

## **E-Commerce-Plattform deal united verschafft dem Browser-Game Wurzelimperium mehr zahlende Spieler**

- Die E-Commerce-Plattform deal united schließt eine Partnerschaft mit dem Browser-Games-Entwickler upjers
- Gamer erhalten virtuelle Währung kostenlos durch Einkäufe bei Partnershops von deal united

München/Bamberg, den 13. April 2010

**Wie animieren Anbieter von Browser-Games ihre Spieler zum Kauf virtueller Währung? Wie erreichen auch Online-Shops die Gamer als künftige Käufer? Die Antworten liefert die neue Partnerschaft zwischen dem Games-Entwickler upjers GmbH & Co KG und der Online-Marketing-Plattform deal united. Das ausgeklügelte Konzept von deal united motiviert die Spieler dazu, in Online-Shops einzukaufen, indem ihnen als Prämie virtuelle Währung für ihre Browser-Games angeboten wird.**

### **Virtuelles Geld beim Online-Einkauf**

Die Marketinglösungen von deal united sind auf Online-Spiele wie Wurzelimperium und My Free Farm ausgelegt. Dort spricht deal united die Spieler per Ingame-Nachricht, Banner oder im Zahlungsbereich an und schlägt ihnen vor, bei Werbepartnern wie dem Blumenhändler Valentins oder dem Versandhaus bonprix einzukaufen und als Bonus virtuelle Währung zu erhalten. Ihre so genannten „Coins“ bekommen die interessierten Spieler nach einem abgeschlossenen Einkauf auf den Konten ihrer Online-Games gut geschrieben. Sie entsprechen einem realen Gegenwert von 10 bis 20 Euro.

### **Meister des Umsatzes**

„Das Marketingmodell von deal united schafft für Games-Entwickler und Spieler gleichermaßen eine Win-Win-Situation“, beschreibt Klaus Schmitt, Geschäftsführer der upjers GmbH das Konzept. „Das virtuelle Geld ermöglicht es unseren Spielern, Zusatzfunktionen frei zu schalten und damit schneller voranzukommen. Durch die Partnerschaft können wir nun noch mehr registrierte Kunden ansprechen und sie zum Kauf virtueller Währung motivieren.“

## **Marketingkonzept eint Online-Handel und Browser-Games**

Doch nicht nur Spielehersteller profitieren von dem innovativen Marketingmodell, auch Werbetreibende erkennen die Vorteile, die sich ihnen mit deal united bieten: „Online-Gamer zählten ursprünglich nicht zu unserem Kundenstamm – jetzt schon“, sagt Matthias Kraft, Marketing-Manager bei der Valentins GmbH. „Seit unserer Partnerschaft mit deal united steigern sich Neukunden- und Konversionsrate in unserem Online-Shop signifikant.“

## **Gamer shoppen online und erhalten virtuelle Gaming-Währung**

„upjers bietet Spiele, die eine breite Zielgruppe ansprechen und damit für Online-Shops aller Couleur interessant sind“, sagt deal united CEO Jarg Temme „Die Palette reicht von Schülern und Studenten über Angestellte und Entscheider. Sie alle sind potentielle Internet-Shopper, die Online-Händler über traditionelle Werbekanäle bisher mitunter schwer erreichen. Unser Ansatz motiviert die Gamer zum Online-Shopping und lässt sie gleichzeitig zu aktiven Kunden ihrer geliebten Browser-Games werden.“

Die E-Commerce-Plattform deal united bedient derzeit rund 150 Browsergames, darunter Spiele von Anbietern wie Owlent (Howrse), XS Software (Zarenkriege), Playnik (Desert Blitz), goalunited, Red Moon Studios (Knight Fight), Trollgames (Xhodon) oder Comunio. Neben den Games hat das Münchner Unternehmen auch mit mehreren hundert Online-Shops Partnerschaften geschlossen und agiert europaweit.

### **Über deal united:**

Seit 2008 erhöht das Münchner Unternehmen deal united mit innovativen Marketingmodellen erfolgreich die Konversionsraten von Onlineshops. Dies gelingt durch die gezielte Ansprache von interessierten, aber kaufunfähigen Shopbesuchern. Dieser Nutzergruppe bietet deal united in Zusammenarbeit mit Partnern wie OTTO, BASE, bonprix oder myToys besondere Kaufanreize wie kostenlose Produkte, Software oder Gutscheine.

**Kontakt Unternehmen:**

deal united

Daniela Reichert

[daniela.reichert@dealunited.com](mailto:daniela.reichert@dealunited.com)

t: +49 (0) 89 381 535 868

**Kontakt PR-Agentur:**

Agentur Frische Fische

Thomas Kahmann

[tk@frische-fische.com](mailto:tk@frische-fische.com)

t: +49 (0) 30 695 330 67