



Lars **ROGGE**

**Director General de
BALLY WULFF**



**“El fundador Ulrich Schmidt
siempre quiso contar con
los mejores”**





¿Cuándo se creó BALLY WULFF y quién fue su Fundador?

La compañía fue fundada por el empresario Gunther Wulff en 1950*, luego, en el 2007, BALLY WULFF ha sido parte del Grupo SCHMIDT de Westfalia**. Desde 2018, luego de una reestructuración fundamental de las relaciones de participación, la compañía ha sido propiedad exclusiva del grupo corporativo U. Schmidt. BALLY WULFF actualmente opera 11 centros de atención al cliente y emplea a unos 320 empleados.

¿La actividad de BALLY WULFF ha sido siempre y de forma exclusiva la producción de juegos y máquinas de juego?

BALLY WULFF Games & Entertainment GmbH es una empresa alemana líder en el segmento de entretenimiento y combina los campos de desarrollo, fabricación y venta de máquinas de juego. BALLY WULFF proporciona los productos adecuados para satisfacer las necesidades individuales de los diferentes públicos objetivos. Por lo tanto, la compañía tiene un rol muy importante dentro de la industria del ocio, y por supuesto, siempre en cumplimiento de las normas para la protección de los jugadores.

**La idea inicial fue circunscribirse al mercado alemán, o ya se proyectaba una presencia del Grupo a escala internacional?
¿En qué países está presente actualmente BALLY WULFF?**

Las ventas de los productos se centran en el mercado alemán, mientras que el negocio de exportación se dirige principalmente a España.

En el pasado, también estábamos activos en otros mercados. En los años 80, por ejemplo, fuimos responsables de la producción de pinballs para Europa por parte de nuestra empresa matriz, BALLY. Con nuestras máquinas de juego también estuvimos activos en Europa del Este, Escandinavia e Italia por un tiempo. Desde la introducción de multijuegos, nos hemos centrado en nuestro mercado local en Alemania debido a los desafíos asociados que conlleva.

Desde el 2014 aproximadamente, España ha estado jugando un papel cada vez más importante para nosotros. Aquí, actualmente estamos trabajando bajo mucha presión para expandir nuestra presencia en el mercado. Y vale la pena, desde hace 3 años somos los líderes en cuanto a rendimiento de nuestros productos en salas de juego, habiendo alcanzado una participación de mercado fenomenal, que

nos convierte en uno de los 3 líderes de mercado en ese segmento. Queremos ver la misma historia de éxito en el sector de Hostelería ahora y en el futuro.

¿En qué momento se tomó la decisión de entrar en el mercado español? ¿Cómo se dio ese paso? Pero el mercado español es muy competitivo y ya contaba con fabricantes internos de gran prestigio y experiencia, ¿no se valoraron esas dificultades?

Como mencione anteriormente, desde 2014 España está jugando un papel cada vez más importante para nosotros. Pero ya estábamos activos en España antes de 2007. En aquel entonces ya sabíamos el potencial del mercado, por volumen, el más grande de Europa. La primera máquina de juego para el mercado español fue GOLDLINE, seguida poco después por AEROPUERTO, LATIN DANCER y ESCUELA DE MAGICA. Con pocos modelos, BALLY WULFF logró un éxito respetable en el mercado español y, más tarde, fuimos el primer fabricante en introducir los dispositivos híbridos en el mercado. Fue una primera experiencia muy exitosa, pero la crisis que vino después nos obligó a suspender nuestras actividades hasta que el momento oportuno.

Nuevamente, vimos que se dieron las condiciones para un nuevo intento en el 2014, pienso que hemos aprovechado muy bien nuestra oportunidad, ya que nuestras máquinas, ahora multijuegos, marcan tendencia en el mercado. Nos convertimos rápidamente en el líder en redimiento en España. Entonces, en 2017 fundamos nuestra subsidiaria BALLY WULFF España en Madrid, para aumentar nuestra presencia en eventos y mejorar el soporte para el creciente número de clientes que trabajan con las máquinas BALLY WULFF.

Trabajamos en estrecha colaboración con los distribuidores más reconocidos. Sin duda, nos beneficiamos enormemente de su experiencia en ventas y su conocimiento del mercado español. En Octubre de 2018 expandimos nuestra Red de Distribuidores oficiales para el segmento de Hostelería puesto que vimos un cambio en el tipo de producto de hostelería orientado hacia máquinas multijuego, siempre bajo las coordenadas de la máquina B1 de Bar, de premio limitado, ciclo controlado, y como producto de entretenimiento, y con

los datos de ventas en la mano, nuestro producto Action Star Bar II está siendo muy aceptado por los operadores.

Para lograr estos objetivos, también estamos aumentando nuestro personal en todas las áreas: ya sea en nuestra propia fuerza de ventas, desarrollo, marketing o servicio técnico.

¿Qué peso e importancia tiene ahora mismo BALLY WULFF-España dentro de la estructura general de la Compañía? Naturalmente nos interesa mucho la organización y la fuerza de su empresa en nuestro suelo, su afianzamiento, su equipo profesional, sus planes y los resultados que está obteniendo.

El mercado español es muy importante para nosotros y representa al

alrededor de un tercio de nuestras ventas, y las proyecciones indican que será una tendencia creciente. Estamos teniendo en cuenta este desarrollo con el establecimiento mencionado de nuestra filial española y el crecimiento del personal.

El mercado español es muy importante para nosotros y representa al

¿Cómo ve un Fabricante alemán, o una multinacional como BALLY WULFF, la problemática legislativa y regulatoria en España? Quizá esté usted al corriente del clima antijuego que se ha creado recientemente en España en los medios comunicación y desde diversos Partidos políticos, ¿le preocupan estos hechos? ¿se ha experimentado algo parecido en Alemania frente a la Industria del Juego?

Tenemos mucha experiencia con este tipo de ambiente y acontecimientos dentro de la sociedad y la política, ya que nos enfrentamos a estos desafíos desde hace más de 10 años en Alemania. Es por eso que siempre nos centramos en las

soluciones que protejan al jugador para aumentar el nivel de seguridad, pero sin perder el atractivo de nuestros productos. Es por ello que, hemos desarrollado sistemas muy sofisticados que también pueden ayudar a los operadores españoles a enfrentar estos nuevos desafíos.

Pero es mucho más que eso. También vemos la protección del jugador como una parte muy relevante de nuestra filosofía. Queremos desarrollar juegos y máquinas para entretener a la gente. Estas deben ser lo suficientemente atractivas como para proteger a los jugadores de los juegos ilegales sin licencia. Los sistemas de protección del jugador en salas de juego y

“Ya estábamos activos en España antes de 2007”

“Trabajamos estrechamente con los mejores Distribuidores”

*Durante la década de los 70's, la compañía fue adquirida por la compañía Americana Bally Gaming, y de ahí el nombre actual, BALLY WULFF.

**Luego en 2007 fue adquirida por el Grupo Schmidt (SCHMIDT GRUPPE), uno de los mayores operadores de Salones de Juego del mercado Alemán. Esta compra la realizaron para incrementar sus actividades en el mercado de juego y entretenimiento. El Grupo ha contribuido al desarrollo y la evolución de la empresa y nuestros productos; y gracias a ello estamos encaminados a mejorar nuestra posición en el mercado Alemán e Internacional.



hostelería útiles, son aquellos que pueden ayudar a los jugadores y a los operadores a jugar de manera responsable.

Hablemos del producto original de BALLY WULFF, ¿qué caracteriza a sus modelos o los hace diferentes de los demás? ¿Hay “modelos españoles” de BALLY WULFF o siempre es bueno el mismo juego y la misma máquina para el público alemán y el español o el de otros territorios? Entendemos que con la Generación LUX se ha producido un gran cambio conceptual en cuanto a la producción y el diseño de máquinas. ¿En qué consiste ese cambio?

Todas las características de juegos que introdujimos con éxito en el mercado alemán han sido adaptadas a las especiales características del mercado español.

Actualmente contamos con dos variantes de muebles para el mercado español. Para el sector de hostelería, en la actualidad todavía confiamos en nuestros modelos WST y TT Comfort. El año pasado lanzamos con gran éxito nuestros dispositivos LUX GRAND y SLANT para salones de juego. Los productos LUX se caracterizan por su atractiva apariencia y una sensación de juego refinada; el diseño es moderno, ergonómicamente optimizado y, gracias a nuestro sistema SMARTlight, llama la atención en cualquier lugar. El concepto de sonido e iluminación hace de cada juego sea su propia experiencia.

En una nota personal, debo decir que el sistema SMARTlight es una gran innovación técnica, que, en principio, estas son logran una extensión de monitores al iluminar el área que los rodea. Pero el gran distintivo es que estas luces responden de manera interactiva con cada juego, lo que significa que cuando algo sucede en el juego, esto se transmite al sistema SMARTlight. Se siente como una experiencia de juego totalmente nueva, el jugador se sumerge en ella. Este sistema se inspiró en las luces del norte, que en realidad proporcionaron el nombre de esta línea: LUX.

Lo que todos nuestros dispositivos tienen en común es que confiamos completamente en los juegos múltiples, es decir, nuestros dispositivos son completamente electrónicos y están equipados con paquetes de juegos con 10 a 30 juegos. Otro aspecto destacado de nuestro equipo: nuestros juegos Comunes ofrecen premios en abanico, actualmente hasta 4 niveles en el Red Hot Fire Pot.

Nuestro ACTION STAR BAR II en SECRET ISLAND es una nueva atracción en el segmento de hostelería. En la gale-

ría, nuestros clientes pueden elegir entre el paquete de juego REFLECTION en SECRET ISLAND o en RED HOT FIREPOT. Usamos un enfoque similar a los muebles al preparar los paquetes de juegos: adaptamos juegos probados del mercado alemán y los adaptamos a los requisitos en España.

En la última Feria Internacional del Juego de Madrid pudimos visitar el stand de BALLY WULFF como un espacio dotado de personalidad propia y magníficas ofertas ¿Está usted

satisfecho de esa nueva experiencia? Por primera vez este año fuimos expositores en Feria Internacional del Juego. Por supuesto, esto nos dio la oportunidad de presentarnos con nuestro propio estilo único y estamos muy satisfechos con el resultado.

Tuvimos un stand muy agradable y representativo, que fue bien recibido por los visitantes y tuvo una buena asistencia. Desde nuestro punto de vista fue un completo éxito.

Después de la visita que hemos realizado me ha dejado muy gratamente sorprendida la forma en que BALLY WULFF cuida en los aspectos más diversos al personal, se podría decir que mima a todo el equipo de trabajo. ¿Es usted el creador de esta filosofía empresarial, de este concepto de cercanía que parece convertir a todos en una gran familia?

Si, pero también son cosas que vienen del pasado. La empresa tiene sus raíces en una empresa familiar y tradicional, fundada por un empresario y no por una multinacional. Durante el mayor tiempo de vida de la compañía, esta es estuvo en manos de una familia, por lo cual varias de sus políticas del cuidado al empleado son políticas y filosofías que provienen desde el principio de la compañía. Ahora desde 2007 la empresa está de nuevo en manos de una familia y el fundador del grupo, Ulrich Schmidt, siempre estuvo interesado en tener a los mejores empleados y darles el mayor soporte para que ellos puedan lograr los mejores resultados.

Esto hace la diferencia, ya que al final, más allá de ser una empresa internacional, aquí la mayoría de los empleados se conocen entre sí y todos cuidamos de nuestros compañeros. Esto es muy importante para mí, porque quiero que haya un buen ambiente de trabajo, nosotros trabajamos dentro de una industria creativa, nosotros hacemos cosas

“Nuestros juegos han sido adaptados al mercado español”

“Desde nuestro punto de vista la Feria Internacional de Juego de Madrid fue un completo éxito”



muy creativas y es por ello que es muy importante tener a los mejores empleados en un buen ambiente, motivados, donde a todos les guste trabajar.

Ya somos testigos del cuidado con el que se realiza cada producto y la atención con la que se trata a cada trabajador, pero ¿y el jugador, cómo acercarse a la figura del cliente final que pasará el tiempo en sus máquinas?

Nosotros siempre queremos estar cerca de las futuras tendencias, tendencias de consumo, porque al final se trata de dar entretenimiento y satisfacción al jugador cuando juega, pero por otro lado es muy importante, ganar nuevos clientes para el mercado. Es algo muy importante lo que hacemos en España con los multijuegos también, porque es muy importante para el futuro de la industria ganar nuevos clientes.

Es por ello que, para estar cerca del cliente, tenemos que estar cerca de las tendencias y aquí tenemos la posibilidad, la oportunidad de hacerlo en Berlín. La ciudad es vibrante, multicultural, con muchas influencias, una ciudad con muchas startups, empresas nuevas de IT, por lo cual intentamos integrar todo esto para tener un entorno muy creativo y muy moderno. Entonces, si ves nuestros nuevos muebles,

nuestros nuevos paquetes de juego, se nota todas esas influencias y estas dan por resultado un producto más moderno que el de algunos de nuestros competidores.

Situémonos directamente en España. ¿Cuál es su impresión sobre la marcha de su empresa en nuestro mercado y de la aceptación que las creaciones de BALLY WULFF están teniendo entre el público español? Y consecuentemente, ¿qué perspectivas inmediatas se plantea en nuestro país?

Hemos visto un gran éxito en España cuando iniciamos nuestro negocio con multijuegos en 2015, veníamos de cero, por lo que hemos podido aumentar el número de nuestras máquinas en el mercado rápidamente. Vemos que nuestros juegos, nuestras máquinas son bien aceptadas por los jugadores y muy solicitados por los operadores.

Sobre la base de este éxito que ya creamos en el mercado de Salones, queremos aumentar nuestra visibilidad en el mercado Hostelería, y para hacer todo esto, para continuar con este crecimiento, continuar con nuestro éxito, por supuesto, necesitamos aumentar nuestra plata de empleados en España, aumentar la estructura para dar el mejor soporte a nuestro equipo y nuestros clientes.