

## **IAB en NLGD organiseren Brands and Games Summit 2009 over de rol van games in marketingstrategie.**

*Keynote David Edery (XBOX/Microsoft, VS): auteur van "Changing the Game: How Video Games Are Transforming the Future of Business".*

AMSTERDAM, 27 januari 2009 – Interactive Advertising Bureau Nederland en Stichting NLGD kondigen vandaag aan dat zij op 10 maart 2009 voor de tweede keer het game advertising en advergaming event van Nederland organiseren: de Brands and Games Summit 2009 in het Louis Hartlooper Complex te Utrecht. Voortbouwend op het succes van 2008 staan naast de keynote spreker twee onderwerpen centraal: cases (gepresenteerd door adverteerders met hun gamepartner) en netwerken (ondersteund door speed dating sessies).

Keynote spreker David Edery is wereldwijd verantwoordelijk voor het portfolio aan games te spelen via Xbox Live Arcade. Hij is auteur van het boek *"Changing the Game: How Video Games Are Transforming the Future of Business"*. David gaat in op zowel de fundamentele veranderingen die games teweeg brengen in de samenleving als de praktische kansen voor merken en organisaties.

Game ontwikkelaar Little Chicken heeft het mede mogelijk gemaakt om David Edery voor dit evenement naar Nederland te halen. Michiel Sala, Directeur van Little Chicken: *"De lezing van David op de GDC afgelopen jaar was voor mij een eye-opener. Marketeers zijn veelal op zoek naar juiste wegen om gaming in te zetten. De lezing van David lijkt me een zeer goed vertrekpunt"*.

De Brands and Games Summit 2009 biedt tracks met praktische cases gepresenteerd door merken met hun gamepartner samen. Er worden drie type cases gepresenteerd: games als onderdeel van

- De marketingstrategie (communicatiethema en gamers als doelgroep)
- Het creatieve campagneconcept (de inzet van game merken of advergaming)
- De mediamix (adverteren in of rondom games).

Dagvoorzitter Peter Warman, directeur van Newzoo.com en voorzitter van de IAB Taskforce Game Advertising: *"Vorig jaar was een succes, mede omdat er meer echte merken op Brands and Games afkwamen dan op menig grootschaliger marketingevent."*

Brands and Games Summit 2009 is mede tot standgekomen door de bijdragen van Gamepoint (o.a. spelpunt.nl), SpilGames (o.a. spelletjes.nl), Tibaco (o.a. funnygames.nl), IlseMedia (o.a. startgames.nl), LittleChicken (littlechicken.nl) en game publisher Codemasters (codemasters.nl). Het definitieve programma wordt uiterlijk 10 februari bekend gemaakt.

### *Contact*

NLGD, Alessandra van Otterlo, +31 (0)6 12426884, [alessandra@nlgd.nl](mailto:alessandra@nlgd.nl)

IAB, Peter Warman, +31 (0)6 15855037, [gamevertising@iab.nl](mailto:gamevertising@iab.nl)

Voor meer informatie over het evenement en tickets: [www.brandsandgames.org](http://www.brandsandgames.org).

### *Over Stichting NLGD*

De Stichting NLGD is een Europees interdisciplinair platform, de Europese hub voor synergie, visie en inspiratie binnen de game-industrie. De hoofddoelstelling van de Stichting NLGD is het stimuleren en internationaal positioneren van de Nederlandse game-industrie. Om dit te bewerkstelligen, biedt de Stichting NLGD ruimte aan alle disciplines binnen de game-industrie die direct en indirect met serious en entertainment games werken. Hieronder vallen publishers en developers, onderzoeksinstituten, onderwijsinstellingen en het bedrijfsleven, op nationaal en internationaal niveau.

### *Interactive Advertising Bureau Nederland*

Het Interactive Advertising Bureau Nederland (IAB) is het onafhankelijke orgaan en kennisplatform op het gebied van online advertising, interactive marketing, mobile advertising & iTV. Het IAB kent een specifieke taskforce voor game advertising, naast taskforces op gebieden zoals search, mobile, video en behavioural targeting. Circa 140 bedrijven zijn aangesloten bij het IAB.