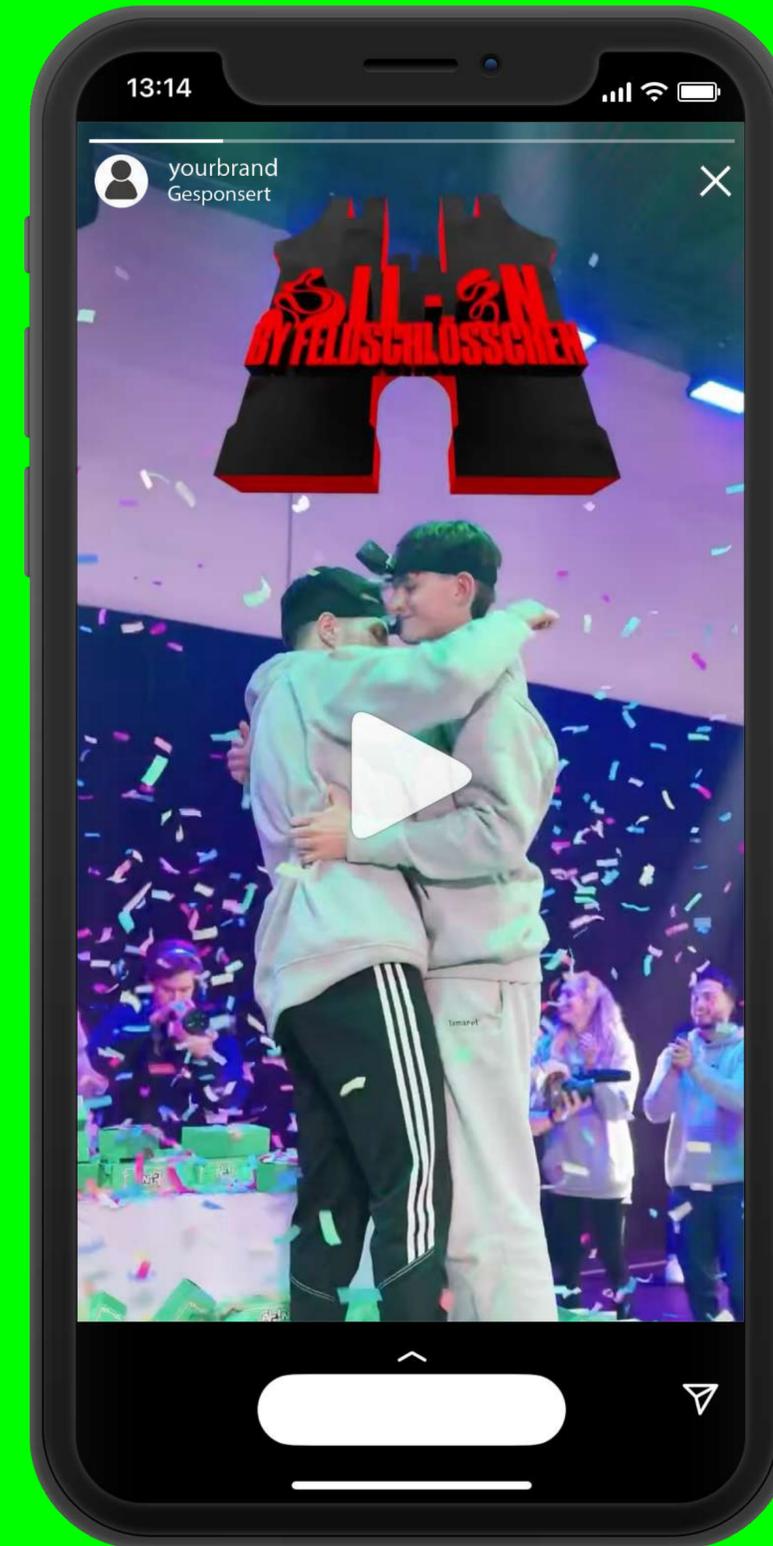
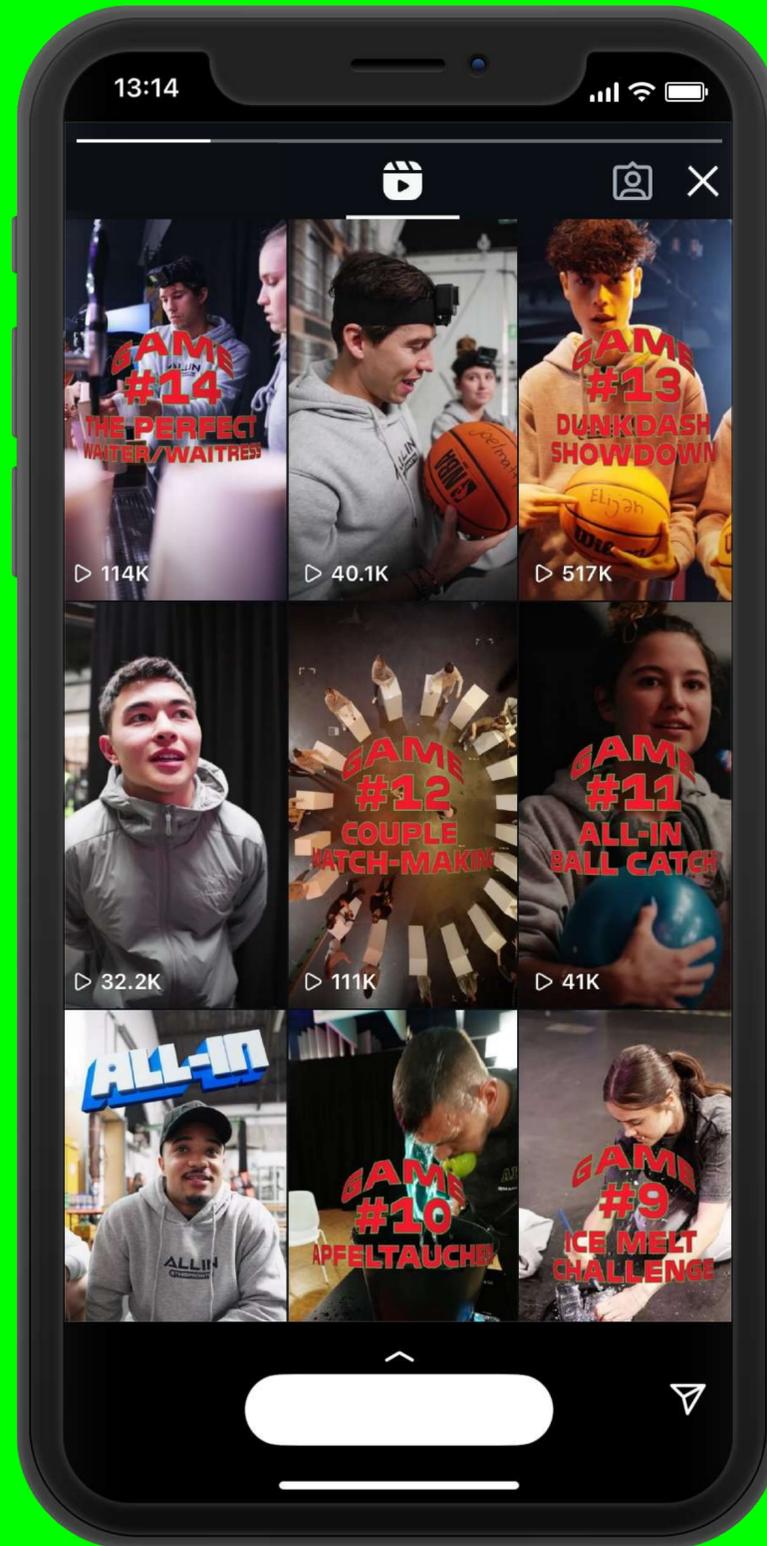
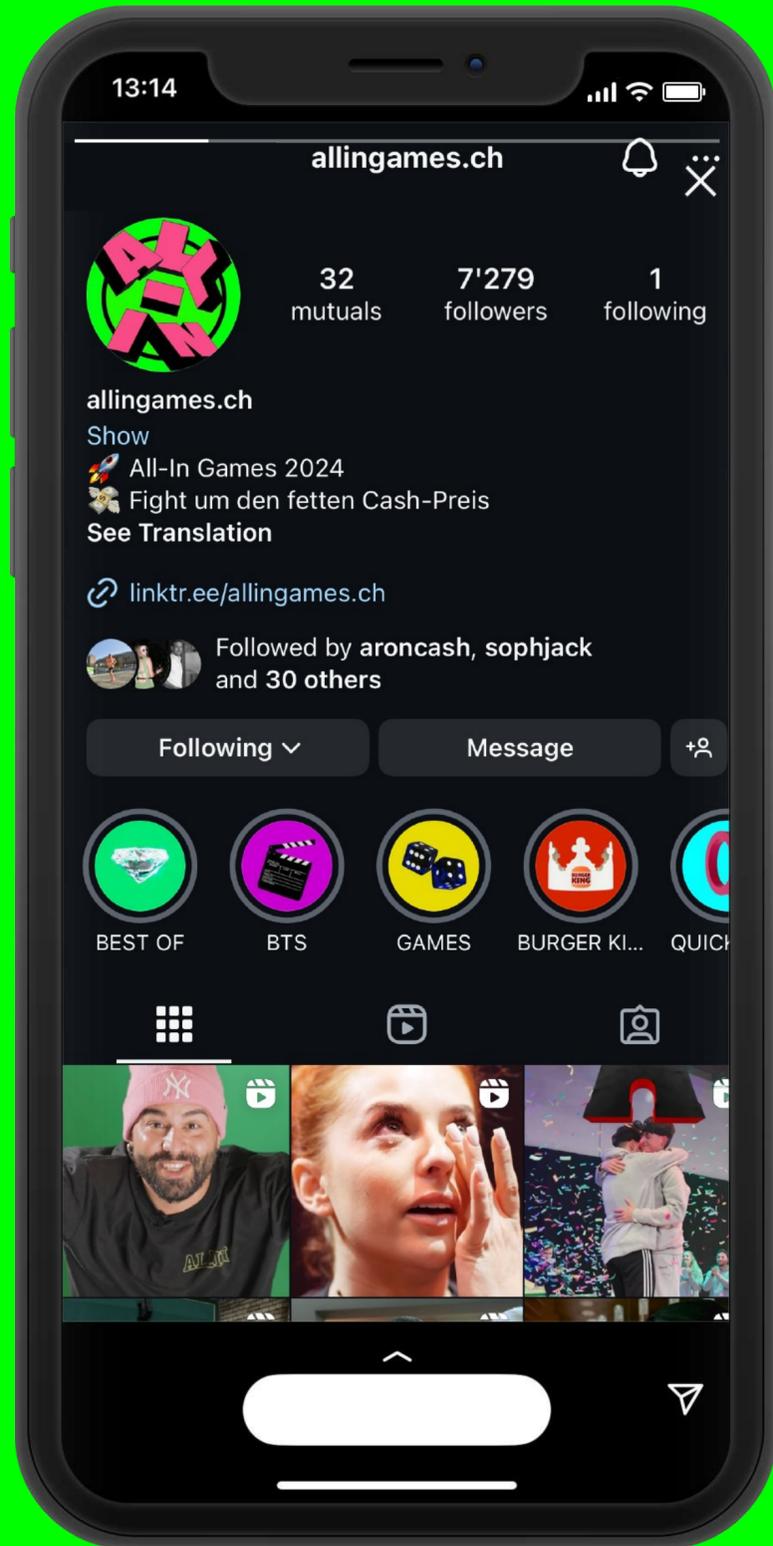


ALLGON

GAMES



01 KONZEPT



INSTAGRAM
TIKTOK

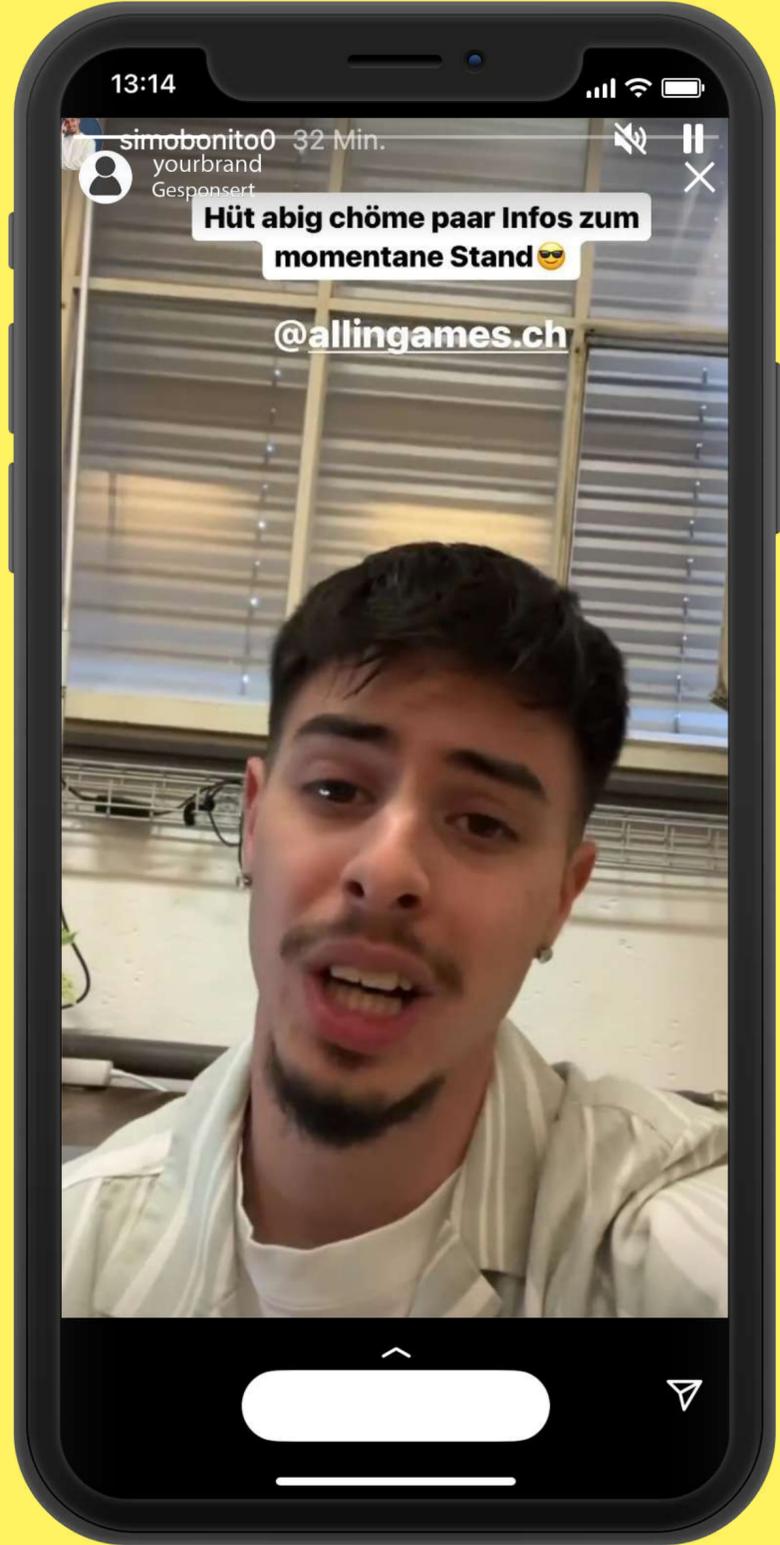
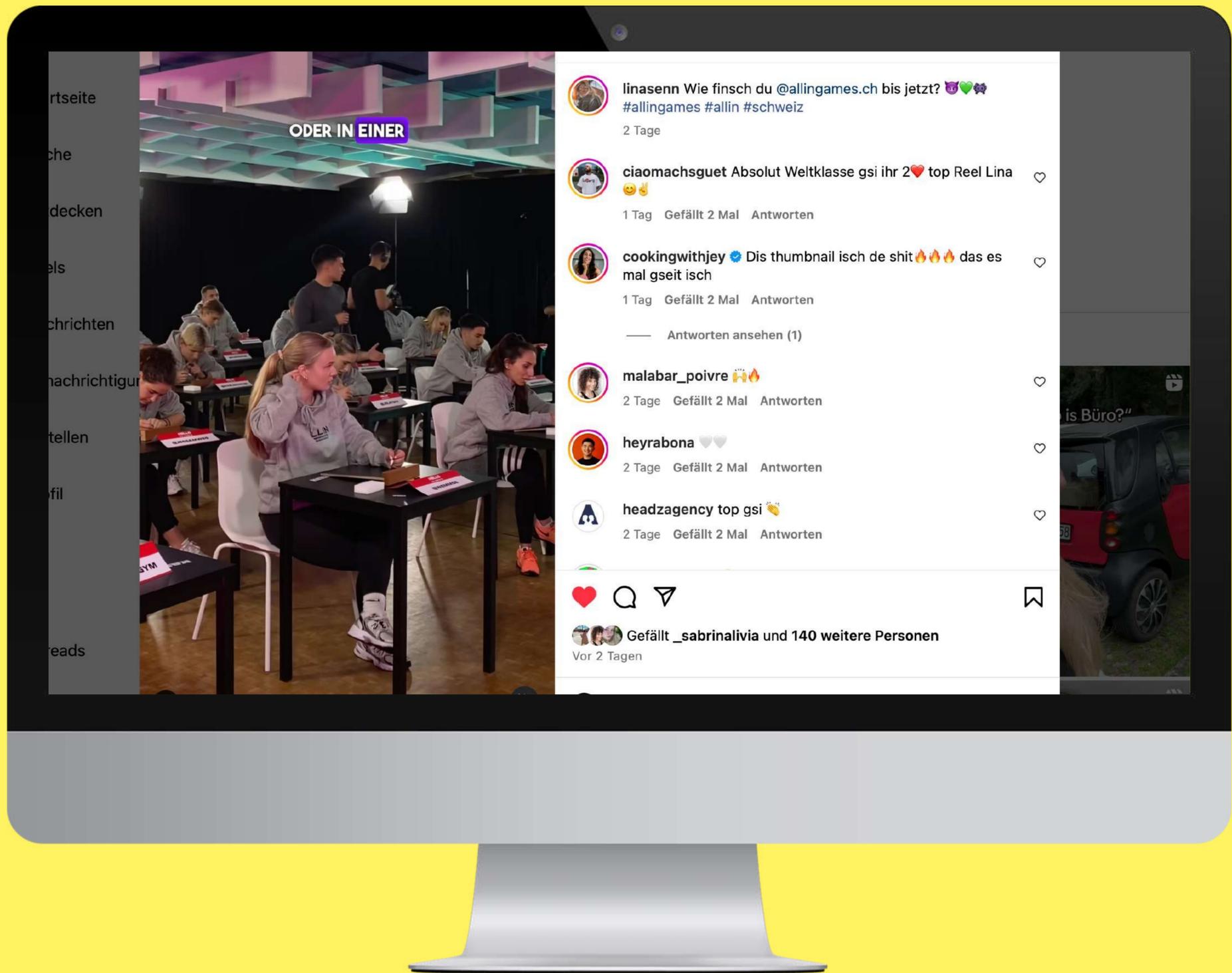


FORMAT

Die All-In Games, ein **Unterhaltungsformat von G&I und Goldbach Manufaktur**, sind gezielt für ein **junges Publikum** konzipiert. Seit 2024 die **einzigste jährlich stattfindende Social Media Show in der Schweiz**. Nach einer erfolgreichen Premiere gehen wir 2025 in die nächste Runde. 30 Creators treten in 29 Gamerunden gegeneinander an, und am Ende geht nur **ein Creator mit dem Cash-Preis nach Hause**.

- Live-Event und Game-Modus inszeniert an einer Location (2-3 Tage)
- Ausstrahlung ausschliesslich auf Social Media
- Content vor, während und nach dem Event
- 1 stringente Story und zielgruppengerechte Content-Strategie

GOLDBACH
x
gruber & ianeselli



STATUS CHECK

- Die Idee ist frisch und mutig, Konzept & Strategie überzeugen
- Frischer und auffallender Style
- Sympathischer Einsatz von Branding «Werbung» für Marken
- Grosse und positive Resonanz, Format ist in der Branche aufgefallen
- Trifft Zeitnerv und ist neu und einzigartig
- Creators tragen die Marke «All-In Games» mit
- Begeistert Teilnehmer:innen und Zuschauer:innen = Hoher Zielgruppenfit

ZIELGRUPPE

ZIELGRUPPE



ATTRAKTIVITÄT

Die Gen Z und die Gen Y machen heute (2024) rund die **Hälfte der Schweizer Arbeitskräfte** aus. 2022 überholten die Millennials (35,8 %) die Generation X (35,7 %) und wurden die am stärksten vertretene Generation unter der Erwerbsbevölkerung. Sie sind **Zahlungskräftig, aktiv und somit attraktiv für Marken und Produkte.**

STATUS CHECK

Die durchschnittliche Person, die die All-in Games 2024 gesehen hat, ist **25-34 Jahre alt, weiblich (2/3)** und kommt aus der Schweiz. Die demografischen Ziele für die Schweiz wurden erreicht und wir konnten eine starke Präsenz bei sowohl Generation Z als auch Generation Y erzielen.

Wir **entwickeln uns kanalgerecht** und basierend auf dem **Zielgruppenverhalten** weiter, sowie unter anderem verstärkt die Gen Z zu erreichen, und präsentieren daher die **neuen Features** für die All-in Games 2025.

**NEU 2025: AUF YOUTUBE &
FRISCHER TIKTOK STRATEGIE**

02 KANALSTRATEGIE

KANAL & ASSETS



HOST(S)



- Teaser-Posts der Games
- Behind-the-Scenes, Best ofs
- Engagement, Raffles, Umfragen
- Stories für Live-Updates
- Cross-Promotion Kanäle
- Collabs mit Creators

Reels 20 Sek-2 Minuten

- Kurzform-Content der Games
- Kreative Stunts, Challenges
- Virale Trends, Memes
- Channel Takeover Creators
- Live Streaming BTS on site
- Cross-Promotion Kanäle

Videos 20 Sek-2 Minuten

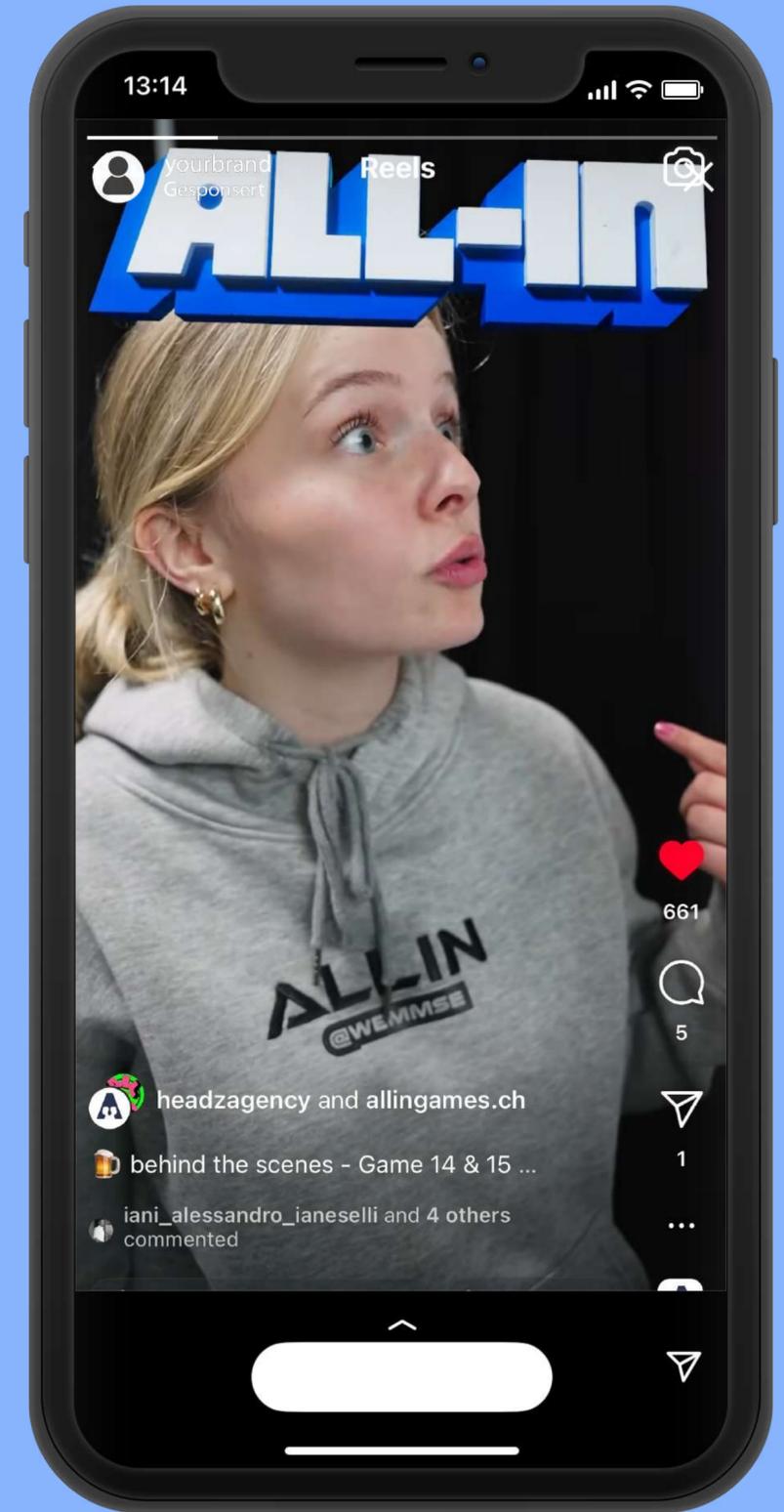
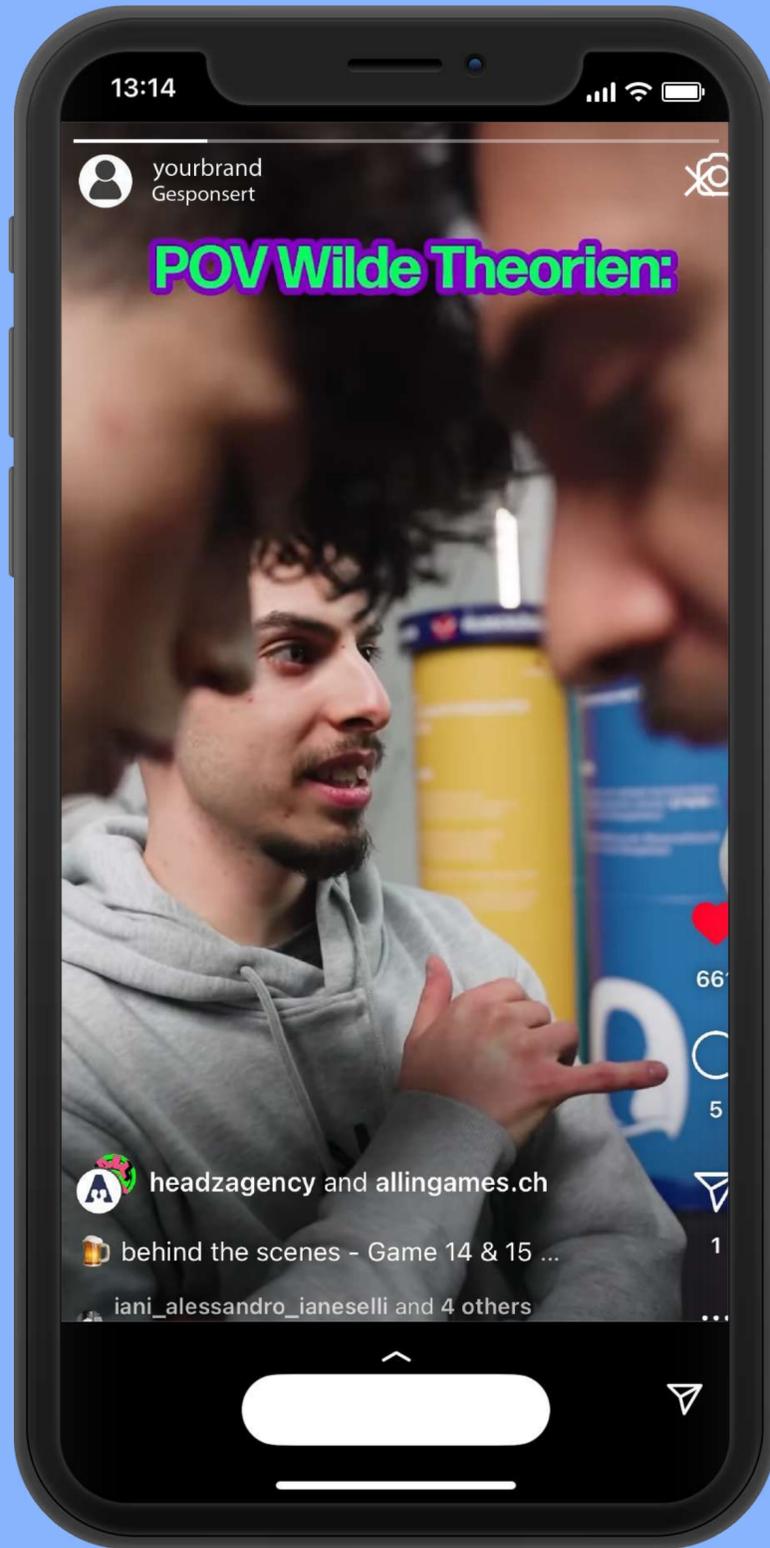
- Umfassender Kanal
- Game Clips 1-29
- Shorts: IG & TikTok Clips
- Best of overall
- Community Aufbau

Game-Clips 3-6 Minuten

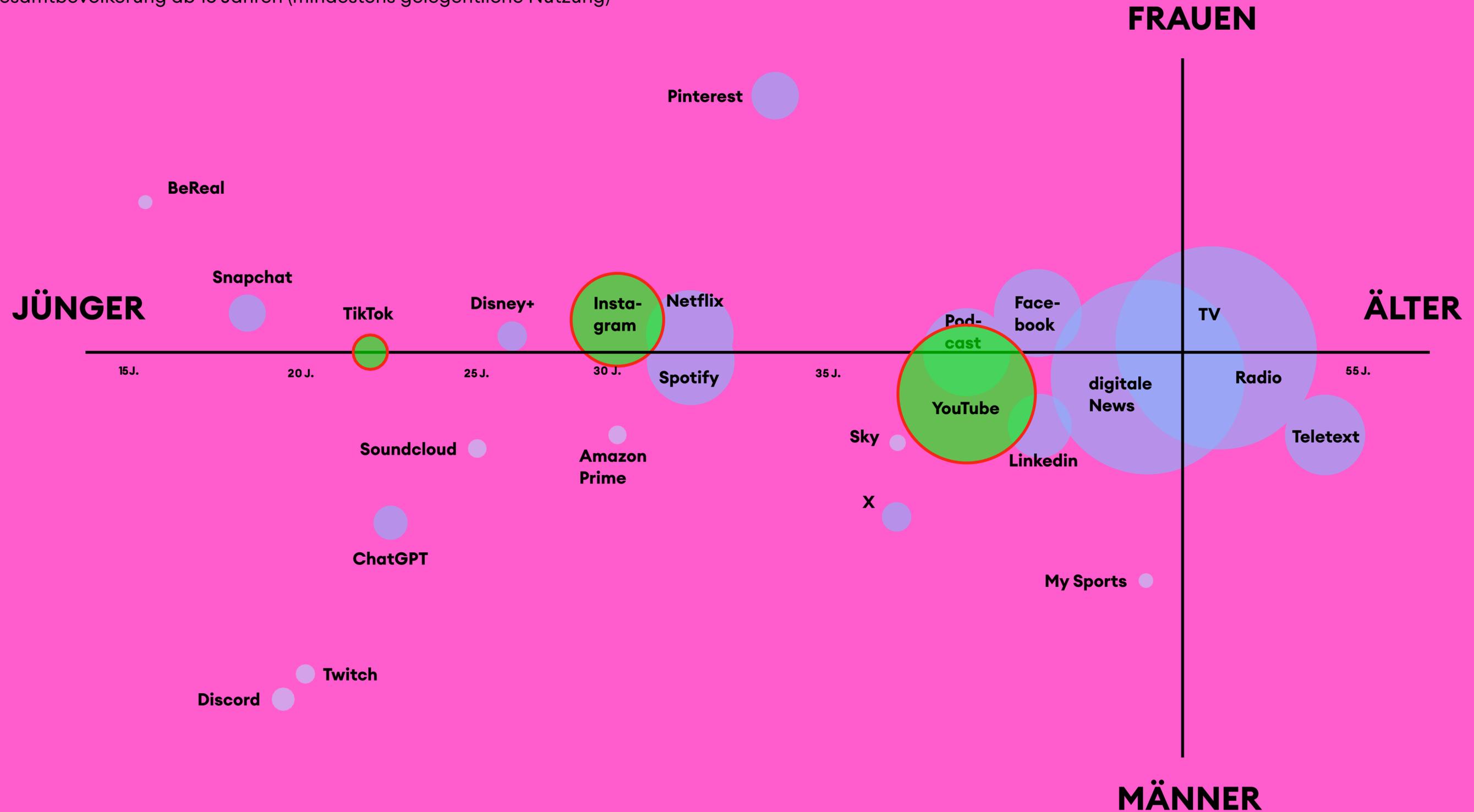
STRATEGIE

Parameter bezüglich Kanalstrategie und Assets 2025:

- Weniger Hochglanz und mehr Authentizität
- Content Pieces konsolidieren
- Jeder Kanal das Seine, kanalgerechte Assets produzieren und gezielt ausspielen
- YouTube als Hauptcontent-Plattform für Game Clips (längere Inhalte)
- Instagram/TikTok für Kurzformate wie Teaser, BTS und flankierenden Content
- Instagram und TikTok Kommunikation geführt von Host(s)
- Channel Takeover und Live Streaming BTS für TikTok (näher dran sein)
- Proaktives und unterhaltsames Community Management
- Publizierung mind. 4 Wochen



Positionierung ausgewählter Medien, Plattformen & Trend-Themen 2023
 Gesamtbevölkerung ab 15 Jahren (mindestens gelegentliche Nutzung)



Quelle: IGEM-Digimonitor 2023, Bevölkerung ab 15 Jahren in Schweiz (6.8 Mio. Personen), n=2'087. Grösse der Kreise entspricht dem weitesten Nutzerkreis bei Gesamtbevölkerung; x-Achse: Durchschnittsalter der Nutzer, a Alter Gesamtbevölkerung = 50 Jahre (Median); y-Achse: Frauenanteil an allen Nutzern.

UNSERE USPS

- Wir sind die Ersten und Einzigen
- Entertainmentbranche lechzt nach neuen Formaten, wir haben eins
- Content ist King und Authentizität sowieso
- Wir holen die Zielgruppe dort ab, wo sie sind
- Access zur jungen Zielgruppe, Markenerlebnis schaffen
- Simple Story für Brands zum Mitmachen, eigene kreieren, Potential ausschöpfen
- Starke Sichtbarkeit, hoher Content- und Werbedruck
- Starkes Engagement der Creators
- Digitale Social Media Power
- Talking Piece in der Community und Branche

03 KPIs

REICHWEITE

Die All-In Games zeigten **starke Ergebnisse auf beiden Plattformen.** **Instagram** generierte die meisten Impressionen und **erzielte beeindruckende KPIs (4 Mio.)** mit hohem **organischem Reach.** Durch die Anpassung der TikTok-Strategie erwarten wir eine verstärkte Reichweite für 2025.

Das **Engagement der Content Creators** brachte fast **450k Interaktionen** zusätzlich und eine **hohe Anzahl an Impressionen (16 Mio.)** Beide Plattformen haben erfolgreicher Reach in unserer Zielgruppe aufgebaut und legen einen soliden Grundstein für die kommende Kampagne.

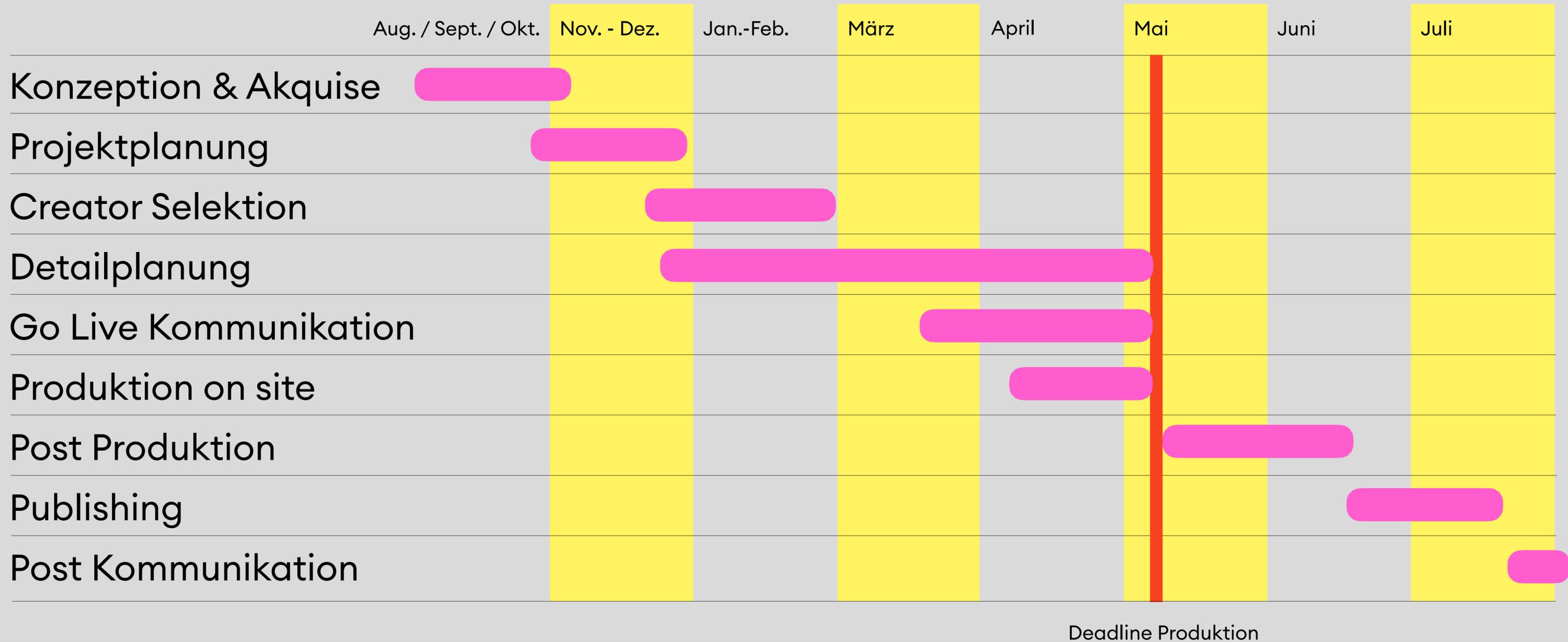
Weitere **20 Millionen Reach** und somit verstärkte Sichtbarkeit für Marken gewährleisten wir durch **Medialeistung**, inbegriffen in Partner Packages oder als Add On.

KPIS 2025

30 CREATORS

04 TIMING

TIMELINE



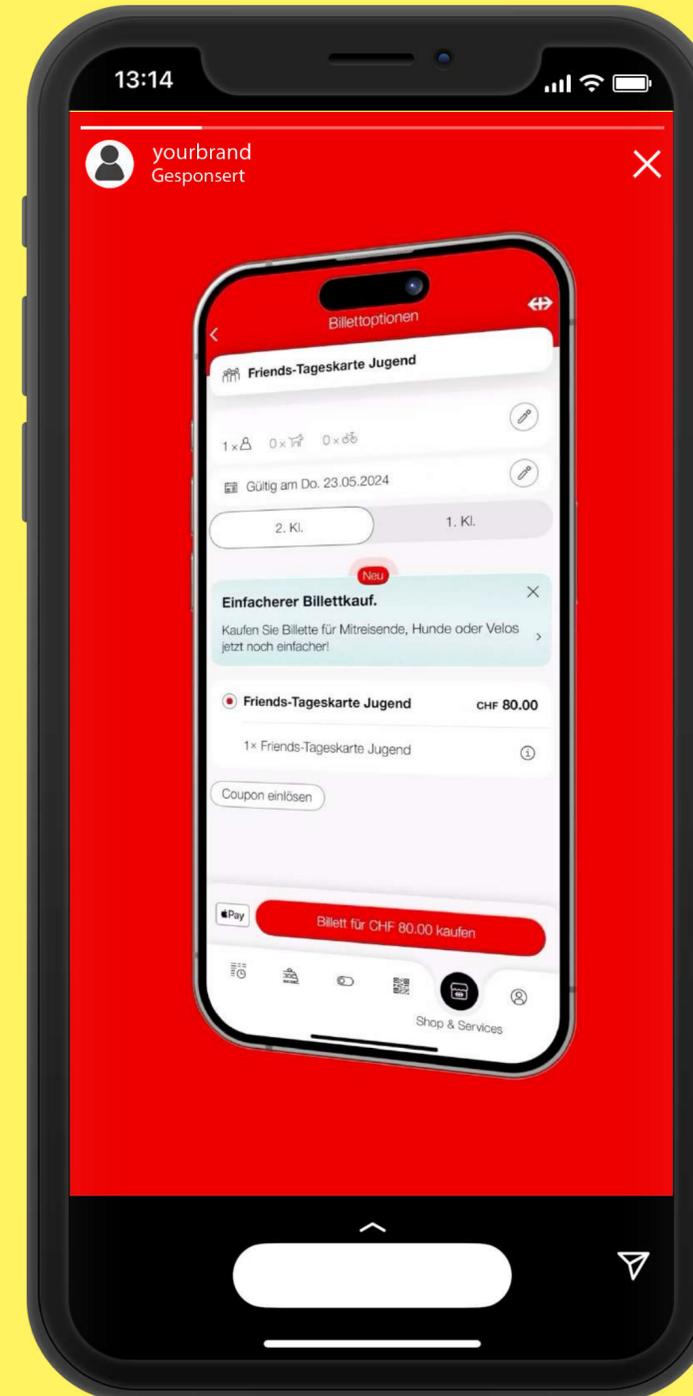
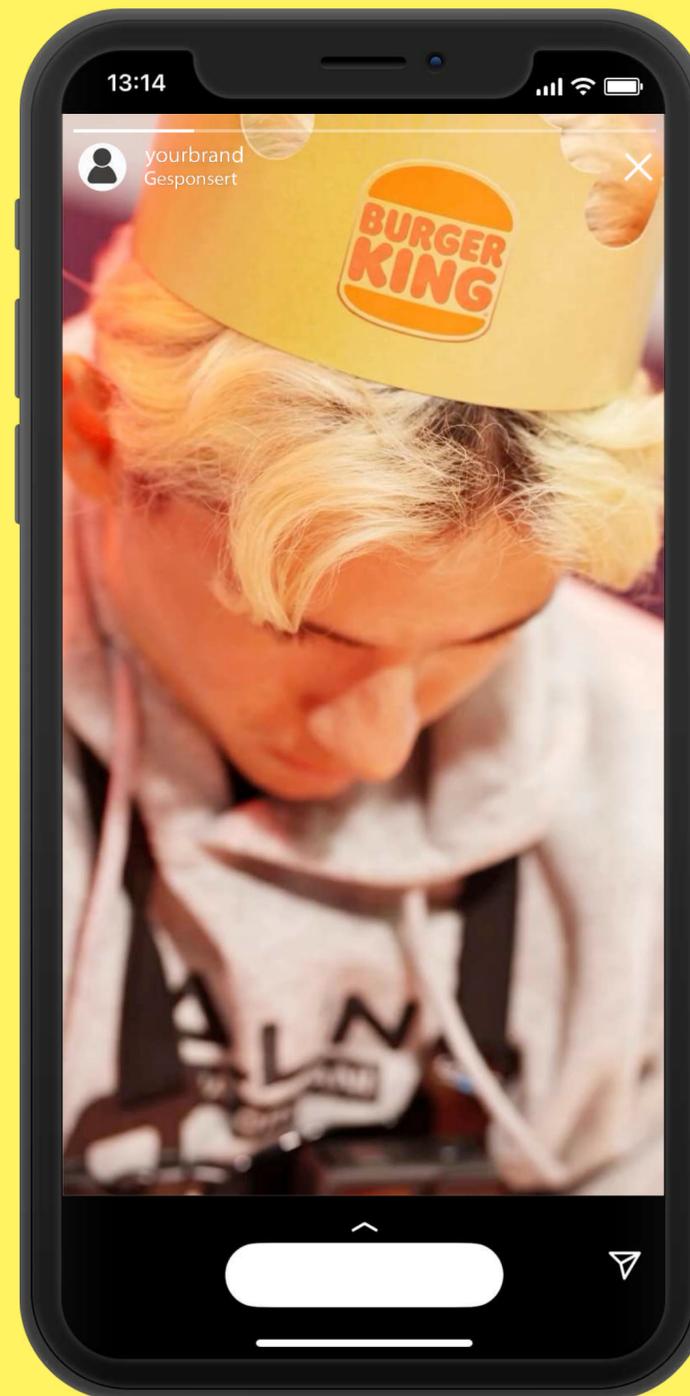
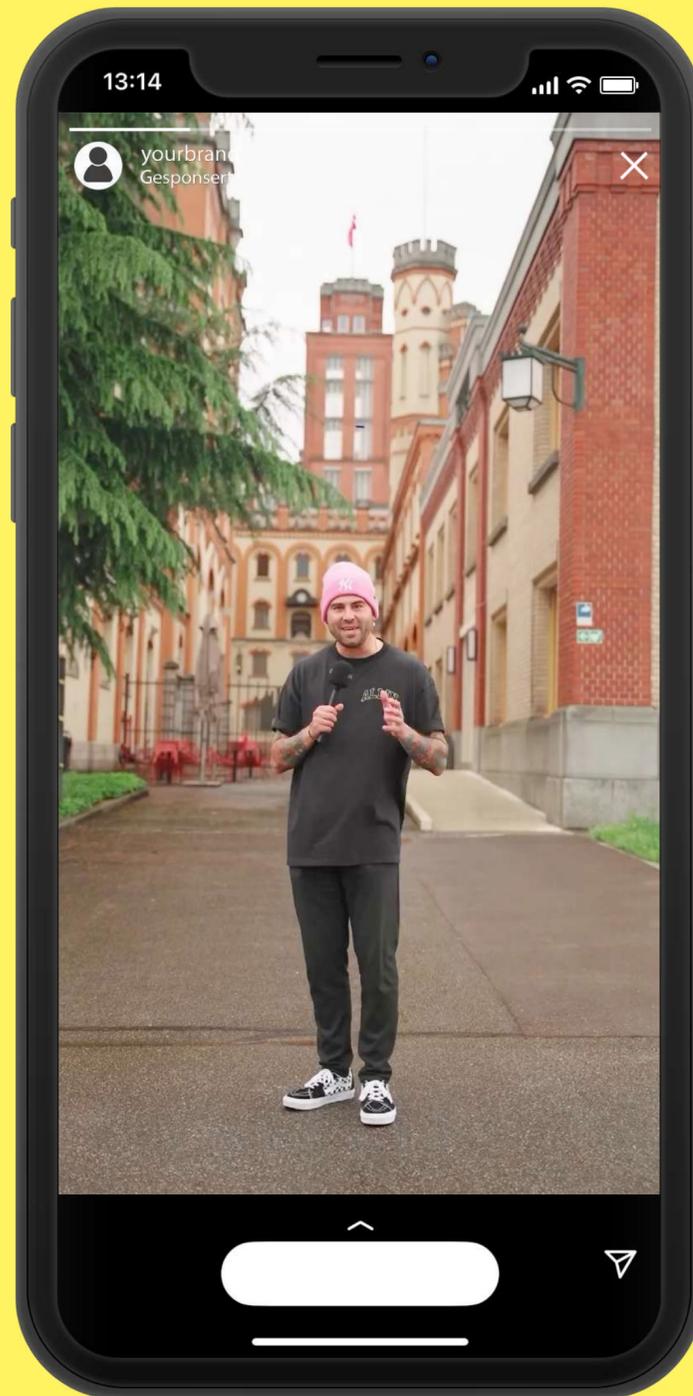
05 PARTNER PACKAGES

INTEGRATION

Unsere Partner sind von entscheidender Bedeutung. Ohne sie kein All-In!

Durch sorgfältige **visuelle Präsenz, frische Integration von Marke und Produkte integrieren wir sie smart.** Dabei bleibt **Authentizität King** – keine langweilige Werbeshow, sondern subtil und stylisch. Ganz nach dem Vibe unserer Zielgruppe. Es gibt der feste Bestandteile einer Game-Integration sowie zusätzlich massgeschneiderten Inhalt:

- Game Integration
- Partner Content Piece (Branding/Produktepromotion)
- Produkte Platzierung
- Add Ons, wie vor Ort selbst Content produzieren, Collabs mit Creators, eigenes Content Format, live bzw. digitale Integration des Produkts oder der Marke



PACKAGE SUPPORTER

LEISTUNG

CHF

BETRAG

SUPPORTER

Logo Integration auf Stufe Supporter

Integration auf All-In Website unter der Rubrik Partner

LEISTUNGEN

Kreation All-In X Dein Brand-Logo

Kreation 2-3 3D Markenelemente für die eigenen Clips (1x Karte, 1-2 weitere Elemente); eigene Nutzung im Zusammenhang mit All-In Games

1 Sponsoring/Partner Post auf SoMe Kanälen, grafisch gestaltet und auf All-In Branding adaptiert

1 individuelle Spielrunde, die wir für dich konzipieren, planen und entsprechend im Game realisieren

Logopräsenz 1 Teaser und/oder Promo Clip

Logopräsenz in 29 Game Clips

Logopräsenz in 1 Best of Clip

12h Kreation, Konzeption, Beratung G&I für Brandingelemente und Game Konzept

NUTZUNGSRECHTE

Nutzungsrecht des All-In Games-Logo für die Laufzeit März-Juli 2025

Nutzungsrecht Clip der eigenen Gamerunde für die Laufzeit März-Juli 2025

PARTNER PACKAGE SUPPORTER

CHF

100'000.00

ZUSATZ

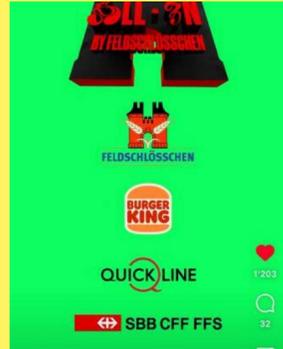
1 Workshop 1/2 Tag mit G&I für Markenverständnis sowie Ideensession für Content Integration und/oder wie Partnerschaft gelebt werden kann (bei Abschluss 50%)

CHF

5'000.00

Media Leistung abhängig anhand zu erzielenden KPIS und vorhandenem Budget

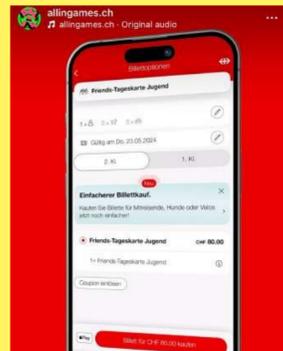
BRAND INTEGRATION



- Logopräsenz in 29 Clips im Abspann (SoMe)
- Logopräsenz in Teaser Clips und Best of



- Kreation 2-3 Markenelemente (SoMe)
- 1x Karte und 1-2 individuelle 3D Elemente (SoMe)



- 1 Partner/Sponsoring Post (SoMe)



- 1x individuelle Spielrunde



- Kreation All-In X Dein Logo
- Integration auf Website unter Partner

FRAGEN?

THANK YOU

THAT'S ALL FOLKS

Gruber & Ianeselli AG
Albisriederstrasse 253 | Yond
8047 Zürich | Switzerland
gruberianeselli.ch

Goldbach Manufaktur AG
Seestrasse 39
8700 Küsnacht | Switzerland
www.goldbach.com

