



Presse / 2012 / Zwei Silberne Löwen für Hasbro Produktplatzierung "Stromberg" auf dem Festival of Creativity in Cannes

Die Hasbro Produktplatzierung in der BRAINPOOL-Erfolgsserie „Stromberg“ hat auf der renommiertesten Veranstaltung der Werbebranche, der Verleihung der Cannes-Löwen auf dem „International Festival of Creativity“, gleich zwei Preise einstreichen können.

Die Hasbro Produktplatzierung in der BRAINPOOL-Erfolgsserie „Stromberg“ hat auf der renommiertesten Veranstaltung der Werbebranche, der Verleihung der Cannes-Löwen auf dem „International Festival of Creativity“, gleich zwei Preise einstreichen können.

Unter dem Titel „Office War – Helping Germany have fun at work“ wurde die Kampagne rund um die Produktplatzierung der Marke "NERF" im Kultformat "Stromberg" in den Kategorien „Branded Content & Entertainment Lions“ und „Other Consumer Products (including Durable Goods)“ jeweils mit dem silbernen Löwen geehrt.

Das eingereichte Konzept wurde in enger Zusammenarbeit zwischen BRAINPOOL Artist & Content Services GmbH, dem Spielehersteller "Hasbro" sowie der Agentur MediaCom entwickelt. Die spielerische Integration der Produkte "NERF" in dem TV-Format wurde mit diversen, cross-medialen Maßnahmen während der TV-Ausstrahlung begleitet, wie zum Beispiel ein Facebook-Gewinnspiel, bei dem es die original Nerf-Blaster, die in der Serie verwendet wurden, zu gewinnen gab. Darüber hinaus konnten Fans ausgewählte Nerf-Blaster auch über den "Stromberg"-Shop auf myspass.de beziehen. Insgesamt hat die Kampagne einen enormen Social-Buzz erzeugt und zu spürbaren Mehrverkäufen geführt.

Damit konnte die Kampagne bislang drei renommierte Werbepreise verbuchen. Bereits im April gewann das Placement beim Festival of Media Global in Montreux in der Kategorie „Best targeted campaign“.

Mehr Informationen zum Festival of Creativity 2012 sowie weitere Gewinner [finden Sie hier](#).

[Über BRAINPOOL Artist & Content Services GmbH](#)

Die BRAINPOOL Artist & Content Services GmbH ist eine 100-prozentige Tochter der BRAINPOOL TV GmbH und unter anderem für die Auswertung und Vermarktung in den Bereichen Digital Media, Mobile, Telefonmehrwert-dienste, DVD, Merchandising/Lizenzen sowie Marketing- und Testimonial-Kooperationen zuständig. Außerdem betreibt sie das Label MySpaas und die dazugehörige Website MySpaas.de, auf der Comedy-Inhalte u.a. als Video on Demand in voller Länge und werbefinanziert angeboten werden.

