



PM: gamescom: Spiele werden erwachsen. 10 Berliner und Brandenburger Unternehmen präsentieren aktuelle Trends auf der Spielemesse in Köln

(Mynewsdesk) Presseinformation

English version below

Spiele sind mittlerweile mehr als ?nur? Games. Sie sind genau wie ihre erste Spielergeneration erwachsen geworden und eine ernst zu nehmende Freizeitgröße. Laut BIU/GfK spielt fast jeder zweite Deutsche digitale Spiele. Den Kinderschuhen längst entwachsen, haben die Spiele von heute neue Perspektiven erobert ? von der Wissensvermittlung und Gesundheitsaufklärung über Simulationen bis hin zu einem interessanten Werbekanal. Diese aktuellen Trends präsentieren zehn Unternehmen aus der Hauptstadtregion auf einem vom games.net berlinbrandenburg für die Länder Berlin und Brandenburg organisierten Messegemeinschaftsstand vom 13. bis 15. August 2014 auf der gamescom in Köln.

Berlin/Köln - Der deutsche Markt für Games ist 2013 kräftig gewachsen. Demnach konnte ein Umsatzwachstum von etwa 5% auf 2,7 Mrd. Euro erzielt werden. Deutschland ist laut Newzoo und GAME Bundesverband mit einem Anteil von 5,5% am Weltmarkt einer der wichtigsten Märkte überhaupt. Größte Zuwächse verzeichnen Umsätze mit Spielen für Smartphones und Tablets: 290 Mio. Euro in 2013, 64% mehr als im Vorjahr. Hier setzt sich der Trends hin zu mobilen Spielen deutlich fort. ?Auch die Games-Branche in Berlin-Brandenburg entwickelt sich rasant und schaut positiv in die Zukunft.?, sagt Andrea Peters, Vorstandsvorsitzende media.net und games.net berlinbrandenburg. ?Laut aktuellem medien.barometer von Medienboard und media.net erwarten 85% der hiesigen Unternehmer steigende Umsätze. ? begründet Andrea Peters die guten Aussichten. Gamesbranche und Software Branche schaffen in der Region mittlerweile 31.139 sozialversicherungspflichtige Arbeitsplätze (KKI 2013), Tendenz steigend.

?Wer spielt gewinnt?, erklärt Ralph Stock von Serious Games Solutions und einer der zehn Mitaussteller auf der gamescom. Seit 1993 hat die in Potsdam ansässige Firma mehr als 220 Serious Games realisiert. ?Es ist wissenschaftlich erwiesen, dass Serious Games Heilungsquoten steigern können. Zu unserem Portfolio im Bereich Health gehören aber auch Trainingsprogramme für Ärzte und Rettungsassistenten oder Game Based Learning Systeme und Gamification Anwendungen rund um Wellness und Fitness. Der Bereich Mitarbeiterschulung ist ebenfalls ein Schwerpunkt.?, so Ralph Stock. Das mehrfach ausgezeichnete Unternehmen ist im Bereich Serious Games breit aufgestellt. Es entwickelt Spiele auch in den Bereichen Learning, Coporate oder Werbung.

Auch Dirk Weyel von Mitaussteller Stryking Entertainment betont: ?Die Branche stellt längst keine Nische mehr dar, sondern einen lukrativen Werbekanal. 72% des App-Umsatzes wird durch Games erzielt, 55% der wer-berelevanten Gruppe spielen digitale Spiele. ? Nicht umsonst entwickeln sich free-to-play Games zu einem immer interessanteren Kanal für Marken. Diese werben schon länger in Online-Spielen. Neu ist aber, darin auch Produkte wie T-Shirts zu verkaufen. Möglich macht es nspyre, eine In-Game E-Commerce-Lösung, die das Berliner Startup Stryking auf der gamescom vorstellen wird.

Serious Games Solutions und Stryking Entertainment sind zwei von zehn Unternehmen der Hauptstadtregion, die sich vom 13. bis 15. August in Köln präsentieren. Mit dabei sind auch Lokalisierungsspezialist Altagram, die Cash-Payment-Lösung Barzahlen, Vermarkter GameGenetics, Publisher GameSpree, die Full-Service-Agentur Mothership, Entwickler und Publisher Piraya Mobile, Publisher Shanda Games und das Open-Source-Projekt SpriteBuilder von Apportable. Unter der Dachmarke Games Capital Berlin-Brandenburg präsentieren sich die Partner des Messegemeinschaftsstandes Berlin Partner, Medienboard Berlin-Brandenburg und ZukunftsAgentur Brandenburg. Unterstützt wird der Stand von Bunnenberg und Bertram, der Commerzbank, Exozet, der Games Academy und KPMG sowie kofinanziert aus Mitteln des Europäischen Fonds für regionale Entwicklung.

Zeit zum Kennenlernen und Kontakte knüpfen bieten auch die drei Empfänge am Ende der Messetage. Am Eröffnungsabend werden bei Currywurst und Bier rund 300 Gäste vom Berlin-Brandenburg Empfang erwartet. Am Abend des 14. August 2014 laden die Initiative ?Berlin meets Poland? zum Deutsch-Polnischen Empfang und Mitaussteller GameGenetics zu Imbiss und Getränken. Stryking Entertainment sorgt für einen erfolgreichen Ausklang der drei Messetage bei einer Standparty am Freitag, den 15. August 2014.

GAMES - MADE IN BERLINBRANDENBURG: Halle 4.1 // Stand B031 C030

Lizenzfreies Material zum Download:

* Serious Games Solutions realisiert spielbasierte Lernumgebungen für Unternehmen wie Siemens oder Mercedes Benz. © media.net/Serious Games Solutions

* Ralph Stock, Geschäftsführer Serious Games Solutions, © media.net/Serious Games Solutions

* Stryking Entertainment Management, © media.net/Stryking Entertainment

* die Broschüre gibt einen Überblick über die Mitaussteller

Über games.net berlinbrandenburg

games.net berlinbrandenburg, eine Initiative des Medien-Netzwerks media.net berlinbrandenburg, repräsentiert und verbindet die schnell wachsende regionale Games-Branche. Die Plattform beschleunigt den direkten Dialog zwischen allen Mitgliedern von Unternehmen bis hin zu Hochschulen. Regelmäßige Netzwerkveranstaltungen, Gesprächsrunden auf Führungsebene, Messen und HR-Services fördern den vielfältigen Austausch und den Aufbau eines nachhaltigen Business-to-Business-Netzwerks. Big Player sowie Startups profitieren von den exzellenten Kontakten in Wirtschaft, Politik und Wissenschaft. www.gamesnet-bb.de

Press information

GAMESCOM:

Games are growing up. Ten companies from Berlin and Brandenburg are presenting current trends at the games fair in Cologne.

Games have become more than just games. Like the first generation of gamers, games have grown up and now take up a large amount of the world's leisure time. According to BIU/GfK nearly one in two Germans plays digital games. Long since grown up, the games of today have captured new perspectives ? from knowledge transfer and health education, to simulations, to an attractive avenue for advertising. games.net berlinbrandenburg have organized ten Berlin and Brandenburg companies to present these current trends in a communal capital region booth at the gamescom conference in Cologne from the 13th ? 15th of August.

Berlin/Cologne - The German gaming market grew enormously in 2013. Indeed, a growth rate of about 5% was achieved, giving sales of approximately 2.7 billion Euros. According to Newzoo and the GAME Bundesverband, Germany is one of the most important gaming markets in the world, commanding a 5.5% global share. The biggest growth areas were games for smartphones and tablets: sales of these totaled 290 million Euros in 2013, 64% more than in the previous year. What's more, this growth in mobile gaming is still increasing. The gaming industry in Berlin-Brandenburg is developing fast and the outlook for the future is positive, says Andrea Peters, chairperson of media.net and games.net berlinbrandenburg. She justified her optimism, noting, according to the current medien.barometer of the Medienboard and media.net, 85% of local businessmen expect increasing sales. The gaming and software industries have now created 31.139 jobs and counting, all of which are subject to social insurance contributions (KKI 2013).

Who plays wins, explains Ralph Stock from Serious Games Solutions, one of the ten co-exhibitors presenting at gamescom. Since 1993 the company, which is based in Potsdam, has realized more than 220 serious games. It is scientifically proven that serious games can increase cure quotas. Our health sector portfolio includes training programs for doctors and paramedics, game based learning systems, and gaming applications for wellness and fitness. Sector staff training is also a focus, says Ralph Stock. The company, which has been honored multiple times for its games, has broad offerings in the serious games sector. It also develops games in the learning, corporate, and advertisement sectors.

Dirk Weyel of co-exhibitor Stryking Entertainment also emphasizes that, it has been a long time since this has been a niche industry, instead, it is now a lucrative channel for advertising. 72% of app sales are of games, and 55% of the group relevant to advertisers are playing digital games. It is not for nothing that free-to-play games are developing into an increasingly interesting channel for brands. They have already been advertising in online games for a long time. The new thing is to also sell products such as t-shirts through games. The Berlin-based startup Stryking is attending gamescom to present Nspyre, an in-game E-commerce solution that makes this possible.

Serious Games Solutions and Stryking Entertainment are just two of the ten companies from the capital region showing at gamescom in Cologne from the 13th ? 15th of August. Joining them are localization specialists Altagram, the cash payment solution Barzahlen, marketer GameGenetics, publisher GameSpree, the full service agency Mothership, developer and publisher Piraya Mobile, publisher Shanda Games, and the open source project SpriteBuilder of Apportable. The partners of the communal booth, Berlin Partner, Medienboard Berlin-Brandenburg and ZukunftsAgentur Brandenburg, are presenting themselves together under the umbrella brand Games Capital Berlin-Brandenburg. The booth is supported by Bunnenberg und Bertram, Commerzbank, Exozet, the Games Academy, and KPMG, and is co-financed by funds from the European Fund for Regional Development.

At the end of each of the three fair days receptions will be held, offering the chance for participants to make new contacts and to get to know one another. About 300 guests are expected to attend the opening evening Berlin-Brandenburg reception, featuring currywurst and beer. On the evening of the 14th of August the initiative 'Berlin meets Poland' invites to a German-Polish reception. At the same time co-exhibitor GameGenetics invites to snacks and drinks at the Berlin booth. Finally, to celebrate the success of the three day fair, Stryking Entertainment will cater the final day booth party on Friday the 15th of August 2014.

GAMES ? MADE IN BERLINBRANDENBURG: Hall 4.1. // Booth B031 C030

License-free material for download:

* Serious Games Solutions realizes game based learn environments for companies such as Siemens or Mercedes Benz. © media.net/Serious Games Solutions

* Ralph Stock, CEO Serious Games Solutions, © media.net/Serious Games Solutions

* Stryking Entertainment Management, © media.net/Stryking Entertainment

* The leaflet gives an overview of the co-exhibitors

About games.net berlinbrandenburg

games.net berlinbrandenburg, an initiative of the media network media.net berlinbrandenburg, represents and connects the fast growing regional gaming industry. The platform accelerates the direct dialogue between all members, from companies through to colleges. Regular network events, management-level discussions, fairs, and HR services promote diverse exchanges and assist the development of a sustainable business-to-business network. Big players and startups alike benefit from our excellent contacts in business, politics, and science. www.gamesnet-bb.de

Diese Pressemitteilung wurde via Mynewsdesk versendet. Weitere Informationen finden Sie im media.net berlinbrandenburg e.V. .

Shortlink zu dieser Pressemitteilung:

<http://shortpr.com/nffz68>

Permanentlink zu dieser Pressemitteilung:

<http://www.themenportal.de/multimedia/pm-gamescom-spiele-werden-erwachsen-10-berliner-und-brandenburger-unternehmen-praesentieren-aktuelle-trends-auf-der-spielemesse-in-koeln-53744>

Pressekontakt

-

Andrea Wickleder
Ackerstraße A 3
10115 Berlin

wickleder@medianet-bb.de

Firmenkontakt

-

Andrea Wickleder
Ackerstraße A 3
10115 Berlin

shortpr.com/nffz68
wickleder@medianet-bb.de

Über [media.net berlinbrandenburg](http://media.net/berlinbrandenburg)

Seit über zwölf Jahren zählt das [media.net berlinbrandenburg](http://media.net/berlinbrandenburg) zu einem der größten und erfolgreichsten regionalen Netzwerke der Medienwirtschaft in Deutschland. Branchen- und länderübergreifend vertritt es etablierte und global agierende Unternehmen wie BBDO, BMG Rights Management, N24 und UFA, aber auch über 140 junge Unternehmen wie plista, HitFox, Native Instruments und Wooga. Ziel des unabhängigen Vereins ist die Vernetzung der Akteure und die Vertretung der Mitglieder-Interessen auf Landes- und Bundesebene für die Verbesserung der Rahmenbedingungen.