



La marca Volkswagen entra en el mundo gaming a los mandos de un ID.4 teledirigido

- Volkswagen colabora con el proyecto “Girls&Gaming” llevando a cabo diversas acciones de branded content.
- El objetivo del proyecto es dar la máxima visibilidad al talento femenino dentro de la creación de contenidos
- Las gamers tienen una fanbase acumulada de casi 5 millones en Twitch

Madrid, 30 de marzo de 2022 – Volkswagen colabora en el proyecto “Girls&Gaming” que Gaming House Media, agencia especializada en eSports ha presentado junto a 2.10 Talent Agency. Se trata de un proyecto centrado en potenciar y dar la máxima visibilidad al talento femenino dentro de la creación de contenidos.

Volkswagen estará presente en la nueva vida de las gamers llevando a cabo diversas acciones de branded content. Su colaboración con el proyecto ha sido visible desde el primer día ya que, como pistoletazo de salida del proyecto, se llevó a cabo un house tour con el ID.4 teledirigido de la marca en el canal de Twitch, que fue seguido por más de 300.000 usuarios. De esta manera, las chicas pudieron presentar en directo a su audiencia todos los rincones de la que será su nueva casa hasta final de año. Esta es la segunda vez que el ID.4 teledirigido de Volkswagen protagoniza un evento multitudinario, ya que es el mismo que llevó el balón en la final del torneo de la Eurocopa 2020. Las agencias PHD y DDB también colaboran en el proyecto.

Aunque el gaming siempre se ha considerado un sector masculino, en los últimos años se ha producido un crecimiento del 19,3% en el número de jugadoras, un porcentaje superior al crecimiento de gamers masculinos (7,8%). Esto está produciendo progresivamente un equilibrio entre ambos géneros, llegando actualmente las gamers a un 44% de la masa total de jugadores en España. Girls&Gaming se crea con el propósito de dar visibilidad a esta tendencia y, especialmente, a fomentar la creación de contenidos en la plataforma de Twitch por parte de las mujeres.

Las streamers Gemita, Mayichi, Lazy Popa, Zeling, Nia, Paracetamor y Gonsabella, que acumulan una fanbase de más 1,4 millones de seguidores en Twitter y 4,8 millones de seguidores en la plataforma de retransmisión Twitch, dispondrán de una casa equipada con la mejor tecnología donde, no

Contacto con medios

Eva Vicente
Directora de Comunicación
eva.vicente@volkswagengroup.es

Ana Rivas
Jefa de Prensa de Comunicación Corporativa
ana.rivas@volkswagen.es

Más información
www.comunicacion.volkswagen.es

Nota de prensa



solamente convivirán, sino que producirán contenido alrededor del mundo gamer, así como otras temáticas.

"En Gaming House Media estamos muy orgullosos de poder presentar este proyecto junto a algunas de las streamers más reconocidas de habla hispana", ha declarado Carlos García-Acevedo, CEO de Gaming House Media.

"Girls&Gaming supone un nuevo enfoque para la creación de contenidos, tanto de IRL como de brandend content, y esperamos que nuestras protagonistas sirvan de referente para toda una nueva generación de creadoras de contenido."

Por su parte, Albert García, Director de Marketing de Volkswagen en España, afirma que "esta acción es la entrada de Volkswagen en un nuevo territorio, el de los y las gamers, personas influyentes para las nuevas generaciones. Nuestra obsesión es ser relevantes como marca y por eso, estar en este sector, que no para de crecer en audiencia, es indispensable".

Toda la actualidad se podrá seguir desde las cuentas en redes sociales y Twitch de las creadoras, así como en la cuenta en Twitter del proyecto: @girlsandgaming