



Pressemitteilung

## **Spannung und Spaß pur mit Team NERF bei der Wok-WM 2022**

Starke Performances von Team NERF vor 5000 Live-Zuschauern in der ausverkauften Veltins Eisarena in Winterberg

- Prime Time Show auf Pro7: 17,3 % Marktanteil.
- Platz im Wok: Wild Card-Gewinner Johannes entscheidet den spannenden NERF Ausscheidungswettkampf für sich.
- Mit dabei: das NERF Maskottchen Murph als Motivator am Startpunkt.

**Neu-Isenburg/Winterberg, 18.11.2022 – Am Wochenende feierte die „TV total Wok-WM“ nach sieben Jahren die Rückkehr ins deutsche Fernsehen. Am Samstagabend wagten sich zahlreiche Promis in den Winterberger Eiskanal. Mittendrin das Team der Lifestyle- und Actionmarke [NERF](#) mit den bekannten Influencern [Laserluca](#), [Rewinside](#) und [Papaplatte](#) sowie Wild Card-Gewinner Johannes und Musiker [Luca Hänni](#).**

Bei der Neuauflage der „TV total Wok-WM“ wagten sich 50 Promis vor 5.000 Live-Zuschauern in den Eiskanal.

Doch bevor es soweit war, stand am Freitagabend im Rahmen des Qualifying noch eine wichtige Entscheidung an: Wer macht das Rennen um den vierten Platz im NERF Wok „World Wide Wok 2“? Aus über 3.000 Anwärter:innen zogen zehn ausgewählten Kandidat:innen ins Online-Voting über die JoynMe App ein. Das Publikum entschied sich für Johanna, Lukas und Johannes, die sich einem spannenden Ausscheidungsbattle stellten.

### **NERF Challenge um den 4. Platz im Wok**

Der Wettkampf um den freien Platz im NERF Wok prüfte die drei Finalist:innen auf Schnelligkeit, Präzision und Gleichgewichtssinn. Der auf Eis erbaute NERF Parcours rang den drei Anwärter:innen einiges ab, sollte sie aber auch schon gut auf den Eiskanal vorbereiten. Kern der Challenge war es, so viele Darts wie möglich mit den Händen über die Eisfläche sowie aufgebaute Hindernisse zu bugsieren, um mit diesen, gefüllt in einer NERF Elite Motoblitz, eine aufgebaute Becherpyramide abzuräumen. Los ging es erst einmal ohne NERF Blaster. In der ersten Runde lagen Johannes und Lukas bei der Abfeuerstation gleich auf, Johanna überzeugte etwas zeitversetzt mit hoher Treffsicherheit. Die zweite Parcours-Runde entschied Johannes dann mit Schnelligkeit und Präzision für sich. Zielsicher räumte er die noch stehenden Becher ab und sicherte sich einen Platz im NERF Wok „World Wilde Wok 2“, indem er mit dem Wok vor seinen Kontrahenden durch das Finish rutschte. Die ganze NERF Challenge um den freien Platz im NERF Wok sehen Sie [hier](#).

### **Wok-WM 2022: starke Leistung von Team NERF**

Vollbesetzt und hochmotiviert ging es dann am Samstagabend in den Winterberger Eiskanal. Team NERF brachte die besten Anforderungen mit, den Wettbewerb für sich zu entscheiden. Die Attribute der Lifestyle- und Actionmarke NERF wie Präzision und Schnelligkeit, Kommunikation, Teamfähigkeit und natürlich Spaß bereiteten [Laserluca](#), [Rewinside](#) und [Papaplatte](#) sowie Wild Card-Gewinner Johannes perfekt vor. Sie lieferten sich mit den weiteren Kontrahenten spannende Rennen. Obwohl der NERF Wok „World Wide Wok 2“ zwischenzeitlich die Rangliste anführte, reichte es für das Team um Laserluca nicht für einen Platz auf dem Treppchen.

### **Luca Hänni startet im 1er-Wok für Team NERF**

Im 1er-Wok ging für das Team NERF der Schweizer Sänger und Songwriter [Luca Hänni](#) an den Start, musste sich jedoch sehr starken Mitstreitenden geschlagen geben.

### **Der eigentliche Star des Abends: NERF Maskottchen Murph**

Neben einer hervorragenden sportlichen Leistung von Laserluca, Rewinside, Papaplatte und Johannes sowie Luca Hänni und den Medaillengewinnern, gab es noch einen heimlichen Star: Murph, das coole NERF Maskottchen. Zum ersten Mal live im deutschen Fernsehen sorgte er nicht nur für zusätzliche Action, sondern motivierte die Fahrer:innen zusätzlich am Startpunkt.

### **Funsport Event mit vielen Fans**

Das Event erhielt auch im TV große Resonanz: So erreichte die Wok-WM einen Marktanteil von 17,3 Prozent in der Zielgruppe der 14 – 49-Jährigen. Auch die Lifestyle- und Actionmarke NERF als offizieller Partner der „TV total Wok-WM“ 2022 bewertete das Spektakel als Erfolg. „Die TV total Wok-WM ist ein tolles Funsport Event im TV, bei dem neben sportlichem Wettkampf auch Schnelligkeit und Teamwork gefragt sind. Genau diese Attribute finden wir auch im NERF Teamsport wieder“, resümiert Markus Großweischede, General Manager North Europe bei Hasbro. „NERF ist mehr als nur ein Blaster, es ist Social Active Play. Unser Team hat das sehr gut herausgestellt. Wir gehen hier neue Wege, um die Marke NERF noch stärker zu positionieren.“

Dieses und weiteres Bildmaterial finden Sie zum Download unter <http://www.hasbro-newsroom.de>:

		
<p>Team NERF bei der Wok-WM 2022: <a href="#">Laserluca</a>, <a href="#">Rewinside</a> und <a href="#">Papaplatte</a> sowie Wild Card-Gewinner Johannes im 4er-Wok; <a href="#">Luca Hänni</a> im 1er-Wok. © BRAINPOOL/ Willi Weber</p>	<p>Mutig stürzte sich der NERF 4er-Wok „World Wide Wok 2“ in den Winterberger Eiskanal. © BRAINPOOL/ Willi Weber</p>	<p>Schweizer Musiker Luca Hänni erhielt motivierenden Support von Murph, dem coolen NERF Maskottchen. © BRAINPOOL/ Willi Weber</p>
		
<p>Schon beim Qualifying machte der NERF 4er-Wok um Laserluca eine gute Figur. © BRAINPOOL/ Willi Weber</p>	<p>Murph, das coole NERF Maskottchen, feiert bei der „TV total Wok-WM“ 2022 Live-Premiere vor der Kamera.</p>	<p>Seit über 50 Jahren steht die Lifestyle- und Actionmarke NERF für Bewegung und sportlichen Wettkampf.</p>

## Über Hasbro

Hasbro ([NASDAQ: HAS](https://www.nasdaq.com/markets/has)) ist ein weltweit agierendes Unternehmen, dessen Ziel es ist, die besten Spiel- und Entertainment-Erlebnisse zu schaffen.

Von Spielzeug, Spielen und Lizenzprodukten in relevanten Konsumgüterkategorien bis hin zu Fernsehen, Film, digitalen Spielen, Live-Action, Musik und Virtual-Reality-Erlebnissen, erweckt Hasbro Marken, Geschichten und Innovationen auf allen Plattformen zum Leben. Zu den bekannten eigenen Marken zählen unter anderen MONOPOLY, MY LITTLE PONY, NERF, TRANSFORMERS, PLAY-DOH, POWER RANGERS und PEPPA WUTZ sowie weitere führende Partner-Marken. Mit seinem globalen Entertainmentstudio eOne baut Hasbro seine Marken weltweit durch starke Geschichten und Inhalte für alle Bildschirme auf.

Das Unternehmen ist bestrebt, sozial verantwortlich zu handeln und durch gemeinnütziges Engagement das Leben von Millionen von Kindern und Familien positiv zu beeinflussen. Das amerikanische Ethisphere Institute hat Hasbro in den vergangenen zehn Jahren in Folge als eine der „World’s Most Ethical Companies®“ ausgezeichnet.

Als weltweit erster Spielwarenhersteller initiierte Hasbro 2018 sein eigenes [Spielzeug Recycling-Programm](#). Das Ziel: Spielzeug und Spiele vor der Müllverbrennung zu retten und die Materialien zum Schutz der Umwelt zu recyceln. Hierbei werden die verschiedenen Materialien des Produkts getrennt und in einen rohstoffähnlichen Zustand gebracht, die dann von Produktherstellern für die Produktion einer breiten Palette neuer Dinge wie z. B. Parkbänke genutzt werden. Dafür gab es den Gold Award in der Kategorie Nachhaltigkeit bei den 2020

erstmalig verliehenen [Play For Change Awards von Toy Industries of Europe \(TIE\)](#).

Erfahren Sie mehr unter [hasbro.de](https://www.hasbro.de)

**Hasbro Pressekontakt**

conjoin communication GmbH

Tel. 069 / 94 94 76 - 0

[hasbro@conjoin-communication.de](mailto:hasbro@conjoin-communication.de)