

GAMESMARKT

Für alle, die mitspielen wollen

Nr. 04

April 2019
B 54291

Partner NIS America über den Wechsel zu Koch

Produkte Aerosofts Plädoyer für die Nische

Preis Die DCP-Nominierungen 2019



Mortal Kombat 11

**Der Fighting-Game-Klassiker
prügelt mit USK-Segen**



EVENT

Communitys und Marketing im Blick

MACHER
Die Organisatoren
mit den Teilnehmern
des Event-Panels

Auch die zehnte Hamburg Games Conference war ein großer Erfolg. Inhaltlich wurde sie erstmals von Super Crowd betreut und fokussierte die Themen Marketing und Community.

Ende Februar traf sich die Hamburger Gamesbranche einmal mehr zu ihrer „Hauskonferenz“, der Hamburg Games Conference. Es war bereits die zehnte Ausgabe, aber zum ersten Mal wurde das Programm von Super Crowd Entertainment kuratiert, die auch für die Organisation der Messe MAG sowie den Indie Arena Booth verantwortlich zeichnen. 150 Teilnehmerinnen und Teilnehmer kamen zur diesjährigen Hamburg Games Conference, viele davon auf C-Level. Ihnen wurde ein vielfältiges Programm geboten mit Sprecherinnen und Sprechern unter anderem von Niantic, Bethesda, THQ Nordic, der Buchmesse oder auch dem game-Verband.

Inhaltlich stand unter anderem das Thema Marketing im Fokus: So referierte Mikkel Robrahn von PietSmit

nicht nur über die gelungenen Aktionen der Influencer, sondern auch über Aktionen, die nicht den erhofften Effekt erzielten. Gerade solche Best-practices sind in der Regel besonders aufschlussreich. In eine ähnliche Stoßrichtung ging auch das Panel mit Lina Berehi von THQ Nordic, Franziska Lehnert von Bethesda und Steffen Grzwia von Rocketbeans, die ebenfalls über Planungen und Abläufe von ihnen forcierter Kampagnen sprachen.

Neben dem Marketing stand auch das Thema Community und Community Building im Fokus. Dominik Schönleben von Niantic gab die Erfahrungen des Entwicklers beim Community-Aufbau im Rahmen von *Pokémon Go* wieder. Über die Nutzung von Communitys für das Marketing



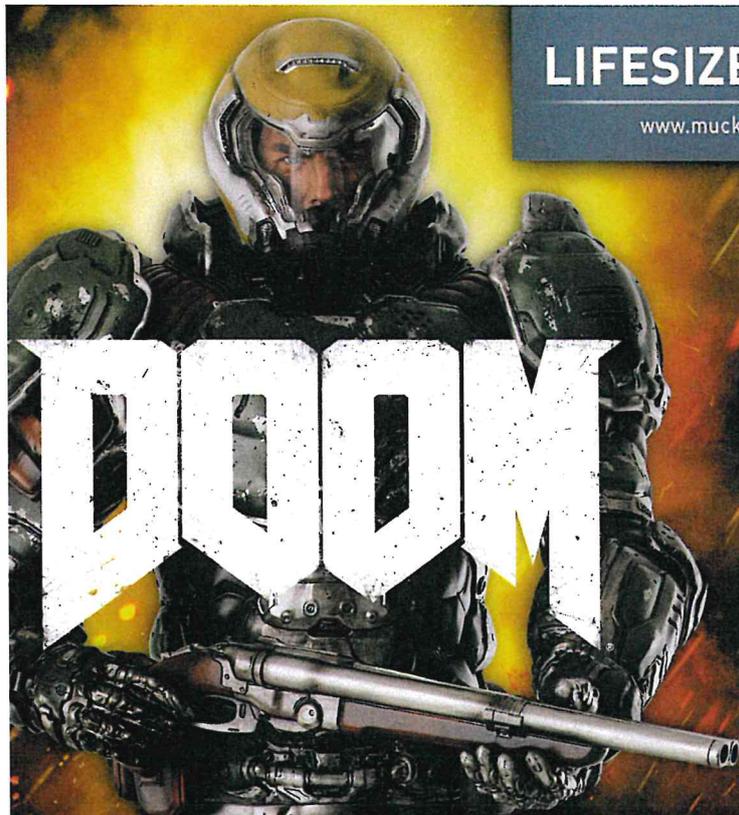
sprach außerdem ein hochkarätig besetztes Panel, an dem EA-Deutschland-Geschäftsführer Jens Kosche in seiner Funktion als Vorstandsmitglied des game – Verband der Deutschen Spiele-Branche, sowie Markus Gogolin, Director Marketing Strategy der Frankfurter Buchmesse, und Michael Liebe, Gründer und Geschäftsführer von Booster Space, teilnahmen.

„Wir freuen uns über das überwältigend positive Feedback der Teilnehmenden und der Speakern. Dies unterstreicht, dass Hamburg nach wie vor Games-Standort Nummer 1 in Deutschland ist“, so Dr. Christian Rauda von der veranstaltenden Medienrechtskanzlei Graef Rechtsanwälte. Die Kanzlei zählt auch seit Jahren zu den Förderern der Konferenz. Sie wird außerdem von der Standortinitiative gamecity:Hamburg, von Create Converge, der Filmförderung Hamburg/Schleswig-Holstein sowie der inhaltlich verantwortlichen Super Crowd Entertainment unterstützt.

STEPHAN STEININGER



VERMARKTER Marketing war eines der Fokusthemen der Konferenz



LIFESIZEFIGURES

www.mucklevision.com



Fallout 4

©Bethesda Softworks LLC,
a ZeniMax Media company.
Trademarks belong to their respective owners.
All Rights Reserved.

prototypenbau | 3D-Druck | Sonderanfertigungen für Messebau
Verbefiguren | PVC-/Resin-Figuren | Promotion-Figuren

mm
II muckle | mannequins |

MUCKLE MANNEQUINS GmbH | GERMANY | www.mucklevision.com | Langlachweg 11 | 68229 Mannheim | info@mucklefiguren.de | Fon 0049 (0) 621/8281395