Webpage öffnet sich über den Web-Button

Bannerwechsel mit jedem App-Eintrag möglich



## App-Einträge für Produkte, Aktionen und anderes

Zusätzliche App-Einträge bieten die Möglichkeit, den App-Nutzern die Produkt-Philosophie, Firmen-Tradition, Visionen und vieles mehr zu vermitteln.

Auch Marketingaktionen oder Events können hervorragend mit App-Einträgen beworben werden.

## Banner als Hingucker

Banner eignen sich hervorragend als Designelemente, um den Nutzern die Marken-Philosophie zu visualisieren.

Im Vergleich zu herkömmlicher Bannerwerbung erfolgt der Bannerwechsel in unseren Apps sehr harmonisch. Das Banner wird zum integralen Teil der App.

So wird aus dem herkömmlichen Werbebanner ein echter Hingucker.

Eingeblendetes Overlay-Image verlinkt mit frei wählbarer Wunsch-URL



## Besondere Aufmerksamkeit mit Overlays

Mit eingeblendeten Overlay-Images lenken Sie die Aufmerksamkeit der Nutzer zu 100% auf Aktionen oder Events.

# Vorteile

## **Redaktion und Betrieb**

Wir betreiben und pflegen die App inhaltlich und technisch. Der Markenbetreiber trägt also keinerlei Risiko und profitiert von einem kalkulierbaren Budget.

## **Kalkulierbares Budget**

Die Kosten für das App-White-Labeling werden auf Basis des TKP ermittelt. Es wird also nur für Werbung gezahlt, die auch gesehen wurde. Um einen kalkulierbaren Kostenrahmen zu erzielen, wird für den Kampagnenzeitraum vorab ein maximales Budget vereinbart. Nachdem das maximale Budget erreicht wurde, wird die Werbung unverändert bis zum Ende des Kampagnenzeitraums in der App präsentiert.

Das initiale Layout der App(s) nach Anlieferung von Layoutvorgaben und der Designelemente (Banner, usw.) ist kostenlos.

Die Kontakt-Anzahlen der bereits veröffentlichten Apps finden Sie auf Seite 6 und Seite 8 jeweils unter „Anzahl der Views pro Monat“.

## **Vom Image des Urlaubsortes profitieren**

Jeder Ort hat ein eigenes Image, das mit unseren Apps für die werbende Marke genutzt werden kann. Der Markenbetreiber kann sich den Ort aussuchen, der am besten zu ihm passt und das Image seiner Marke stärkt. Wir haben Apps für weitere Orte in Vorbereitung. Sprechen Sie uns gerne an, wenn Sie eine App für einen Ort, eine Insel oder eine Region labeln möchten, die wir aktuell nicht anbieten.

## **Exklusivität**

Jede App wird exklusiv von einer werbenden Marke beworben. Die Aufmerksamkeit der App-Nutzer muss daher mit niemandem geteilt werden. Im Vergleich zu herkömmlicher mobiler Werbung (Bannerwerbung, Interstitials, Expandables usw.) wird die werbende Marke durch App-White-Labeling angenehmer und eindrucksvoller wahrgenommen und die Werbung hat einen höheren Erinnerungswert.

## **Präsenz während der schönsten Jahreszeit - Dem Urlaub**

Die werbende Marke ist während der schönsten Zeit des Jahres - dem Urlaub - bei jeder App-Nutzung sympathisch und unübersehbar präsent. Unsere Apps helfen Feriengästen einen schönen Urlaub zu verbringen. Durch App-White-Labeling können diese Sympathie-Punkte auf die werbende Marke übertragen werden.

## **Zielgruppe**

Unsere Nutzer sind typischerweise zwischen 20 und 50 Jahren alt. Sie können sich einen Nordseeurlaub leisten und sind technikaffin.

## **Tägliche Updates**

Die offlinefähigen Inhalte der Apps können durch tägliche Updates geändert werden. Es können also jederzeit neue Banner, App-Einträge oder Overlays veröffentlicht werden, um Aktionen zu bewerben, zu informieren oder Nutzer auf Kampagnenseiten zu lenken.

# St.-Peter-Ording-App



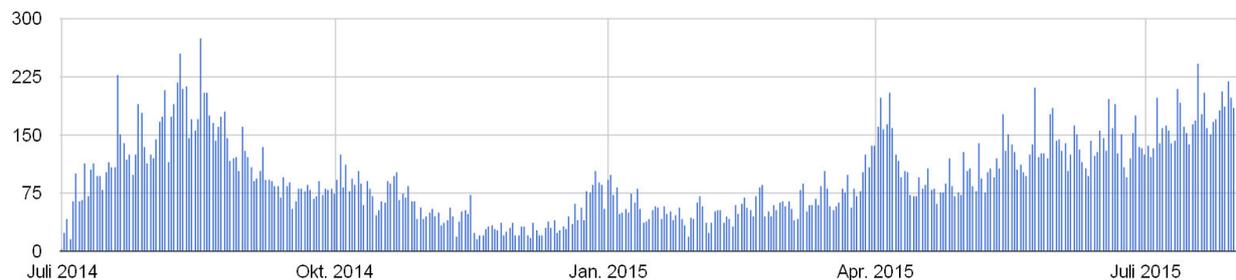
Das Paradies für Sportler, Sonnenanbeter und Erholungsuchende. St. Peter-Ording steht für Strand- und Wassersport, einmalige Naturerlebnisse und für friesische Lebensart.



Machen Sie sich Ihr eigenes Bild von der St.-Peter-Ording-App. Einfach im App- oder Playstore nach ‚SPO‘ suchen und los geht’s.

## Mediazahlen

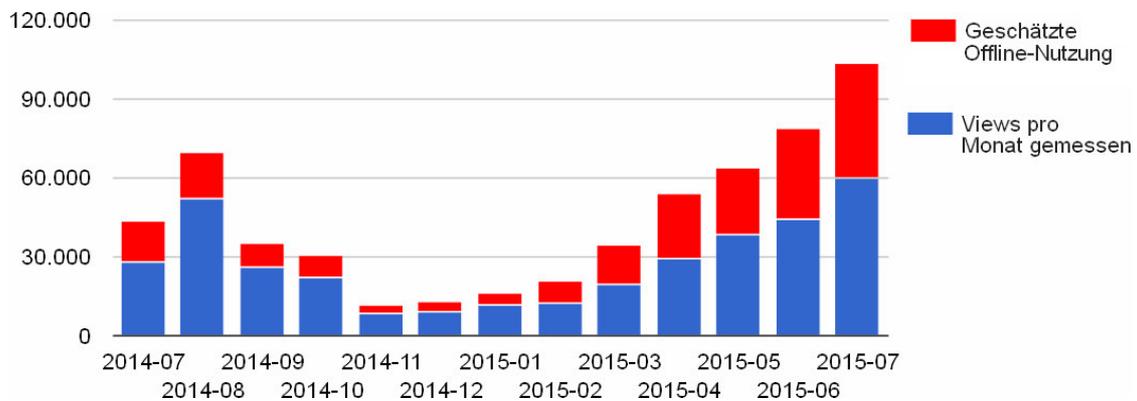
### App-Nutzer pro Tag



Die Nutzungsstatistik wird von uns seit einem Software-Update Anfang Juli 2014 erfasst. Im zweiten Halbjahr 2014 erreichte die St.-Peter-Ording-App insgesamt 15.628 und im Zeitraum Januar bis Juli 2015 23.497 Tagesnutzer. Der Rückgang der Nutzerzahlen zum Jahreswechsel, ist auf die für Nordseebäder typische Wintersaison zurückzuführen.

# St.-Peter-Ording-App

## Anzahl der Views pro Monat



Views gemessen: Anzahl der Seitenwechsel bzw. App-Eintrag-Aufrufe, die von der App erfasst und dem Tracking-Server mitgeteilt wurden.

Gesch. Offline-Nutzung: Geschätzte Anzahl der nicht erfassten Views aufgrund von Nutzern, die nach der Installation offline sind und durch den Tracking-Server nicht erfasst wurden.

Im zweiten Halbjahr 2014 erreichte die St.-Peter-Ording-App insgesamt 146.281 Views (gemessen). Im Zeitraum Januar bis Juli 2015 wurden 215.853 Views gemessen.

## Ausblick und Potenzial

App-Nutzer pro Tag in 2015: ~ 130

Anzahl der Views in 2015: ~ 400.000

Statistisch betrachtet halten sich in St. Peter-Ording täglich ca. 9.000 Smartphone-Nutzer auf. In der ersten Jahreshälfte 2015 erreichte die St.-Peter-Ording-App mit durchschnittlich 103 App-Nutzern pro Tag ca. 1,14 % der potentiellen Smartphone-Nutzer. Wir sehen daher ein großes Potential für eine Steigerung der Nutzer- und View-Zahlen.

Unserer Einschätzung nach werden die Zahlen für die St.-Peter-Ording-App in 2015 bei ~130 Nutzern/Tag (Jahresdurchschnitt) und 400.000 Views/Jahr liegen.

# Büsum-App



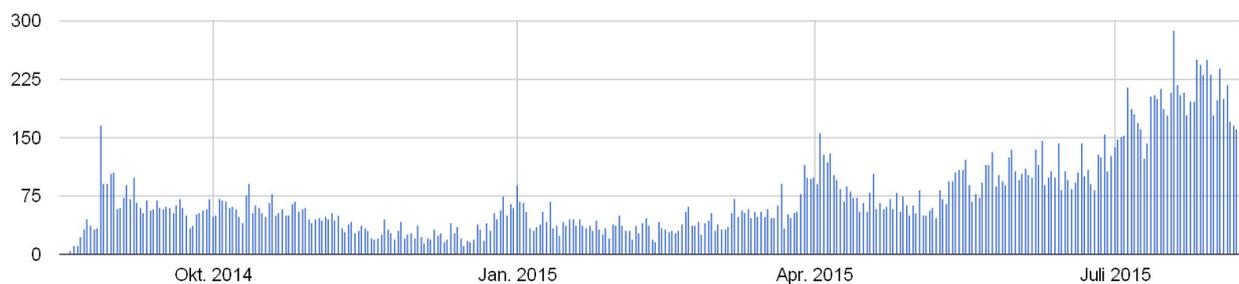
Der beliebte Kurort vereint ursprüngliche maritime Atmosphäre mit moderner Lebensart. Büsum steht für Krabben- und Fischfang, Wattenlaufen und für Dithmarscher Tradition.



Machen Sie sich Ihr eigenes Bild von der Büsum-APP. Einfach im App- oder Playstore nach ‚Büsum‘ suchen und los geht’s.

## Mediazahlen

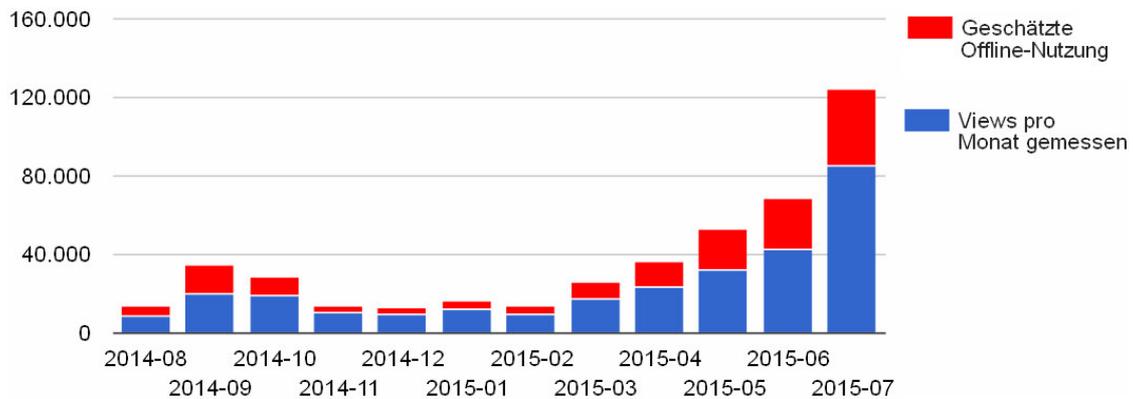
### App-Nutzer pro Tag



Im Zeitraum Januar bis Juli 2015 erreichte die Büsum-App insgesamt 20.004 Tagesnutzer und im Zeitraum nach dem App-Release (Aug. bis Dez. 2014) 5.908 Tagesnutzer. Wie bei der St.-Peter-Ording-App ist auch hier der für die Wintersaison typische Rückgang der Nutzerzahlen zum Jahreswechsel zu beobachten.

# Büsum-App

## Anzahl der Views pro Monat



Views gemessen: Anzahl der Seitenwechsel bzw. App-Eintrag-Aufrufe, die von der App erfasst und dem Tracking-Server mitgeteilt wurden.

Gesch. Offline-Nutzung: Geschätzte Anzahl der nicht erfassten Views aufgrund von Nutzern, die nach der Installation offline sind und durch den Tracking-Server nicht erfasst wurden.

Im Zeitraum Jan. bis Juli 2015 wurden für die Büsum-App insgesamt 222.410 Views gemessen. Im Zeitraum Sept. bis Dez. 2014 waren es 59.552 Views (gemessen).

## Ausblick und Potenzial

App-Nutzer pro Tag in 2015: ~ 100

Anzahl der Views in 2015: ~ 400.000

Statistisch betrachtet halten sich in Büsum täglich ca. 5.900 Smartphone-Nutzer auf. Im Zeitraum Jan. bis Juli 2015 erreichte die Büsum-App mit durchschnittlich 87 App-Nutzern pro Tag ca. 1,47 % der potentiellen Smartphone-Nutzer.

Unserer Einschätzung nach werden die Zahlen für die Büsum-App in 2015 bei ~100 Nutzern/Tag (Jahresdurchschnitt) und 400.000 Views/Jahr liegen.

# Über uns

mimbii.com ist ein innovatives Startup aus Schleswig-Holstein, dass sich der Entwicklung von bedienungsfreundlichen und äußerst nützlichen Reise-Apps für iOS und Android verschrieben hat.

## Produktphilosophie

Mit unseren Apps sollen alle Infos, die im Urlaub wichtig sind, stressfrei und ohne großes Suchen jederzeit zur Hand sein. Hierbei ist für uns die Offline-Fähigkeit aller Funktionen, speziell der Karte, besonders wichtig, da gerade im Urlaub oft keine Möglichkeit besteht online zu gehen.

Anders als viele offizielle Publikationen, beschränken wir uns nicht auf die Angebote in einem bestimmten Ort. Bei uns kommen alle Infos in die App, die für den Urlauber interessant sind. Besonders interessante Attraktionen können dann auch weiter entfernt liegen. Um unseren Nutzern eine komplette POI-Sammlung anzeigen zu können, listen wir alle interessanten Firmen (POIs) des Ortes kostenlos und nicht nur solche, die Abgebühren bezahlen.

## So arbeiten wir

Für die Erstellung der Apps haben wir eine eigene Software-Plattform, bestehend aus der eigentlichen Smartphone-App, einem Content-Management-System und einigen Digitalisierungstools aufgebaut. Die Software der Smartphone-App wird von uns ständig an neue Smartphones angepasst und für neue Features erweitert.

Alle Inhalte werden von uns online und vor Ort recherchiert, um unseren Nutzern individuelle, vollständige und zuverlässige Informationen bereitzustellen. Den Anfang machen dabei die POI-Daten, die wir vor Ort digitalisieren und durch automatische Webcrawler und manuelle Recherche vervollständigen. Denn zu einem POI gehören bei uns immer die Kartenposition, Adresse, Telefonnummer und die Website.

## Vision

Durch das App-White-Labeling unserer Apps bieten wir Markenbetreibern eine neue sehr hochwertige Werbeplattform, um auf sympathische Art für ihre Marke zu werben. Wir sind davon überzeugt, dass kostenlose gute Reiseführer für alle ein Gewinn sind, für die Urlauber, für die labelnde Marke, für die Urlaubs-Region und natürlich auch für uns.

Es ist unser Ziel für alle beliebten Urlaubsorte, Inseln und Regionen Apps zu machen. Daher haben wir von Anfang an auf effiziente Tools und praktikable Prozesse gesetzt. Wir haben bereits POI-Daten für drei weitere Ostsee-Badeorte erfasst und planen für diese Orte in 2015 ebenfalls Apps zu veröffentlichen.

# Unser App-Marketing

Nach Veröffentlichung unserer Apps im Sommer 2014 haben wir die Werbung für die Apps kontinuierlich ausgebaut. Um vor Ort werben zu können, gehen wir Werbekooperationen mit Hotels, Appartement-Vermittlungen, Campingplätzen und anderen ortsansässigen Firmen ein.

DIN A4-Plakat für die Werbung auf Campingplätzen, Tankstellen usw.



Unsere DIN lang Flyer sind an über 70 Standorten in Büsum und St. Peter-Ording zu finden.



Unsere laminierten App-Werbe-karten liegen aktuell in ca. 800 Hotelzimmern und Ferienwohn-ungen aus.



Neben der Werbung vor Ort sind wir auf Facebook aktiv. Zum einen setzen wir hierbei auf bezahlte FB-Anzeigen, zum anderen posten wir regelmäßig auf unserer FB-Seite [www.facebook.com/mimbii](http://www.facebook.com/mimbii).

Natürlich nutzen wir auch Printmedien für die App-Werbung. Zu diesem Zweck schal-ten wir Anzeigen und verschicken Pressemitteilungen an die ortsrelevanten Verlage.

# Bildnachweis

## **Deckblatt**

contrastwerkstatt - Fotolia  
fotodesign-jegg.de - Fotolia

## **Konzept**

Liv Friis-larsen - Fotolia  
Rido - Fotolia

## **Corporate Identity durch Layout**

casfotoarda - Fotolia  
contrastwerkstatt - Fotolia

## **Corporate Identity durch Content**

fotodesign-jegg.de - Fotolia  
Pavel Timofeev - Fotolia

## **SPO**

miket - Fotolia  
crimson - Fotolia  
haitaucher39 - Fotolia  
Gabriele Rohde - Fotolia  
crimson - Fotolia  
Udo Kruse - Fotolia  
(c) Mimbii

## **Büsum**

Katja Xenikis - Fotolia  
Schulz-Design - Fotolia  
Helgo - Fotolia  
(c) Mimbii