

WOK2

RICH MEDIA SOLUTIONS

DIGITAL ENTERTAINMENT & BUSINESS

WOK2 ist eine Entwicklungs- und Gestaltungsagentur für digitale Medien. Unser Leistungsspektrum umfasst sowohl die Entwicklung von anspruchsvollen Business-Tools als auch die Gestaltung und Produktion spielerischer Web-Inhalte.

Sie suchen eine Möglichkeit um sich vom multimedialen ‚Grundrauschen‘ der Konkurrenz abzuheben? Unser Team entwickelt den digitalen Baustein Ihres Cross-Media-Marketings. Ganz gleich ob es sich dabei um Werbung, Didaktik oder Marktanalyse handelt, wir liefern die maßgeschneiderte Lösung für Ihre Kommunikation:

- **Produkt-/Softwarevisualisierung**
- **Präsentationssoftware**
- **Corporate Design**
- **Multi-Platform Entertainment**
- **Ad-Game-Entwicklung**
- **Charakterdesign und -animation**
- **Illustration und Storyboards**
- **Webdesign und -entwicklung**

Kontakt

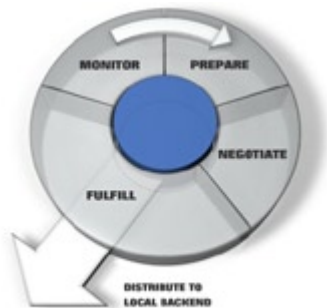
WOK2 GbR
Meersburgerstr. 37
68239 Mannheim

Tel. 0621.48249.14
Fax. 0621.48250.14
info@wok2.de
<http://www.wok2.de>

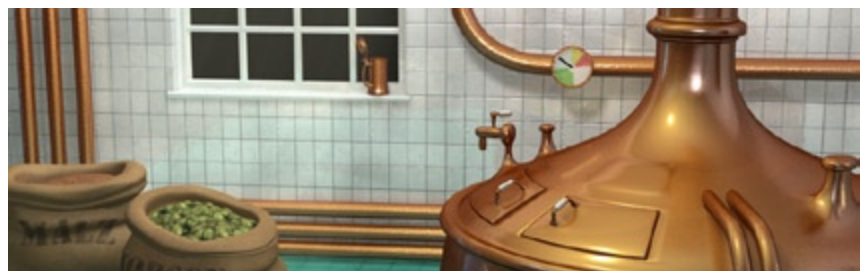
BUSINESS

Die digitalen Medien sind aus der modernen Kommunikation nicht mehr wegzudenken. Durch ihre Flexibilität, leichte Aktualisierbarkeit, vergleichsweise geringen Produktions- und Distributionskosten und die erreichbare direkte Kundenansprache ziehen die digitalen Medien, allen voran das allgegenwärtige Internet, zunehmend gleichauf mit den etablierten, klassischen Formen der Kommunikation und Werbung.

Gleich ob auf CD-ROM oder im Internet – Marken werden im interaktiven Dialog intensiver erlebt. Die schnelle, direkte und unmittelbare Kommunikation mit Ihren Kunden bietet unerreichte Möglichkeiten der Ansprache und sofortigen Response. Der Unternehmenskommunikation über die neuen Medien kommt eine entsprechend gewichtige Rolle zu, mit einer bloßen ‚Pflichtanwesenheit‘ in Form einiger statischer Seiten im Internet oder einem obsoleten Produktkatalog auf CD-ROM ist es nicht getan.



Die ‚multimediale‘ Darstellung von Marken und Produkten muss jedoch höchsten Ansprüchen genügen, technisch und gestalterisch gleichermaßen ansprechend und solide sein, um wirksam, nachhaltig und attraktiv zu sein. Denn mit der Medienerfahrung wächst auch die Anspruchshaltung der Nutzer. Erst die ausgereifte und visuell ansprechende Präsentation Ihrer Botschaften wird Werbeerinnerung oder Verständnis komplexer Inhalte bieten und Ihre Kommunikation um sinnvolle und effiziente Facetten erweitern.



BUSINESS

LEISTUNGSSPEKTRUM

Wir bieten keine Standardlösungen, sondern erarbeiten im Dialog mit Ihnen eine Auswahl von möglichen und sinnvollen Ansätzen, die von einer reinen grafischen Aufwertung vorhandener Medien bis zu komplexen, mehrteiligen Komplettlösungen reichen können. Unser hauptsächliches Anliegen ist es, unseren Kunden einen Mix von digitalen Medien maßzuschneidern, der einen nachvollziehbaren Mehrwert generiert.

Ihre Kommunikation in eine originelle Idee und ein überzeugendes Konzept zu verpacken und sie gemeinsam mit ansprechender Optik und zuverlässiger Technik zu realisieren, betrachten wir als unsere zentrale Aufgabe.

- **Unternehmens- und Produktpräsentationen**
- **Produkt- und Prozessvisualisierung in 2D und 3D**
- **Webdesign und -produktion**
- **3D Modeling und Animation**
- **Corporate Design**
- **Illustration und Storyboarding**



Grafisch bieten wir ein breites Spektrum an Gestaltungsmöglichkeiten, das von Handzeichnungen, über Vektorillustrationen und Bildbearbeitung bis hin zu komplexen 3D-Visualisierungen reicht – Stilmittel, die wir zur grafischen Umsetzung Ihrer Kommunikation in anspruchsvolle, zeitgemäße Gestaltung einsetzen.



Gerne übernehmen wir auch die technische und visuelle Umsetzung von Internet- und Intranetlösungen.

Hierbei kümmern wir uns ebenso selbstverständlich um ansprechende und ergonomische Gestaltung, wie wir auch für funktionale Navigation, unkompliziertes Contentmanagement, eine elegante Benutzerführung und einen vollständigen Online-Shop sorgen.

Die Bandbreite unserer Programmierleistungen basiert auf erprobten und robusten Technologien: HTML und PHP für „konventionelles“ Webdesign und Datenbankanbindung, Macromedia Flash, JAVA oder C++ bei komplexeren Aufgaben.



Sie haben konkrete Vorstellungen bezüglich eines digitalen ‚Bausteins‘ im Rahmen Ihrer Unternehmenskommunikation?

Oder Sie suchen, basierend auf Ihrer Marketingstrategie, nach einem geeigneten Partner um Ihre Kampagne mit einer Rich-Media-Applikation aufzuwerten? Wir beraten Sie gerne unverbindlich.

ENTERTAINMENT

So kurzweilig das Stöbern in Webseiten auch sein mag, es ist bei weitem nicht das erreichbare Höchstmaß an Interaktivität und Unterhaltung. Selten ist das Publikum so konzentriert und genießt es so sehr, Firmenlogos und Werbebotschaften wahrzunehmen, wie beim Lösen kniffliger Aufgaben oder bei aufregenden Multiplayer-Wettkämpfen. Spaß und Werbung sollten Hand in Hand gehen und Werbespiele ('Ad-Games') erreichen dies mühelos. Diese relativ neue Kommunikationsform erweitert das Marketing-Instrumentarium um eine interessante Komponente.

'Ad-Games' sind für den Nutzer üblicherweise kostenlose, kleine, leicht zu erlernende Spiele (meist im Web), die als Marketinginstrument eingesetzt werden, um Bekanntheitsgrad, Besucherzahlen und Kundenbindung des Werbenden zu steigern. Ad-Games transportieren marketingstrategische, oder auch didaktische Inhalte in einem originellen Umfeld mit hohem Unterhaltungs- und Wiedererkennungswert.

Gelegenheits- und 'Mittagspausenspieler' quer durch alle Alters-, Bildungs- und Berufsgruppen machen den überwältigenden Anteil der Ad-Games Nutzer aus, denn Ad-Games werden nicht nur von der etablierten Zielgruppe der computergewöhnten 'digitalen' Generation von Jugendlichen und jungen Erwachsenen gespielt: Der Anteil von weiblichen Nutzern und Spielern jenseits der 30 liegt bei insgesamt deutlich über 50%.

Was Sie von uns erwarten dürfen:

- Eine exakte Bedarfsanalyse. Spiele kommen nur dort zum Einsatz, wo sie sinnvoll sind und in einem Mix von (digitalen) Medien einen messbaren Mehrwert generieren.
- Die Konzeption von intelligenten und originellen marken- und produktspezifischen Marketinginstrumenten.
- Eine ansprechende ästhetische und grafische Umsetzung mit einer großen Bandbreite an Stilmitteln.
- Die technische Umsetzung, Programmierung und Integration in bestehende Komponenten.



Monokulç + Znørg

ENTERTAINMENT

WARUM SPIELE?

Werbung ist allgegenwärtig und nirgends erwünscht, allenfalls unterscheidet sich der Grad der Missbilligung. Einerseits ist der überwiegende Teil aller Medien nur durch Werbung finanzierbar, andererseits führt die ständige Präsenz von Werbebotschaften zu Ablehnung, Abstumpfung und immensen Streuverlusten bei kaum mess- und verifizierbarer Kontaktqualität und -quantität.

Im Gegensatz zu lästigen Bannern und aufdringlichen Pop-Ups werden Spiele von der Web-Community wohlwollend aufgenommen. Im Unterschied zu nahezu allen anderen Werbeformen sind Anzahl und Dauer der erzielten Kontakte verifizierbar und der Spieler nimmt die eingebetteten Werbebotschaften zumindest billigend in Kauf.

Über das Spiel beschäftigt sich der Spieler automatisch auch mit dem gezielt eingesetzten Werbeinhalt. Im günstigsten Fall wird die Werbebotschaft oder das Produkt zum zentralen Bestandteil des Spieles und der Nutzer bewegt sich stundenlang in diesem positiven Markenumfeld, statt eine Printanzeige zu überblättern oder einen Fernsehspot wegzuzappen.

- Spiele sind ein mächtiges und effektives Vehikel für Werbebotschaften
- Spiele und e-Toys bieten subtile Brandingmöglichkeiten und ein breites Spektrum an Distributionskanälen
- Spiele ermutigen den Nutzer durch Registrierung und Spielverhalten wertvolle und umfangreiche Marketingdaten zu liefern
- Spiele motivieren Kunden dazu, sich freiwillig und intensiv über einen längeren Zeitraum mit einer Marke zu beschäftigen
- Spiele schaffen ein positives Markenumfeld und verstärken die Identifikation mit einer Marke
- Spiele bieten dem Werbetreibenden eine kostengünstige Möglichkeit der direkten Kommunikation mit dem Verbraucher
- Spiele bleiben im Gedächtnis: Mit bis zu 80% ist die Erinnerung an Werbe- oder Brandingpartner von Ad-Games beeindruckend hoch. Auch Spieler, die nach eigenen Angaben Werbung in Ad-Games vollständig ignorieren, erinnern sich zu einem erstaunlich hohen Prozentsatz dann doch an die unauffällig und hocheffizient 'untergeschobene' Werbebotschaft.



Jingleballs - Weihnachtsspiel



Grub Gofer

Ein originelles und ansprechendes Spiel wird jede Kommunikation bereichern. Gleich ob es um ein paar Minuten Spaß, Werbung und Branding oder 'Infotainment' und Wissensvermittlung geht.

Online-Games generieren kostengünstig valide Adressen, steigern die Zugriffszahlen auf Ihre Webseiten, bewirken einen Imagegewinn durch das sympathische Umfeld, bieten eine hervorragende Kosten-Nutzen-Relation und einen im Vergleich zu anderen Werbeformen lang anhaltenden Werbeeffect.

ENTERTAINMENT

KONZEPT UND GESTALTUNG



Ein gutes Ad-Game nimmt Bezug auf den Kunden und/oder das beworbene Produkt, statt nur ein Logo in ein langweiliges Standardspiel einzublenden. Zwar sollte ein Werbespiel in kürzester Zeit und ohne Handbuchstudium spielbar sein, aber immer wieder jahrzehntealte Spielkonzepte zu reanimieren, verspricht wenig positive Resonanz. Unser Ziel bei der Konzeption einer Spielumgebung ist die Einbindung einer Werbebotschaft in ein maßgeschneidertes, immersives Spielprinzip, das den Kommunikationsbedarf des Kunden in ein originelles, fesselndes Erlebnis verpackt.

Die vollständige Neuentwicklung und Umsetzung eines Spielkonzeptes gewährleistet, dass es perfekt auf seinen Einsatz und die angestrebte Zielgruppe abgestimmt werden kann. Inhaltlich, konzeptionell und visuell fügt sich ein von Grund auf mit dem Kunden abgestimmtes Spiel nahtlos in den bestehenden Auftritt ein. Zentraler inhaltlicher und gestalterischer Bestandteil jedes Ad-Games sollte das Produkt oder die Marke des Auftraggebers sein, wobei Gestaltungsvorgaben und bestehende Corporate Designs selbstverständlich berücksichtigt und grafisch integriert werden.



CHARAKTERDESIGN UND -ANIMATION IN 2D UND 3D

Auch das innovativste und ambitionierteste Spielkonzept wird ohne originelle Darsteller nur mäßig erfolgreich sein.

Es sind die Charaktere, die eine Idee einzigartig und wiedererkennbar machen und ein Spiel aus der Masse herausheben. Deswegen investieren wir besonders viel Hingabe in die Gestaltung und Animation überzeugender Darsteller, um einem Konzept Leben einzuhauchen.

Dabei sind wir nicht wählerisch was die Werkzeuge angeht, egal ob 2D, 3D, Pixel oder Vektoren. Im Rahmen unseres Gesamtkonzeptes und bestehender Gestaltungsrichtlinien können von Hand gezeichnete Illustrationen ebenso zum Einsatz kommen, wie stilisierte Vektorzeichnungen oder aufwändige 3D Techniken.



ENTERTAINMENT

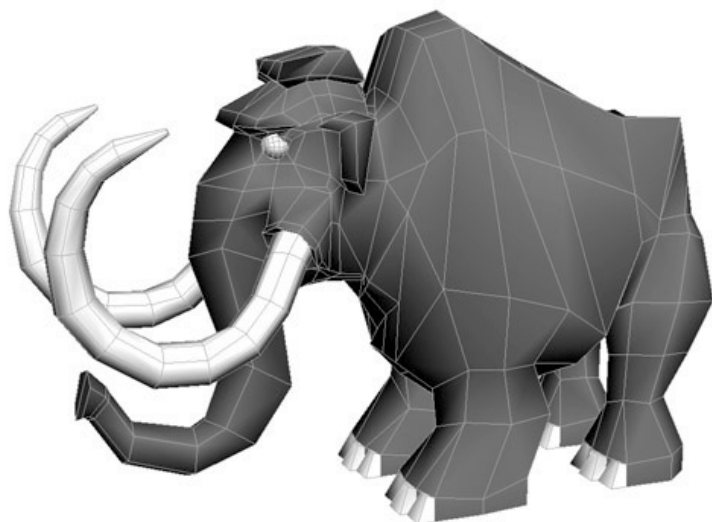
TECHNIK / PLATTFORMEN

Als Basis für Onlinespiele hat sich Macromedia Flash etabliert, da es ohne all zu großen Entwicklungsaufwand auch durchaus komplexe Spiele realisierbar macht und zudem mit einer weltweiten Userbase von 560 Mio. Anwendern bei einer Verfügbarkeit von mehr als 98% über eine imposante Marktpenetration verfügt. *(Quelle: <http://www.macromedia.com/software/flash/survey/>)*

Zudem lassen sich über spezielle Tools auch Vollbild-Versionen eines Spiels mit erheblich besserer Performance zum Download bereitstellen, die sich durchaus auch zu kommerziell verwertbaren Standalone-Titeln aufwerten lassen.

Flash erreicht nahezu alle Plattformen, das Browser-Plugin ist für Windows, MacOS und Linux ebenso verfügbar, wie für diverse PDAs, Set-Top Boxen und über den FlashLite Player auch für zahlreiche Handys.

Allerdings ist das Internet nicht der einzig nutzbare Kommunikationskanal: In JAVA oder C++ programmierte Varianten eines Spiels können auf Mobiltelefonen und PDAs eingesetzt werden, für Messeterminals oder CD-ROM lassen sich offline-Versionen erstellen und SUSHI - unsere Multiplayer / Multiuser Serversoftware - ermöglicht Interaktion und Kommunikation zwischen allen Plattformen.



ENTERTAINMENT

FAZIT - KOSTEN UND NUTZEN

Effizienz und Kontaktqualität: Abwechslung erhöht die Aufmerksamkeit, mediale Kontaktvariation steigert die Wahrnehmung und Mehrfachkontakte steigern die Erinnerung. Ad-Games ergänzen den Mediamix um ein hochinteressantes Medium, das z.B. im Vergleich zu TV Spots überproportionale Zuwächse der Werbeerinnerung schafft: Ad-Game +60% – TV +18%

Akzeptanz: Die Werbeform 'Ad-Games' schafft den Sprung zwischen die Werbeformen Print- und TV-Werbung, die anders als Ad-Games äußerst aufwändig und kostenintensiv sind.

Die Spieler glauben, sie könnten der Werbebotschaft bzw. dem Branding aus dem Weg gehen, de facto gelingt ihnen dies allerdings nicht. Negative Begleiterscheinungen der Werbung in anderen typischen Werbemedien, vor allem sind das Fernsehen und Banner oder Pop-Ups im Internet zu nennen, kommen bei Werbespielen nicht zum Tragen: Das 'Werbeleid' wird minimiert, die Wirkung des Brandingpartners und damit die Awareness und Akzeptanz optimiert.

Reichweiten: Ad-Games haben alle Kennzeichen eines Massenmediums: Sie besitzen eine enorme Reichweite, transportieren nach der Rezeption kommunizierte Botschaften, richten sich an eine potenziell unbegrenzt große, weltweite Öffentlichkeit und erreichen ein Publikum, das alle Alters-, Bildungs- und Berufsgruppen umspannt.

Nachhaltigkeit: Kontaktfrequenz und Verweildauer der Nutzer lassen sich bei einem Minimum an Kosten und Aufwand noch zusätzlich steigern, wenn das ursprüngliche Spiel nach und nach um weitere Features erweitert wird. Zusätzliche Spielstufen (Levels) und -erweiterungen (Mods), Spielmodi, Charaktermodelle, Landkarten etc. sorgen für nahezu endlos ausdehnbare Haltbarkeit der Attraktivität eines Ad-Games, zumal den technischen Möglichkeiten im Internet durch Hardwareunterstützung, Downloadvolumen und Bandbreiten relativ enge Grenzen gesetzt sind und Ad-Games dadurch dem technischen Innovationszyklus von 'vollwertigen' Computerspielen nur in sehr geringem Maße unterworfen sind.



DiabetesWorld - Kantineispiel



SAT1 - Genial Daneben

Kosten: Die Bandbreite an spielerischen Möglichkeiten in einem Werbespiel ist sehr groß: Vom simplen Minispiel bis zur umfangreichen, grafisch aufwändigen Multiplayer-Welt samt Chat, Highscores und Online-Liga ist alles möglich und auch mit kleinen Budgets lassen sich innovative, motivierende Spielideen umsetzen. Auch bei der grafischen Umsetzung bieten sich vom voll animierten 3D-Charakter bis zur skizzenhaften Illustration Skalierungsmöglichkeiten für jedes Marketingbudget.

Ein gutes Ad-Game kann so zum kostengünstigen, nachhaltigen Selbstläufer werden, der bei Produktionskosten, die den Gestaltungs- und Schaltungskosten einer einzigen Printanzeige entsprechen, diese in Reichweite, Kontaktquantität und -qualität, Sympathiewerten und Effizienz bei weitem übertrifft.