



www.FlagTheDonkey.com

Spielerisch zum Weltmeistertitel:

Zwei Berliner verbinden Online-Spiel mit Business-Idee.

Berlin, 15. Mai 2006. Zwei Berliner Fußballfans haben die „Ultimative WM-Schlacht“ geschaffen, ein Online-Flash-Spiel im Rahmen der WM in ihrem Land. Auf www.FlagTheDonkey.com wählen die Spieler eine Flagge der teilnehmenden Nationen aus und ziehen sie einem Esel über, der in einem virtuellen Fußballstadion steht. Über die Tastatur schießen die Spieler innerhalb von 90 Sekunden mit dem Esel den Ball möglichst oft ins Tor. So erhöht sich der Rang der jeweiligen Nation. Die Spieler können den aktuellen Gesamtstand der Tore abfragen, herausfinden, wer derzeit auf bestem Wege zum Weltmeister ist, und so oft spielen wie sie möchten.

Aber die Idee der beiden Gründer, Michael Quast und Marcel Willms, geht über ein lustiges Online-Spiel weit hinaus. Sie haben das Spiel an die „WM-Galerie“ gekoppelt, das Hintergrundbild für das virtuelle Stadion, das anfangs mit Flaggen aller 32 teilnehmenden Nationen gefüllt ist. Jeder Flaggenplatz kann gekauft und mit einem verlinkten Bild befüllt werden. Kunden können einen Flaggenplatz oder mehrere gebündelt kaufen und so auf die Homepages ihrer Unternehmen verlinken. Flaggenplätze messen 20x12 Pixel und kosten 111,00 EUR. Spieler der „Ultimativen WM-Schlacht“ können mit etwas Glück auch Flaggenplätze gewinnen.

Nach und nach werden die Flaggen ersetzt und die Bildschirmoberfläche füllt sich mit verlinkten Bildern, so genannten „Flag Ads“, die die User zu den Websites der Kunden führen. Das FlagTheDonkey.com-Team erwartet eine Menge Traffic auf seiner Plattform und zählt dabei auf die Neugier der Fußballfans, die herausfinden wollen, wer Bilder in der „WM-Galerie“ platziert hat und auf den Spielerehrgeiz: „Die User sind diejenigen, die über den Ausgang der Ultimativen WM-Schlacht entscheiden. Hier können sie der Welt zeigen, welche Nation die besten Fußballfans hat und sich wirklich für ihr Team stark machen. Es geht um mehr als sich die Spiele anzusehen und zu hoffen, anzufeuern und Nägel zu kauen. Die User sollen Tore für ihr WM-Team schießen und darüber hinaus

den Weltrekord in Online-WM-Toren aufstellen. Außerdem bietet die WM-Galerie eine einmalige Gelegenheit, Teil der Online-WM-Geschichte zu werden. Das sind die Anreize, die wir bieten“, erklärt Michael Quast.

FlagTheDonkey.com ist ein gelungenes Beispiel für ein Projekt, in dem ein attraktives, einfach zu spielendes und unterhaltsames Online-Spiel mit einer viel versprechenden Business-Idee im Bereich Banner-Advertising verbunden wurde. Die internationalen User dieser Plattform stellen eine breite Zielgruppe für alle Arten von Unternehmen dar und sind damit interessant für vielerlei Branchen weltweit.

Michael Quast, der für einen Marketing-Dienstleister in Berlin arbeitet und Marcel Willms, der soeben sein Studium abgeschlossen hat, hatten die Idee für FlagTheDonkey.com an einem Sonntagnachmittag Anfang April 2006. Das Konzept sprang ihnen einfach in den Kopf und wurde anschließend in jeder freien Minute sehr rasch umgesetzt. „Die Zeit war knapp bis zur WM und wir mussten wirklich hart arbeiten, um das Low-Budget-Projekt zum Laufen zu bringen. Aber etwa einen Monat später war FlagTheDonkey.com geboren und wir lieben diese Website!“, sagt Marcel Willms.

Zeichen: 2.813 (ohne Leerzeichen)

Bildmaterial steht Ihnen unter www.flagthedonkey.com/press.php zur Verfügung.

Wir bitten um ein Belegexemplar oder Mitschnitt.

Pressekontakt:

Flag Ads GbR
Michael Quast & Marcel Willms
Straßburger Straße 19
10405 Berlin

E-Mail: press@flagthedonkey.com

Telefon: +49 (0)179 91 333 44