

Markeninszenierung in Games – interaktives und emotionales Branded Entertainment

Stryking Entertainment und media.net berlinbrandenburg veranstalten Event zum Thema Branded Entertainment und Free-to-Play-Games

Berlin, 11. Februar 2014. Das Berliner Start-up *Stryking Entertainment* veranstaltet am 20. Februar 2014 in Zusammenarbeit mit dem Unternehmensbündnis der Kreativwirtschaft *media.net berlinbrandenburg* den 4. games.net Roundtable zum Thema Branded Entertainment in Games. Stryking hat sich die Verknüpfung der realen mit der virtuellen Welt auf die Fahnen geschrieben und unterstützt einerseits Markenartikler und Agenturen bei Platzierung ihrer Marke in Games, auf der anderen Seite Gamesanbieter bei der Integration von Marken in ihre Spiele.

Das Event beleuchtet die Thematik aus verschiedenen Perspektiven und soll Markenartiklern, Agenturen sowie Games-Entwicklern und –Publishern Einblicke in die attraktiven Möglichkeiten zur gezielten Nutzung von free-to-play Games als interaktiven Brandingkanal geben.

Die Nutzung von kostenlosen Online- und Mobile-Spielen ist in den letzten Jahren rasant angestiegen. Ob spielbar im Browser, auf Facebook oder als kostenlose Smartphone- und Tablet-App – free-to-play Games haben sich als interaktives Massenmedium in der Mitte der Gesellschaft etabliert. So spielen mittlerweile mehr als 30 Millionen Deutsche regelmäßig und mehr als die Hälfte aller kostenlosen Apps auf Smartphones sind Games. Aktuelle Studien gehen davon aus, dass sich der Markt für Online- und Mobile-Games bis 2016 nochmals verdoppeln wird und dabei zählen Ingame-Advertising und Sponsoring zu den wichtigsten Umsatztreibern.

Games geben Marken die Chance, mit ihren Zielgruppen in hochwertigen und emotionalen Umfeldern zu kommunizieren. Die Einbindung erfolgt als integraler Bestandteil des Gameplays und kann in verschiedenen Formaten umgesetzt werden, beispielsweise mittels Ingame-Sponsoring, Product Placement, Branded Items oder Ingame-Videospots.

Das hochkarätige Speaker Line-Up umfasst neben dem Gründer und Geschäftsführer von Stryking Entertainment Dirk Weyel auch Anusch Mohadjer (COO, UM - Universal McCann GmbH), Bruno Kollhorst (Leiter Social Media, Techniker Krankenkasse), Gary Merrett (CEO, Metricsmonk) sowie Sven Wedig (CEO 4u2play und Vollpension Medien GmbH) als Moderator.

Weitere Informationen zu dem Event und Speakern sowie der Anmeldung finden Sie auf der Webseite von dem medianet berlinbrandenburg unter <http://www.medianet-bb.de/>

Über Stryking Entertainment

Als Partner für Entwickler von hochwertigen free-to-play Games und durch die Verknüpfung von realer und virtueller Welt bietet Stryking neue Vermarktungs- und Monetarisierungswege. Mit Hilfe einer eigenen Technologie integriert Stryking E-Commerce- sowie Werbe- und Sponsoringfunktionalitäten in free-to-play Games und macht diese kommerziell erfolgreich. Gründer & CEO Dirk Weyel verfügt über 15 Jahre Erfahrung in der Gamesindustrie und hat zuletzt die Frogster Interactive Pictures AG mitgegründet und erfolgreich aufgebaut, bei der er bis zum Verkauf an einen Wettbewerber als Vorstand und COO verantwortlich für Strategie und Business Development war.

www.stryking.com

Für weitere Informationen zu Stryking Entertainment kontaktieren Sie bitte
Christian Szymanski +49 30 – 609 85 83 - 73, christian.szymanski@stryking.com

