

Mit Marken spielen!

Games, Brands, Fans und Stars.

Stryking Entertainment entwickelt und vermarktet digitale Unterhaltungswelten rund um Themen, die Menschen begeistern. Auf Basis von Online- und Mobile-Games kommen Fans, Stars und Brands zusammen und treten miteinander in Kontakt. Das schafft ein vollkommen neues und intensives Spiel- und Markenerlebnis, das von Spieleentwicklern zur besseren Vermarktung und Monetarisierung ihrer Spiele sowie von Marken- und Medienpartnern als neuer Kommunikations-, Branding- und Absatzkanal genutzt werden kann.

Games als Marketing- und Distributionskanal.

Stryking nutzt das digitale Massenmedium Free-to-play Games, um Marken direkt mit Fan-Communities zusammenzubringen. Spieler setzen sich bewusst mit relevanten Inhalten auseinander, ohne diese als Werbung wahrzunehmen. Aktive Spieler kommen regelmäßig zurück ins Spiel, sind emotional involviert und bewegen sich in einem sozialen Umfeld – das fördert Markenidentifikation und Imagetransfer.

Monetarisierung von Games.

Mit seinem skalierbaren Monetarisierungstool *MoFrame* setzt Stryking dort an, wo Betreiber von Free-to-Play Games an Grenzen stoßen. Durch die Integration von Marken sowie relevanten Inhalten werden die Kosten für die Akquise neuer User gesenkt und Spieler wesentlich länger im Spiel gehalten. Über die Erweiterung der Funktionalitäten von Ingame-Shops, über die nicht nur virtuelle, sondern auch reale Güter verkauft werden können, wird ein zusätzlicher Vertriebskanal und somit eine direkte Monetarisierungsmöglichkeit geschaffen.

Erstes Projekt: Auto Club Revolution.

Erstes Projekt von Stryking ist die Rennspiel- und Auto-Community „Auto Club Revolution“, für die das Berliner Startup im Rahmen eines Co-Publishing-Abkommens mit dem britischen Entwicklungsstudio Eutechnyx die Vermarktung im deutschsprachigen Raum übernimmt. Mittlerweile konnten bereits mehr als 50 Automarken wie BMW, Bugatti und Lotus, 150 Autozubehör-Hersteller sowie Medienpartner wie Sport1 und der Motorsport-Star Marvin Kirchhöfer für Kooperationen gewonnen werden.

Gaming-Erfahrung trifft Markenexpertise.

Gründer und Geschäftsführer Dirk Weyel verfügt über 15 Jahre Erfahrung in der Gamesindustrie, zuvor war er lange Jahre im Musikmarketing tätig. Zuletzt hat er die Frogster Interactive Pictures AG aufgebaut, bei der er bis zum erfolgreichen Exit in Jahr 2011 als COO für Strategie und Business Development verantwortlich war. Weyel ist außerdem aktiver Business Angel und Berater für Startups. Er ist u.a. Mitgründer der Berliner Social Media Agentur Torben, Lucie und die gelbe Gefahr (TLGG) GmbH und Shareholder der sugarhigh publishing GmbH.

Facts

Websites:	www.stryking.com , http://autoclubrevolution.com
Gründung:	2012
Gründer:	Dirk Weyel
Management:	Dirk Weyel, Christian Szymanski, Wolfe W. Diener
Mitarbeiterzahl:	acht
Medienkontakt:	Tonka PR – Carolin Uhlig, carolin.uhlig@tonka-pr.com