PRESS RELEASE

Gamification im Snackbereich: Loacker zeigt, wie Markenbindung spielerisch gelingt

Juli 2025, MEMMINGEN. Streaming-Boom, Retro-Reboots und digitale Spielwelten – die Gaming-Kultur hat sich längst vom Nischenthema zum Massenphänomen entwickelt. Der Südtiroler Waffelhersteller Loacker zeigt mit dem Online-Spiel Tortina Run Game, wie sich das Potenzial dieses Trends strategisch nutzen und wirkungsvoll in die Markenkommunikation integrieren lässt.

Der Gaming-Sektor entwickelt sich zunehmend zu einem der relevantesten Kultur- und Wirtschaftsräume der Gegenwart. Weltweit spielen über drei Milliarden Menschen regelmäßig digitale Spiele – Tendenz steigend. Besonders bei Millennials und der GenZ gehört Zocken zum Alltag – egal ob unterwegs, im Stream oder als Social-Event. Mit der *gamescom*, die in diesem Jahr vom 20. bis 24. August in Köln stattfindet und jährlich mehr als 300.000 Besucher anzieht, steht das weltweit größte Gaming-Event vor der Tür. Marken, die junge Zielgruppen erreichen wollen, kommen somit an Gamification nicht mehr vorbei. Auch für Unternehmen aus dem Snack- und Getränkesektor eröffnet diese Entwicklung neue Türen. Der Südtiroler Waffelhersteller Loacker hat dieses Potenzial frühzeitig erkannt und bereits 2023 mit dem Tortina Run Game ein eigenes browserbasiertes Online-Spiel lanciert. Nun hat das Spiel pünktlich zur Gaming-Saison ein Update bekommen. Neue Level, zusätzliche Welten und ein erweitertes Fragensystem sorgen für noch mehr Spieltiefe und Markenerlebnis.

REBELS OF GOODNESS

Retro trifft Relevanz: Das Tortina Run Game von Loacker

Das Tortina Run Game ist angelehnt an Klassiker wie *Super Mario Bros* und vereint gekonnt Spielspaß mit Retro-Charme und Markenkommunikation. Die Spieler:innen navigieren eine Tortina-Waffel durch verschiedene Zutatenwelten – dabei sammeln sie Rohstoffe wie Kakaobohnen, Haselnüsse, Vanilleschoten und Milchflaschen ein, weichen Hindernissen aus und meistern Level für Level. Der Clou: Nach jedem abgeschlossenen Abschnitt wird eine Frage gestellt – zu den Werten des Unternehmens, seiner Herkunft und vor allem zu den nachhaltigen Aktivitäten des Waffelherstellers.

PRESS RELEASE

Loacker setzt ein Zeichen im Bereich Gamification
Mit dem Tortina Run Game zeigt Loacker, wie sich innovative digitale Formate mit der Snackwelt verknüpft lassen. Die Kombination aus Unterhaltung, Wissensvermittlung und Markenbindung macht den Waffelhersteller zu einem Vorreiter in der digitalen Markenführung.
Das Unternehmen positioniert sich so nicht nur als relevanter Partner für die Gaming-Community, sondern für alle, die Marken auf eine moderne, spielerische Art erleben möchten. Und eines ist sicher: Das Spiel macht Lust auf mehr – Lust auf ein neues Level und auf den nächsten Bissen in die knusprige Tortina sowieso.

Hier geht‘s zum Spiel: https://tortinarungame.loacker.com/

Loacker
Natur, Qualität und Liebe zu gut gemachten Dingen werden zu köstlichen Spezialitäten aus Waffeln und Schokolade: Seit 1925 wählen die Loacker-Rebellen das Gute. Heute, genauso wie vor hundert Jahren, backen wir unsere Produkte großteils in den Bergen, in Unterinn, Südtirol, und in Heinfels, Osttirol, auf über 1.000 Metern über dem Meeresspiegel. Es ist keine einfache Entscheidung, aber es ist die rebellische, dennoch gute Einstellung von Loacker, die sie von einer Konditorei in Bozen, gegründet von Alfons Loacker, zu einer weltbekannten Marke gemacht hat, deren Produkte Verbraucher in über 100 Ländern begeistern. Der Geist bleibt derselbe: alles im Namen des Genusses, auch wenn das bedeutet, schwierige Entscheidungen zu treffen – 100% natürlicher Geschmack und Produkte hergestellt nach höchsten Qualitätsstandards und modernen Prozessen, mit ausgewählten Zutaten, ohne den Zusatz von Aromen , Farbstoffen oder Konservierungsstoffen. Trotz der starken internationalen Präsenz verfolgt Loacker nachhaltige Geschäftsstrategien, die die Umwelt und die Menschen respektieren. Als familiengeführtes Unternehmen optimieren wir Ressourcen in allen Bereichen und halten unser Engagement für soziale und Umweltthemen aufrecht.

REBELS OF GOODNESS

Für weitere Informationen kontaktieren Sie bitte:

Hansmann PR
Carole Friedrich

+49 89 360 5499 18
c.friedrich@hansmannpr.de