



In Slow Motion über die Messe

Nürnberger Spielwarenmesse nominiert The Slow Motion Race Game für den ToyAward 2019

- Für Kinder und Erwachsene gleichermaßen geeignet
- Garantiert lautes Gelächter bis zum Zielpokal
- Neues Social Game nominiert für den ToyAward 2019

Luzern, 28. Januar 2019 – Soziale Medien werden immer wichtiger für die Spieleentwicklung: Trends, die in sozialen Netzwerken entstehen, dort geteilt und bekannt werden, inspirieren die Entwickler bei Hasbro schon seit längerer Zeit. So entstehen einfache und lustige Spiele, die sogenannten Social Games – die Partyspiele der neuen Generation. Diese sorgen gerade bei jungen Erwachsenen für ein Comeback der Spieleabende - nicht zuletzt dank erfolgreicher Gaming Hits von Hasbro wie Pie Face und Klartext. Die aktuelle Nominierung für den ToyAward zeigt, dass Hasbro mit The Slow Motion Race Game wieder ein Spiel mit ähnlich grossem Spasspotential ins Rennen schickt.

Die Spielwarenmesse in Nürnberg ist das wichtigste und grösste Treffen der Spielwarenbranche. Entsprechend renommiert ist auch der von der Messe jährlich verliehene ToyAward. Eine Fachjury selektiert dafür die originellsten und innovativsten Produkte des Jahres. Nach Ansicht der Fachjury gehört The Slow Motion Race Game von Hasbro Gaming dazu. Wer sich selbst ein Bild machen möchte, kann dieses Spiel im Rahmen der PressPreview in Nürnberg einfach ausprobieren. Etwas Zeit sollte man dafür allerdings mitbringen.

Auf die Plätze fertig – langsaaaam!

The Slow Motion Race Game ist kein Spiel für Couch-Potatoes, aber auch keins für Hektiker. Es ist eine besondere Art des Wettrennens. Gewonnen hat zwar, wer als erstes im Ziel ist – wer sich dabei aber schneller als in Slow Motion bewegt, wird ausgebremst. Dafür sorgt der Sensor im dazugehörigen Schweissband. Dieser beginnt rot zu leuchten und laut zu surren, sobald man zu viel Geschwindigkeit aufnimmt. Dann heisst es für den Läufer, er muss regungslos in seiner

letzten Pose verharren. Weiterlaufen darf man dann erst wieder, sobald das Surren verstummt und die Musik wieder einsetzt. Kostbare Sekunden, in denen man zwar keinen Schritt machen, aber zumindest schon mal sportlich aussehen kann, gehen dadurch verloren. Die Länge eines Rennens kann beliebig durch das Aufstellen des Pokals als Ziellinie selbst gewählt werden. Aber egal ob Marathon oder Sprint, wer sich nicht in einer geschmeidigen Zeitlupe bewegt, hat keine Chance, jemals ins Ziel zu kommen.

Begeistert Erwachsene genauso wie Kinder

Ein Spiel für zwei Spieler ab 8 Jahren. **Verfügbar im Handel ab März.**

Dieses und weiteres Bildmaterial finden Sie hier zum Download: www.hasbro-newsroom.de

		
<p>Ein Wettrennen der völlig anderen Art begeistert die ganze Familie gleichermaßen.</p>	<p>Garantiert lautes Gelächter bis zum Pokal. Die Schweißbänder überwachen das Tempo.</p>	<p>Mit Langsamkeit zum Sieg. Nur solange die Musik spielt, darf gelaufen werden.</p>

Über Hasbro:

Hasbro (NASDAQ: HAS) ist ein weltweit agierendes Unternehmen, dessen Ziel es ist, die besten Spielerlebnisse zu schaffen. Zu den bekannten, eigenen Marken des Unternehmens zählen unter anderen MONOPOLY, MY LITTLE PONY, NERF, PLAY-DOH und TRANSFORMERS und führende Partner-Marken. Hasbro bietet für Kinder und Familien Spielwaren und Gesellschaftsspiele, Fernsehserien, Kinofilme, digitale Spiele, sowie Lizenzprodukte in allen relevanten Konsumgüterkategorien. Die Hasbro Studios und deren Film-Label Allspark Pictures schaffen einzigartige Markenerlebnisse, mit selbst produzierten Inhalten für Fernsehen, Film, digitale Kanäle und mehr. Hasbro ist bestrebt, sozial verantwortlich zu handeln und durch gemeinnütziges Engagement, das Leben von Millionen von Kindern und Familien weltweit positiv zu beeinflussen. Hasbro wurde dafür in den vergangenen sieben Jahren in Folge vom amerikanischen Ethisphere Institute als eine der „World’s Most Ethical Companies®“ ausgezeichnet. Erfahren Sie mehr unter www.hasbro.ch

Medienkontakt

Jenni Kommunikation
 Sylvana Zimmermann
 Tel: +41 (0)44 388 60 80
 E-Mail: sylvana.zimmermann@jeko.com
www.jeko.com