

Virtuelle Fashion wird Realität mit dem BALR.-Shop

Innovative Partnerschaft zwischen Azerion und BALR. ermöglicht es Spielern von „Hotel Hideaway“, ihren virtuellen Style zu optimieren.

Eine Viertelmillion verkaufter Artikel in den ersten zwei Wochen: Die Integration von Brand Marketing ins Spielerlebnis stößt auf große Resonanz.

Amsterdam 11. Mai 2020: Stell dir ein virtuelles Hotel vor, in dem du echte Brands shoppen kannst. Ein Traum, der jetzt wahr wird, dank der Partnerschaft zwischen der niederländischen Premium-Lifestyle-Marke BALR. und dem beliebten Social Game „Hotel Hideaway“ von Azerion.

Der erste gebrandete In-Game-Shop des virtuellen Hotels ist Trendsetter: integratives Erlebnis statt offensiver Werbung.

Die Kampagne verbindet gekonnt Kleidung und Gebrauchsgegenstände mit dem Spielerlebnis. In den ersten zwei Wochen kauften 25% aller „Hotel Hideaway“ Spieler im virtuellen BALR.-Shop ein. Das entspricht einer Viertelmillion verkaufter Artikel.

Lieblingsartikel waren unter anderem die klassischen weißen BALR.-Sneaker. Spieler trugen die virtuellen Schuhe insgesamt 250 Millionen Sekunden lang (das sind fast 8 Jahre). BALR.-Artikel wurden in den ersten zwei Wochen insgesamt 1,5 Milliarden Sekunden lang getragen (fast 50 Jahre).

"Die Spieler schätzen Marken, wenn sie ein aktiver Bestandteil ihres Spiels sind", sagt Kim van Teunenbroek, Global Partnership Director bei Azerion. "Sie haben das Gefühl, dass es zu ihrem Erlebnis beiträgt, weshalb die Reaktionen so positiv ausfallen."

In-Game-Werbung erweist sich immer wieder als äußerst effektiv. Doch diese Partnerschaft geht noch einen Schritt weiter: Spieler können die virtuelle BALR.-Kollektion durchstöbern, kaufen und im Spiel tragen. Man fühlt sich wie in einem Top-Hotel in dem BALR. das hoteleigene Bekleidungsgeschäft betreibt.

Die Partnerschaft zwischen BALR. und Azerion spiegelt sich in ihren gemeinsamen Werten wider. Beide Unternehmen suchen laufend innovative Möglichkeiten, um neues Publikum zu erreichen und zu begeistern.

Eine Studie von NewZoo zeigt, dass sich besonders Gamer für Markenkleidung interessieren. Rund die Hälfte aller Gamer hält sich durch Werbung über ihre Lieblingsprodukte auf dem Laufenden. Zudem ist die Wahrscheinlichkeit, dass sie einen Einfluss auf die Kaufgewohnheiten ihrer Freunde und Familien haben, um 23% höher.

"Wir sind ständig auf der Suche nach neuen Wegen, um unsere Partner dabei zu unterstützen, ihre Nutzer einzubinden", sagt van Teunenbroek. "Es ist technisch hochkomplex, einen derartigen Shop in ein Spiel zu integrieren, aber die überaus positiven Ergebnisse zeigen, dass sich dieser Aufwand lohnt."

Juul Manders, CEO von BALR.: "Im Schnitt verbringen die Spieler mehr als 25 Minuten mit Hotel Hideaway, und sie kommen immer wieder zurück. Indem wir BALR. zu einem Teil ihrer Spielerfahrung machen, erhalten wir eine erstaunliche Resonanz. Die Spieler agieren als Multiplikatoren und erzählen ihren Freunden von ihren Erfahrungen. Damit reicht die Botschaft von BALR. weit über das Spiel hinaus."

Hinweise für Redakteure

Über Azerion

Azerion (azerion.com) ist ein globales Technologieunternehmen in der Medien- und Unterhaltungsbranche mit Hauptsitz in Amsterdam. Millionen von Menschen spielen unsere Spiele und sehen sich unsere Videos an. Werbetreibende erreichen mit unserer Technologie ein riesiges Publikum und viele Zielgruppen. Publisher erzielen mit unserer Technologie Spitzeneinnahmen und erreichen mit unseren Inhalten ein hochwertiges Publikum. Was Azerion einzigartig macht: Wir verbinden unterschiedliche Gruppen. Wir erkennen Synergien, finden Effizienzen und weben für jeden unserer Nutzer die besten Stränge zusammen.

Azerion: Inhalt, Reichweite, Einnahmen, Engagement - eine Million Möglichkeiten

Über BALR

BALR. (BALR.com) ist eine Luxus-Lifestyle-Marke, die 2013 von Juul Manders, Ralph de Geus und Demy de Zeeuw gegründet wurde. Seit der Gründung steht BALR. für das Leben eines Fußballprofis, wenn er das Spielfeld verlässt. Mit einem umfangreichen Sortiment an Bekleidung, Reiseartikeln, Accessoires und Schuhen deckt die Marke alle Aspekte des Lebens eines BALR. ab. Die Marke wird weltweit in über 150 Länder geliefert und ist in mehr als 200 Geschäften auf der ganzen Welt erhältlich.

Hotel Hideaway

Hotel Hideaway ist eine virtuelle 3D-Welt, die auf iOS und Android verfügbar ist und in der du zu dem werden kannst, der du schon immer sein wolltest. Chatte live und triff dich mit anderen Menschen aus der ganzen Welt. Besuche einzigartige Orte und entdecke, was das Hotel zu bieten hat. Entspanne dich im Spa, feiere am Strand oder chille mit deinen Freunden in den vielen anderen öffentlichen Räumen.

<https://apps.apple.com/us/app/hotel-hideaway-virtual-world/id922825959>

https://play.google.com/store/apps/details?id=com.piispanen.hotelhideaway&hl=en_GB