

Das US-Trendspiel erobert den deutschen Markt +++ Seit November werden deutsche Kids zu „Cuponkys“
Elements of Art setzt Aktion-Spielespaß „Cuponk“ im Web in Szene

Mönchengladbach, 10. November 2010:

„Wie Cuponk bist du?“ ist der Claim des neuen Trendspiels „Cuponk“ von Hasbro, das nach UK und den USA seit dem 1. November auch den deutschen Markt erobert. Elements of Art sorgt dabei für einen marken- und zielgruppengerechten Internetauftritt www.cuponk.de, der die 8- bis 16-jährigen Kids mit viel Bewegtbild, passend zum Spiel, begeistert.

Ein Becher und ein Ball, das sind die wesentlichen Bestandteile des Aktion-Spielespaßes von Hasbro, das durch Testimonials wie Jackass-Darsteller Bam Margera oder Skateboarder Billy Marks in UK und den USA bereits die Massen „bewegt“ – und das im wahrsten Sinne des Wortes. Denn Ziel des Spiels Cuponk ist es, mit möglichst individuellen und kreativen Tricks den Ball in den Becher zu werfen, was mitunter sehr viel Bewegung und Feingefühl erfordert.

Um den Launch des Produktes auch online optimal zu unterstützen, hat sich der Spielehersteller Unterstützung bei der auf Kinder- und Jugendmarketing spezialisierten Internetagentur Elements of Art geholt.

Bei www.cuponk.de griff die Agentur unter anderem das coole und jugendliche Image der Testimonials auf und gestaltete so einen spannenden Internetauftritt, der sämtlichen Altersgruppen der „Cuponkys“, wie die Spieler genannt werden, gerecht wird.

Auf der Website können sich die Kids über die drei Produktvariationen sowie über die vorerst vier Exklusiv-Händler informieren. Elements of Art kennt die Ansprüche der jungen Zielgruppe und hat daher auch hier nicht auf den Einsatz von Bewegtbild verzichtet. Die Kids und Jugendlichen können zahlreiche Videos zu Cuponk-Tricks auf der Website anschauen und nachmachen. Mit dem Claim „Wie Cuponk bist Du?“ werden die Kids zum Mitmachen animiert. Auf dem Cuponk-eigenen Youtube-Channel können die Kinder und Jugendlichen eigene Videos mit Cuponk-Tricks hochladen und so in einen „Battle“ mit anderen „Cuponkys“ treten. Durch den „Battle-Faktor“ und das Uploaden der Videos auf Youtube besteht das Potenzial für Cuponk, ein echtes Trendspiel auf dem deutschen Markt zu werden.

Über Elements of Art:

Die Elements of Art GmbH mit Sitz in Mönchengladbach gehört zu Deutschlands führenden Internet-Agenturen für Kinder-, Jugend- und Familienmarketing. Seit 1998 kreiert EoA virtuelle „Kinderwelten“ und ist somit der ideale Partner für die junge Zielgruppe und ihre Eltern. Engagement und Erfolg haben die EoA-Mitarbeiter in den letzten Jahren zu Experten auf ihrem Gebiet gemacht. Mit www.TOGGO.de ist sie als Lead Agentur für die seit Jahren erfolgreichste deutsche Kinder-Website verantwortlich. Mit über 100 weiteren Projekten für über 50 Marken kann Elements of Art auf eine ausgeprägte Kompetenz, Verantwortung und ein großes Bewusstsein für die Zielgruppe zurückgreifen. EoA setzt Marken und Produkte spannend und unterhaltsam in Szene und verleiht ihnen einen unverwechselbaren Charakter mit nachhaltiger Wirkung.

Elements of Art GmbH

An der Eickesmühle 23
41238 Mönchengladbach / Germany
fon +49 (2166) 91567-89
fax +49 (2166) 91567-99
web www.eoa.de
mail info@eoa.de

Bankverbindung

Stadtparkasse Mönchengladbach
BLZ 310 500 00
KTO 6015
for int. accounting
BIC-/ Swift-Code MGLSDE33
IBAN DE33 3105 0000 0000 0060 15

Geschäftsführer

Erik Winterberg
Sebastian Leppert
Registriergericht
HRB 5855 (Mönchengladbach)
Steuernummer 121/5718/4680
USt-Id Nr.: DE 228612463

PRESSEMITTEILUNG



Weitere Informationen zu Elements of Art und dem Thema Kinder- und Jugendkommunikation erhalten Sie unter www.eoa.de.

PRESSEKONTAKT:

Simone Wild
Elements of Art GmbH
An der Eickesmühle 23
D- 41238 Mönchengladbach
Fon: +49 (2166) 91567-89
Fax: +49 (2166) 91567-99
simone.wild@eoa.de

Stefan Warth
Elements of Art GmbH
An der Eickesmühle 23
D-41238 Mönchengladbach
Fon: +49 (2166) 91567-89
Fax: +49 (2166) 91567-99
stefan.warth@eoa.de