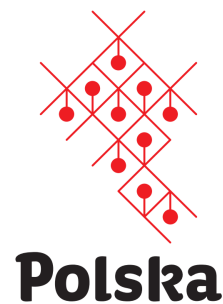


**Wydział Promocji Handlu i Inwestycji  
Ambasady Rzeczypospolitej Polskiej  
w Berlinie**



# **Analiza branży gier w Polsce i w Berlinie**

Berlin, styczeń 2014

**Wydawca wersji polskiej:**

Ambasada Rzeczypospolitej Polskiej w Berlinie  
Wydział Promocji Handlu i Inwestycji  
Leipziger Platz 2, D-10117 Berlin  
tel.: (00 49 30) 206 226070, fax: (00 49 30) 206 226 730  
e-mail: berlin@trade.gov.pl; www.berlin.trade.gov.pl

**Autorzy:**

Michael Liebe  
Tim Tielebier

**Redakcja:**

Tomasz Salomon - Radca  
Wydział Promocji Handlu i Inwestycji Ambasady RP w Berlinie

Data wydania wersji polskiej: 6.03.2014 r.

„Analiza branży gier w Polsce i w Berlinie”, której autorami są Michael Liebe i Tim Tielebier, została opublikowana w wersji niemieckojęzycznej w dniu 31.01.2014 r. na zlecenie Administracji Senatu ds. Gospodarki, Technologii i Badań i odzwierciedla poglądy, opinie oraz ocenę stanu i perspektyw rozwoju branży autorów niniejszego opracowania.

## Spis treści

1. Przegląd rynku gier komputerowych w Polsce i w Niemczech.....	7
1.1 Branża gier komputerowych w Niemczech .....	7
1.2 Specyfika rynku w Berlinie.....	9
1.3 Branża gier komputerowych w Polsce .....	10
2. Porównanie branż gier komputerowych w Polsce i w Niemczech.....	12
2.1 Dane rynkowe .....	12
2.1.1 Porównanie podstawowych danych.....	12
2.1.2 Podział aktywnych graczy w Polsce i w Niemczech według płci.....	13
2.1.3 Podział aktywnych graczy w Polsce i w Niemczech według wieku.....	13
2.1.4 Podział systemów gier w Polsce i w Niemczech .....	14
2.1.5 Podział systemów operacyjnych na urządzeniach przenośnych w Polsce i w Niemczech .....	15
2.2 Firmy w Polsce.....	16
2.3 Infrastruktura (związki, sieć powiązań, promocja).....	18
2.3.1 Niemcy .....	18
2.3.2 Instytucje w Berlinie .....	19
2.3.3 Polska.....	22
2.3.4 Instytucje w Polsce .....	22
2.3.5 Klastry w Polsce .....	24
2.4 Wydarzenia w Polsce i w Niemczech.....	24
2.4.1 Niemcy .....	25
2.4.2 Polska.....	25

2.4.3 Krótki opis wydarzeń branżowych w Polsce.....	26
2.4.4 Perspektywy na 2014 .....	26
2.5 Kształcenie.....	27
2.5.1 Berlin .....	28
2.5.2 Polska.....	28
2.6 Media i multiplikatorzy informacji w Polsce .....	29
3. Analiza danych rynkowych .....	30
4. Wartość dodana współpracy pomiędzy Berlinem a Polską.....	32
4.1 Identyfikacja obszarów współpracy.....	34
4.2 Elementy spójne z innymi branżami kreatywnymi i ICT .....	35
4.2.1 Applied Game Technologies.....	35
4.2.2 Serious Games.....	36
4.2.3 Gamification.....	36
4.2.4 Games for Health.....	37
4.2.5 Interface Design .....	37
4.2.6 Sztuka mediów .....	37
4.2.7 Umiejętność korzystania z mediów .....	38
4.2.8 Transmedia.....	38
4.2.9 Animacja.....	38
4.2.10 Bezpieczeństwo IT.....	39
5. Zrównoważony rozwój i perspektywy długoterminowej współpracy .....	40
5.1 Rynek zbytu dla produktów konsumenckich .....	41
5.2. Rekrutacja utalentowanych, wykwalifikowanych pracowników .....	42
5.3 Wspieranie kształcenia, wymiana studencka i sieć wykładowców ....	42

5.4 Transfer wiedzy i usług .....	43
5.5 Inwestycje .....	44
6. Wykaz źródeł .....	45
7. Autorzy.....	46
8. Słowo końcowe od autorów.....	47
Ambasada Rzeczypospolitej Polskiej w Berlinie Wydział Promocji Handlu i Inwestycji .....	48



## 1. Przegląd rynku gier komputerowych w Polsce i w Niemczech

Około 1/3 społeczeństwa w Europie regularnie korzysta z cyfrowych gier komputerowych, które stają się tym samym integralną częścią codziennej kultury. Gry mają wpływ na spędzanie wolnego czasu całej generacji, inspirują producentów filmowych oraz muzycznych i znalazły także swoje miejsce w sztuce. Jednak mimo tego, zarówno w Niemczech, jak i w Polsce widoczny czasem brak uznania dla tego medium jako dobra kulturowego, obszaru zatrudnienia i motoru innowacji technologicznych.

Rozwój gier komputerowych w Niemczech i Polsce ma stosunkową długą tradycję. Ich profesjonalne tworzenie rozpoczęło się w obu krajach na początku lat 90-tych, przy czym pierwsze kroki rozwoju gier w Polsce podejmowano na bazie współpracy polsko-niemieckiej: odnoszące dziś ogromne sukcesy studio Reality Pump zostało założone w Krakowie przez pochodzące z Mannheim przedsiębiorstwo TopWare Interactive.

Mimo tego oba kraje uznawane są dziś w powszechnej opinii raczej za rynek zbytu dla międzynarodowych gier, niż za ich producenta. Oznacza to, że zarówno w Niemczech, jak i w Polsce duża część gier pochodzi z zagranicy – przede wszystkim z USA, Kandy, Japonii, Korei czy krajów skandynawskich.

Od połowy pierwszej dekady XXI wieku, niemieccy producenci przebijają się na międzynarodowym rynku przede wszystkim z modelem biznesowym, polegającym na dystrybucji bezpośredniej. Polska z kolei rozwinęła swoją wiedzę w obszarze dużych zleceń produkcyjnych, które są finansowane i dystrybuowane przez międzynarodowych wydawców.

### 1.1 Branża gier komputerowych w Niemczech

Niemiecki rynek gier komputerowych jest jednym z największych na świecie. Porównując obroty pochodzące z konsumpcji w Europie, zaraz po Wielkiej Brytanii to właśnie Niemcy generują największe obroty. Także pod względem rozwoju gier, kraj ten przejął pozycję lidera. Zgodnie z tradycją, niemiecki rynek gier pełnił na początku rolę rynku konsumenckiego i importowego, co oznacza, że do kraju sprawdzano o wiele więcej gier, niż było produkowanych na terenie samych Niemiec czy wysyłanych za granicę. Do międzynarodowych ośrodków produkcji gier należą USA, Japonia, Korea, Kanada i Skandynawia. Od ostatniego rozkwitu „gier

przeglądarkowych” – czyli takich, w które gra się korzystając z przeglądarek, jak Internet Explorer czy Firefox – doszło do niewielkiej zmiany, dzięki której Niemcy zyskały dobrą renomę, szczególnie na popularnych rynkach ‘Mobile’, ‘Free-2-Play’, ‘Social Gaming’ i ‘Cross Plattform’.

Gry komputerowe i wideo stanowią obecnie główną gałąź niemieckiej gospodarki multimediiów, a w 2012 roku mogły pochwalić się obrotami wynoszącymi 1,85 miliarda euro, wyprzedzając tym samym zarówno przemysł muzyczny, jak i filmowy (porównując do liczby sprzedanych biletów kinowych). Niemiecka produkcja skoncentrowana jest wokół aglomeracji: landu Nadrenii-Północnej Westfalii (przede wszystkim miasta Kolonia i Düsseldorf), Monachium, Berlina, Hamburga i regionu Frankfurtu. W branży gier zatrudnionych jest w Niemczech łącznie około 10,5 tys. osób, które zajmują miejsca w całym procesie tworzenia. Liczba ta dotyczy zarówno pracowników wykonujących wolne zawody, jak i zatrudnionych na stałe.

Międzynarodowy trend gier internetowych i przeglądarkowych korzystnie wpływa na rozwój gospodarczy Niemiec. Dotychczas jednak niewiele jest firm tworzących gry, którym podobnie jak Crytek czy Yager udało się uzyskać międzynarodowy rozgłos. Wielcy międzynarodowy wydawcy jak Sony, Ubisoft, Nintendo czy Electronic Arts od lat znajdują się na niemieckim rynku i współpracują z niemieckimi firmami. Od początku ubiegłej dekady Niemcy stają się jedną z najważniejszych na świecie lokalizacji, jeśli chodzi o rozwój gier internetowych i przeglądarkowych. Firmy takie jak Bigpoint, Gameforge, Wooga, Innogames czy Goodgames i Travian znane są na całym świecie, odnosząc wielkie sukcesy i eksportując swoje gry do ponad 50 krajów. Dystrybutorzy, jak GameGenetics i HitFox, specjalizujący się w grach internetowych oraz takich, które są tworzone specjalnie na urządzenia przenośne, docierają do ponad 180 krajów.

Sukces nieodzownie wiąże się z rosnącym popytem na wykwalifikowanych i doświadczonych specjalistów. Popyt sprawia z kolei, że niemiecki system edukacji staje przed nowymi wyzwaniami. Ogromne zapotrzebowanie panuje przede wszystkim na ekspertów w dziedzinie programowania technologii informacyjnych. Poza tym, oprócz projektantów potrzebni są przede wszystkim specjaliści z obszarów administrowania serwerami, produkcji, dystrybucji internetowej i marketingu.

W Niemczech dostępna jest dobrze rozbudowana infrastruktura stowarzyszeń i instytucji wspierających oraz środowisk kulturalnych.



Niemiecki Bundesverband Interaktive Unterhaltungssoftware (BIU) reprezentuje wydawców; G.A.M.E. Bundesverband der Computerspielindustrie jest tradycyjnie przedstawicielem producentów gier. Instytucje jak Medienboard Berlin-Brandenburg, games.net berlinbrandenburg, gamecity Hamburg, Games / Bavaria, Film- und Medienstiftung NRW czy gamearea Frankfurt wspierają gospodarczą aktywność branży. Do tego dochodzą znane na całym świecie imprezy branżowe, jak gamescom w Kolonii, DGT – Deutsche Gamestage w Berlinie oraz Deutscher Computerspielpreis i Deutscher Entwicklerpreis. Kultura związana z grami jest aktywnie tworzona i promowana przez fundację Digitale Spielkultur, A MAZE. Festival, Videospielekultur Verein i muzeum gier komputerowych, ZKM Karlsruhe i Retro Games Verein.

## 1.2 Specyfika rynku w Berlinie

W porównaniu z Berlinem, żadne inne miejsce w Europie nie dysponuje tak gęstą i zróżnicowaną infrastrukturą firm i instytucji związanych z grami. W niemieckiej stolicy swoją siedzibę ma ok. 200 przedsiębiorstw zajmujących się - pośrednio bądź bezpośrednio - projektowaniem i dystrybucją gier komputerowych. Przedsiębiorstwa te obecne są na wszystkich scenach istotnych w branży gier: produkcje Triple-A, gry przeglądarkowe, produkcje typu cross platform, mobilne i branded entertainment, dystrybucja cyfrowa, pozyskiwanie użytkowników, wprowadzenie produktów na rynek, lokalizowanie i zapewnienie jakości.

Praca na rzecz Przemysłu gier wspierana jest instytucjonalnie, przez mające swoją siedzibę w Berlinie stowarzyszenia federalne G.A.M.E. i BIU, organizację Unterhaltungssoftware Selbstkontrolle (USK) oraz fundację Digitale Spielkultur czy też sieć firmy należące do games.net berlinbrandenburg. Także projekt Zukunft (Przyszłość) zainicjowany przez Administrację Senatu ds. Gospodarki, Technologii i Badań promuje branżę gier w Berlinie za pomocą konkursów, wspomagając istniejące powiązania działaniami marketingowymi. Pod marką „Games Capital Berlin-Brandenburg” współpracują ściśle Medienboard Berlin-Brandenburg, Berlin Partner, agencja Zukunftsagentur Brandenburg oraz media.net, oferując doradztwo, dostęp do sieci powiązań, finansowanie i promocję.

W regionie stolicy Niemiec osiadło kilka specjalistycznych placówek kształcących, do których należą m.in. Games Academy czy School for Games. Każda z nich zapewnia branży możliwość rekrutacji dobrze wykształconej młodej kadry, bezpośrednio z lokalnego rynku. Do tego

dochodzą jeszcze jednostki badawcze jak Centrum Badania Gier Komputerowych (DIGAREC) i laboratorium gier, gameslab, należące do HTW Berlin.

Berlin regularnie organizuje różnego rodzaju imprezy branżowe odwiedzane przez tysiące gości i specjalistów. Do najważniejszych takich wydarzeń należy zaliczyć: Deutsche Gamestage (od 2014 International Games Week: Berlin), konferencja projektantów Quo Vadis, Deutscher Computerspielpreis, LARA Award, A MAZE. Festival, re:publica, NEXT Berlin oraz medienwoche@IFA (od 2014 jako International Media Convention). Tym znaczącym imprezom towarzyszy wiele pomniejszych wydarzeń, jak Social Games Summit, Social Media Week czy droidcon.

Poza sukcesami na niwie gospodarczej, Berlin oferuje także wiele atrakcji w dziedzinie kultury: jedyne w swoim rodzaju na świecie muzeum gier komputerowych przedstawia historię tego medium. Do tego dodać należy jeszcze CK-99 Next-Level-Lounge, Gamestorm, inicjatywę Streetgame ‚Berlin Invisible Playground‘ oraz liczne spotkania branżowe games.net czy też powstające centrum Game Science Center.

### **1.3 Branża gier komputerowych w Polsce**

Polscy twórcy gier wyrobili sobie w ostatnich latach markę na scenie międzynarodowej – pięć z najbardziej popularnych na świecie gier wideo (‚The Witcher‘, ‚Earth 2140‘, ‚Dead Island‘, ‚Call for Juarez‘ i ‚Painkiller‘) oraz liczne gry na urządzenia przenośne powstały w Polsce. Wielu Polaków regularnie spędza czas przy grach wideo i komputerowych. Podobnie jak w Niemczech, przeciętna wieku graczy to ponad 30 lat, podział graczy pod względem płci jest także raczej wyrównany. Społeczeństwo polskie jest młodsze od niemieckiego, stąd też istnieje duża Grupa osób, które wyrosły wraz z mediami cyfrowymi i czują się mocno związani ze smartfonami i serwisami społecznościowymi. Przeciętna wieku pracowników firm projektowych wynosi wg szacunków ekspertów ok. 25 lat

O znaczeniu polskiego rynku stanowią dynamiczne przedsiębiorstwa, utalentowani projektanci oraz interesujący rynek zbytu o szczególnym potencjale w przypadku tzw. ‚Casual Games‘, czyli gier rekreacyjnych, rozgrywanych przede wszystkim na smartfonach, tabletach lub w przeglądarce komputera. Rynek ten obsługiwany jest w pierwszym rzędzie przez przedsiębiorstwa zagraniczne (przede wszystkim z Niemiec).

Twórcy gier wideo i gier komputerowych stawiają na międzynarodowe ukierunkowanie swoich produktów i szczególnie często projektują tzw. 'Core Games', czyli gry o znacznym stopniu trudności i dłuższym czasie gry. Tego rodzaju produkcja nierzadko finansowana jest przez wydawców zagranicznych. Tym samym gry komputerowe z Polski znane są na rynku globalnym – nawet jeżeli tylko niewielu graczom, czy wtajemniczonym w branży, znany jest fakt, że projekty w Polsce realizowane są przez takie przedsiębiorstwa jak Techland, 11 Bit Studios, The Farm 51, CI Games czy Reality Pump.

Mniej rozbudowana jest w Polsce natomiast sieć instytucji związanych z grami. Nie ma rozbudowanych zrzeszeń projektantów gier, mimo że już od dłuższego czasu podejmowane są różnego rodzaju inicjatywy, których celem jest ich lepsze połączenie. Digital Entertainment Cluster w Krakowie stanowi tu wyjątek. Ciągłe jeszcze zbyt słabo rozwinięte jest także kształcenie projektantów i twórców gier, choć sytuacja ta powoli ulega zmianie. Pojedyncze uczelnie w Warszawie czy Krakowie mają już w swojej ofercie takie kierunki studiów.

Kraków, Warszawa, Łódź i Wrocław uchodzą za najbardziej liczące się miejsca w branży gier komputerowych w Polsce. Firmy producenckie w Gdańsku, Gdyni i Poznaniu znajdują się w fazie rozwoju i przyciągają wielu młodych projektantów. Poznań, Gdańsk i Kraków korzystają natomiast z organizowanych tam imprez branżowych.

Polskiej branży gier udało się zorganizować w ciągu zaledwie kilku lat godną uwagi ilość wydarzeń. Poznańska Games Arena (PGA) należy do największych branżowych targów konsumenckich; Digital Dragons i WGK uznawane są w całej Europie, choć nadal prowadzą swoje wykłady tylko w języku polskim. Umiejdzynarodowienie eventów dopiero się zaczyna.

## 2. Porównanie branż gier komputerowych w Polsce i w Niemczech

### 2.1 Dane rynkowe

#### 2.1.1 Porównanie podstawowych danych

	<b>Polska</b>	<b>Niemcy</b>
Mieszkańcy	38.540.000	81.890.000
Obroty w EUR	274.263.000	2.050.030.000
Aktywni gracze	<b>11.800.000</b>	<b>38.500.000</b>
Stosunek aktywnych graczy do wszystkich mieszkańców	31%	47%
<b>Płeć</b>		
Kobiety	39%	45%
Mężczyźni	61%	55%
<b>Wiek graczy w 2013</b>		
10-15	b.d.	14%
14-19	20%	7%
20-29	33%	25%
30-39	28%	21%
40-49	11%	25%
50-59	8%	11%
<b>Podział wg przenośnych OS</b>		
Android	63%	53%
iOS	26%	21,8%
Symbian	7%	14,9%
Windows Phone	4%	5,8%

Rynki w Polsce i w Niemczech są do siebie zbliżone pod względem profilu graczy, z drugiej strony bardzo różnią się od siebie, biorąc pod uwagę

obroty i liczbę graczy. Polskie społeczeństwo jest młodsze od niemieckiego, przez co w krótkiej i średniej perspektywie w Polsce będzie więcej graczy. Eksperci przewidują roczny wzrost o około 30%.

### 2.1.2 Podział aktywnych graczy w Polsce i w Niemczech według płci

Polska		Niemcy	
<b>Mężczyźni</b>	<b>61%</b>	<b>Mężczyźni</b>	<b>55%</b>
<b>Kobiety</b>	<b>39%</b>	<b>Kobiety</b>	<b>45%</b>

Porównanie podziału w oparciu o płeć pokazuje, że tak w Niemczech, jak i w Polsce w gry komputerowe gra wiele kobiet.

W Niemczech gra prawie tyle samo kobiet i mężczyzn. W Polsce dało się w ostatnich latach zauważyć trend, który pozwala założyć, że w ciągu kolejnych lat proporcje grających kobiet i mężczyzn nadal będą się wyrównywać. Poza tym trend ten można zauważyć niemal na wszystkich zachodnich rynkach gier.

### 2.1.3 Podział aktywnych graczy w Polsce i w Niemczech według wieku

Polska		Niemcy	
14-19	20%	10-15	14%
20-29	33%	16-19	7%
30-39	28%	20-29	24%
40-49	11%	30-39	20%
50-59	8%	40-49	24%
		50-59	11%

Dane dotyczące podziału wiekowego aktywnych graczy w Polsce i w Niemczech pochodzą z różnych źródeł, ponieważ tylko w ten sposób można precyzyjnie określić poszczególne rynki. Z tego powodu przedziały wiekowe są tak różne.

Porównanie wskazuje, że wiek graczy na obu rynkach jest rozłożony dość równomiernie. Oba rynki charakteryzują się udziałem dorosłych graczy. Młodszy wiek graczy w Polsce można wytłumaczyć ogólnym średnim wiekiem Polaków. Polskie społeczeństwo jest średnio o 6,6 lat młodsze od niemieckiego.

#### 2.1.4 Podział systemów gier w Polsce i w Niemczech

##### **Polska**

Casual (Web) 81%  
Mobile 67%  
Social Networks 59%  
PC/Mac (boxed) 58%  
MMO 47%  
PC/Mac (DL) 44%  
Console 43%

##### **Niemcy**

PC/Mac 64%  
Casual 63%  
Mobile 61%  
Console 58%  
Social 45%  
PC/Mac (DL) 41%  
MMO 33%

Porównanie według systemów pokazuje, jakie systemy lub jaki rodzaj gier jest preferowany bądź wykorzystywany przez ogólną liczbę graczy na danym rynku. Jeden gracz może przy tym korzystać z kilku systemów.

- Jako 'Casual (Web)' rozumiane są gry, w które można grać na PC/laptopie, korzystając z przeglądarki internetowej (np. Firefox, Chrome, Internet Explorer).
- 'Mobile' pokazuje graczy, którzy grają korzystając ze smartfona lub tabletu.
- 'Social Networks' określa gry, które są dostępne przez określone serwisy społecznościowe, jak Facebook, nk.pl czy StudiVZ.
- 'PC/Mac (boxed)' oznacza podział na graczy, którzy korzystają z produktów przeznaczonych dla PC lub Mac.

- Skrót 'MMO' oznacza Massively Multiplayer Online (Game). Są to gry, w które można grać po uiszczeniu miesięcznej opłaty albo za darmo, jako 'Free-to-Play'. W gry MMO gra się przeważnie z innymi graczami, na komputerze.
- Oprócz produktów w opakowaniach, 'Boxed Product', gry na PC i Mac można także pobierać z Internetu - 'PC/Mac (DL)'.
- Pod pojęciem 'Console' uwzględniony został podział konsoli do gier w obu krajach. Konsole to dedykowane systemy do gier, jak na przykład Sony Playstation, Microsoft Xbox czy Nintendo Wii.

Jak łatwo zauważyć, na obu rynkach wiodącą platformą służącą do cyfrowej, interaktywnej rozrywki jest komputer. Tabela pokazuje także niewielkie rozpowszechnienie konsoli w Polsce. W dużej mierze jest to związane z ich wysoką ceną. W bezpośrednim porównaniu koszt jednej konsoli jest w Polsce wyższy niż w Niemczech – biorąc pod uwagę niższe średnie zarobki w Polsce, różnica ta jest zrozumiała.

### 2.1.5 Podział systemów operacyjnych na urządzeniach przenośnych w Polsce i w Niemczech

	<b>Polska</b>	<b>Niemcy</b>
<b>Android</b>	63%	53%
<b>iOS</b>	26%	22%
<b>Symbian</b>	7%	15%
<b>Windows Phone</b>	4%	6%

Rozpowszechnienie systemów operacyjnych przeznaczonych na urządzenia przenośne wskazuje, jaki rodzaj smartfonów bądź tabletów jest wykorzystywany na danym rynku.

Ta informacja jest szczególnie istotna dla firm z Berlina, ponieważ tu swoje siedziby ma wielu producentów, zajmujących się rozwojem gier na urządzenia mobilne.

Na polskim rynku znajduje się więcej urządzeń pracujących na systemach Android i Apple (iOS). Największe obroty generują w Polsce użytkownicy produktów iOS; na drugim miejscu znajdują się te, działające na Androidzie.

Ekonomicznie mniej ważne systemy, jak Symbian i Windows Phone nie są na polskim rynku zbyt rozpowszechnione.

## 2.2 Firmy w Polsce

Polski rynek gier wyróżniają przede wszystkim projektanci, którzy uczestniczyli w wielkich produkcjach o międzynarodowym zasięgu. W tej części przedstawionych zostanie kilku wydawców, którzy osiągnęli wielkie sukcesy.

Oprócz nich, w Polsce istnieje wielu mniejszych, niezależnych producentów. Także oni zabiegają o dostęp do międzynarodowego rynku. Osobliwością polskiego rynku gier jest zakładanie spółek akcyjnych w celu zwiększenia własnego kapitału. Podczas gdy w Niemczech do wejścia na giełdę ciągnie raczej większe przedsiębiorstwa, w Polsce na ten krok decydują się także raczej niewielkie i młode firmy.

### • CD Projekt S.A.

CD Projekt Red (wcześniej CD Projekt RED S.A.) to największy polski producent i wydawca gier komputerowych, który odniósł ogromny sukces na arenie międzynarodowej. Przełom nastąpił w 2007, gdy firma wydała grę fabularną (RPG) pod tytułem 'The Witcher'. Sukces odniesiony w roku wydania pierwszej części gry udało się przebić w roku 2011, gdy na rynek trafił 'The Witcher 2'. Od 26.10.2007 r., czyli chwili wydania pierwszej części 'The Witcher', gra została sprzedana w ponad sześciu milionach egzemplarzy.

Godny uwagi jest fakt, że wiele kroków produkcji zostało wykonanych przez sam CD Projekt, a tylko niewielką część zlecono firmom zewnętrznym. Poza tym firma lokalizuje swoje gry na wielu rynkach, zarówno wizualnie, jak i akustycznie.

Wielu byłych współpracowników CD Projekt utworzyło swoje własne studia. Dzięki wieloletniemu doświadczeniu przyczyniają się do tego, że Polska staje się siedzibą producentów gier, zyskując profesjonalny i coraz bardziej uznawany status w międzynarodowej branży gier.

CD Projekt lokalizuje i rozprowadza poza tym gry innych producentów na polskim i wschodnioeuropejskim rynku. Firma prowadzi także serwisy dystrybucyjne GOG.com i cdp.pl

[www.cdprojekt.com](http://www.cdprojekt.com)



### •Techland sp. z o.o.

Firma została założona już w roku 1991 i z biegiem czasu uzyskała wiodącą pozycję na polskim rynku. W początkowej fazie zajmowała się tworzeniem i dystrybucją oprogramowania użytkowego na terenie Polski. Na początku bieżącej dekady skupiła się na tworzeniu gier. Techland jest obecnie jednym z największych producentów gier komputerowych w Polsce, tworząc gry na PC, Xbox 360 i Playstation 3. Dzięki serii 'Call of Juarez' (2006, 2009 i 2013) firma zyskała międzynarodowe uznanie branży. Sukces ten udało się powtórzyć, wydając serię 'Dead Island' (2011 i 2013).

[www.techland.pl](http://www.techland.pl)

### •CI Games AG

City Interactive (CI) Games został założony w 2002 roku w Warszawie. Przedsiębiorstwo powstało przez połączenie 2 firm programistycznych i jednego wydawcy. CI Games jednocześnie programuje i wydaje. Oprócz głównej siedziby w Warszawie, firma posiada jeszcze międzynarodowe biura w Rumunii, USA, Niemczech i Kanadzie. Podobnie, jak Techland i CD Projekt, CI Games specjalizuje się w tworzeniu 'Core Games', czyli gier o wyższym stopniu trudności i dłuższym czasie gry. Międzynarodowe uznanie zyskała przede wszystkim za sprawą serii 'Sniper'. Oprócz tej gry, firma wydała także wiele innych.

[www.cigames.com](http://www.cigames.com)

### •11 Bit Studios S.A.

Firma założona w 2010 roku przez byłych pracowników CD Projekt, mogąca pochwalić się wybitnymi międzynarodowymi sukcesami. Ekipa z 11 Bit Studios składa się z doświadczonych managerów i programistów z branży gier. Studio skupiło się z czasem na tworzeniu gier przeznaczonych na urządzenia przenośne. Uznanie i wiele nagród przyniosła firmie seria 'Anomaly'. Ta graficznie rozbudowana strategia jest znana graczom z całego świata, otrzymując pozytywne opinie międzynarodowej prasy. Oprócz trzech części 'Anomaly', studio stworzyło jeszcze wiele innych gier na urządzenia przenośne.

[www.11bitstudios.com](http://www.11bitstudios.com)

## 2.3 Infrastruktura (związki, sieć powiązań, promocja)

### 2.3.1 Niemcy

W Niemczech oferuje się wiele instrumentów wspierających, których głównym zadaniem jest pomoc w tworzeniu gier komputerowych i wideo. Jednak w porównaniu z takimi krajami jak Kanada, Francja, Finlandia czy Korea, które prowadzą kompleksową politykę skupiającą się na obszarze przemysłu gier, są to jeszcze instytucje i instrumenty o dużym potencjale rozwoju. Wspieranie projektów i przedsiębiorstw z branży gier odbywa się w ramach ogólnej pomocy udzielanej mediom, przede wszystkim na poziomie krajowym. W Niemczech są to z reguły pożyczki uwarunkowane spłatą, przeznaczane na prototypy i mniejsze projekty związane z grami. Poniższe instytucję prowadzą różne programy pomocowe:

- Gamecity Hamburg (obecnie działalność zawieszona)
- FilmFernsehFonds Bayern
- Filmstiftung Nordrhein-Westfalen
- Medienboard Berlin-Brandenburg
- Mitteldeutsche Medienförderung
- Nordmedia – Die Mediengesellschaft Niedersachsen/Bremen

Oprócz regionalnych instytucji udzielających pomocy, berlińskie firmy mogą składać wnioski do Berlińskiego Banku Inwestycyjnego (IBB) o przyznanie środków na rozwój i wprowadzenie na rynek innowacyjnych produktów. Najważniejszymi programami są w tym przypadku ProFIT i fundusz przeznaczony dla branży twórczej Venture Capital Fonds.

Na poziomie krajowym, rząd wraz z pełnomocnikiem odpowiedzialnym za kulturę i media (BKM), wyróżnia od 2008 roku innowacyjne i kulturowo wartościowe gry, przyznając im nagrody (Deutscher Computerspielpreis). Wartość nagród w 2013 wyniosła łącznie 385.000 euro. Warunkiem otrzymania nagrody jest jej zainwestowanie w nowe projekty.

W Niemczech działa wiele różnych instytucji kulturowych, reprezentujących medium, jakim są gry komputerowe. Oto niektóre z nich:

- A MAZE. Festival, Berlin
- Computerspiele Museum, Berlin
- Retro Games e.V, Karlsruhe

- Stiftung Digitale Spielkultur, Berlin
- VSK – Videospielekultur e.V, München
- ZKM – Zentrum für Kunst und Medientechnologie, Karlsruhe

Na poziomie krajowym wyróżniają się przede wszystkim dwa zrzeszenia, które reprezentują interesy branżowe. Poza tym aktywne są także lokalne stowarzyszenia, których głównym celem jest połączenie regionalnego przemysłu. Najważniejsze to:

- BIU – Bundesverband Interaktive Unterhaltungssoftware, Berlin (Krajowe zrzeszenie interaktywnego oprogramowania rozrywkowego)
- G.A.M.E Bundesverband der Computerspielindustrie, Berlin (Krajowe zrzeszenie przemysłu gier komputerowych)
- gamearea Frankfurt, Frankfurt a.M.
- Gamecity Hamburg, Hamburg
- Games / Bavaria, München
- games.net berlinbrandenburg, Berlin

### 2.3.2 Instytucje w Berlinie

W Berlinie znajduje się wiele instytucji, poniższa lista przedstawia wybrane zrzeszenia, organizacje i związki, które są najważniejsze z punktu widzenia branży gier i kontaktów z Polską.

#### Berlin Partner für Wirtschaft und Technologie

Berlińska instytucja wspierająca gospodarkę i miejscowy marketing. Jej celem jest pomoc inwestorom w osiedlaniu się w Berlinie i ekspansji oraz umiędzynarodowieniu działalności.

[www.berlin-partner.de](http://www.berlin-partner.de)

#### Wydział Promocji Handlu i Inwestycji Ambasady RP w Berlinie

Ambasada reprezentuje polskie interesy gospodarcze w Niemczech. Wydział Promocji Handlu i Inwestycji odpowiada za prowadzenie programów promocji koordynowanych przez polskie Ministerstwo Gospodarki. Jednym z sukcesów WPHI było uzyskanie przez Polskę statusu kraju partnerskiego na targach Cebit 2013.

[www.berlin.trade.gov.pl](http://www.berlin.trade.gov.pl)

### [Bundesverband Interaktive Unterhaltungssoftware](#)

Krajowe zrzeszenie interaktywnego oprogramowania rozrywkowego (BIU) jest wspólnotą interesów zrzeszającą dostawców i producentów oprogramowania rozrywkowego w Niemczech. W skład zrzeszenia wchodzi 13. członków, którzy reprezentują około 80% rynku gier komputerowych i wideo w Niemczech.

[www.biu-online.de](http://www.biu-online.de)

### [Computerspielemuseum](#) (Muzeum gier komputerowych)

Otwarte w 1997 roku berlińskie muzeum to pierwsza na świecie stała wystawa dotycząca cyfrowej, interaktywnej kultury rozrywkowej. Od momentu otwarcia, na ponad 30 narodowych i międzynarodowych wystawach przedstawiony został rozwój gier komputerowych.

[www.computerspielemuseum.de](http://www.computerspielemuseum.de)

### [Deutsch-Polnische Gesellschaft Berlin](#) (Niemiecko-polskie towarzystwo w Berlinie)

Towarzystwo zostało założone w 1973 roku we wschodniej części miasta. Dziś należy do niego niemal 3000 członków, co sprawia, że jest najważniejszą siecią powiązań polsko-niemieckich w stolicy Niemiec. Towarzystwo polskie organizuje m.in. koncerty, odczyty oraz wystawy i prezentacje nt. bieżących i historycznych tematów dotyczących Berlina i jego okolic.

[www.dpgberlin.de](http://www.dpgberlin.de)

### [G.A.M.E Bundesverband der Computerspielindustrie](#)

G.A.M.E. reprezentuje interesy niemieckiego przemysłu gier komputerowych. Jego celem jest wzmocnienie znaczenia Niemiec jako lokalizacji dla rozwoju oprogramowania rozrywkowego. Głównym zadaniem zrzeszenia jest kojarzenie producentów gier komputerowych mających swoje siedziby w Niemczech.

[www.game-bundesverband.de](http://www.game-bundesverband.de)

### [games.net / media.net berlinbrandenburg](#)

media.net berlinbrandenburg jest międzybranżowym sojuszem przedsiębiorstw związanych z gospodarką medialną w regionie stolicy Niemiec – od muzyki i filmów, przez TV i multimedia, po reklamę i

projektowanie. games.net zrzesza ponad 500. członków, łącząc regionalną branżę gier. Promuje dużych i małych graczy, organizując imprezy i umożliwiając kontakty w obszarze gospodarki, polityki i badań.

[www.gamesnet-bb.de](http://www.gamesnet-bb.de) / [www.medianet-bb.de](http://www.medianet-bb.de)

### Medienboard Berlin-Brandenburg

Pierwszy punkt kontaktowy dla wszystkich, którzy zajmują się filmami i mediami w Berlinie i Brandenburgii. Medienboard Berlin-Brandenburg wspiera medialne projekty i służy pomocą w rozwoju cyfrowych treści z obszaru gier, Web 2.0 i Mobile.

[www.medienboard.de](http://www.medienboard.de)

### Polnisches Institut Berlin

Instytut zajmuje się prezentowaniem i wspieraniem polskiej kultury w Niemczech i chce wzbudzić zainteresowanie nie tylko różnorodną polską kulturą, ale też historią, tradycjami i europejskim zaangażowaniem Polski.

[www.berlin.polnischekultur.de](http://www.berlin.polnischekultur.de)

### Senatsverwaltung für Wirtschaft Technologie und Forschung

Administracja Senatu ds. Gospodarki, Technologii i Badań (SenWTF) wspiera branżę gospodarczą, technologiczną i gier – w szczególności przez krajową i międzynarodową promocję. W znacznym stopniu dzieje się tak za sprawą 'Projekt Zukunft', który jest częścią SenWTF. Inicjatywa wspiera berliński sektor twórczy i teleinformatyczny w tworzeniu sieci powiązań i jest inicjatorem konkursów. Za sprawą 'Projektu przyszłość', SenWTF jest aktywny także w inicjatywie lokalizacji IT „log in. berlin”. Jej zadaniem jest kojarzenie firm badawczych, IT i twórczych. SenWTF wspiera międzynarodowe starania branży, pomagając im podczas targów, prowadząc projekty „Pozyskanie nowych rynków” i „Tworzenie siatki powiązań w Europie Środkowej i Wschodniej”.

[www.berlin.de/sen/wtf/](http://www.berlin.de/sen/wtf/)

### Unterhaltungssoftware Selbstkontrolle (USK)

USK to organizacja odpowiedzialna za kontrolę gier komputerowych w Niemczech, będąc jednocześnie instytucją ochotniczą branży gier komputerowych. Od chwili powstania w 1994 roku przeprowadziła już 30.000 postępowań. Z ponad 17.000 tytułów posiada jedno z największych

archiwów gier komputerowych i wideo. Jeśli chodzi o swoją funkcję i strukturę jest jedyną taką w Europie.

[www.usk.de](http://www.usk.de)

### 2.3.3 Polska

Infrastruktura instytucji w Polsce znacznie różni się od niemieckiej. Brakuje porównywalnego wsparcia na poziomie krajowym, jakie występuje w Berlinie czy innych landach na terenie Niemiec. Pomoc odbywa się pośrednio przez Ministerstwo Gospodarki, które powołało do życia inicjatywę pod nazwą „Let’s Play”. Jej zadaniem jest promocja branży gier na całym świecie podczas odpowiednich wydarzeń.

Poza tym brakuje instytucji, która reprezentowałaby całą polską branżę gier, jak choćby niemiecki BIU, czy zrzeszenie GAME.

Finansowe wsparcie firm bądź pojedynczych gier komputerowych odbywa się głównie ze środków Unii Europejskiej. W związku z brakiem infrastruktury instytucjonalnej, polskie firmy bardzo się usamodzielniały. W porównaniu z rynkiem niemieckim, w Polsce nawet mniejsze firmy wchodziły na giełdę, starając się w ten sposób zwiększyć swój kapitał. Inną sprawą wartą uwagi jest fakt, iż koszt założenia firmy w Polsce jest mniejszy niż w Niemczech.

Brak (narodowych) instytucji próbują kompensować regionalne klastry IT, przy czym w większości przypadków gry nie należą do głównego obszaru ich działania. Wyjątkiem jest tutaj Digital Entertainment Cluster z Krakowa.

### 2.3.4 Instytucje w Polsce

Po stronie polskiej istnieją już rozbudowane kontakty pomiędzy instytucjami politycznymi i gospodarczymi, które mogą udzielić istotnego wsparcia dla jeszcze większej intensyfikacji stosunków gospodarczych pomiędzy Polską a Berlinem.

[Digital Entertainment Cluster / Krakowski Park Technologiczny \(Krakow Technology Park\)](#)

Aktywność Krakowskiego Parku Technologicznego dzieli się na dwa obszary: z jednej strony pełni on rolę inkubatora dla firm, z drugiej jest specjalną strefą ekonomiczną, która daje między innymi korzyści

podatkowe. Park zwiększa obecnie zarówno liczbę członków, jak również obszar. Park jest finansowany w głównej mierze ze środków UE; inwestycje opiewają na kwotę 33 milionów euro. Park Technologiczny jest głównym organizatorem konferencji Business to Business Game Digital Dragons i przedstawicielem Digital Entertainment Clusters łączącym 30 firm regionalnych, reprezentując je na arenie międzynarodowej.

[www.sse.krakow.pl](http://www.sse.krakow.pl)

### European Academy of Games

Akademia kształci ponad 150 studentów. Jej specjalnością są dziedziny Real Time Physics, General-Purpose Computing (GPU), programowanie i User Interfaces (UI). Poza tym jest aktywna w sektorach Game Education, Serious Games i eHealth. Akademia jest połączona z Instytutem Kultury Uniwersytetu Jagiellońskiego, będąc jednocześnie stałym uczestnikiem konferencji Digital Dragons.

<http://ega.org.pl>

### hub:raum Kraków

hubraum Kraków, siostra berlińskiego inkubatora firmy Telekom o tej samej nazwie, organizuje w Polsce 'turbo accelerator': 8-dniowy program, mający na celu pomóc nowym firmom stać się konkurencyjnymi na światowych rynkach. Merytoryczny nacisk jest położony na finansowanie, rozwój pomysłów, marketing i aspekty prawne.

[www.hubraum.com/locations/krakow](http://www.hubraum.com/locations/krakow)

### Polsko-Japońska Wyższa Szkoła Techniki Komputerowej (PJWSTK)

PJWSTK w Warszawie jest jedną z najważniejszych instytucji dla programistów i twórców gier w Polsce. Nauka opiera się na praktycznym wykorzystaniu wiedzy i jest skierowana na potrzeby rynku pracy. PJWSTK współpracuje z europejskimi uniwersytetami i uczelniami w Japonii, USA i Australii.

[www.pjwstk.edu.pl](http://www.pjwstk.edu.pl)

### SPIDOR (Stowarzyszenie Producentów i Dystrybutorów Oprogramowania Rozrywkowego)

SPIDOR jest polskim stowarzyszeniem wydawców z siedzibą w Warszawie, którego głównym zadaniem jest wspieranie międzynarodowych przedsiębiorstw w dystrybucji ich gier na terenie Polski. Stowarzyszenie pomaga we wprowadzeniu Ogólnoeuropejskiego Systemu Klasyfikacji Gier

PEGI w Polsce i jest odpowiedzialne za prezentację polskiego rynku gier na międzynarodowych imprezach. Obecnie reprezentuje 10 firm.

[www.spidor.pl](http://www.spidor.pl)

### Ministerstwo Gospodarki

Jest inicjatorem i promotorem kampanii „Let’s Play”, było także odpowiedzialne za uwieńczone sukcesem starania o otrzymanie przez Polskę statusu kraju partnerskiego podczas targów Cebit 2013.

[www.mg.gov.pl](http://www.mg.gov.pl)

## 2.3.5 Klastry w Polsce

Poza stowarzyszeniem wydawców SPIDOR, które wspiera głównie zagraniczne firmy w dystrybucji produktów na terenie Polski, nie ma żadnych liczących się zrzeszeń. W Warszawie i Gdańsku istnieje co prawda kilka mniejszych sieci powiązań firm, brak jednak zinstytucjonalizowanej siatki firm programistycznych. Wyjątkiem jest tu Kraków ze swoim Digital Entertainment Cluster (DEC) w Parku Technologicznym. DEC jest także organizatorem konferencji Digital Dragons i oficjalnym sponsorem nagród.

Wybrane klastry w Polsce:

- Mazowiecki Cluster ICT (technologie informacyjne i komunikacyjne), 30 firm ICT, Warszawa
- ICT Cluster Wielkopolska, 50 firm ICT, Poznań
- Cluster SynergIT, 44 firmy ICT, Poznań
- Wspólnota wiedzy i innowacji ICT, 60 firm, Wrocław
- ICT Cluster z Pomorza, 80 firm ICT, Gdańsk

## 2.4 Wydarzenia w Polsce i w Niemczech

Zarówno w Berlinie, jak i na terenie całej Polski odbywają się liczne imprezy branżowe. Organizowane w Niemczech gamescom to największe na świecie targi konsumenckie w branży. Z kolei najważniejszym wydarzeniem w samym Berlinie są DGT, czyli Niemieckie Dni Gier. Obejmują między innymi konferencję ekonomiczną i programistyczną Quo Vadis oraz Indie Games Festival A MAZE., czy takie wydarzenia, jak Matchmaking Dinner



bądź Making Games Talents. Poza tym games.net berlinbrandenburg systematycznie organizuje mniejsze i większe spotkania na terenie Berlina.

Trudno jednoznacznie określić, które wydarzenie jest najważniejsze w branży w Polsce. WGK i konferencja PGA są bardzo ciekawe jeśli chodzi o treść, ale skierowane raczej do młodszych odbiorców i początkujących. Poza tym są w głównej mierze wspierane przez lokalne uniwersytety w Gdańsku czy Poznaniu. Konferencja Digital Dragons wydaje się mieć największy potencjał wzrostu – jest to spowodowane faktem, iż jest wspierana przez Krakowski Park Technologiczny i ma międzynarodową formę.

### 2.4.1 Niemcy

Zdarzenie	Data	Miejsce	Typ	Strona internetowa	Logo
DGT 13 - Deutsche Gamestage	23.-28.04. 2013	Berlin	konferencja/targi	<a href="http://www.deutsche-gamestage.de">www.deutsche-gamestage.de</a>	
Quo Vadis - Create. Game. Business	23.-25.04. 2013	Berlin	konferencja/biznes	<a href="http://www.die-entwicklerkonferenz.de">www.die-entwicklerkonferenz.de</a>	
A MAZE. Indie Connect	25.-27.04. 2013	Berlin	festiwal	<a href="http://www.amaze-festival.de">www.amaze-festival.de</a>	
Games.netSommertreff	30.05. 2013	Berlin	spotkanie członków sieci	<a href="http://www.gamesnet-bb.de">www.gamesnet-bb.de</a>	
Gamescom	21.-25.08. 2013	Kolonia	targi/C2B	<a href="http://www.gamescom.de">www.gamescom.de</a>	

### 2.4.2 Polska

Zdarzenie	Data	Miejsce	Typ	Strona internetowa	Logo
Digital Dragons	19.- 20.04. 2013	Kraków	konferencja	<a href="http://www.digitaldragons.pl/">www.digitaldragons.pl/</a>	
WGK	06.- 08.09. 2013	Gdańsk	konferencja	<a href="http://wgk.pgda.pl">wgk.pgda.pl</a>	
PGA-Poznań GameArena	18.- 20.10. 2013	Poznań	targi	<a href="http://www.gamearena.pl/en">www.gamearena.pl/en</a>	
Game Industry Trends	12. -13.09. 2013	W-wa	konferencja	<a href="http://www.git2013.pl/program">www.git2013.pl/program</a>	

### 2.4.3 Krótki opis wydarzeń branżowych w Polsce

#### Digital Dragons

Największa konferencja Business to Business w Polsce, od 2013 r. o profilu międzynarodowym. Niewątpliwym sukcesem było pozyskanie kilku referentów z Niemiec. Celem organizatorów konferencji jest wzrost liczby międzynarodowych, a w szczególności niemieckich gości. Oprócz samej konferencji rozdawane są także nagrody dla najlepszych europejskich produktów minionego roku. Jedną z nagród może pochwalić się berlińska firma Yager, która została uhonorowana za swoją grę 'Spec Ops: The Line'. Konferencja odbędzie się w tym roku już po raz czwarty, w dniach 8 i 9 maja w Krakowie.

#### WGK

Konferencja odbywająca się w Gdańsku, Grupa docelową są przede wszystkim studenci i początkujący programiści, zyskująca dopiero międzynarodowe doświadczenie. Oprócz odczytów i paneli, studia programistyczne mają możliwość prezentacji swoich najnowszych i najlepszych projektów.

#### PGA

Największe targi B2C w Polsce. Po nieudanej próbie przeniesienia ich do Warszawy, od 2013 r. odbywają się ponownie w Poznaniu. Liczba uczestników wyniosła w zeszłym roku 41.000. Oprócz targów odbywa się także konferencja. Godnym uwagi jest fakt, że omawiane są tu także międzynarodowe Indie Games. PGA odbędzie się w tym roku pomiędzy 24. a 26. 10.2014 r.

#### Game Industry Trends

Warszawska konferencja, podczas której spotykają się liderzy polskiego przemysłu gier. Głównym tematem jest przyszłość polskiego rynku.

### 2.4.4 Perspektywy na 2014

W dniach 8 – 13.04.2014 r., odbędą się DGT, czyli Deutsche Gamestage, przemianowane na International Games Week: Berlin. Organizatorzy mają zamiar sprostać postępującej internacjonalizacji branży i wykorzystać siłę przyciągania, jaką cieszy się Berlin. W ramach imprezy zaplanowano 'Polish Game Day', który jest współtworzony przez Wydział Promocji Handlu i Inwestycji Ambasady RP w Berlinie i Instytut Polski.

Oprócz tego trwają już pierwsze rozmowy dotyczące konferencji Digital Dragons, która odbędzie się w Krakowie oraz gamescon Berlin-Brandenburg. Te 3 imprezy dają największe możliwości na zawiązanie kontaktów na przyszłość.

## 2.5 Kształcenie

Niemcy posiadają stosunkowo nowoczesną infrastrukturę, jeśli chodzi o naukę zawodu przez programistów gier. Aby sprostać rosnącemu popytowi na specjalistów, konieczna jest z kolei poprawa klasycznego szkolenia zakresu IT. Absolwenci studiów informatycznych oraz kierunków związanych z grami cieszą się dużym wzięciem na rynku globalnym. Obecnie ani rynek IT, ani branża gier nie są w stanie wypełnić zapotrzebowania na wykwalifikowanych pracowników opierając się wyłącznie na rynku krajowym. W Berlinie działa wiele prywatnych szkół oraz kilka uniwersytetów, które prowadzą kierunki umożliwiające zdobycie odpowiedniego wykształcenia, dopasowanego specjalnie do branży gier. Należą do nich specjalizacje dla projektantów gier, producentów, programistów, animatorów komputerowych czy grafików.

Stolica Niemiec jest w tej dziedzinie pionierem. Utworzona w 2000 roku Games Academy jest pierwszą instytucją umożliwiającą zdobycie zawodu związanego z branżą gier. Od tego czasu systematycznie się rozwijała, zakładając filie we Frankfurcie i Vancouver. Od 2013 r. należy do niej także wyższa szkoła programowania gier komputerowych w Berlinie.

## 2.5.1 Berlin

Nazwa	Typ	Strona internetowa	Kierunki
Games Academy	nauka zawodu	<a href="http://www.games-academy.de">www.games-academy.de</a>	Game Design, Art, Animation Producing
Games Academy Hochschule	Wyższa Szkoła Zawodowa	<a href="http://www.games-academy.de">www.games-academy.de</a>	Game Design
HTW Berlin	Wyższa Szkoła Zawodowa	<a href="http://www.htw-berlin.de">www.htw-berlin.de</a>	Game Art, Game Design
School 4 Games	nauka zawodu	<a href="http://www.school4games.net">www.school4games.net</a>	Browsergames, Mobilegames
SAE QANTM	nauka zawodu	<a href="http://www.berlin.sae.edu">www.berlin.sae.edu</a>	Game Programming, Game Art
BTK Hochschule	Wyższa Szkoła Zawodowa	<a href="http://www.btk-fh.de">www.btk-fh.de</a>	Game Design
Mediadesign Hochschule	Wyższa Szkoła Zawodowa	<a href="http://www.mediadesign.de">www.mediadesign.de</a>	Gamedesign

TU Berlin, UdK i HU Berlin należą do grupy kolejnych szkół wyższych w Berlinie, które oferują kierunki związane z branżą gier: informatykę, projektowanie czy ekonomię i organizację przedsiębiorstw. W tabeli powyżej znajduje się lista szkół, które umożliwiają naukę zawodu związaną szczególnie z tworzeniem gier komputerowych.

## 2.5.2 Polska

Nazwa	Typ	Strona internetowa	Profil
European Academy of Games	uniwersytet	<a href="http://www.ega.org.pl">www.ega.org.pl</a>	Programowanie gier, Serious Games
PJWSTK	uniwersytet	<a href="http://www.pjwstk.edu.pl">www.pjwstk.edu.pl</a>	Programowanie gier

Obie wymienione uczelnie skupiają się na programowaniu, dzięki czemu oferują największe możliwości jeśli chodzi o współpracę z ośrodkami w Berlinie.

## 2.6 Media i multiplikatorzy informacji w Polsce

Temat gier komputerowych jest poruszany w Polsce najczęściej w internecie. Co ciekawe, niemieckie wydawnictwa już od wielu lat prowadzą swoje filie w Polsce i informują pod własną marką o sytuacji na tamtejszym rynku gier.

Nazwa	Wydawnictwo	Strona internetowa	Zakres tematyczny
Komputer Świat GRY	Axel Springer / Computer Bild Spiele	<a href="http://ksgry.redakcja.pl">ksgry.redakcja.pl</a>	Nowości dla wszystkich grup docelowych
PSX Extreme	ADVERTIGO	<a href="http://www.psxextreme.pl">www.psxextreme.pl</a>	Core Games, gry komputerowe i na konsole
CD Action	Bauer Media Group	<a href="http://www.cdaction.pl">www.cdaction.pl</a>	Core Games, gry komputerowe i na konsole
Play PC	Axel Springer	<a href="http://www.playpc.pl">www.playpc.pl</a>	MMO i gry przeglądarkowe
Gamestar	IDG Media Entertainment	<a href="http://www.gamestar.pl">www.gamestar.pl</a>	Nowości na PC
Gry Online	wydawnictwo własne	<a href="http://www.gry-online.pl">www.gry-online.pl</a>	Nowości dla wszystkich grup docelowych

### 3. Analiza danych rynkowych

Dostępne dane wskazują, że rynek gier komputerowych w Polsce i w Niemczech jest do siebie dość podobny. Wyraźna różnica zauważalna jest przede wszystkim w wysokości obrotów, ale warto zauważyć, że Polska znajduje się w strefie ogromnego wzrostu. Mniejszy obrót zależny jest także od niższej wartości polskiej waluty, w porównaniu z euro.

W kwestii podziału na płeć i wiek, sytuacja w obu krajach jest niemal identyczna, choć ważnym podkreślenia jest fakt, iż polskie społeczeństwo jest młodsze od niemieckiego, wykazując tym samym niższą średnią wieku wśród graczy. O ile jeszcze przed kilkoma laty gry uważane były za domenę mężczyzn, czy dobro konsumpcyjne skierowane przede wszystkim do młodego użytkownika, dziś wygląda to zupełnie inaczej. Wzrost żeńskiej rzeszy graczy ma przede wszystkim związek z postępującym rozpowszechnieniem gier typu 'Casual' i 'Social', czyli gier, których głównym celem jest rozrywka bądź gra się w nie w serwisach społecznościowych, gwarantując jednocześnie pewien rodzaj komunikacji.

Szczególnie w segmencie gier 'Casual' i 'Social', Berlin dysponuje wiedzą uznaną na całym świecie. Programiści i wydawcy, jak choćby Wooga, Aeria Games czy Game:Duell oraz dystrybutorzy, do których należą m.in. GameGenetics i Hitfox oferują na tym obszarze popularne treści i usługi.

Podobnie do proporcji grających grup kobiet i mężczyzn, zmienia się także średnia wieku graczy, co powoduje, że gry komputerowe zajmują stałe miejsce w życiu codziennym w niemal wszystkich warstwach społeczeństwa. Podział wiekowy wskazuje poza tym na to, że większość graczy, także w zaawansowanym wieku, pozostaje wierna temu medium. Pozytywnym znakiem jest niewątpliwie to, że większość graczy ma ponad 20 lat. Wiąże się to z tym, że posiadają oni własny kapitał i są w stanie inwestować w gry i dobra cyfrowe. Dla firm ulokowanych w Berlinie jest to niewątpliwa zachęta, aby postrzegać Polskę jako na nowy rynek zbytu. Jak pokazały rozmowy z ekspertami w Polsce, szczególną uwagę zwrócić należy na dopasowanie treści do lokalnego rynku. Produkt wydawany w Polsce powinien być dostępny w polskim języku. Także ten aspekt jest szansą dla berlińskich producentów, ponieważ firmy specjalizujące się w lokalizacji jak Anakan czy Altagram mają swoje siedziby w stolicy Niemiec. Zarówno w Niemczech, jak i w Polsce większość gier używana jest na PC bądź Mac'u. W Polsce istnieje ogromna rzesza ludzi grających przez Internet w gry 'Casual'. Wśród nich przebijają się modele Free-to-Play i

Freemium, czyli gry, w które można grać za darmo; ewentualne opłaty naliczane są jedynie za dodatkowe możliwości, które pozwalają zdobyć określone korzyści. Podobnie jest w przypadku osób korzystających z gier na urządzeniach przenośnych. Przede wszystkim w kwestii komercjalizacji gier webowych i mobilnych, w Berlinie swoje siedziby mają doświadczone firmy, odnoszące międzynarodowe sukcesy, dla których nadarza się okazja do powiększenia liczby graczy. Berlińskie przedsiębiorstwa z branży gier, jak Infernum Productions, Wooga, Game:Duell, Hitfox, GameGenetics, Bigpoint Berlin, Kabam czy Aeria Games zajmują wysoką pozycję w obszarach Social, Mobile i Casual Gaming – nie tylko w Europie, ale na całym świecie. Polska jest idealnym miejscem, w którym firmy z Berlina mogłyby wykorzystać swoje możliwości.

Wyróżniającym się trendem na rynkach gier komputerowych na całym świecie jest postępujące rozpowszechnienie przenośnych systemów gier, jak smartfony i tablety. Berlińskie firmy są aktywne także na tym polu, a nieocenioną możliwością jest dystrybucja gier w szczególności na platformę Android. Z drugiej strony wielu polskich producentów tworzących dobre gry zwróciło już uwagę na rozwój gier mobilnych, dzięki czemu mogą stać się ważnymi partnerami dla wydawców i dystrybutorów z Berlina.

#### 4. Wartość dodana współpracy pomiędzy Berlinem a Polską

Z wielu powodów polski rynek odgrywa istotną rolę dla firm z Berlina. Możliwości współpracy to między innymi następujące obszary tematyczne:

- Rynek zbytu dla produktów konsumenckich – tu szczególnie istotne są kontakty z mediami i partnerami rozpowszechniającymi i dystrybutorami
- Rekrutacja wykwalifikowanych i utalentowanych pracowników – kontakty z uczelniami wyższymi i udział w imprezach organizowanych przez producentów
- Koprodukcje – kontakty z programistami. W dalszej perspektywie rozpoznanie i dostęp do regionalnych i europejskich programów pomocowych
- Nauka zawodu – wymiany studenckie oraz grupy docentów związane z uczelniami w Polsce i w Berlinie
- Transfer wiedzy – konferencje dla programistów / imprezy informatyczne, np. o międzynarodowym prawie handlowym, różnicach kulturowych, danych rynkowych i przede wszystkim komercjalizacji przy pomocy modeli 'Free-to-Play'
- Inwestycje – inwestorzy i powstające firmy: inwestorzy z Polski, zainteresowani lokowaniem swojego kapitału w Berlinie oraz inwestorzy z Berlina, którzy chcą dodać do swojego portfela inwestycyjnego młode firmy z Polski
- Turystyka – promocja wydarzeń w Berlinie i instytucji kulturalnych związanych z grami na terenie Polski

Jako że polska polityka na szczeblu krajowym jest bardzo aktywna marketingowo, starając się wypromować polską branżę gier w Niemczech i USA, utworzenie takiej siatki jest dość łatwe do przeprowadzenia. Odpowiedzialność leży w tym wypadku głównie po stronie Ministerstwa Gospodarki, które zainicjowało kampanię 'Let's Play'. Kampania daje doskonałą możliwość współpracy z polskim rządem.

Rząd polski wykorzystuje wiele środków, aby wypromować Polskę jako kreatywny kraj. Jako motor napędzający tę kreatywność prezentowane są gry komputerowe, które uchodzą za doskonały przykład z branży technologii zaawansowanej. Owocem takich starań było uzyskanie statusu kraju partnerskiego targów elektronicznych CeBIT 2013.

W Polsce istnieje wiele firm dostarczających produkty najwyższej jakości; jakość ta została już doceniona na świecie. Jednak pomimo międzynarodowego uznania, średnie koszty produkcji oprogramowania w



Polsce są nadal dużo niższe, niż w przypadku podobnego produktu w Niemczech. W związku z tym, przed berlińskimi firmami otwierają się możliwości przeniesienia drogich procesów tworzenia gier komputerowych na wykwalifikowanych programistów z Polski. Zaletą takiego rozwiązania jest nieduża odległość i brak ryzyka utraty kontroli nad jakością. Outsourcing jest interesujący szczególnie dla tych firm, które stawiają sobie wysokie wymagania w kwestiach graficznych, animacyjnych i programowych, chcąc jednocześnie ograniczać wydatki.

Polska jest interesującym rynkiem zbytu dla firm z Berlina, co sprawia, że ważne stają się kontakty z mediami i podmiotami kształtującymi opinię. Trwała współpraca z Polską będzie miała w dłuższej perspektywie niewątpliwie wpływ na koneksje w pozostałych państwach Europy Środkowo-Wschodniej. Pozyskanie polskiego rynku zwiększa szansę zaistnienia na innych rynkach w regionie. Polscy dystrybutorzy mają większe doświadczenie w komunikacji na terenie państw leżących na Wschodzie, jak Rosja czy Ukraina, niż ich niemieccy koledzy.

W Berlinie można zaobserwować nowy trend, który polega na przemieszczaniu się rynku w kierunku wydawnictw i dystrybucji istniejących gier komputerowych. Przedsiębiorstwa jak Wooga, HitFox, GameGenetics, Aeria Games czy nowo utworzone Play to Win skupiają się na nawiązywaniu kontaktów z polskimi programistami zajmującymi się tworzeniem gier komputerowych, w celu dystrybucji ich gier bądź oferowania innych usług. Z drugiej strony, polskie firmy wykazują olbrzymie zapotrzebowanie na wiedzę i doświadczenie w dystrybucji bezpośredniej i komercjalizacji swoich produktów. Poza tym interesują się sprzedażą swoich gier na terenie Niemiec. W Polsce panuje także wysokie zapotrzebowanie na stworzenie profesjonalnej sieci kontaktów dla całej branży.

Największym obecnie wyzwaniem dla branży IT jako takiej, a szczególnie dla branży gier w Berlinie, jest pozyskiwanie doświadczonych i dobrze wykształconych specjalistów. W Berlinie brakuje przede wszystkim fachowców pionu kierowniczego, którzy mogliby zająć pozycje w działach technicznych oraz managerów projektów i producentów / kierowników produkcji. Oprócz tego istnieje ciągle zapotrzebowanie na programistów wszelkich kierunków (czyli popularnych języków programowania, ale też grafików, osób odpowiedzialnych za 'silnik' gry i początkowe oraz końcowe stadium procesów).

W związku z tym, dla berlińskich firm szczególnie interesującymi firmami do współpracy są poniższe typy przedsiębiorstw:

- Pośrednicy zajmujący się rozpowszechnianiem i dystrybucją: akwizycja klientów
- Wydawcy: zakup licencji
- Programiści: rekrutacja, przenoszenie części produkcji
- Miejsca nauki zawodu: wejście na polski rynek, rekrutacja docentów, miejsca do odbywania praktyk
- Organizatorzy i instytucje kulturalne: pozyskiwanie uczestników z Polski

Kooperacja i imprezy branżowe opłacają się obu stronom. Eventy biznesowe w Polsce mają tę zaletę, że umożliwiają firmom z Berlina promocję i łatwiejsze nawiązywanie ważnych kontaktów w Polsce i Europie Wschodniej. Z kolei takie wydarzenia jak Quo Vadis, A MAZE. Festival czy games.net odbywające się w Berlinie oznaczają liczne korzyści dla firm z Polski. Tego rodzaju wydarzenia pozwalają poznać międzynarodową atmosferę i zapewniają wzrost wartości imprez branżowych czy atrakcji turystycznych, jak berlińskie muzeum gier komputerowych albo nowe Game Science Center.

Instytucje zajmujące się promocją handlu i przemysłu oraz inne stowarzyszenia z Berlina mogą poza tym dzielić się swoją wiedzą i doświadczeniem z przedstawicielami z Polski, korzystając przy tym z instytucjonalnego wsparcia branży gier komputerowych. To z kolei wpływa na wzmacnianie politycznych powiązań w regionie i pomaga w nawiązywaniu kontaktów z potencjalnymi partnerami. Właściwie funkcjonująca sieć zrzeszająca firmy z branży miałaby w Polsce tę zaletę, że pełniłaby funkcję głównego informatora dla berlińskich firm i instytucji, które chciałyby przekazać pytania i oferty współpracy.

Partnerzy, których wykaz znajduje się w punkcie drugim, mogliby wspierać Senat Berlina ds. gospodarki, technologii i badań w dalszej intensyfikacji stosunków gospodarczych pomiędzy branżą gier w Polsce i w Berlinie.

#### **4.1 Identyfikacja obszarów współpracy**

Branża gier w Polsce i w Berlinie jest bardzo ożywiona i zróżnicowana. Oba rynki podążają za aktualnymi trendami, a za sprawą długoterminowego sposobu planowania, rokują także dobrze na przyszłość.

W Niemczech powstało wiele instytucji i związków, pełniących rolę kontaktową dla branży gier. W Polsce brakuje jeszcze takiej infrastruktury. Za sprawą swoich doświadczeń i możliwości, Berlin może pełnić rolę pomocnika, wzmacniając jednocześnie więzi.

W odniesieniu do demografii użytkowników i rozpowszechnienia systemów gier, oba rynki łączą duże podobieństwa. Różnice widoczne są w produkcji gier. Podczas gdy w Polsce stawia się na gry zaawansowane graficznie i technicznie, przeznaczając je na konsole, rynek gier mobilnych i Casual pozostaje raczej niszowy. Zupełnie inna sytuacja panuje w Berlinie. Producenci, poza Yager Development, stawiają na gry mobilne i online. I właśnie takich gier poszukuje znaczna część polskich graczy.

Aby wykorzystać ten potencjalny efekt współpracy, firmy po obu stronach Odry muszą zostać ze sobą aktywnie i trwale połączone. Celem takiego przedsięwzięcia jest fakt, że współpraca bazująca na dążeniu do stworzenia bliskich więzi będzie długotrwała, samodzielnie się rozwijając. Katalizatorem połączenia mogą być odbywające się imprezy branżowe (jak International Games Week: Berlin, Digital Dragons w Krakowie czy gamescon w Kolonii). Równie ważni jak same imprezy są kompetentni partnerzy po obu stronach, którzy razem są w stanie dążyć do celu.

## **4.2 Elementy spójne z innymi branżami kreatywnymi i ICT**

Branża gier oferuje różne technologie, które z powodzeniem mogą zostać wykorzystane także w innych dziedzinach. Aby we właściwy sposób wskazać przydatność obszaru, jakim są gry komputerowe, poniżej znajduje się kilka przykładów. Nie są one charakterystyczne tylko w odniesieniu do współpracy pomiędzy Polską a Berlinem, pokazują jednak możliwe korzyści, wynikające z korzystania z medium służącego do rozrywki, jakim są gry komputerowe.

### **4.2.1 Applied Game Technologies**

Techniki i technologie wykorzystywane i rozwijane w branży gier, mogą zostać wykorzystane także w innych branżach. Firmy zupełnie niezwiązane z branżą, często najmują programistów piszących gry w celu pomocy w stworzeniu strategii rozwiązywania problemów, które bazują na technologiach związanych z grami. Technologie gier – jak silniki graficzne czy fizyczne – są także pomocne w określaniu i planowaniu przestrzennym.

W ten sposób na przykład architekci mogą przemieszczać się po wirtualnym budynku, zanim jeszcze budowa zostanie rozpoczęta. Pozwala to oszczędzić koszty, ułatwia planowanie i może zachęcić potencjalnego klienta pokazując mu ciekawą, interaktywną prezentację.

CryEngine, Unity 3D czy Unreal Engine są używane we wstępnej wizualizacji filmów. Ich kompleksowe wykorzystanie pozwoliłoby na pominięcie klasycznej serii ujęć obecnej w technologii gier, co z kolei pozwoliłoby ograniczyć koszty wielkich produkcji, ponieważ możliwa byłaby symulacja wszystkich scenariuszy, jak na przykład ujęć kamery, światła czy pogody. Zaletami w porównaniu z klasycznym trybem pracy byłyby czynniki, jakimi są interaktywność i czas rzeczywisty, a na tym na pewno zyskaliby reżyserzy. Wstępna wizualizacja i wirtualna symulacja przy pomocy silników gier jest doskonałym rozwiązaniem dla wielu branż oraz możliwością wirtualnego przetestowania projektów przed rozpoczęciem ich realizacji.

Ten obszar zapewnia kompleksowe możliwości badań i rozwijania nowych technologii, czego przykładem jest program Aurora 2.0 stworzony przez Exozet.

#### **4.2.2 Serious Games**

Serious Games to gry, w przypadku których rozrywka nie jest głównym celem. Wykorzystują one mechanizmy gier, w celu przekazania różnych treści. Pierwotnie jako SG rozumiane były tzw. 'symulatory'. Obecnie SG wykorzystywane są do nauki, wyjaśniania zagadnień lub treningu. Zastosowanie znajdują najczęściej w medycynie, polityce, kulturze, sektorach związanych z bezpieczeństwem oraz kształceniu młodzieży i dorosłych. Serious Games doskonale nadają się jako produkty do współpracy, ponieważ umożliwiają łączenie różnych stopni wiedzy. W Berlinie mieszczą się firmy posiadające doświadczenie na tym obszarze. Należą do nich Serious Games Solutions oraz SQUIN.

#### **4.2.3 Gamification**

Gamification umożliwia modyfikację zadań złożonych i nierzadko odbieranych jako nudne, w celu poprawienia skuteczności. Także w tym przypadku wykorzystywane są mechanizmy znane z gier komputerowych, przenoszone na inny obszar. W Berlinie powstało już kilka firm i agencji

(ressourcenmangel, Questor), które albo oferują rozwiązania na bazie Gamification albo opierają na nim cały swój model biznesowy. Dzięki przewadze w posiadanej wiedzy, berlińskie firmy mogą oferować swoje usługi polskim przedsiębiorstwom.

#### **4.2.4 Games for Health**

Gry promujące zdrowie to szczególny przypadek Serious Games. Te „gry” mogą pomóc w promocji zdrowego trybu życia, np. jako motywator podczas odchudzania lub po przebyciu choroby (prewencja i rehabilitacja). Wirtualna rzeczywistość może okazać się także pomocna, gdy walczymy z fobiami. Gry z branży związanej ze zdrowiem pozwalają też czasem na uniknięcie wizyty lekarskiej, ponieważ za pomocą tzw. przenośnej technologii możliwe jest przeprowadzenie badania w domu czy będąc w podróży. Te technologie mogłyby stać się stałą częścią telemedycyny.

#### **4.2.5 Interface Design**

Programiści tworzący gry muszą zawsze pamiętać o obsłudze gry przez gracza. Gry powinny być proste i ciekawe, zapewniając jednocześnie rozrywkę. Tworzenie interfejsu dotyczy z jednej strony tego, jak system będzie komunikował się z graczem (bodźce wizualne – graficzny interfejs użytkownika, GUI), a z drugiej tego, w jaki sposób zostaną wykorzystane urządzenia wejściowe w mechanice gry. Systemy komputerowe od dawna eksperymentują z możliwościami dopasowania komunikacji pomiędzy człowiekiem a maszyną. Jako przykład mogą posłużyć tu Nintendo Wii czy Microsoft Kinect, które wskazały zupełnie nowe możliwości w sterowaniu za pomocą ruchu.

#### **4.2.6 Sztuka mediów**

Jak każde nowoczesne medium tak i gry komputerowe można rozumieć jako sztukę. Interaktywność gry cyfrowej stwarza wiele możliwości artystycznego zajmowania się nie tylko samą technologią, ale także aktualnymi, społecznymi problemami czy estetycznym światem doświadczeń. Idealnym zestawem narzędzi wpisującym się w aktualne trendy są w szczególności systemy Augmented Reality i inne systemy, łączące świat rzeczywisty z komputerowym.

#### **4.2.7 Umiejętność korzystania z mediów**

Badacze ds. mediów widzą w grach komputerowych środek masowego przekazu XXI wieku. Konieczne jest szeroko pojęte zajmowanie się tym medium, by móc zareagować w sposób kompetentny na wyzwania stawiane przez cyfrową przyszłość. Gry nadają się szczególnie do wspierania umiejętności korzystania z mediów.

Celowe wykorzystanie różnych gier może doprowadzić do wzrostu umiejętności korzystania z mediów. Gry cyfrowe łączą w sobie mechanizmy „klasycznych” cyfrowych i analogowych mediów. Cecha ta w sposób szczególny podnosi wartość gier i pozwala na wczesne opanowanie korzystania z nowoczesnych treści i ich ocenę.

Także w zakresie ochrony młodzieży podjęto w branży gier komputerowych w Niemczech wręcz wzorcowe działania. I tak na przykład Unterhaltungssoftware Selbstkontrolle (USK) wraz z fundacją Digitale Spielkultur i zrzeszeniami BIU i G.A.M.E. angażują się na rzecz zapoznania nauczycieli i rodziców z tym postępowym medium. To istotny krok ku temu, by nie pozwolić na powiększenie się powstającej obecnie cyfrowej przepaści pomiędzy pokoleniami.

#### **4.2.8 Transmedia**

Narracja transmedialna stwarza możliwość połączenia różnych mediów w ramach jednego logicznego kontekstu. Gry nadają się idealnie do opowiadania historii, do ich zgłębienia.

#### **4.2.9 Animacja**

Animacja posiada wiele elementów spójnych, które można znaleźć w innych branżach. Przemysł gier posiada ogromną wiedzę w obszarze animacji interaktywnych obiektów i wydajnym tworzeniu form trójwymiarowych. To doświadczenie jest przydatne także dla innych branż, mając szczególnie wiele wspólnego z przemysłem filmowym.

#### 4.2.10 Bezpieczeństwo IT

Utrzymująca się od wielu lat popularność gier internetowych wymaga tworzenia coraz większych systemów serwerów, które będą w stanie połączyć setki tysięcy graczy na całym świecie. Aby w ogóle móc grać, często niezbędne jest przetworzenie i zapisanie wrażliwych i prywatnych danych osobowych oraz informacji dotyczących opłat wnoszonych przez graczy. Z tego powodu przemysł gier posiadał rozległą wiedzę dotyczącą bezpieczeństwa IT, która jest istotna także w innych branżach.

## 5. Zrównoważony rozwój i perspektywy długoterminowej współpracy

W celu umocnienia współpracy pomiędzy Polską a Berlinem i wypromowania długoterminowych powiązań, konieczne jest podjęcie wielu działań. Centralnym punktem powinien być w tym wypadku transfer wiedzy oraz tworzenie trwałych i profesjonalnych sieci powiązań. Głównym celem tej wymiany powinna być budowa konkretnych powiązań biznesowych.

Przedstawiona analiza pokazuje, że know-how Przemysłu gier w Polsce i w Berlinie uzupełnia się w wielu obszarach. Kooperacja pomiędzy regionami staje się tym samym atrakcyjna dla obu stron. Berlińskie firmy posiadają ogromne doświadczenie w komercjalizacji gier, polskie mogą pochwalić się wiedzą z zakresu produkcji dla międzynarodowych wydawców. Dzięki niepowtarzalnym możliwościom kształcenia, Berlin ma przewagę w tworzeniu gier komputerowych i wideo, skupiając się na projektowaniu i wirtualnym tworzeniu gier. Polska może pochwalić się zaawansowanym systemem szkolenia w dziedzinie informatyki. Młodzi specjaliści posiadają bardzo dobre wykształcenie i są przeważnie gotowi na podjęcie pracy na międzynarodowych rynkach. Berlin z kolei umożliwia szkolenia w projektowaniu i komercjalizacji gier.

Ponieważ w regionie stolicy Niemiec brakuje tradycyjnego przemysłu wydawniczego i systemu Triple A, firmy i agencje z Berlina wyróżniają się identyfikacją luk rynkowych i trendów. Także to doświadczenie może stać się atrakcyjne dla polskich przedsiębiorców, choćby z tego powodu, że rynek międzynarodowy coraz bardziej rozwija się w kierunku mocnych już w Berlinie obszarów „online” i „mobile”. Poza tym miasto dysponuje zinstytucjonalizowaną „kulturą gier”, którą może wykorzystać młode polskie społeczeństwo świetnie odnajdujące się w cyfrowej rzeczywistości, chętnie biorące udział w organizowanych na terenie Berlina imprezach typu A MAZE. Festival czy odwiedzające muzeum gier komputerowych. Z kolei kreatywna energia młodych polskich twórców zapewnia dobre projekty i przykłady, które można prezentować w kulturowym kontekście na terenie Berlina.

Jak pokazują dane rynkowe, struktura wiekowa graczy jest w obu krajach podobna. Poza tym przemysł gier w Polsce stale się rozwija, co sprawia, że staje się on interesującym rynkiem zbytu dla firm z Berlina.

Interesującą kwestią dotyczącą współpracy po obu stronach Odry są także inwestycje. Polskie firmy (IT) dysponują wieloletnim doświadczeniem w



obszarze usług i wprowadzania produktów na rynek. Oba rynki doskonale uzupełniają się jeśli chodzi o koprodukcję, ponieważ produkcja trafia tu na handel i dystrybucję. Aby to pogłębiać, niezbędne jest ponadnarodowe wsparcie.

Profesjonalne i coraz bardziej umiędzynarodowione konferencje i targi odbywające się w Polsce i w Berlinie umożliwiają realizację tych planów jako doskonałe miejsce do transferu wiedzy i tworzenia sieci powiązań. Wykorzystanie odbywających się imprez branżowych pozwala na ograniczenie trudności związanych z planowaniem, tym bardziej, że organizatorzy takich imprez dysponują już odpowiednimi kontaktami. Celem powinien być możliwie najłatwiejszy dostęp do potencjalnych partnerów.

Aby zapewnić trwałość i samowystarczalność, uwaga powinna skupić się przede wszystkim na tworzeniu sieci powiązań, a w mniejszym stopniu na łączeniu pojedynczych partnerów. Branża gier należy do bardzo elastycznych i samodzielnie potrafi rozpoznać szanse dla siebie – do tego niezbędne jest jednak właściwe środowisko. Możliwe jest także zainicjowanie konkurencji w polsko-niemieckiej kooperacji. Wpłynęłoby to na doskonałą promocję współpracy pomiędzy oboma krajami. Przy współpracy zaprzyjaźnionych mediów, krok taki mógłby zostać nagłośniony na całym świecie.

Poniższe propozycje tematyczne mają na celu wsparcie firm z Berlina w ich gospodarczym działaniu.

## **5.1 Rynek zbytu dla produktów konsumenckich**

Ogólnie rzecz biorąc, polski rynek stwarza dobre warunki dla zbytu produktów wywodzących się z Berlina. Analiza wykazała, że właśnie gry typu Social i Casual cieszą się w Polsce dużą popularnością. W tym zakresie branża gier należy w Berlinie do wiodących na rynku.

W celu ułatwienia wejścia berlińskim przedsiębiorstwom na rynek polski zaleca się uczestnictwo w organizowanych w październiku polskich targach B2C, szczególnie w targach PGA. Dzięki uczestnictwu w targach w sposób istotny wzrośnie znaczenie przedsiębiorstw z Berlina dla polskich graczy i prasy lokalnej. Kontakty z organizatorami targów zostały już nawiązane. Różne przedsiębiorstwa berlińskie zasygnalizowały zainteresowanie wspólnym stoiskiem w roku 2014. Poza tym nie bez znaczenia byłby udział promotorów i dystrybutorów z Berlina w organizowanych w Polsce

konferencjach producentów, jako że pozwoliłoby im to na pogłębienie stosunków handlowych z polskimi partnerami i specjalistycznymi mediami.

## **5.2. Rekrutacja utalentowanych, wykwalifikowanych pracowników**

Najbardziej palącym tematem w chwili obecnej jest brak wykwalifikowanych pracowników. Dzięki giełdzie praktyk, przedsiębiorstwa pozyskują możliwość bezpośredniego dostępu do utalentowanych osób z Polski i wdrożenia ich do procesu produkcji, jeszcze przed ukończeniem przez nich studiów. Na dalszym etapie, giełda praktyk może rozwinąć się do giełdy pracy w celu zagwarantowania trwałości projektu.

Giełda praktyk może okazać się bardzo pomocna, szczególnie jeśli chcemy uniknąć zaostrzenia walki o talenty na branżowym rynku. Trzeba unikać wrażenia, że od partnerów „odbijane” powinny być wykwalifikowane kadry szczebla zarządzającego. Taki sposób postępowania zagrażałby trwałości podjętych działań i środków oraz zapewniłby wyłącznie krótkotrwałe efekty. Z tego względu zaleca się, by od giełdy praktyk przejść w kolejnej fazie do giełdy pracy.

Tym niemniej w Polsce należy nadal organizować kolejne konkursy talentów, by zwrócić uwagę polskiej przyszłej kadry na przedsiębiorstwa w Berlinie i tym samym pozyskać nowych pracowników.

Wymiana praktykantów przyniesie zyski obu partnerom, skorzysta z tego tak strona polska jak i studenci niemieccy, którzy w ten sposób nabędą doświadczenia na arenie międzynarodowej. Poza tym dla przedsiębiorstw z obu regionów najbardziej interesujące byłoby przekazywanie zagranicznym studentom wiedzy z branży gier komputerowych i gier wideo oraz wiążące się z tym powiększenie liczby branżowych talentów – potencjalnych pracowników.

## **5.3 Wspieranie kształcenia, wymiana studencka i sieć wykładowców**

Tak w Polsce jak i w Berlinie od lat mówi się w branży o braku specjalistów. Sytuację taką poprawić mogłaby kooperacja pomiędzy placówkami edukacyjnymi w Polsce i w Berlinie. Prywatne placówki edukujące w branży gier mogłyby na przykład przejąć jednostki organizacyjne wspomnianej uprzednio giełdy praktyk. Tym samym przedsiębiorstwa zostałyby

odciążone, a placówki edukacyjne utrzymywałyby bezpośredni kontakt z polskimi przedsiębiorstwami. Studentom z Berlina pozwoliłoby to z kolei na zgromadzenie doświadczenia na niwie międzynarodowej, które następnie mogliby spożytkować na rynku niemieckim. Polscy uczestnicy tego programu poznaliby z pierwszej ręki zalety rynku niemieckiego, by później, po zaliczonych studiach, móc zaprezentować się na rynku niemieckim.

Z drugiej zaś strony polscy przedsiębiorcy występujący w roli zaproszonych wykładowców, mogliby wzbogacić plan nauczania i przygotować niemieckich studentów jeszcze lepiej do wymogów międzynarodowego rynku gier. Równocześnie niemieccy przedsiębiorcy i wykładowcy mogliby przybliżyć studentom polskich placówek edukacyjnych niemiecki i berliński rynek gier.

## 5.4 Transfer wiedzy i usług

W celu zwrócenia uwagi w Niemczech na działania i różnorodność polskiego rynku gier, podczas International Games Week: Berlin (wcześniej Deutsche Gamestage) jeden dzień poświęcony będzie w całości branży gier w Polsce. W tym dniu odbędą się rundy dyskusyjne, wystawy kulturalne i imprezy sieciowe. Zamysłem tego wydarzenia jest dalsze poszerzanie idei, która narodziła się w Berlinie. Dla utrwalenia wymiany pomiędzy Polską a Berlinem należy przeforsować współpracę z International Games Week. W tym celu można zwrócić się do wszystkich najważniejszych grup docelowych.

Udział w polskich konferencjach WGK i Digital Dragons przyczynia się do międzynarodowego transferu wiedzy. Zalecana wymiana wykładowców wspiera pożądany transfer wiedzy na poziomie edukacyjnym.

Dalszą możliwość stwarza format games.net PRESENTS. Tutaj legitymujące się odpowiednim doświadczeniem osoby z Polski mogłyby zdać relację ze swoich doświadczeń z międzynarodową branżą gier.

Polskie przedsiębiorstwa informatyczne dostarczają produkty, które nie ustępują jakością tym stworzonym przez niemieckich producentów. Wszystko to czyni z Polski wartościowego partnera w branży usług informatycznych..

## 5.5 Inwestycje

Krakowski Park Technologiczny skupia pod jednym dachem wiele polskich przedsiębiorstw informatycznych i producentów gier. Ścisły kontakt z Parkiem Technologicznym stwarza berlińskim inwestorom idealną okazję do pozyskiwania tzw. start-upów i młodych firm jako opłacalnej inwestycji. Grupą docelową Digital Dragons są polscy i zagraniczni inwestorzy. Udział w konferencji daje z kolei berlińskim przedsiębiorstwom możliwość spotkania polskich inwestorów.

Konferencja Games Invest Kraków odbyła się po raz pierwszy w roku 2013 i poświęcona była w całości inwestycjom w gry. Konferencja postawiła sobie za cel stać się pierwszą imprezą wyspecjalizowaną w temacie inwestycji w gry. Konferencja jest skierowana do polskich i zagranicznych inwestorów oraz przedsiębiorstw działających w branży gier, w celu wymiany doświadczeń i stworzenia sieci kontaktów.

W porozumieniu z organizatorami berlińskich spotkań dla start-upów, wskazane byłoby zorganizowanie delegacji polskich inwestorów do Berlina.

## 6. Wykaz źródeł

U podstaw zaprezentowanych danych rynkowych oraz wyników niniejszej analizy leżą liczne rozmowy z berlińskimi i polskimi przedsiębiorstwami oraz wyszczególnione poniżej źródła:

» **Mobberry,**

[www.mobberry.com](http://www.mobberry.com)

» **New Zoo**

[www.newzoo.com](http://www.newzoo.com)

» **BIU – Bundesverband Interaktive Unterhaltungssoftware e.V.,**

[www.biu-online.de](http://www.biu-online.de)

» **Weltbank**

[www.worldbank.org](http://www.worldbank.org)

» **Gry-Online**

[www.gry-online.pl](http://www.gry-online.pl)

» **Medienboard Berlin Brandenburg,**

[www.medienboard.de/mbmedia/1/3/1d215f4c0eed3d4457c0a484d56939.pdf](http://www.medienboard.de/mbmedia/1/3/1d215f4c0eed3d4457c0a484d56939.pdf)

» **Let´s PLay**

[www.lets-play.com.pl](http://www.lets-play.com.pl)

## 7. Autorzy

Data i miejsce powstania:  
31.01.2014, Berlin

### **Michael Liebe**

Michael Liebe jest doradcą w dziedzinie medioznawstwa, posiadającym ponad 7-letnie doświadczenie w branży gier i mediów. Był kierownikiem projektu związanego z wiodącym wydarzeniem w branży gier na terenie Niemiec – DGT, Deutsche Gamestage, które od 2007 r. odbywają się w Berlinie. W latach 2010 - 2013 był odpowiedzialny za gry i nowe media w Medienboard Berlin-Brandenburg w dziale marketing lokalizacji. Był także współinicjatorem imprezy games.net berlinbrandenburg. Dziś pełni funkcję ambasadora firmy. Posiada kontakty w berlińskim i niemieckim przemyśle gier. W 2013r. przy współpracy Izby Przemysłowo-Handlowej z Berlina i WPHI Ambasady RP w Berlinie współtworzył 5. polską konferencję ekonomiczną w ramach DGT i od tego czasu aktywnie działa w nawiązywaniu kontaktów pomiędzy polską a berlińską branżą gier. Michael Liebe współtworzył Digital Games Research Center (DIGAREC) na Uniwersytecie Poczdamskim (2008) i zarządza tamtejszym zbiorem gier komputerowych, zasiadając jednocześnie w radzie charytatywnego stowarzyszenia wspierającego badania nad grami komputerowymi, gamology e.V.

W 2007 stworzył wspólnie z Thorstenem S. Wiedemannem festiwal gier komputerowych A MAZE.. Od uzyskania dyplomu Master of Arts z medioznawstwa pracował jako niezależny dziennikarz, pisząc o rozwoju i kulturze gier.

<http://de.linkedin.com/pub/michael-liebe/3/499/335>

### **Tim Tielebier**

Od 2013 pracuje jako doradca odpowiedzialny za Games Business, skupiając się na utworzeniu sieci łączącej branżę gier w Polsce i w Berlinie. Oprócz tego jest Program Editor DGT w Berlinie i Respawn Gathering of Game Developers w Kolonii. Był odpowiedzialny za umiędzynarodowienie imprez branżowych. Po zakończeniu studiów na wydziale Nauk politycznych na Wolnym Uniwersytecie Berlina, pracował w latach 2012 – 2103 przy BIU, w dziale Public Affairs i Public Relations. <http://www.linkedin.com/pub/tim-tielebier/8/215/324>

## **8. Słowo końcowe od autorów**

Niniejsza analiza nie rości sobie żadnych pretensji do bycia opracowaniem naukowym. Analiza stanowi przegląd branży gier w Polsce i dokonuje jej porównania z panującymi warunkami i trendami w Berlinie oraz koncentruje się na pozytywnym potencjale, jaki niesie ze sobą ścisła współpraca pomiędzy Polską a regionem stolicy Niemiec.

## **Ambasada Rzeczypospolitej Polskiej w Berlinie**

### **Wydział Promocji Handlu i Inwestycji**

Wydziały Promocji Handlu i Inwestycji są zagranicznymi placówkami Ministra Gospodarki, działającymi w ramach Ambasad i Konsulatów RP (WPHI), które zostały utworzone w celu wsparcia polskich firm, w tym w szczególności małych i średnich przedsiębiorstw, w procesie ich internacjonalizacji. Naszą misją jest nie tylko udzielenie pomocy polskim firmom, ale także wspieranie firm zagranicznych, zainteresowanych kupnem polskich towarów i usług, jak również inwestycjami w naszym kraju. Aktualnie funkcjonuje na świecie 46 placówek, ściśle współpracujących z Polską Agencją Informacji i Inwestycji Zagranicznych S.A., Polską Organizacją Turystyczną oraz organizacjami samorządu gospodarczego.

WPHI stanowią ważne ogniwo w systemie promocji polskiej gospodarki i polskich przedsiębiorców za granicą. Ich główną misją i zadaniem jest udzielenie wsparcia małym i średnim przedsiębiorstwom w ich kontaktach gospodarczych w świecie, w tym zwłaszcza:

- Promocja polskiej gospodarki
- Ułatwianie dostępu do rynku towarów i usług kraju urzędowania
- Ochrona interesów polskich przedsiębiorców w kontaktach z administracją i podmiotami gospodarczymi
- Przyciąganie inwestycji zagranicznych do Polski
- Wspieranie i doradztwo dla polskich eksporterów
- Udzielanie informacji na temat możliwości nawiązania i prowadzenia współpracy handlowej, inwestycyjnej lub kooperacyjnej
- Udostępnianie baz danych importerów, potencjalnych inwestorów i eksporterów
- Udostępnianie wykazu otrzymanych bezpośrednio zapytań ofertowych
- Udzielanie informacji o imprezach targowych, giełdach towarowych i warunkach uczestnictwa, a także pomoc w organizowaniu wystąpień targowych polskich przedsiębiorstw
- Przekazywanie ofert polskich eksporterów potencjalnym importerom i reprezentującym je instytucjom
- Wyszukiwanie przyszłych partnerów kooperacyjnych i inwestycyjnych dla firm polskich
- Organizacja seminariów i misji na tematy gospodarcze

Zachęcamy Państwa do podejmowania współpracy i korzystania z wiedzy i doświadczenia pracowników WPHI, w celu znalezienia potencjalnych partnerów biznesowych.