

# Gbangas Mixed Reality Macher setzen Marken mobil in Szene



## Indie-Gamestudio mit Spielmechanik ins Mobile Marketing

Berlin/Zürich, November 2011: Als Pionier im Bereich der Location Based Games erschließt das Schweizer Indie-Gamestudio Gbanga innovative Marketingkanäle für Unternehmen und Agenturen und haucht ungewöhnlichen Werbeideen spielerisch Leben ein. Das Team um Gründer Matthias Sala inszeniert Produkte und Marken in der mobilen virtuellen Welt und macht sie für Konsumenten zum interaktiven Erlebnis. Die ersten Projekte für den schwedischen Möbelgiganten IKEA und das Versicherungsunternehmen Mobiliar sind in Zusammenarbeit mit einer Werbeagentur in der Schweiz an den Start gegangen.

„Wir kombinieren unsere Erfahrungen aus App- und Spielentwicklung mit den Anforderungen und Ideen unserer Partner. Indem reale Produkte und virtuelle Welt verknüpft werden, sorgen wir für eine standortbezogene, spielerische Auseinandersetzung mit den Markenwelten unserer Partner“, erklärt Matthias Sala, Geschäftsführer und Erfinder Gbangas. „Konsumenten erleben Werbebotschaften, anstatt sie nur zu sehen.“

Rudolf Reisner, Geschäftsführer der Werbeagentur Wirz, ist überzeugt: „Gbanga unterstützt uns mit Ideen und wertvollem Input und sorgt für eine professionelle Umsetzung unserer Visionen. Das spezielle Know-How in den Bereichen Dramaturgieentwicklung und Nutzerfreundlichkeit von Apps, sowie die Erfahrung in Umsetzung und Programmierung von Location Based Games spielen dabei eine entscheidende Rolle.“

Um für IKEA Schweiz die Geräumigkeit des Schranksystems PAX erlebbar zu machen, schuf Gbanga im September ein Browser Spiel und die PAX Packer App. Mit dem iPhone als „Fernbedienung“ konnten Nutzer Kleidungsstücke auf dem Bildschirm virtuell in den Kleiderschrank schleudern und den Stauraum des Schranksystems ausprobieren.

[http://www.ikea.com/ms/de\\_CH/campaigns/Game.html](http://www.ikea.com/ms/de_CH/campaigns/Game.html)

Im Rahmen der Kampagne „Platz für Ideen“ programmierte das Team für IKEA Schweiz auch eine Augmented Reality App, durch die sich IKEA-Fans virtuell über Plakate gelegte Filme ansehen und schon vor dem Besuch im Möbelhaus in die Erlebniswelt des Möbelherstellers eintauchen konnten.

<http://blog.gbanga.com/2011/09/a-browser-flash-game-with-a-motion-controller-iphone-app/>



Download Gbanga





Um ein trockenes Versicherungsthema spannend aufzubereiten, entwickelte Gbanga im Sommer für den Versicherer Mobiliar die iPad-App Pilotifant, die beim Launch zu den fünf meistgeladenen Anwendungen gehörte. Ziel des Spiels ist es, einen Elefanten möglichst unfallfrei durch einen Porzellanladen zu bewegen.

<http://blog.gbanga.com/2011/07/pilotifant-app-for-insurance-company-mobiliar/>

Bereits 2009 erfand Gbanga für den Züricher Zoo das Location Based Game ‚Gbanga Zooh‘. Spieler können mit der App in ganz Zürich bedrohte Tierarten virtuell entdecken, einsammeln und am realen Standort des Züricher Zoos absetzen.

<http://blog.gbanga.com/2011/10/location-based-game-gbanga-zooh-2009-revisited/>

## **Über Gbanga**

Gbanga ist ein innovatives Schweizer Start-Up, das aus herkömmlichen Mobiltelefonen interaktive Unterhaltungsgeräte macht. Als eines der Top 100 Startups der Schweiz und Gewinner des App Circus Mobile World Congress 2011 und nominiert für INTERNET WORLD Business-Idee, IMG A Award, Best of Swiss Web Award 2010, den Swiss IT Award und den Red Herring Award 2011 leistet das Unternehmen mit Gbanga Famiglia, dem Location Based Mafia Game, Pionierarbeit bei ortsbezogenen Spielen und im mobilen Unterhaltungsmarketing.

Medienkontakt - Sabine Weyel – T +49 (0)30 27 59 59 73 11 – mail@tonka-pr.com



Download Gbanga

