

Stryking verbindet Fans, Brands, Games und E-Commerce

Digital Entertainment Startup visualisiert sein Unternehmenskonzept auf neuer Homepage: Bilder, Features und Navigationen, die Spaß machen.

Berlin, 10.04.2013. Stryking Entertainment, der Monetarisierungs- und Vermarktungsspezialist für free-to-play Games, schafft interaktive Unterhaltungswelten, die durch Einbinden großer Marken und Stars in das Spielerlebnis zu digitalen Unterhaltungsplattformen für die Communities werden. Dieses Zusammenspiel bringt jetzt auch die Homepage zum Ausdruck.

„Im Zentrum steht bei uns immer der Fan. Digital Entertainment funktioniert nur über eine aktive Community, für die alle relevanten Partner zusammengebracht werden. Das spiegelt unsere Homepage jetzt wider“, erklärt CEO Dirk Weyel.

Wichtige Neuerung ist dabei die erleichterte Navigation, die alle relevanten Nutzer- und Interessensgruppen zielgerichtet anspricht und direkt zu den für sie interessanten Inhalten und Ansprechpartnern führt. Auch die Konzentration auf starke, emotionale Bilder sticht hervor. Reduzierte, klare Inhalte ermöglichen weiterhin ein intuitives Bedienen und Informieren auf der Homepage; auch die vier Bestandteile der Digital Entertainment Worlds – Games, Brands, Community und E-Commerce – werden mittels Mouseover erfahrbar.

Die neue Homepage ist in Zusammenarbeit mit der Berliner Agentur für Gutes, Schönes und Digitales, Neue Werte, entstanden, wo Gründer Matt Wichmann selbst federführend das Projekt betreute. Bei Bild- und Textkonzept unterstützte die Berliner PR Agentur Tonka Performance PR, die sich auf Startups spezialisiert hat und Stryking seit Sommer letzten Jahres als Kunden betreut.

Über Stryking Entertainment

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 und -vermarktern zur Monetarisierung ihrer Spiele sowie von Marken- und Medienpartnern als neuer Kommunikations-, Branding- und Absatzkanal genutzt werden kann. Erstes Projekt ist die Rennspiel-Community *Auto Club Revolution* in Zusammenarbeit mit der Automobilindustrie und dem englischen Entwicklungsstudio Eutechnyx. Gründer und Geschäftsführer Dirk Weyel verfügt über 15 Jahre Erfahrung in der Gamesindustrie. 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.

