

Ficha de mercado elaborado por el
Consulado General de la República Argentina
en Hamburgo, República Federal de Alemania.

Videojuegos en Alemania con énfasis en Alemania del norte

18 de Agosto de 2022

ÍNDICE

I. DEFINICION Y EJECUCION DE LA FICHA DE MERCADO

II. EL MERCADO LOCAL

2.1 Estructura y volumen de mercado alemán en general

2.2 Fortalezas del mercado alemán en general

2.3 Desafíos

2.4 Empleo en la industria de videojuegos en Alemania y las oportunidades relacionadas

2.5 Tendencias

2.6 Actores y redes del mercado en el norte de Alemania

I. DEFINICION Y EJECUCION DE LA FICHA DE MERCADO

Esta ficha de mercado ofrece una panorámica de la industria alemana de los videojuegos y se centra en los estados federados del norte de Alemania, entre los que destaca Hamburgo como polo de desarrollo, producción, publicación y distribución de videojuegos.

El objetivo de esta ficha de mercado es proveer información relevante del mercado local a las empresas argentinas proveedoras de servicios TIC, con miras a eventuales rondas de negocios o campañas de promoción del sector de videojuegos argentino en el mercado alemán y europeo.

El sector local de los videojuegos lleva años experimentando un crecimiento acentuado dentro de las industrias culturales y creativas de Alemania. El año 2020, la trayectoria de éxito continuó en contra de la tendencia general de descenso: En tiempos de la pandemia del COVID-19, cuando tanta gente se vio y se ve obligada a quedarse en casa, la industria de los videojuegos ha podido encontrar aún más ventas.

Mientras que los segmentos analógicos de las industrias de eventos, como las ferias, los cines o los espectáculos musicales, se redujeron en más de dos tercios en comparación con el año anterior, se observó un cambio hacia los formatos digitales, como las exposiciones digitales y la publicación en plataformas de streaming. De este modo, continuó la evolución positiva de los segmentos digitales (vídeo por Internet, streaming, videojuegos, e-sports y realidad virtual).

Por otro lado, factores como la creciente escasez de mano de obra cualificada en el mercado alemán, sobre todo en lo que respecta a los requisitos de alta cualificación, y la saturación parcial del mercado local ofrecen puntos de entrada para la cooperación al desarrollo y la distribución en América Latina.

La industria de los videojuegos se divide a grandes rasgos en dos segmentos: Juegos de entretenimiento, que incluyen juegos de rol, acción, aventura, deportes, shooter, plataformas y arcade, y videojuegos educativos (Applied Games/Ernsted Games), que incluyen juegos de estrategia o gestión y simulaciones.

La presente ficha incluye perfiles y contactos de los actores relevantes del mercado que sirven como elemento para la preparación de reuniones, a fin de dar difusión de la oferta exportable argentina y adelantar u ofrecer colaboración en el desarrollo y acciones de promoción.

Asimismo, se describen las oportunidades y desafíos en las diferentes etapas de la cadena de comercialización.

Finalmente se brindan recomendaciones para una promoción coordinada en el mercado local.

II. EL MERCADO LOCAL

2.1 Estructura y volumen de mercado

Alemania es el quinto mercado mundial del sector de los videojuegos, después de China, Estados Unidos, Japón y Corea del Sur.

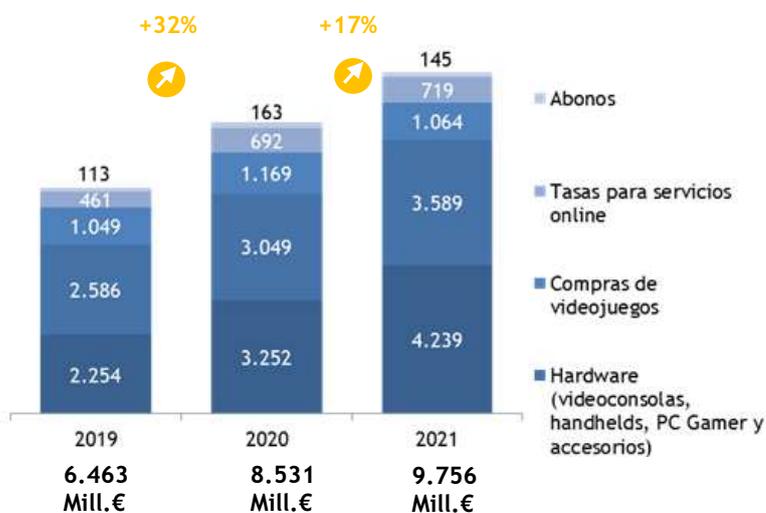
El mercado alemán de los videojuegos batió un nuevo récord de ventas en 2020: En total, los juegos de computadora y de video y el hardware asociado generaron ventas de alrededor de 8.531 millones de euros. Esto corresponde a un crecimiento del 32% en comparación con el año anterior. Tras este salto histórico en el crecimiento, el mercado alemán de los videojuegos también creció significativamente en 2021. Los videojuegos, las tarifas por servicios en línea y el hardware de videojuegos generaron ingresos de unos 9.800 millones de euros. Esto supuso un nuevo aumento del 17% en comparación con el año anterior.

La demanda de hardware de juegos, especialmente las consolas de juegos (+23%) y los accesorios para PC de videojuegos (+22%), así como las compras In-Game y de In-App (+30%) siguieron siendo los mayores motores de crecimiento en 2021.

Las ventas tanto de hardware como de software crecieron significativamente en 2020: las consolas de juegos, los PC de juegos y los periféricos correspondientes generaron unas ventas de unos 3.200 millones de euros. Esto supone un aumento del 26% respecto a 2019. El submercado de los juegos de computadora y videojuegos creció aún con más intensidad: se generaron 5.200 millones de euros con la compra de videojuegos, las compras dentro del videojuego y de la aplicación, las suscripciones y las tarifas de los servicios online. Así, esta parte del mercado aumentó hasta un 36% en comparación con el año anterior.

Gráfico: Comparación del mercado alemán de videojuegos 2019, 2020 y 2021

Todos los segmentos crecieron: el mayor aumento se produjo en los ingresos por videojuegos y aplicaciones: En total, se facturaron más de 3.200 millones de euros, lo que representa un aumento del 44% en un año. Las tasas por servicios online también experimentaron un crecimiento muy fuerte, del 50%, hasta un total de 692 millones de euros. Este segmento incluye los servicios online, así como los servicios de videojuegos por abono y en la nube, como EA Play Pro, Nintendo Switch Online, PlayStation Plus, Xbox Game Pass o Ubisoft+. Las compras de juegos para computadoras y videojuegos generaron más de 1.100 millones de euros de ingresos, un 11% más que en 2019, mientras que los abonos a juegos individuales generaron un 44% más. Así, este segmento de mercado creció hasta los 163 millones de euros en 2020. Sin embargo, en 2021 fue el único segmento cuyos ingresos disminuyeron, un 11%, hasta el 145 millones de Euros.



Importante aumento de las ventas del 32 % en 2020 y del 17% en 2021.

Fuente: Verband Game, www.game.de (cálculos basados en el panel de consumidores Gfk)

Como se mencionó anteriormente, una de las razones de esta situación positiva para la industria de los videojuegos incluyendo los eSports es la pandemia de Covid-19, que ha obligado a mucha gente a quedarse en casa en tiempos de repetidos lockdowns que recurrieron con mayor frecuencia a los videojuegos y al internet como fuente de entretenimiento.

La situación de la pandemia probablemente seguirá teniendo un efecto positivo en el crecimiento del mercado de los videojuegos y la industria de los eSports al menos por durante el próximo tiempo.

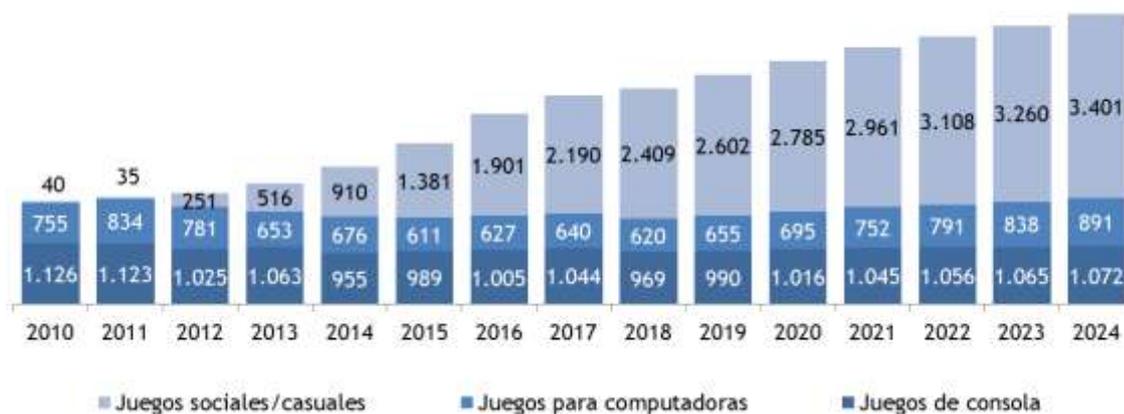
Dieciocho millones de alemanes han jugado desde el inicio de la crisis de Covid-19. Alrededor del 20 por ciento ha jugado online con amigos, el 16 por ciento ha jugado localmente con miembros de la familia, el 14 por ciento ha jugado online dentro de comunidades de jugadores y el 8 por ciento ha jugado online con miembros de la familia. Según un estudio de Nielsen, el número de encuestados que afirmó jugar más debido a la situación del coronavirus ha aumentado un 23% en comparación con marzo de 2020.

Según la empresa de inteligencia de tiendas de aplicaciones móviles App Annie, la descarga de aplicaciones de juegos se disparó en las primeras semanas del cierre.

Una tendencia similar se registra en Steam, la mayor plataforma de juegos a nivel mundial con más de mil millones de usuarios registrados. La plataforma registró un máximo histórico el 4 de abril de 2020, cuando más de 24,5 millones de usuarios activos estaban en la plataforma y 8,2 millones jugaban simultáneamente. El anterior récord de 18,8 millones de usuarios activos se estableció en la época anterior a la pandemia.

No es de extrañar que los ingresos por hardware, software, accesorios y tarjetas de juego de videojuegos superaran los 1.600 millones de dólares en marzo de 2020. Según The NPD Group, una empresa de información sobre el mercado de los videojuegos, se trata de las mayores ventas registradas en un mes de marzo desde los 1.800 millones de dólares de marzo de 2008.

Gráfico: Previsión de ventas en los distintos sectores 2010-2024 (en millones de euros)



Como muestra el gráfico, el sector de los videojuegos sociales/casuales ha crecido rápidamente en la última década. Los videojuegos casuales solían jugarse en un PC online en un navegador web. Hoy en día, es habitual jugar a ellos en todo tipo de dispositivos digitales como videoconsolas, teléfonos móviles, smartphones, PDAs o tabletas.

Fuente: Statista 2021 (<https://de.statista.com/statistik/daten/studie/3886/umfrage/umsaetze-im-markt-fuer-games-nach-segment/>)

2.2 Fortalezas del mercado alemán

La empresa de consultoría Deloitte prevé ingresos de unos 670 millones de euros para el mercado europeo de los e-sports para 2023. El mercado alemán ocupa el primer puesto, con 180 millones de euros. Alemania tiene la oportunidad de posicionarse como un lugar importante para los esports europeos e internacionales: porque como sede y lugar de celebración de muchas competiciones de renombre internacional, como los torneos ESL One de Colonia y Hamburgo, la League of Legends Championship Series o el StarLadder Major, Alemania puede desempeñar un papel destacado en los esports. En Alemania, el número de jugadores de esports por afición y profesionales lleva años aumentando. Por ello, en toda Alemania ya se pueden encontrar clubes, grupos universitarios y organizaciones de esports en los que pueden desempeñarse. Con el fin de promocionar a los deportistas de esports de la mejor manera posible, en enero de 2020 se creó en Colonia la primera fundación de jugadores de esports del mundo.

Además, tiene lugar en Alemania la mayor feria de videojuegos del mundo, GAMESCOM, que se celebra anualmente en Colonia. En 2020 la Expo tuvo lugar por primera vez en la historia con un concepto puramente digital y pudo celebrar un inmenso éxito ampliando la audiencia de forma significativa ya que los jugadores podían participar desde todo el mundo sin tener que asumir los altos costes de viajar a Alemania. En 2021, inicialmente se había planeado hacer un evento híbrido (virtual y presencial), pero al final la entidad ferial se decidió que fuera nuevamente 100% virtual. Del 24 al 28 de agosto, Gamescom 2022 apostará por un formato híbrido con presentaciones online y una feria presencial.

En este contexto se destaca que las empresas de videojuegos alemanas están muy orientadas al mercado internacional: El 46% de sus ingresos se generan fuera de sus fronteras nacionales. Esta cifra es por ejemplo significativamente superior a la de la industria musical, por ejemplo, con un 9%, o a la de la industria cinematográfica, con un 4%.

Fuente: Encuesta de la industria de la Escuela de Medios de Comunicación de Hamburgo (n = 240). Pregunta: "¿Cuál fue la proporción de sus ventas nacionales en sus ventas totales en 2015?"; BMWi 2016: 12; Goldmedia 2016: 151; Börsenverein des Deutschen Buchhandels 2016: 9. https://www.hamburgmediaschool.com/assets/documents/Forschung/Abschlussbericht_Games-Studie.pdf (página 108)

2.3 Desafíos

Sin embargo, la cuota de ingresos de las empresas alemanas en el volumen de ventas de todo el mercado alemán de juegos sigue siendo baja, inferior al 5%. Esto ilustra lo poco que los desarrolladores de juegos en Alemania son capaces de beneficiarse de las ventas récord del mercado local de juegos. De los 3.400 millones de euros de ventas, sólo 168 millones de euros se quedan en las empresas nacionales. Además, cada vez más proveedores nacionales son absorbidos por grupos internacionales. Desde 2017, empresas internacionales han adquirido una serie de empresas alemanas líderes en el segmento o han realizado importantes participaciones en ellas.

Esta forma de internacionalización de la industria alemana del videojuego aumenta la presión competitiva sobre las empresas netamente nacionales, que no disponen de los mismos recursos financieros ni de estructuras internacionales similares.

Aunque la cuota de mercado relativa de las empresas nacionales en términos de volumen de ventas se está estancando, el número de empresas de videojuegos en Alemania aumenta ligeramente hasta alcanzar las 619 empresas.

Dado que las empresas locales de juegos son principalmente pymes, ya que 9 de cada 10 empresas generan ventas de hasta 5 millones de euros al año, dependen en gran medida de los editores para financiar sus proyectos. Esta situación se ve agravada por el hecho de que el aplazamiento o cancelación de los principales eventos del sector, como la GAME DEVELOPERS CONFERENCE y la Electronic Entertainment Expo, dificulta el contacto con posibles socios financieros.

Por otro lado, también los estudios de desarrollo más grandes se enfrentan a obstáculos en sus proyectos. Aunque la industria está muy digitalizada, trabajar desde casa se convierte en un reto cuando los desarrolladores de software tienen que descargar y modificar a diario enormes conjuntos de datos. Las estrictas medidas de seguridad que suelen tomar los estudios son difíciles de mantener en el entorno tan diferente del hogar del empleado.

Además, hay algunas partes del desarrollo de videojuegos en las que la interacción estrecha es esencial. En muchos lugares es imposible hacer la captura de movimiento de los actores para que el movimiento dentro del juego sea realista. Las bandas sonoras de los juegos también pueden suponer una dificultad para los productores de videojuegos, ya que algunos grandes títulos dependen en parte de la música orquestal.

Tanto los resultados de 2020 como los de 2021 podrían, en principio, hacer suponer que la pandemia de COVID-19 tendrá un impacto positivo en la evolución de los ingresos de la industria del gaming a largo plazo. No obstante, las empresas locales señalan como riesgo que, debido a las consecuencias de la pandemia, el mercado de los videojuegos podría sufrir pérdidas en 2022 y 2023, especialmente por la cancelación o reducción de las ferias de videojuegos, los recortes de producción debido a las medidas para reducir la tasa de infección. Aunque el trabajo en homeoffice, la reducción de la jornada laboral y los despidos relacionados con la pandemia tienden a aumentar el tiempo de recreo, la mayor parte del cual se pasa en casa, los ingresos de los jugadores de videojuegos se reducen y también su disposición a gastar. Campañas de descuentos en las plataformas digitales pretenden contrarrestar esta situación.

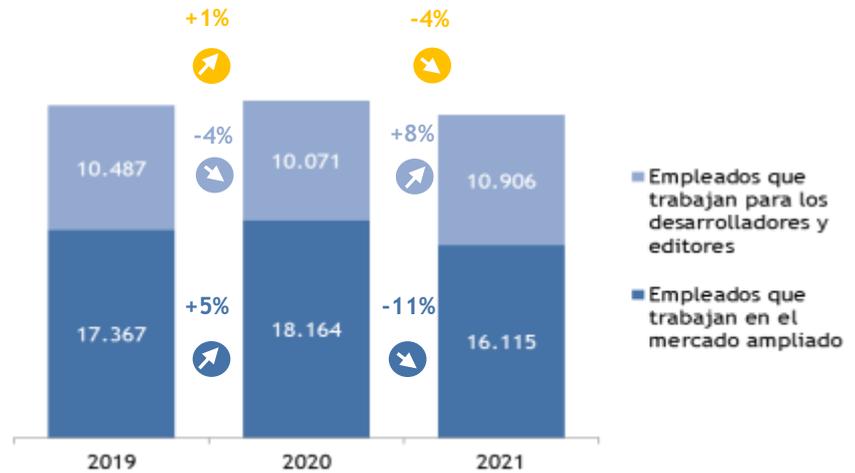
Mientras tanto, debido al conflicto armado entre Rusia y Ucrania, se esperan más pérdidas económicas importantes para la sociedad. En particular, debido a la pérdida del suministro de gas de Rusia, se espera que el coste de la vida aumente drásticamente, lo que debilitará aún más el poder adquisitivo local.

2.4 Empleo en la industria de videojuegos en Alemania y las oportunidades relacionadas

Gráfico: Número de empleados en el desarrollo y distribución de videojuegos

El número de empleados que trabajan para los desarrolladores y editores en Alemania se estancó en 10.071 en el año 2020 y subió ligeramente en un 8 % en 2021 hasta 10.906 empleados. Este aumento se debe a los efectos positivos de una ola de creación de nuevas empresas.

El número de empleados en el mercado laboral ampliado evolucionó de forma menos positiva. Mientras que su número aumentó un 5 % en 2020, se produjo un importante descenso del 11 % en 2021. Ese mercado abarca proveedores de servicios, el comercio, instituciones educativas, medios de comunicación y el sector público cuyo trabajo tiene una relación con la industria del videojuego.



Fuente: Proyección basada en las observaciones de la industria de la Asociación del Videojuego GAME (estado: mayo de 2021)

https://www.game.de/guides/jahresreport-der-deutschen-games-branche-2021/03_1-beschaefigtigkeitszahlen-und-unternehmen/#game-image-2/0/image027.png

En particular, hay una creciente demanda de profesionales altamente especializados, que desempeña un papel importante sobre todo en las grandes producciones y la que actualmente no puede satisfacerse sólo con profesionales locales.

Por ello, la industria alemana de videojuegos, afectada por la escasez de trabajadores cualificados, tiene un interés genuino en atraer a trabajadores cualificados extranjeros, por ejemplo, mediante la captación de talentos.

En cambio, sería preferible promocionar otras alternativas de externalización. En este caso, habría que presentar polos de desarrollo con fuertes capacidades de digitalización en Argentina como localización a la que se podría externalizar el desarrollo y la producción de las empresas alemanas. Unos costes más bajos y un alto nivel de especialización y experiencia serían una ventaja en este caso y podrían representar un importante incentivo para las empresas alemanas.

En el ámbito del desarrollo de juegos, las empresas alemanas buscan socios para cooperar, sobre todo en las áreas especializadas que deben satisfacer las mayores exigencias de los clientes. El co-desarrollo en este caso puede agrupar las características especiales de los diferentes mercados y promover nuevas ideas innovadoras y el acceso al mercado, así como abrir el acceso a las plataformas de comercialización con canales de distribución internacionales establecidos.

En este contexto, los desarrollos de los estudios de desarrollo argentinos deberían promocionarse más para demostrar que tienen el potencial de contribuir al éxito empresarial.

Las ofertas de cooperación de los estudios de desarrollo argentinos en las áreas de ventas y desarrollo para el mercado objetivo de Sudamérica también podrían ser atractivas para las empresas alemanas, ya que la industria del juego en la República Argentina ocupa una posición regionalmente significativa y tiene gran experiencia en varios mercados de Sudamérica.

2.5 Tendencias

El mercado se está expandiendo a través de los juegos para móviles y los juegos free-to-play. El acceso a las ofertas es cada vez más fácil para muchos grupos objetivo debido a la gran base instalada y al bajo umbral financiero de entrada.

En particular, los proveedores de plataformas de sistemas operativos en el ámbito de los juegos para móviles, como las empresas tecnológicas Google y Apple, están utilizando diferentes estrategias para seguir ampliando su propia oferta de juegos con los servicios correspondientes.

Otra tendencia importante es la ampliación del mercado para incluir un componente audiovisual. El streaming de vídeo está ampliando las posibilidades de uso tanto para los jugadores activos como para los espectadores pasivos. Canales como el popular Twitch ofrecen aquí una experiencia de entretenimiento interactivo. Los proveedores de juegos para computadora y videojuegos pueden comercializar nuevos eventos y competiciones, como los eSports, como plataforma publicitaria.

Otra tendencia es el juego en la nube, cada vez más frecuente. Sin los elevados requisitos de hardware, la accesibilidad es más fácil. Los servicios de juego en la nube, como Google Stadia o las nuevas ofertas de Amazon, aumentan la movilidad y la flexibilidad. Un obstáculo específico de Alemania es la falta de expansión de la banda ancha en el país.

El mercado de los juegos de realidad virtual/realidad aumentada lleva años desarrollándose cada vez más. El sector prevé cada vez más un "metaverso" virtual en el que los proveedores tienden un puente entre la realidad y el mundo de los juegos.

2.6 Actores y redes del mercado en el norte de Alemania

Una de las localidades alemanas más importantes para el desarrollo de videojuegos es Hamburgo, donde tienen su sede la mayoría de las grandes empresas desarrolladoras alemanas.

Además, los desarrolladores y especialistas en juegos se forman en un total de doce instituciones educativas públicas y privadas de la ciudad, darunter zum Beispiel die HAW - Hochschule für angewandte Wissenschaften, die University of Applied Sciences Europe, das SAE Institute oder die HTK Academy. Una característica especial es el programa de Máster en Games de HAW Hamburgo, uno de los pocos programas de Máster en el sector de los videojuegos en Alemania. De este programa ya han surgido numerosas empresas derivadas de equipos de estudiantes que han recibido premios como el German Developer Prize.

El ecosistema del sector Gaming en la ciudad hanseática también se beneficia de su proximidad a los medios de comunicación internacionales y a las empresas tecnológicas y digitales. Además de actores internacionales como Capcom, Square Enix o Niantic, empresas tecnológicas como Google, Facebook, Adobe Systems Engineering o Twitch, entre otras, han elegido Hamburgo como sede principal en Alemania.

Medios del sector como "Computerbild Spiele", 4Players.de o la emisora online Rocketbeans TV se han instalado en la ciudad. Más de 180 empresas de Hamburgo, entre las que se encuentran cuatro de las diez mayores compañías de juegos alemanas, así como numerosos estudios independientes, emplean actualmente a un total de 2.500 personas en el sector de los juegos.

Las empresas de videojuegos de Hamburgo son atractivas para la inversión exterior. Por ejemplo Exit Games con su Photon Engine, que se utiliza en unos 600.000 juegos multijugador, el estudio independiente de desarrollo internacionalmente exitoso y la editorial Daedalic Entertainment y el Grupo Applike, que opera en el sector de videojuegos móviles en Hamburgo con varias empresas, han anunciado recientemente inversiones u ofertas de adquisición de entre 50 y 100 millones de euros. En 2021, la exitosa start-up Whow Games con sede en Hamburgo, que con 90 empleados es uno de los 20 principales desarrolladores de juegos alemanes, fue adquirida por el grupo de medios holandeses Azerion, que está impulsando masivamente su expansión en el segmento de videojuegos y que ya había adquirido en 2020 el especialista en juegos casuales Spil Games.

Entre las empresas alemanas de videojuegos que tienen sede en el Norte de Alemania se recomienda establecer contacto con las siguientes empresas:

| gamigo AG | |
|---|---|
| Ubicación en Gamescom 2022 | Hall 4.1 / stand A071 D080 |
| Con más de 360 empleados y una facturación anual de 59 millones de Euros en 2019 (45,2 mill. en 2018, 42,1 mill. de euros en 2017), el grupo gamigo es uno de los mayores editores de juegos online de Norteamérica y Europa. | |
| Según su informe de gestión de 2020, Gamigo quiere principalmente ampliar su cuota de mercado en Europa y Norteamérica en el ámbito de la publicación de videojuegos en línea. Antes de abordar un nuevo mercado, la empresa analiza tanto las condiciones del mercado como el marco jurídico del país de destino. La información sobre las preferencias de los clientes, el mercado y las condiciones generales y la evolución del mercado en el segmento de la publicación de videojuegos y el marketing online, así como el pago móvil y online, son útiles. | |
| Domicilio / (CP) Ciudad | Behringstrasse 16b / (22765) Hamburg |
| Teléfono / Fax | 0049 40 4118850 |
| E-mail / Página web | info@gamigo.com / www.gamigo.com |
| Contacto 1 | Sr. Jens Knauber (CEO) |
| Contacto 2 | Sr. Martin Metzler (Head of Public Relations) pr@gamigo.com |

| InnoGames GmbH | |
|--|---|
| Ubicación en Gamescom 2022 | Hall 4.1 / stand A071 D080 |
| <p>Fundada hace más de 10 años en Hamburgo, es el mayor desarrollador de videojuegos de Alemania con unos 394 empleados (2020) que trabajan exclusivamente en Hamburgo. Es propiedad de un grupo de medios de comunicación sueco. Tiene unos 200 millones jugadores registrados y generó ingresos de 218,8 millones de Euros en 2020 (189 en 2019 y 161 millones en 2017).</p> <p>El principal objetivo para los próximos años, según el informe de gestión de 2020 de la empresa, es el crecimiento en el mercado internacional en particular, que también debe lograrse mediante la ampliación de las actividades de marketing y las asociaciones con empresas en otros países. Los conocimientos técnicos y la experiencia existentes, así como las tecnologías ampliadas o nuevas, pueden combinarse en este contexto y garantizar la ampliación de la cartera de productos. La prioridad es el mercado de los videojuegos para móviles.</p> | |
| Domicilio / (CP) Ciudad Teléfono / Fax E-mail / Página web Contacto 1 | <p>Harburger Schloßstrasse 28 / (21079) Hamburg 0049 40 78893350 / info@innogames.de / www.innogames.com/de/ Sra. Eike Klindworth (Creative Director & Founder) eike.klindworth@innogames.com</p> |
| Contacto 2 Contacto 3 | <p>Sr. Michael Zillmer (COO & Founder) michael.zillmer@innogames.com Sr. Peter Meyenburg (Relaciones públicas) pr@innogames.com</p> |

| Daedalic Entertainment GmbH | |
|---|---|
| Ubicación en Gamescom 2022 | Hall 4.1 / stand B051 C054 Hall 10.2 / stand F010 E011 |
| <p>Es una empresa alemana de desarrollo y publicación de software de videojuegos. Son muy conocidos como desarrolladores de juegos de aventura del punto y del teclado. Actualmente tiene 80 empleados y generó en 2021 una cifra de negocios de 17,3 millones de Euros (13 millones en 2018; 9,9 millones en 2017). En su estudio interno, Daedalic Entertainment desarrolla videojuegos para PC (Windows, MAC OS, Linux), Microsoft XBOX One, Sony Playstation 4, Nintendo Switch, así como para smartphones y tabletas con los sistemas operativos iOS y Android. Como editor activo (publisher) de contenidos con licencia, Daedalic Entertainment comercializa juegos destacados en todo el mundo como parte de una cartera creciente.</p> | |
| Domicilio / (CP) Ciudad Teléfono / Fax E-mail / Página web Contacto 1 Contacto 2 | <p>Papenreue 51 / (22453) Hamburg 0049 40 43261270 / 0049 40 43261271 sales@daedalic.com / www.daedalic.com Sr. Jonas Hüsches (Publishing Director) jonas.huesches@daedalic.com Sr. Justus Jeromin (sales international) sales@daedalic.com</p> |

| TINY ROAR | |
|---|--|
| Ubicación en Gamescom 2022 | Hall 10.2 / stand F010 E011 |
| <p>Tiny Roar se fundó como estudio de desarrollo de juegos en 2015. Actualmente trabajan para la empresa unos 20 empleados.</p> | |
| Domicilio / (CP) Ciudad E-mail / Página web Contacto | <p>Ruhrstrasse 11c / (22761) Hamburg moin@tinyroar.de / www.tinyroar.de Sr. Maurice Hagelstein (Gerente) maurice@tinyroar.de</p> |

| Tivola Games GmbH | |
|---|---|
| Ubicación en Gamescom 2022 | Hall 4.1 / stand A071 D080 |
| Tivola es un editor alemán de aplicaciones y videojuegos para niños. La empresa tiene su sede en Hamburgo y fue fundada en 1995. Junto con socios internacionales, Tivola distribuye sus publicaciones en todo el mundo. La cartera incluye desarrollos propios como una serie de videojuegos educativos. | |
| Domicilio / (CP) Ciudad Teléfono / Fax E-mail / Página web Contacto | Oeverseestrasse 10-12 / (22769) Hamburg 0049 40 70700642 / 0049 40 70700659 mail@tivola.de / www.tivola.de Sr. Hendrik Peeters (gerente) |

| Flashpoint Germany GmbH | |
|--|--|
| Ubicación en Gamescom 2022 | Hall 4.1 / stand A056 |
| FLASHPOINT suministra al comercio minorista juegos de ordenador y vídeo, artículos para aficionados y periféricos como importador y mayorista. | |
| Domicilio / (CP) Ciudad Teléfono E-mail / Página web Contacto | Langenhorner Chaussee 602 / (22419) Hamburg 0049 40 710060 info@flashpoint.de / www.flashpoint.de Sr. Marcel Sommer (gerente) |

| Threaks GmbH | |
|---|---|
| Ubicación en Gamescom 2022 | Hall 10.2 / stand F010 E011 |
| THREACKS es un estudio de videojuegos premiado con sede en Hamburgo, Alemania, fundado en 2009. | |
| Domicilio / (CP) Ciudad Teléfono E-mail / Página web Contacto | Papenstrasse 27a / (22089) Hamburg 0049 40 30396372 info@threaks.com / www.threaks.com Sr. Wolf Lang (gerente) |

| MSM Agency Holding GmbH | |
|--|---|
| Ubicación en Gamescom 2022 | Hall 2.1 / stand C029g A010g |
| MSM.digital es un grupo de agencias gestio para el marketing omnicanal. | |
| Domicilio / (CP) Ciudad Teléfono / Fax E-mail / Página web Contacto | Hamburger Strasse 11 / (22083) Hamburg 0049 451 16083500 / 0049 451 3050988 info@msm.digital / www.msm.digital Sr. Markus Oeller (gerente) |

| Rocket Beans Entertainment GmbH | |
|--|--|
| Ubicación en Gamescom 2022 | Hall 7.1 / stand B030 |
| Domicilio / (CP) Ciudad Teléfono / Fax E-mail / Página web Contacto | Heinrichstrasse 9-11 / (22769) Hamburg 0049 40 524739160 / 0049 40 43097555 kontakt@rocketbeans.tv / www.rocketbeans.tv Sr. Arno Heinisch (Gerente) |
| Rocket Beans TV, o RBTv, es un canal de transmisión en directo en alemán de la productora de televisión y medios de comunicación Rocket Beans Entertainment GmbH, con sede en Hamburgo. Rocket Beans TV se creó como un canal de YouTube paralelo a la emisión del programa de videojuegos Game One en el canal MTV. Tras la finalización de Game One, el proyecto se convirtió en el canal oficial de la empresa. | |

| Quantumfrog | |
|---|---|
| Ubicación en Gamescom 2022 | Hall 4.1 / stand B060 |
| Quantumfrog desarrolla desde 2011 aplicaciones, portales web y tiendas online, juegos serios (formativos) y juegos educativos para clientes de todos los sectores y tamaños, desde start-ups hasta corporaciones internacionales. | |
| Domicilio / (CP) Ciudad Teléfono / Fax E-mail / Página web Contacto 1 | Marie-Curie-Strasse 1 / (26129) Oldenburg 0049 441 36116150 / 0049 3212 9327446 hallo@quantumfrog.de / www.hallo@quantumfrog.de Sr. Hendrik Rump (Gerente) h.rump@quantumfrog.de |

Otras empresas sin stand en Gamescom

| Altigi GmbH (Goodgame Studios) | |
|---|---|
| Domicilio / (CP) Ciudad E-mail / Página web Contacto | Theodorstrasse 42-90, Haus 11 / (22761) Hamburg info@goodgamestudios.com / www.goodgamestudios.com Sr. Oleg Rössger (CEO) sales@goodgamestudios.com |
| Es una empresa que crea juegos multijugador que se pueden jugar gratis en línea. Desarrolló más de 10 juegos en 25 idiomas. Cuenta actualmente con más de 150 personas en su personal y generó en 2020 una cifra de negocios de 132 millones. En 2017, Goodgame Studios se fusionó con Stillfront Group de Estocolmo, Suecia. | |

| Bigpoint GmbH | |
|--|---|
| Domicilio / (CP) Ciudad Teléfono / Fax E-mail / Página web Contacto | Drehbahn 47-48 / (20354) Hamburg 0049 40 8814130 / 0049 40 881413902 info@bigpoint.net / www.bigpoint.net Sr. Arslan Kiran (Head of International Expansion) bd@bigpoint.net |
| Es una empresa alemana de software fundada en 2002 y especializada en el desarrollo y la distribución de juegos de navegador y en línea. Es un líder del mercado mundial en desarrollo de videojuegos de rol multijugador masivos en línea o MMORPG (siglas del inglés de massively multiplayer online role-playing game). En marzo de 2016, Bigpoint fue adquirida por la empresa china de software Youzu Interactive, con sede en Hong Kong, por unos 80 millones de euros. En 2020 tuvo 145 empleados y generó una cifra de negocios de 33,6 millones de Euros. | |

| Bytro Labs GmbH | |
|---|---|
| Domicilio / (CP) Ciudad Teléfono / Fax Página web Contacto | Zirkusweg 2 / (20359) Hamburg 0049 40 36905400 / 0049 40 36905406 www.bytro.com Sra. Cecilia Luna (Business Development Manager) cecilia.luna@bytro.com |
| Pequeño estudio de desarrollo que con sus 38 empleados está activo en todo el mundo. Principalmente se desarrollan juegos de estrategia en un contexto histórico, que se ejecutan en el navegador de Internet, comparables a los juegos de mesa digitales. En 2016, se registraron cinco millones de jugadores en los juegos. Están disponibles en quince idiomas diferentes. | |

| Fishlabs Entertainment GmbH | |
|--|--|
| Domicilio / (CP) Ciudad Teléfono / Fax E-mail / Página web Contacto | Grosser Burstah 50-52 / (20457) Hamburg 0049 40 888800 / 0049 40 88880166 business@fishlabs.net / www.fishlabs.net Sra. Susanne Seeholzer (Lead Business Development Coordinator de Koch Media) s.seeholzer@kochmedia.com |
| Fishlabs es el ganador del prestigioso premio "German Game Developer Award" en la categoría del "Best Studio 2011". Es un desarrollador y editor de juegos de computadora móvil para teléfonos inteligentes y tabletas. Fundada en 2004, desde 2013 ha sido un departamento dependiente del grupo de medios Koch Media con sede en Munich. | |

| Whow Games | |
|--|--|
| Domicilio / (CP) Ciudad Teléfono / Fax E-mail / Página web Contacto | Bleichenbrücke 10 / (20354) Hamburg 0049 40 609437280 / 0049 40 609437290 info@whow.net / www.whow.net Sr. Tobias Edl (Head of New Business Relations) t.edl@whow.net |
| Es un start up del fundador de Bigpoint. Whow Games pone de relieve la experiencia social de los juegos de casino. Todos los juegos de casino se pueden jugar gratis (concepto de juego gratuito). En 2019, la empresa generó una facturación de 27,5 millones de euros. En 2021, el consorcio holandés Azerion adquirió la empresa. | |

| XYRALITY | |
|---|---|
| Domicilio / (CP) Ciudad Teléfono / Fax E-mail / Página web Contacto | Friedensallee 290 / (22763) Hamburg 0049 40 357300190 / info@xyrality.com / www.xyrality.com Sr. Sven Ossenbrüggen (Gerente) |
| XYRALITY es un desarrollador y editor independiente de Hamburgo con ya 60 empleados. La joven empresa desarrolla y comercializa juegos que pueden ser jugados en smartphones y tablets o en la computadora. | |

| King Art Games | |
|---|---|
| Domicilio / (CP) Ciudad Teléfono / Fax E-mail / Página web Contacto | Kleine Waagestrasse 1 / (28195) Bremen 0049 421 3227600 / 0049 421 3227620 impressum@kingart-games.com / www.kingart-games.com Sr. Jan Theysen (CEO) jan.theysen@kingart-games.com |
| Es un estudio independiente de desarrollo de videojuegos con sede en Bremen y 60 empleados, centrado en los juegos de aventura. Es uno de los 20 mayores desarrolladores de juegos de Alemania. | |

| InternetQ GmbH | |
|--|--|
| Domicilio / (CP) Ciudad Teléfono / Fax E-mail / Página web Contacto | Gutenbergring 67B / (22848) Norderstedt 0049 40 4133000 / 0049 40 413300200 de@internetq.com / www.atlasinteractive.de Sr. Marco Priewe (gerente) |
| Es un especialista en micropagos para el procesamiento de pagos en videojuegos online. | |

Entre los actores promotores del segmento GAMING se destacan en el Norte de Alemania:

| Gamecity: Hamburg / Hamburg Kreativ Gesellschaft mbH | |
|---|--|
| Ubicación en Gamescom 2022 | Hall 10.2 / stand F010 E011 |
| <p>Gamecity:Hamburg se compromete a garantizar unas condiciones óptimas de ubicación para las empresas de la industria del entretenimiento digital con sede en Hamburgo. Gamecity:Hamburg ayuda a estas empresas a desarrollar colaboraciones y a explorar nuevos segmentos de negocio.</p> <p>Gamecity Hamburg organiza numerosos eventos para la industria del videojuego. Ejemplos son la conferencia "Gamecity Impulse", en la que expertos invitados abordan el tema de la "Igualdad, Diversidad e Inclusión" desde diversas perspectivas en relación con el sector y la conferencia "Game Starter", en la que profesionales del sector ofrecen información sobre sus perfiles laborales y consejos para empezar. Además, Gamecity organiza periódicamente en encuentro sectorial Gamecity Treff, un evento informal de creación de redes para la industria con hasta 250 participantes, diversos eventos temáticos como mesas redondas con responsables políticos y el formato Gamecity@School, en el que los alumnos aprenden más sobre las oportunidades profesionales en la industria.</p> <p>La Hamburg Games Conference se organiza anualmente en marzo como un evento B2B. La última edición tuvo lugar como acontecimiento híbrido con un programa presencial y transmisiones en directo. En 2022, la conferencia contó con unos 600 participantes de 35 países.</p> | |
| Domicilio / (CP) Ciudad | Hongkongstrasse 5, 3. Boden / (20457) Hamburg |
| Teléfono / Fax | 0049 40 87979860 / 0049 40 879798620 |
| E-mail / Página web | office@gamecity-hamburg.de / www.gamecity-hamburg.de |
| Contacto 1 | Sr. Dennis Schoubye (Dirección Gamecity Hamburg) dennis.schoubye@gamecity-hamburg.de |
| Contacto 2 | Sra. Margarete Schneider (Encargada de proyectos) margarete.schneider@gamecity-hamburg.de |
| Contacto 3 | Sr. Johannes Klockenbring (PR Manager) johannes.klockenbring@gamecity-hamburg.de |

Más información sobre los eventos organizados por Gamecity Hamburg:

<https://www.gamecity-hamburg.de/events/>

| nordmedia - Film- und Mediengesellschaft Niedersachsen/Bremen mbH | |
|--|--|
| Ubicación en Gamescom 2022 | Hall 4.1 / stands B060, B060g |
| <p>nordmedia promueve y apoya a los desarrolladores de videojuegos y empresas relacionadas con el segmento de Baja Sajonia y Bremen.</p> | |
| Domicilio / (CP) Ciudad | Expo Plaza 1 / (30539) Hannover |
| Teléfono / Fax | 0049 511 1234560 / 0049 511 12345629 |
| E-mail / Página web | info@nordmedia.de / www.nordmedia.de |
| Contacto | Sr. Roman Winkler (referente para la promoción de TV/Streaming no ficcional, contenidos digitales interactivos, videojuegos) r.winkler@nordmedia.de / tel.directo: 0049 511 123456 61 |

| nextMedia.hamburg | |
|---|---|
| Domicilio / (CP) Ciudad | Hongkongstrasse 5, 3. Boden / (20457) Hamburg |
| E-mail / Página web | redaktion@nextmedia-hamburg.de / www.nextmedia-hamburg.de |
| Contacto 1 | Sra. Nina Klass (Directora) Nina.Klass@nextmedia-hamburg.de |
| <p>Next.media es la iniciativa de la localización de Hamburgo para la escena digital y para medios de comunicación. La iniciativa apoya la cooperación orientada a la innovación entre empresas de medios de comunicación y digitales, universidades, sus estudiantes y promotores de Hamburgo.</p> | |

| bremen digitalmedia e.V. | |
|---|---|
| Domicilio / (CP) Ciudad | Böttcherstrasse 1 (Robinson-Crusoe-Haus) / (28195) Bremen |
| Teléfono | 0049 421 16100535 |
| E-mail / Página web | info@bremen-digitalmedia.de / www.bremen-digitalmedia.de |
| Contacto 1 | Sr. Björn Portillo (Presidente de la Junta Directiva) b.portillo@bremen-digitalmedia.de |
| Contacto 2 | Sra. Eva Koball (Directora) eva.koball@bremen-digitalmedia.de |
| Bremen digitalmedia es la asociación de la industria de los medios digitales de Bremen y se fundó en 1997 como iniciativa para la promoción, el desarrollo, la aplicación y la difusión de los medios interactivos en la región económica de Bremen | |

| IFgameSH e.V. c/o starterkitchen | |
|---|---------------------------------------|
| Domicilio / (CP) Ciudad | Kuhnkestrasse 6 / (24118) Kiel |
| E-mail / Página web | kontakt@ifgamesh.de / www.ifgamesh.de |
| Contacto | Sr. Jens Bahr / jens@ifgamesh.de |
| IfgameSH es la iniciativa de Schleswig-Holstein para el sector de los videojuegos. Su objetivo es crear una red de desarrolladores de juegos locales y promover la industria del gaming en ese estado federado. Esto se hace principalmente a través de la creación de comunidades y la realización de eventos. | |



Muchas gracias por su atención.
Ante cualquier duda, comuníquese con el Consulado General de
la República Argentina en Hamburg, Alemania.
<http://chamb.cancilleria.gob.ar>

<https://www.cancilleria.gob.ar/es/argentinatradenet>

