

| Anzeigenmotiv



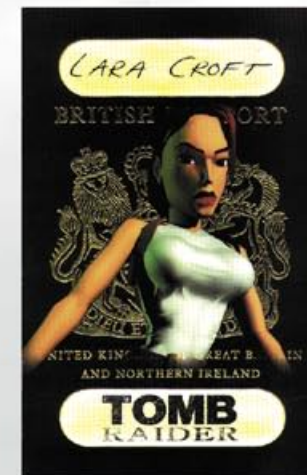
| Gratispostkarte



| Kinospot



| Salesfolder zur Profilierung der Heldin



| Außenplakatierung



kunde | eidos

Einführungskampagne für revolutionäres Computerspiel

Erstmals im Gamer-Genre wurde ein neues Spiel nicht über die Story oder die Features kommuniziert, sondern rein über die Heldin. Die Hauptarbeit von KMF bestand in der Profilierung der

Heldin Lara Croft im Dialog mit dem Gamer. Dieses Vorgehen führte zu einem Mega-Erfolg, der selbst die Absatzzahlen der klassischen Gamer-Märkte USA und Japan in den Schatten stellte.

Begleitende Aktionen wie lebensgroße Standfiguren, die jetzt in Museen stehen, und Internet-Promotions gaben KMF die Chance Kultmarketing zu betreiben, als es das Wort noch gar nicht gab.