

GamesCom 2010: deal united präsentiert GamesClubCard - Online shoppen und Points fürs Lieblingsspiel sammeln

- *GamesClubCard ist die erste Bonus-Punkte-Karte für Online-Gamer*
- *Bei mehr als 150 teilnehmenden Online-Händlern sammeln Spieler Points*
- *Präsentation auf der GamesCom 2010*

München, Köln, 18.08.2010: Spieler von Massively Multiplayer Online Games (MMOG) sowie Browser- und Social-Network-Games sammeln jetzt beim Online-Shopping Points für ihre Lieblings-Spiele. deal united, die Bonus-Shopping-Plattform zur Monetarisierung digitaler und virtueller Güter, bietet dafür die erste virtuelle Bonus-Karte und stellt diese auf der GamesCom 2010 in Köln vor. Online-Gamer, die sich auf der GamesClubCard anmelden, bekommen „Points“ für ihren Internet-Einkauf geschenkt.

Spieler verwalten Punkte selbst

Die GamesClubCard ist eine Internet-Plattform, auf der Gamer beim Online-Shopping Punkte sammeln. Unter www.gamesclubcard.com legen sie ihre Profile an und verwalten jeweils die gesammelten Punkte. Auch ein Login über Facebook ist möglich. Die Points lösen die User auf zwei Arten ein: Entweder tauschen sie die Punkte in virtuelle Währung, um Zusatzfeatures für Games wie Wurzelimperium oder My Free Farm zu kaufen. Oder sie erwerben Time Cards für World of Warcraft, NC Soft und Herr der Ringe online.

„Die GamesClubCard ist eine virtuelle Bonus-Karte speziell für Online-Spieler – das Konzept ist so auf dem deutschen Markt bisher einmalig“, erklärt Jarg Temme, Geschäftsführer von deal united. „Wir übertragen den Ansatz von Bonuskarten, wie Payback oder Happy Digits, erstmals in die Welt der Online-Games – die Spieler

sammeln Points beim Online-Shopping und haben jeder Zeit die volle Kontrolle über ihre Punkte.“ Ein GamesClubCard-Account ist für die Gamer kostenfrei.

GamesClub Card ist virtuelle Shoppingmeile

Auf der Plattform der GamesClubCard finden die Spieler alle Shops und Services, bei denen sie Punkte sammeln können. Mehr als 150 renommierte Online-Shops, Softwarehersteller, Reise- und Serviceanbieter kooperieren bisher mit der GamesClubCard, darunter unter anderem buecher.de, Neckermann, Valentins.de, myToys.de, OTTO und Shopapotheke. „Die Shops und Services auf der Plattform refinanzieren die Points. Sie schenken sie jedem Spieler, der über die GamesClubCard bei ihnen einkauft. Die Anzahl der Points variiert dabei von Anbieter zu Anbieter“, sagt Temme weiter.

Casual-Gamer gehen gern online einkaufen

Das Konzept von deal united trifft den Nerv der Zeit: Die kürzlich veröffentlichte Studie von Greentube und Gamematrix zeigt, dass zahlreiche der befragten Casual-Gamer gleichzeitig eine Affinität für Internet-Shopping haben. Die GamesClubCard kombiniert nun erstmals Online-Shopping und Gaming.

GamesCom

Die GamesClubCard stellt deal united auf der GamesCom vom 18.08. bis 22.08.2010 in Köln vor (Halle 4.2, Stand A-013). Redaktionelle Gespräche sind jederzeit möglich.

Über deal united:

Seit 2008 bietet das Münchner Unternehmen deal united innovative Marketingmodelle zur Monetarisierung und Erhöhung der Konversionsraten. Dies gelingt durch die gezielte Ansprache von interessierten, aber kaufunschlüssigen Nutzern. Dieser Nutzergruppe bietet deal united in Zusammenarbeit mit Partnern wie OTTO, BASE, bonprix oder myToys besondere Kaufanreize wie kostenlose virtuelle Währung, Software oder Gutscheine. 2010 gewann deal united den Red Herring 100 Europe Award als eine der innovativsten Gründungen im Technologiebereich www.dealunited.com

Kontakt Unternehmen

deal united
Daniela Reichert
daniela.reichert@dealunited.com
t: +49 (0) 89 381 535 868

Kontakt PR-Agentur:

Agentur Frische Fische
Anja Gorille
ag@frische-fische.com