

Thesenpapier für eine Games-Strategie des BMVI

Das BMVI sieht vier übergeordnete strategische Ziele, um den Standort Deutschland für Computerspiele zu stärken. Neben der Unterstützung der Games-Branche müssen die Potenziale von Computerspielen für Wirtschaft, Innovation und Kultur weiter gehoben werden. Wir möchten eine breite Anerkennung für Spielende und Games und einen gesamtgesellschaftlichen Nutzen aus dem digitalen Kreativsektor ziehen. Diese Ziele dienen als Leitlinien für den fortlaufenden Dialog mit den relevanten Akteuren in der Bundesregierung, den Ländern, der Wirtschaft und der Wissenschaft, um für Games in Deutschland optimale Rahmenbedingungen zu schaffen.

1. Wir sichern den Games-Standort Deutschland

Deutschland ist international einer der wichtigsten Absatzmärkte für digitale Spiele, ist aber als Entwicklungsstandort bisher kaum relevant. Der Games-Standort Deutschland muss international sichtbar werden. Die Leistungsfähigkeit, Innovationskraft und Kreativität der Branche in Deutschland und die Rahmenbedingungen am Games-Standort gilt es gezielt zu fördern und zu bewerben. Dies ist von herausragender Bedeutung zur internationalen Anwerbung von erfahrenen Fachkräften. Ein weiterer Aspekt ist die Attraktivität für Investitionen von Risikokapital in deutsche Start-ups. Wir wollen Deutschland fit machen für den internationalen Wettbewerb im Games-Sektor, um langfristig wirtschaftliche Potenziale und Technologien zu sichern sowie Kompetenzen auszubauen.

- 1.1. Wir halten es für essenziell, dass die besten Spiele aus Deutschland sowie die dahinter stehenden Entwicklerstudios im In- und Ausland bekannter werden und so die Leistungsfähigkeit, Innovationskraft und Kreativität der Branche in Deutschland demonstriert wird. So sollen nicht nur die Verkaufszahlen der Spiele gesteigert werden, sondern auch der Standort beworben und die internationale Vernetzung der Unternehmen verbessert werden.
- 1.2. Wir werden uns dafür einsetzen, dass unter Einbindung aller relevanter Stakeholder ein Kommunikations- und Marketingkonzept für den Games-Standort Deutschland erstellt und umgesetzt wird.
- 1.3. Wir erachten es für notwendig, im Rahmen eines Kommunikations- und Marketingkonzepts auch Aspekte der internationalen Anwerbung für Fachkräfte zu berücksichtigen.
- 1.4. Wir halten es für essenziell, dass im Rahmen der Maßnahmen eines Kommunikations- und Marketing-Konzept auch Vernetzungschancen für die Unternehmen aus Deutschland berücksichtigt werden.
- 1.5. Wir wollen den Deutschen Computerspielpreis sowie die ausgezeichneten Spiele und Unternehmen nutzen, um international die Leistungsfähigkeit des Standorts zu präsentieren.
- 1.6. Wir halten es für unerlässlich, eine kontinuierliche und effektive Zusammenarbeit zwischen Bund und den Bundesländern umzusetzen, indem Aktivitäten miteinander abgestimmt und Events gemeinsam veranstaltet und organisiert werden.
- 1.7. Wir sehen die Wichtigkeit eines kontinuierlichen Austausches auch zwischen europäischen Förderprogrammen sowie die Etablierung von gemeinsamen, grenzüberschreitenden Förderinitiativen und Förderbestrebungen.

2. Wir unterstützen die Marktentwicklung für Computerspieleproduktion

Der Großteil der deutschen Unternehmen in der Computerspieleproduktion hat weniger als 25 Mitarbeiter. Blockbuster-Produktionen (sogen. AAA-Produktionen) aus Deutschland gibt es bislang kaum. Unser Fokus muss es sein, KMU und Start-ups so zu unterstützen, dass sie sich zu großen Unternehmen entwickeln können, die im internationalen Wettbewerb bestehen. Ein besonderes Augenmerk für Start-ups ist neben der Entwicklungsförderung die Schaffung geeigneter Hubs (bspw. Shared / Co-Workspaces, Inkubatoren). Zudem müssen wir die Rahmenbedingungen noch attraktiver für Investitionen in Games-Unternehmen machen und die Möglichkeiten für Crowdfunding optimieren. Größere deutsche Studios müssen wir durch Verbesserung der Rahmenbedingungen und gezielte Förderung unterstützen, um auch umfangreiche Produktionen bis hin zu AAA-Spielen „Made in Germany“ zu ermöglichen. Dazu gehört auch die Förderung der Ansiedlung ausländischer Unternehmen. Eine Schlüsselrolle für den Sektor ist die Verfügbarkeit von qualifiziertem Personal. Wir setzen uns für Games-Schwerpunkte an den Hochschulen in der dualen Ausbildung ein.

- 2.1. Wir streben einen kontinuierlichen Austausch mit dieser sich im ständigen Wandel befindlichen Branche an, um die Bedarfe rechtzeitig zu erkennen und sinnvolle und effektive Unterstützungsmöglichkeiten im Kontext der Computerspieleförderung des Bundes zu erarbeiten.
- 2.2. In diesem Sinn werden wir auch das bereits existierende Förderprogramm sowie den Bewilligungsprozess im engen Austausch mit der Branche fortlaufend weiterentwickeln und optimieren.
- 2.3. Wir halten den Deutschen Computerspielpreis (DCP) als Kulturpreis mit Preisgeld weiterhin für unverzichtbar. Zukünftig wollen wir mit dem DCP die Gewinner zusätzlich zum Preisgeld in anderen Bereichen stärker fördern. Wir wollen den DCP als Kommunikationsmittel weiterentwickeln, die unterjährige Kommunikation ausbauen
- 2.4. Um die die Erfolgchancen der Unternehmen zu verbessern, wollen wir uns dafür einsetzen, dass betriebswirtschaftliches sowie weiteres dafür sinnvolles Know-How sowohl im Rahmen der Berufsausbildung, als auch berufsbegleitend verstärkt angeboten wird. Wir wollen erreichen, dass entsprechende Angebote insbesondere für die Förderung von neu gegründeten Unternehmen geschaffen bzw. ausgebaut werden.
- 2.5. Wir erkennen die Notwendigkeit, das bestehende Ausbildungsangebot stärker auf „Games“ auszurichten beispielsweise durch spezialisierte Aufbaustudiengänge und/oder die Schaffung geeigneter dualer Bildungsangebote. Dabei ist es unerlässlich, die Bedarfe zu identifizieren, um bestehende und neue Angebote auf die notwendigen Kapazitäten anzupassen.
- 2.6. Wir sehen die Notwendigkeit den Zugang zu internationalen hochqualifizierten Fachkräften durch Schaffung geeigneter Rahmenbedingungen zu erleichtern, um damit den aktuellen Bedarf an qualifizierten Mitarbeitenden zu decken.
- 2.7. Wir werden auf nationaler Ebene die Vernetzung von Zuwendungsempfängern fördern und beabsichtigen auch die internationale Vernetzung auszubauen. Darüber hinaus wollen wir andere Akteure motivieren und im Rahmen unserer Möglichkeiten unterstützen, bereits vorhandene Netzwerke zu stärken und auszubauen sowie bisher fehlende Netzwerke aufzubauen.

3. Wir stärken Innovation durch Games

Deutschland steht für Innovation. Neben Technologieunternehmen tragen hervorragende Hochschulen, erstklassige Forschungseinrichtungen und das duale Ausbildungssystem dazu bei, uns im weltweiten Vergleich im Spitzenfeld positionieren. Wir sehen die Computerspielebranche als Innovationstreiber zur Sicherung Deutschlands als Innovationsstandort an. Die Stärken des Sektors im agilen Arbeiten bei kurzen Innovationszyklen sowie seine Digital- und Medienkompetenz gilt es branchenübergreifend nutzbar zu machen, wobei der Technologietransfer eine Schlüsselrolle einnimmt. Gemeinsam mit den Games-Akteuren setzen wir uns dafür ein, auch branchenübergreifende Netzwerke zu schaffen. Hochschulen und Forschungseinrichtungen gilt es, mit der Games-Branche geeignet zu verknüpfen. Sie dienen als Generatoren für hochqualifiziertes Personal und können bei Forschung und Entwicklung wichtige Beiträge leisten.

- 3.1. Damit deutsche Computerspiele Innovationstreiber bleiben, wollen wir nach Wegen suchen, wie wir die Innovationskraft von Branche und Wissenschaft gezielt fördern können.
- 3.2. Wir streben an, dass der Austausch zwischen Wissenschaft und den Unternehmen der Branche intensiviert wird.
- 3.3. Wir erkennen das hohe Potential des Technologietransfers der Branche und setzen uns dafür ein, geeignete Strukturen zu schaffen. Insbesondere wollen wir die Bildung branchenübergreifender Netzwerke unterstützen, um andere Branchen an den Innovationen der Computerspielbranche partizipieren zu lassen. Gleichzeitig wird die Games-Branche so vom Know-How anderer Branchen profitieren.
- 3.4. Wir sehen großes Potenzial in der Bildung von Clustern, um bestimmte Forschungs- und Innovationsfelder zu stärken. Insbesondere halten wir dabei auch den Ausbau und den längerfristigen Erhalt von interdisziplinären Zentren für notwendig. Daher wollen wir uns für die Bildung bzw. den Erhalt entsprechender Einrichtungen einsetzen.

4. Wir nutzen die Potenziale von Games für unsere Gesellschaft

Computerspiele sind gleichermaßen Kulturgut und Wirtschaftsfaktor. Wir setzen uns dafür ein, die umfangreichen Potenziale zu heben und Chancen gesamtgesellschaftlich zu nutzen. Es gilt, die positiven Aspekte herauszuarbeiten, um Vertrauen, Anerkennung und Wertschätzung für Spielende und die Games-Branche zu schaffen. Darüber hinaus hat die Computerspielbranche viele Innovationen so weiterentwickelt, dass sie für andere Branchen zunehmend praktisch einsetzbar werden.

- 4.1. Wir erkennen Computerspiele als Begegnungsort an, welche den Dialog und Austausch im Sinne von Inklusion, Integration, Diversität und generationsübergreifenden Austausch unterstützen. Wir setzen uns dafür ein, dass Computerspiele in allen Gesellschaftsgruppen genutzt werden.
- 4.2. Wir sehen Computerspiele als selbstverständlichen Bestandteil der Digitalisierung an, die dazu beitragen, Digital- und Medienkompetenz zu entwickeln und aufrecht zu erhalten. Sie sind ein Innovations- und Kreativitätspool, aus dem sich zunehmend andere Technologiebranchen bedienen. Dies betrifft sowohl den Technologietransfer als auch Arbeitskräfte.
- 4.3. Wir sehen Computerspiele als Teil unseres kulturellen Lebens an und setzen uns dafür ein, dass unser damit verbundenes kulturelles Erbe bewahrt wird.

- 4.4. Wir erkennen das Genre der Serious Games als wirksames Hilfsmittel zur Vermittlung von Inhalten, Techniken und Systematiken zum Beispiel in allen Bildungsbereichen und über alle Altersklassen an. Wir setzen uns im Besonderen für Computerspiele im schulischen und beruflichen Bereich, zur Förderung der politischen Bildung, im Gesundheitsbereich und zur Schaffung von Bewusstsein und Verständnis für aktuelle gesellschaftliche Themen ein.
- 4.5. Wir sehen es als erforderlich an, den Dialog zur Anerkennung von E-Sport-Vereinen als gemeinnützig zu intensivieren.