

It's all about U: Ministry Group bringt uRage mit Marken-, Website- und Social-Media-Relaunch auf das nächste Level

Hamburg, 08. Dezember 2020 – Die Hamburger Ministry Group hat sich den Branding und Digital-Etat von uRage, der eigenständigen Gaming-Marke von Hama, gesichert. Das interdisziplinäre Team der Agenturgruppe verantwortet sowohl die Entwicklung des neuen Markenauftritts von uRage als auch die neue Website inklusive neuem Online-Shop und Blog. Die Hamburger betreuen außerdem den Social-Media-Etat.

Im vergangenen Jahr hat die Agenturgruppe die Marke uRage gemeinsam mit dem Kunden vollständig neu entwickelt. Aus dem ursprünglich funktionalen, technischen Markenkern, der auf den Produkten basierte – hochwertiges Gaming-Zubehör für den PC – wurde eine zielgruppenorientierte Ausrichtung auf die Nutzer. Unter dem Motto “It’s all about U” stellt uRage die Spieler in den Mittelpunkt und hilft ihnen dabei, kontinuierlich besser zu werden.

Neben der strategischen Markenarbeit verantwortet das crossfunktionale Team der Ministry Group auch den Relaunch der Website, die bereits seit Mitte Oktober online ist. Dazu gehörte sowohl die inhaltliche Konzeption als auch das UX-/UI-Design, die Frontend-Entwicklung sowie die Content-Erstellung für Website, Online-Shop und Blog. Mit dem neuen Shop baut uRage den digitalen Direktvertrieb auf, denn darüber können die Kunden erstmals alle Produkte direkt bei uRage online bestellen. Auf dem Blog erfährt die Community mehr über die Stories hinter den Produkten, nützliche Hacks und Gaming-News.

Auf Basis des Living Styleguide, der die Positionierung und den Markenauftritt zusammenfasst, hat die Agenturgruppe eine Content-Strategie entwickelt, die die uRage Markenwelt auf allen Kanälen zum Leben erweckt. Auch die Social-Media-Profile auf Instagram, Facebook und YouTube wurden angepasst. Der Content richtet sich jetzt noch besser nach den Bedürfnissen der Spieler und beinhaltet auch Servicethemen. Neue Formate sollen zum Mitmachen anregen.

Level up! für die Gamer-Marke

“Mit der Investition in unsere Marke, in unseren Social-Media-Content und in einen eigenen Webshop rücken wir noch näher an unsere Kunden. Damit kommen wir unserem Ziel, die Gaming-Marke zu werden, die am meisten auf die Spieler fokussiert ist, ein großes Stück näher”, so David Scheidl, Product Portfolio Manager bei uRage.

Mit dem neuen Auftritt grenzt sich uRage nicht nur von der Konkurrenz ab, sondern lädt die Marke auch emotional auf und setzt sie in einen sportlichen Kontext. Dieser Bezug ist sowohl visuell, in der Tonalität als auch in der Themenauswahl zu erkennen. "Der sportliche Fokus ist eine selbstverständliche Reaktion auf den Markt: Gaming hat sich zu einer ernstzunehmenden Sportart entwickelt. Dafür braucht es hochwertige Sportgeräte, die genau zu den Spielern und ihren individuellen Bedürfnissen passen. Und die liefert uRage", erklärt Marco Luschnat, Inhaber der Ministry Group.

Über die Ministry Group

Die inhabergeführte Ministry Group schafft Synergien zwischen Technik, Kommunikation und Organisationsentwicklung. An einem Standort arbeitet das interdisziplinäre Team aus Beratung, Werbung, Social Media und PR sowie Digital eng zusammen und bietet so Lösungen entlang der gesamten Kundenkontaktkette an. Zur Gruppe gehören die Werbeagentur zwhy, das Softwarehaus Napsys, die Social Media- und PR-Agentur AntTrail sowie die Film- und Postproduktion 6ftRabbit. Mit dem Ministry of Worklife haben die New-Work-Experten ein Netzwerk von Unternehmern und Führungskräften ins Leben gerufen. Ziel ist ein lebendiger Austausch zu neuen, individuellen Wegen und Möglichkeiten, um eine Organisation zu führen. Kunden wie Procter & Gamble, Berliner Stadtreinigung, Nikon, XING oder die Bundesagentur für Arbeit vertrauen der Ministry Group seit Jahren. <http://www.ministrygroup.de>

**Pressekontakt: Sabine Freundt / Tel.: 040- 688 920 860 /
Mail: presse@ministrygroup.de**