

gamescom 2022 als interaktives Hybridevent mit Hilfe der Shopmacher

25.07.2022, 11:45 | IT, New Media & Software

Pressemitteilung von: *Shopmacher GmbH & Co. KG*

Presseagentur: *Saskia Müller & Kollegen*

Level-Upgrade: gamescom now vertraut erneut auf SHOPMACHER

Nach zwei Jahren, in denen die gamescom ausschließlich online stattgefunden hat, wird das weltgrößte Games-Event in diesem Jahr zur Hybrid-Veranstaltung. Für die Weiterentwicklung der digitalen Customer Experience auf dem Content-Hub „gamescom now“ sorgen die Shopmacher.

Gescher / Köln, 25. Juli 2022. In diesem Jahr freuen sich wieder Hunderttausende Fans von Computer- und Videospielen auf das einzigartige Festival-Feeling der gamescom vom 23. bis 28. August live und vor Ort in den Kölner Messehallen. Für die Millionen gamescom-Fans überall auf der Welt, die nicht vor Ort dabei sein können, verfügt die gamescom als Live-Event über ein umfangreiches Digital-Programm.

Verantwortlich für den Content-Hub gamescom now zeichnet erneut die E-Commerce-Agentur SHOPMACHER. Sie hatte die Plattform bereits 2021 auf Basis der Headless-Systeme von graphCMS und FRONTASTIC – a commercetools company komplett neu aufgesetzt. Das Ergebnis: Eine Plattform, die im Design an typische Gaming-Plattformen erinnert, neben Livestreams eine gute Übersicht über die Spiele liefert und dem hohen visuellen und konzeptionellen Anspruch der Gaming-Community gerecht wird – das alles erstrahlt in diesem Jahr zudem im neuen Design der gamescom-Marke.

In diesem Jahr haben die Shopmacher, selbst häufig begeisterte Gamer, die Customer Experience der Plattform noch einmal verbessert – und zwar gezielt durch die Brille des Kunden. So können sich die Spiele-Fans nun unter anderem einen individuellen Plan mit Events und Livestreams erstellen oder sich einen Platz für die Warteschlangen vor den Ständen der Aussteller digital vorab sichern. Darüber hinaus können sie an Quests teilnehmen, ihre Avatare individualisieren, Experience Points sammeln und gegen Preise eintauschen.

Im vergangenen Jahr verfolgten 13 Millionen Zuschauer live das gesamte Streaming-Angebot der gamescom, ein Plus von 30 Prozent gegenüber dem Vorjahr.

Portrait

Über SHOPMACHER

SHOPMACHER hat sich seit der Gründung 2005 zu Deutschlands führender Spezialagentur für die KPI-getriebene Weiterentwicklung von digitalen Vertriebskanälen in B2B und B2C entwickelt. Mit kontinuierlichen, schrittweisen und messbaren Verbesserungen helfen sie Herstellern und Händlern, den schnell wechselnden Anforderungen im digitalisierten Handel gerecht zu werden. Als Teil der Engbers-Gruppe haben die 70 Mitarbeiter in Gescher und zwei

Entwicklerstandorten in Vietnam nicht nur IT-, sondern auch Handelskompetenz in ihrer DNA.

Die Shopmacher werden daher oft als Retter für festgefahrene E-Commerce-Projekte auf Basis von Enterprise-Lösungen wie Shopware, Oxid oder commercetools an Bord geholt. Auf der Kundenliste stehen Unternehmen aller Branchen wie zum Beispiel gartenmoebel.de, gamescom oder der BVB.

News-ID: 1232233 • Views: 1328 (Stand: 05.08.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/1232233/gamescom-2022-als-interaktives-Hybridevent-mit-Hilfe-der-Shopmacher.html>