

BIU – Bundesverband Interaktive
Unterhaltungssoftware
Charlottenstraße 62
10117 Berlin
Tel. +49 30 2408779-0
Fax +49 30 2408779-11
info@biu-online.de
www.biu-online.de

Positionspapier

Agenda 2020: für eine starke Computer- und Video- spielbranche in Deutschland

Juni 2015

1. Unsere Vision: ein starker deutscher Standort für die Computer- und Videospielebranche

Computer- und Videospiele sind das Leitmedium des 21. Jahrhunderts. Sie sind mediales Abbild des digitalen Zeitalters, Bestandteil unserer kulturellen Identität, sie sind Innovationstreiber und großartige Unterhaltung. Deutschland ist zwar einer der größten Absatzmärkte für digitale Spiele, als Produktionsstandort kommt Deutschland allerdings nur eine relativ geringe Bedeutung zu. Dies muss sich ändern – Deutschland läuft Gefahr, die weitere Entwicklung dieser Medienrevolution zu verschlafen. Damit der Standort Deutschland am rasanten Fortschritt dieses einzigartigen Mediums erfolgreich partizipieren kann, ist eine strategische und nachhaltige Förderung unerlässlich. In vielen anderen Ländern werden Medium und Branche bereits seit langem substantiell und erfolgreich gefördert.

Wir wollen Deutschland innerhalb der nächsten fünf Jahre zu einem der innovativsten, dynamischsten und international wettbewerbsfähigen Standorte für die Produktion von Computer- und Videospiele machen. Diese Vision fußt auf drei Säulen: einer lebendigen und vielfältigen Szene unabhängiger Entwickler und Start-ups, mittelständischen Unternehmen sowie großen Entwicklerstudios und Publishern¹, die an der Weltspitze bestehen können und in der Lage sind, große Entwicklungsbudgets für die Produktion international wettbewerbsfähiger Blockbuster am Standort Deutschland zu investieren. Dank des Technologietransfers aus der Computer- und Videospieleindustrie in andere Wirtschaftszweige profitiert langfristig auch die Gesamtwirtschaft. Ziel muss es sein, die zügige Entwicklung der Branche voranzutreiben, ohne eine umfassende Abhängigkeit von der Förderung zu schaffen.

Es bedarf einer Gesamtstrategie zur Förderung der deutschen Computer- und Videospieleindustrie, die die spezifischen Bedingungen unserer Medienbranche berücksichtigt: Computer- und Videospiele sind sowohl Unterhaltungs- als auch Kulturgut sowie hochentwickelte Hard- und Software-Technologie. Charakteris-

¹ „Publisher“ sind die Verlage der Computer- und Videospieleindustrie, allerdings sind ihre Funktionen und ihr Tätigkeitsprofil nur bedingt vergleichbar mit denen von Verlegern anderer Medienbranchen; Publisher tragen in der Regel deutlich früher das finanzielle Risiko als beispielsweise Buchverlage, da sie bereits den Entwicklungsprozess eines Spiels finanzieren und nicht erst bei der Publizierung des fertigen Produkts tätig werden.

tisch für Medium, Märkte, Vertriebskanäle und Unternehmen ist dabei ein hohes Maß an Internationalität.²

2. Der Status quo: Computer- und Videospiele, das Leitmedium der digitalen Gesellschaft

Digitale Spiele sind allgegenwärtig

Computer- und Videospiele sind zum Massenmedium geworden und erfreuen sich über alle Alters-, Bildungs- und Einkommensgruppen hinweg großer und wachsender Beliebtheit. Die Hälfte der Deutschen nutzt digitale Spiele. Sie eröffnen ihren Nutzern Welten voller Erlebnisse, Erfahrungen und neuer Erkenntnisse. Der gesellschaftliche Diskurs über das Medium hat eine neue Qualität erreicht. Digitale Spiele stoßen gesellschaftliche Debatten an und spiegeln die Themen unserer Zeit wider. Sie stehen gleichwertig neben Film, Fernsehen, Buch und Musik.

Digitale Spiele sind ein Wachstumsmarkt, deutsche Branche verliert Marktanteile

Die Branche hat in Deutschland im vergangenen Jahr rund 2,7 Milliarden Euro Umsatz erwirtschaftet.³ Derzeit arbeiten rund 12.700 Menschen in der deutschen Computer- und Videospieleindustrie. Einschließlich Dienstleistern, Institutionen⁴ und anderen Partnern sichert die Branche rund 30.200 Arbeitsplätze in Deutschland.⁵ Der Anteil der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten ist im Vergleich zu anderen Sparten der Kultur- und Kreativwirtschaft überdurchschnittlich hoch.⁶ Unternehmen aus der Computer- und Videospielebranche zählen in Deutschland zu den am schnellsten wachsenden Unternehmen der Digitalwirt-

² Vgl. BMWi (Hrsg.): *Monitoring zu ausgewählten wirtschaftlichen Eckdaten der Kultur- und Kreativwirtschaft 2012.*

³ BIU auf Basis der GfK 2014, umfasst Computer- und Videospiele sowie Hardware.

⁴ Hierzu zählen beispielsweise die Institutionen der Freiwilligen Selbstkontrolle, die Stiftung Digitale Spielekultur oder auch die Anbieter von Jugendschutzprogrammen.

⁵ BIU nach eigener Erhebung.

⁶ Vgl. BMWi (Hrsg.): *Monitoring zu ausgewählten wirtschaftlichen Eckdaten der Kultur- und Kreativwirtschaft 2013*, S. 42.

schaft.⁷ Die Unternehmensberatung PricewaterhouseCoopers (PwC) schätzt, dass der Umsatz der Computer- und Videospielebranche bis zum Jahr 2018 jährlich um 5,8 Prozent auf dann auf 89 Milliarden US-Dollar wächst.⁸ Für Deutschland prognostiziert PwC bis 2018 hingegen lediglich ein jährliches Umsatzwachstum von 3,8 Prozent.⁹

In den vergangenen Jahren ist der Anteil von Spieleproduktionen aus Deutschland am hiesigen Markt für Computer- und Videospiele gesunken. Im Jahr 2014 betrug er nur noch rund sieben Prozent, im Marktsegment für Konsolen- und PC-Spiele sogar nur noch 0,5 Prozent.¹⁰ Diese Zahlen zeigen, vor welchen gewaltigen Herausforderungen die deutsche Computer- und Videospielebranche steht, wenn sie an dem prognostizierten Marktwachstum teilhaben und nicht weiter zurückfallen will.

Digitale Spiele fördern Innovationen

Innovationen sind die Basis der Computer- und Videospieleindustrie. Digitale Spiele sind Innovationstreiber weit über das Kerngeschäft der Branche hinaus. Sogenannte Applied Interactive Technologies, also Serious Games, Gamification, 3D-Simulationen, Virtual Reality und interaktive Technologien, finden immer häufiger in anderen Wirtschaftszweigen einschließlich der klassischen Industrie Anwendung. Beispielsweise optimieren sie Produktionsprozesse in der Chemieindustrie und steigern den effizienten Maschineneinsatz in der Automobilindustrie um 10 Prozent.¹¹ Vermehrt tragen Serious Games und Gamification dazu bei, hochkomplexe Prozesse zu steuern und zu verbessern, Mitarbeiter zu schulen oder Wissen zu vermitteln. Technologien wie Simulationen und 3D-Animationen, die für Computer- und Videospiele entwickelt wurden, werden außerhalb der Branche genutzt und helfen den Wandel zur Industrie 4.0 zu gestalten. Als Medium des 21. Jahrhunderts revolutionieren Computer- und Videospiele die Medienwelt wie einst das bewegte Bild vor einhundert Jahren.

⁷ Im Jahr 2014 gewann das Hamburger Unternehmen Goodgame Studios den Deloitte Technology Fast 50 Award. In den Vorjahren zählten bereits Unternehmen wie Gameforge und Bigpoint zu den Top 50.

⁸ Vgl. PwC: *Global Entertainment and Media Outlook 2014–2018* (2014).

⁹ Vgl. PwC: *German Entertainment and Media Outlook 2014–2018* (2014).

¹⁰ Hochrechnung des BIU auf Grundlage von Zahlen der GfK, App Annie und Marktbeobachtungen.

¹¹ Siehe zu Praxisbeispielen des Technologietransfers aus der Computer- und Videospieleindustrie das Beratungsangebot engage.NRW, <http://www.muelheim-business.de/innovationsfoerderung/engage-nrw/> (Abrufdatum 20.05.2015).

Erfolgreiche deutsche Szene stärken

Die Digitalisierung fördert seit einigen Jahren in Deutschland eine junge, kreative und dynamische Start-up-Szene mit großartigen Erfolgsgeschichten junger Unternehmer. Trotz dieser neuen Dynamik schaut man von Deutschland aus oftmals neidisch hinüber in die USA: Im Silicon Valley sind aus Start-ups Weltkonzerne geworden.

Zu den erfolgreichsten Gründungen der deutschen Digitalwirtschaft zählen insbesondere Anbieter von digitalen Spielen für Smartphones und Tablets sowie von Online- und Browserspielen. Durch ihre auf einen internationalen Markt ausgerichteten Produkte sind einige deutsche Unternehmen in diesem Bereich zu Global Playern aufgestiegen. Vor wenigen Jahren als Start-ups gestartet, beschäftigen manche von ihnen nun 250 bis 1.100 Mitarbeiter. So erreichen kreative Inhalte aus Deutschland ihr Publikum in der ganzen Welt und sind ein wichtiger Bestandteil des Internetbooms. Unter den Kultur- und Kreativbranchen weist die der Computer- und Videospiele eine der höchsten Exportquoten auf¹², d. h. sie übermittelt wie keine zweite Ideen und Werte aus Deutschland in die gesamte Welt.

Wachstumspotenziale nutzen, Rahmenbedingungen verbessern

Die Computer- und Videospielebranche ist weltweit eine Wachstumsbranche. Damit deutsche Entwickler und Publisher mit dem internationalen Fortschritt mithalten und ihn prägen können, müssen in Deutschland die Rahmenbedingungen für die Branche nachhaltig verbessert werden. Derzeit fehlt es an einem mutigen, breiten politischen und gesellschaftlichen Bekenntnis zu diesem Zukunftsmedium und den dahinterstehenden Unternehmen am Standort Deutschland. Deutschland muss den Sprung schaffen von einem starken Absatzmarkt hin zu einem Produktionsstandort, der für ausländische wie inländische Unternehmen jeder Größe attraktiv ist. Förderung und gesetzliche Rahmenbedingungen müssen die Internationalität der Branche berücksichtigen und eine enge internationale Verzahnung ermöglichen, anstatt deutsche Insellösungen oder gar Insellösungen auf Länderebene zu schaffen. Die Mitglieder einer so aufgestellten deutschen

¹² Vgl. BMWI (Hrsg.): *Monitoring zu ausgewählten wirtschaftlichen Eckdaten der Kultur- und Kreativwirtschaft 2012*.

Branche profitieren voneinander und können auch wirtschaftlich schwierigen Zeiten erfolgreich begegnen.

Damit sich Deutschland innerhalb der kommenden fünf Jahre zu einem der innovativsten, dynamischsten und international wettbewerbsfähigen Standorte für Computer- und Videospiele entwickeln kann, fordert der BIU eine mutige, langfristig angelegte und umfassende politische Strategie. Zahlreiche Einzelmaßnahmen müssen gebündelt, koordiniert und strategisch vorangetrieben werden. In den im Folgenden definierten Handlungsfeldern müssen die Weichenstellungen jetzt erfolgen.

3. Handlungsfelder

3.1 Förderstrategie entwickeln und ressortübergreifende Koordinierung schaffen

Herausforderung: Computer- und Videospiele sind die einzigartige Verbindung von Kreativität, Software und Spitzentechnologie. Daher sind sie ein Querschnittsthema – dies ist jedoch oftmals eine Last: Die Auswirkungen gesetzlicher Initiativen auf die Computer- und Videospielebranche werden häufig nicht angemessen gewürdigt, bestehende Förderinstrumente berücksichtigen die Branche und ihre Besonderheiten häufig nicht hinreichend, die Potenziale und die gestiegene Relevanz des Mediums werden zu häufig verkannt, die Förderlandschaft und die ministerielle Zuständigkeit für das Medium sind zersplittert. Daher fehlt es an einer koordinierten, strategischen Förderung.

Was jetzt zu tun ist: Es bedarf einer besseren Koordinierung der Verantwortlichkeiten und Fördermaßnahmen für das Medium Computer- und Videospiele. Diese sind der Brückenschlag zwischen Contentindustrie, Kultur und Digitalwirtschaft; alle Aspekte verdienen politische Aufmerksamkeit und Förderung.

Sofort notwendige Maßnahmen:

➤ **Schaffung einer verantwortlichen Stelle zur Koordination einzelner Maßnahmen**

Sowohl auf Bundes- als auch auf Länderebene bedarf es einer verantwortlichen Stelle zur Koordinierung und Bündelung laufender Maßnahmen der verschiedenen Ressorts. Die Koordinierungsstelle sollte darüber hinaus auch als Koordinierungsstelle zwischen dem Bund und den Ländern fungieren.

➤ **Spezifische Wirtschaftsdaten der Branche erheben**

Grundlage für die Feinjustierung von Fördermaßnahmen und die Evaluierung neuer Förderinstrumente muss die wissenschaftliche Erhebung und Auswertung spezifischer Branchendaten sein, etwa der Zahl der Unternehmen, ihrer Umsätze sowie der Beschäftigtenzahl. Eine entsprechende Erfassung durch das Statistische Bundesamt existiert bislang im Wesentlichen nicht. Kurzfristig müssen Bund und Länder im Rahmen einer bundesweit einheitlichen Branchenstudie diese Daten erstmals erheben. Mittelfristig müssen Bund und Länder dringend auf die Erweiterung der NACE- und WZ-Klassifikationen hinwirken.¹³ Bislang erfassen diese Klassifikationen lediglich das „Verlegen von Computerspielen“, aber gerade nicht die „Entwicklung von Computerspielen“.¹⁴ Darüber hinaus ist eine intensivere Erforschung des Technologietransfers in andere Branchen inklusive seiner wirtschaftlichen Effekte erforderlich.

3.2 Freiräume für Innovationen und Wachstum schaffen

Herausforderung: Im Gegensatz zu anderen Medien wie etwa Film und Buch werden digitale Spiele häufig nicht nur für einen bestimmten kulturellen Kontext entwickelt und vermarktet. Daher stehen deutsche Unternehmen mit ihren Produkten in direkter Konkurrenz mit der ganzen Welt. Zugleich steigen die Entwicklungskosten für hochwertige digitale Spiele rasant, für Blockbuster-Titel

¹³ *Dies Klassifikationen sollen einzelne Wirtschaftszweige statistisch erfassen, leisten dies aber für die Computer- und Videospiegelindustrie bislang nur unzureichend.*

¹⁴ *Vgl. WZ 2008 Ziffer 58.21: „Verlegen von Computerspielen“, wobei davon auszugehen ist, dass selbst Ziffer 58.21 sehr häufig unzutreffend angewendet wird.*

übersteigen sie häufig die großer Hollywood-Filmproduktionen. Bei Spielen mit geringeren Entwicklungskosten entscheidet wiederum zunehmend die Höhe des Marketingbudgets über den Erfolg des Spiels. Denn nur wer in den App-Stores in die Top-Positionen vordringt, hat hinreichende Aussicht auf wirtschaftlichen Erfolg.

Auf globaler Ebene konkurrieren deutsche Unternehmen mit etablierten Entwicklerstudios und Publishern, die auf günstigere Rahmenbedingungen und eine umfassende finanzielle Förderung bauen können. An allen international erfolgreichen Standorten für Computer- und Videospieldproduktionen bestehen spezifische und strategisch entwickelte Fördermaßnahmen, z. B. in den USA, Kanada, Großbritannien, Frankreich, Skandinavien und Singapur. Die Förderung in Deutschland fällt dahinter weit zurück.

Was jetzt zu tun ist: Innovationen sind die Grundlage für Wachstum. Um unternehmerische und finanzielle Freiräume für Innovationen und neue Inhalte zu schaffen, muss die Computer- und Videospieldindustrie von Bürokratie und finanziellen Belastungen entbunden werden.

Sofort notwendige Maßnahmen:

➤ **Doppelte Umsatzbesteuerung verhindern**

Bei der Handhabung des neuen § 3 Abs. 11 a Umsatzsteuergesetz (UStG) ist zu verhindern, dass beim Vertrieb von Computer- und Videospielden für erbrachte Leistungen zweimal Umsatzsteuer abgeführt werden muss. Hierzu bedarf es klarer Regeln, die einheitlich Anwendung finden. Insbesondere sollte die sogenannte Branchenlösung bei gleichzeitiger Befreiung von Nachweispflichten umfassend angewendet werden. Kommt die Branchenlösung nicht flächendeckend und umfassend zum Einsatz, so hat einheitlich die sogenannte Bruttolösung zu gelten. Welches Verfahren Anwendung findet, muss das Bundesfinanzministerium zeitnah in einem BMF-Schreiben eindeutig festlegen.

➤ **Verfahrenserleichterungen bei Erhebung der Quellensteuer auf Lizenzgebühren**

Für die Computer- und Videospiegelindustrie sind grenzüberschreitende Softwarelizenzen ein alltäglicher Geschäftsvorgang. Daher müssen die Verfahren zur Stellung eines Erstattungs- oder Freistellungsantrages für auf Lizenzgebühren erhobene Quellensteuer nach § 50 a I Nr. 3 Einkommenssteuergesetz (EStG) durch das Bundesministerium der Finanzen einfacher und schneller gestaltet werden. Dies gilt insbesondere dann, wenn Doppelbesteuerungsabkommen eine deutsche Quellensteuer ohnehin ausschließen. So sollten Freistellungen in bestimmten Fällen auch über den einzelnen Lizenzvertrag hinaus möglich sein. Wie etwa in Großbritannien sollte von Kapitalgesellschaften als ausländischen Lizenzgebern einheitlich allenfalls die Vorlage allgemein definierter Dokumente verlangt werden und nicht wie derzeit – je nach Fall und zuständiger Behörde – unterschiedlichste und umfangreiche Unterlagen (u. a. Organigramme zur Unternehmens- und Gesellschafterstruktur, Bilanzen, Gewinn-und-Verlust-Rechnungen, Persönliches).

➤ **Aufwandsrückstellungen für Marketingausgaben von zu versteuerndem Gewinn ausnehmen**

Digitale Spiele können heute immer häufiger nur dann erfolgreich sein, wenn sie nach der initialen Entwicklung laufend gepflegt und weiterentwickelt werden und wenn ein beträchtliches Marketingbudget in die Akquise von Nutzern investiert wird. Obwohl diese Marketingkosten nach der initialen Spielentwicklung anfallen, dürfen hierfür keine Aufwandsrückstellungen im Sinne des § 249 Handelsgesetzbuch (HGB) gebildet werden. Ansparungen für anstehende Marketingkosten sind somit nach § 5 EStG voll zu versteuern, obwohl es sich hierbei nicht um Gewinne handelt. § 5 Abs. 4 b EStG ist dahingehend zu ändern, dass Rückstellungen für Aufwendungen zur Herstel-

lung und Vermarktung eines Wirtschaftsgutes im unmittelbar folgenden Jahr gebildet werden dürfen.

➤ **Einführung von Patentboxen**

Als Patentboxen werden reduzierte Ertragssteuersätze auf Erlöse aus Lizenzgeschäften mit geistigem Eigentum bezeichnet.¹⁵ Auch in Deutschland sollte das Bundesministerium der Finanzen den Weg für Patentboxen bereiten, um den Standort für ausländische Unternehmen attraktiver zu machen und um eine Abwanderung deutscher Unternehmen in Länder mit Patentboxen¹⁶ zu vermeiden. Dabei ist sicherzustellen, dass eine solche Regelung nicht als Steuervermeidungsmechanismus dient, sondern nur Anwendung findet, wenn vom Standort Deutschland eine substantielle wirtschaftliche Aktivität ausgeht. In einem ersten Schritt muss eine Regelung für Patentboxen im Körperschaftsteuergesetz (KStG) verankert werden. Die Einfügung eines § 23 a KStG erscheint hierfür zweckmäßig.

➤ **Dreijähriger Aufschub zur Abgabe der Einkommenssteuererklärung für Gründer**

Die ersten Jahre sind für den Erfolg einer Unternehmensgründung entscheidend. In dieser Zeit sollten sich Gründer auf die Entwicklung ihres Geschäftsmodells konzentrieren können und nicht ihre Energie auf ihre Steuererklärung verwenden müssen. Im ersten Jahr empfiehlt es sich daher, sie von der Pflicht zur Abgabe einer Einkommenssteuererklärung zu befreien. Diese Befreiung sollte auf bis zu drei Jahre ausgeweitet werden können, wenn der Nachweis über die Zusammenarbeit mit einem Steuerberater/Buchhalter erbracht wird. In dem Zeitraum erzielte Gewinne wären entsprechend erst im vierten Jahr nach der Unternehmensgründung zu versteuern.

¹⁵ Vgl. *Financial Times Lexicon*, <http://lexicon.ft.com/Term?term=patent-box> (Abrufdatum 20.05.2015).

¹⁶ Eine Übersicht über bestehende Patentboxen und die Höhe der Steuererleichterungen findet sich in der Antwort der Bundesregierung auf eine Anfrage der Fraktion Bündnis 90 / Die Grünen (BT-Drs. 18/1238), Punkt 2.

Darüber hinaus erforderlich:

- Innovationen sind die wirtschaftliche Basis der Computer- und Videospiegelindustrie. Daher bedarf es der Einführung einer steuerlichen Förderung von Forschung und Entwicklung (FuE) in Form einer Steuergutschrift, mindestens in Höhe des europäischen Durchschnitts. Sie muss auch kleine- und mittlere Unternehmen (KMU) berücksichtigen. Der FuE-Begriff ist dabei weit zu fassen, so dass auch Innovationen der Computer- und Videospiegelbranche, die zunächst nur zur Produktoptimierung vorgesehen sind, hierunter subsumiert werden können. Anspruchsberechtigt sollen dabei alle Unternehmensformen sein, so dass eine Steuergutschrift sowohl im EStG als auch im KStG zu verankern ist.

- Bestehende Förderprogramme des Bundes (wie beispielsweise ZIM¹⁷ und EXIST¹⁸) und der Länder sind dahingehend zu öffnen, dass die Regularien einer Anwendung auf die Computer- und Videospiegelindustrie nicht mehr im Wege stehen und auch Innovationen der Computer- und Videospiegelbranche leichter Berücksichtigung finden. Der Innovationsbegriff muss erweitert werden und auch Innovationen berücksichtigen, die auf Kreativität beruhen, wie sie typischerweise Grundlage der Kultur- und Kreativwirtschaft ist.

- Crowdfunding muss als unkomplizierte alternative Finanzierungsquelle erhalten bleiben. Durch neue Verbraucherschutzvorschriften wie das Kleinanlegerschutzgesetz darf es nicht zu einer unverhältnismäßigen Überregulierung des Crowdfundings kommen. Die Auswirkungen des Gesetzes sollten nach spätestens zwei Jahren evaluiert werden.

¹⁷ Vgl. <http://www.zim-bmwi.de/> (Abrufdatum 20.05.2015).

¹⁸ Vgl. <http://www.exist.de/DE/Home/inhalt.html> (Abrufdatum 20.05.2015).

3.3 Fachkräftebedarf heute und in Zukunft decken

Herausforderung: Fachkräfte werden rund um die Welt gesucht. Dies gilt besonders für Kreativ- und IT-Fachkräfte, die für die Entwicklung eines Computer- und Videospiele erforderlich sind.¹⁹ In Deutschland ausgebildete Spezialisten für die Entwicklung von Computer- und Videospiele sind rar. Im internationalen Wettbewerb um Fachkräfte haben deutsche Unternehmen häufig das Nachsehen. Es fehlen nach wie vor Studienplätze für die spezifischen Berufsfelder der Computer- und Videospieleindustrie und somit entsprechend qualifizierte Absolventen. Die Suche nach geeigneten Mitarbeitern gestaltet sich daher oftmals langwierig und kostenintensiv, offene Stellen können erst nach vielen Monaten oder gar nicht besetzt werden. Bei der notwendigen Anwerbung ausländischer Spezialisten erschweren oftmals langwierige Visaverfahren und aufwendige Prüfungs- und Anerkennungsverfahren im Rahmen der Blue-Card-Genehmigung den Einstellungsprozess. Dies macht die Personalplanung insbesondere bei den häufig vorkommenden Belastungsspitzen vor der Veröffentlichung eines Spiels nur schwer kalkulierbar. In der Medienindustrie der Zukunft wird der Fachkräftebedarf weiter steigen.

Was jetzt zu tun ist: Dem stetig steigenden Fachkräftebedarf der Branche muss begegnet werden durch den Auf- und Ausbau von spezifischen Studiengängen, durch die Qualifizierung hiesiger Fachkräfte sowie durch Erleichterungen bei der Einstellung ausländischer Spezialisten.

Sofort notwendige Maßnahmen:

➤ **Erhöhung der Absolventenzahlen in Deutschland durch Stärkung der Hochschulen und Universitäten**

Hochschulen und Universitäten müssen besser unterstützt werden beim Ausbau der auf Computer- und Videospiele ausgerichteten Studiengänge. Mehr Personalstellen und Forschungsgelder sind erforderlich. Dabei muss das gesamte Bild von Entwicklung, Vermarktung und wissenschaftlicher Erfor-

¹⁹ Eine Branchenbefragung des BIU unter 25 wichtigen Unternehmen, die in ihrer Gesamtheit einen typischen Querschnitt der Branche abbilden, ergab, dass sie alle unabhängig von ihrer Größe Mitarbeiter suchen.

schung interaktiver Inhalte vermittelt werden, von den technologischen über die kreativen Aspekte der Spieleentwicklung bis hin zum Videospieldesign und zu den Games-Wissenschaften.

➤ **Steigerung der Ausbildungsqualität inländischer Absolventen**

Hochschulen müssen ihre Absolventen früher und profunder auf die Anforderungen ihres späteren beruflichen Tätigkeitsfeldes vorbereiten. Dies gilt umso mehr, als sich die Märkte und Technologien der Branche beinahe im Jahresrhythmus verändern. Dazu ist es erforderlich, den Hochschulen mehr und flexiblere Möglichkeiten zur Verknüpfung mit der Praxis zu eröffnen und eine engere Vernetzung mit Unternehmen zu schaffen. Häufig sind technologische und kreative Aspekte der Spieleentwicklung stärker zu integrieren. Zu oft erfolgt die Ausbildung ohne hinreichende internationale Perspektive.

➤ **Leichtere Anwerbung ausländischer Fachkräfte**

Ausländische Fachkräfte müssen schneller und unkomplizierter eingestellt werden können. Die bisherige Blue-Card-Regelung (§ 19 a Aufenthaltsgesetz) ist praxistauglicher auszugestalten. Darüber hinaus gilt es die Definitionen von Mangelberufen flexibler zu gestalten, neue oder vermeintlich unübliche Berufsbilder müssen schneller und einfacher Berücksichtigung finden. Dringend erforderlich ist zudem die Entbürokratisierung und Beschleunigung der Anerkennung ausländischer Bildungsabschlüsse. Das Verfahren zur Ausstellung einer Blue-Card ist zeitlich zu straffen, daher sollte die Beantragung bereits vom Wohnort in einem Drittland aus ermöglicht werden. Beim Einstellungsprozess muss nicht die formale Qualifikation in Form von Hochschulabschluss und Berufserfahrung entscheidend sein, sondern der Bedarf des deutschen Arbeitsmarkts. Hierzu sind weitere Anerkennungsverfahren nötig. Die

Mitarbeiter in den zuständigen Ausländerbehörden und Auslandsvertretungen sind auf die sich im Zusammenhang mit der Blue-Card ergebenden Aufgaben besser vorzubereiten, die erforderliche Kundenorientierung und Beratungsleistung ist bisher nicht überall vorzufinden.

Darüber hinaus erforderlich:

- Die Computer- und Videospieldindustrie sucht insbesondere nach weiblichen Fachkräften. Immer mehr Frauen finden den Weg in die Branche und werden hier gezielt gefördert. In den Bemühungen des Bundes, Frauen für technische Berufe zu begeistern, erfahren die Berufsbilder der Computer- und Videospieldbranche jedoch nach wie vor zu wenig Berücksichtigung. Im Rahmen von Angeboten der Berufsberatung etwa durch die Bundesagentur für Arbeit sollten die Tätigkeitsfelder innerhalb der Computer- und Videospieldbranche stärker vermittelt werden.

3.4 Kapitalbedarf der Unternehmen decken

Herausforderung: Die ökonomische Bedeutung der Computer- und Videospieldbranche einschließlich ihres Technologietransfers in die klassischen Industrien der deutschen Wirtschaft²⁰ wird weiter wachsen. Dennoch haben es Unternehmen der Branche in Deutschland nach wie vor schwer, über Banken und bestehende Förderinstrumente an ausreichend Kapital für Investitionen zu gelangen. Die Finanzierung per Risikokapital ist in Deutschland bei weitem nicht so verbreitet und etabliert wie in den angelsächsischen Ländern. Zudem erhält die Branche beispielsweise in Frankreich, dem Vereinigten Königreich, Skandinavien oder Kanada um ein Vielfaches höhere Fördersummen als in Deutschland²¹, so dass sich deutsche Unternehmen massiven Wettbewerbsverzerrungen ausgesetzt

²⁰ Bezüglich dieser Transfers spricht man von sogenannten *Applied Interactive Technologies* – also von *Serious Games, Gamification, 3D-Simulationen, Virtual Reality und interaktiven Technologien* –, die beispielsweise in der Automobil- oder der Pharmaindustrie zum Einsatz kommen; vgl. hierzu Leuchtturm-Initiative *engage.nrw* des Landes Nordrhein-Westfalen, <http://engage-nrw.de/> (Abrufdatum 20.05.2015).

²¹ Vgl. http://www.biuonline.de/fileadmin/user_upload/bilder/gamescom/2013_Pr%C3%A4sentation_Hidden_Champions/20130822_Pr%C3%A4sentation_F%C3%B6rder-PK_FINAL.pdf (Abrufdatum 01.06.2015).

sehen. Gleichzeitig sind Fördermittel der Länder typischerweise mit strengen Auflagen verbunden, es handelt sich hierbei um zeitlich befristete Einzelprojektförderungen, deren Umfang nicht den Bedarf deckt. Für Unternehmen, die sich im Wachstum befinden, sind die Antragsbedingungen häufig zu bürokratisch, die Verfahren dauern zu lange und die Fördersummen sind regelmäßig zu gering. Im Gegensatz zur Förderung anderer Medien stehen selten automatisierte Förderverfahren für die Produktion von Computer- und Videospiele zur Verfügung. Die deutsche Förderlandschaft ist äußerst zersplittert, insbesondere für Start-ups, kleine Unternehmen und Entwicklungsstudios ist das Dickicht von Maßnahmen nur schwer zu durchschauen. Um bei kostenintensiven Produktionen international mithalten zu können, fehlt es deutschen Firmen am erforderlichen Kapital.

Was jetzt zu tun ist: Für Unternehmen jeder Größe müssen neue, attraktive Finanzierungsmöglichkeiten geschaffen werden. Hierzu zählen sowohl direkte Fördermittel als auch der Zugang zu alternativen Finanzierungsmodellen einschließlich der Bestellung von Sicherheiten. Der Umfang der Förderung für Computer- und Videospiele muss sowohl auf Länder- als auch auf Bundesebene signifikant aufgestockt werden. Je nach Förderzweck sollten nicht nur inhaltliche Aspekte von Spielen förderrelevant sein, sondern beispielsweise auch der Innovationsgrad und die Aussicht auf nachhaltigen wirtschaftlichen Erfolg.

Sofort notwendige Maßnahmen:

➤ **Einstieg in eine direkte Förderung von Computer- und Videospiele durch den Bund**

Computer- und Videospiele sind Kulturgut, Unterhaltung und Innovationstreiber – und als solche müssen sie direkt, spezifisch und substantiell gefördert werden. Es bedarf der Einführung eines einfachen, möglichst auch automatisierten Förderverfahrens durch den Bund. Dabei müssen die spezifischen Bedingungen des Mediums maßgeblich sein, nicht etwa Förderlogiken anderer Branchen. Der Einstieg in eine gleichwertige Förderung zu anderen Medienbranchen muss rasch vollzogen werden.

➤ **Die Investitionen in Unternehmen für Business-Angel finanziell attraktiver gestalten**

In der Seedphase einer Gründung werden in der Regel keine Gewinne erwirtschaftet, sondern lediglich Verluste gemacht. Um Investitionen dennoch auch für Privatpersonen von Beginn an finanziell attraktiv zu gestalten, ist ein Wahlrecht auf Verlustverrechnung mit anderen Einkünften und dem Privatvermögen zu schaffen. Ein derartiges Wahlrecht sollte auch Gründern zugute kommen, die neben ihrer Gründung häufig noch Einkünfte aus einer unselbstständigen Tätigkeit oder andere Einkunftsarten erzielen.

➤ **Ausbau der Förderung durch die Länder**

Die Länder leisten – insbesondere in Form von Projektförderungen – bisher den größten Beitrag zur Förderung von Computer- und Videospiele in Deutschland. Hier wird vielfach hervorragende Pionierarbeit geleistet. Allerdings bedarf es eines signifikanten Anstieges der Mittel, einhergehend mit einer zumindest in Einzelfällen möglichen siebenstelligen Förderhöchstsumme je Antrag, damit in Deutschland auch Leuchtturmprojekte finanziert werden können. Die Förderung muss bereits bei der Entwicklung von Prototypen ansetzen.

Darüber hinaus erforderlich:

- Die Realisierung eines Spiels hängt wesentlich von der Verfügbarkeit stehenden Kapital ab. Daher sollten bestehende Förderverfahren entbürokratisiert und flexibler gestaltet werden, Anträge und Bewilligungsverfahren sind zu straffen, so dass nach einer schnellen Förderzusage eine langfristige Finanzplanung möglich ist und die Finanzierung eines Spiels von Beginn an auf sicheren Beinen steht.

- Es muss eine zentrale Förder- und Standortberatung für Computer- und Videospieleanbieter geschaffen werden, die über Förderinstrumente sowohl der Länder als auch des Bundes und gesetzliche Rahmenbedingungen gleichermaßen berät und ein entsprechendes Online-Angebot (auch auf Englisch) bereithält. So kann die Vernetzung der regionalen Förderinstrumente gestärkt werden, zugleich lassen sich Synergieeffekte nutzen. Eine solche Instanz muss auch als Anlaufstelle (First-Contact-Office) für ausländische Investoren und Unternehmen dienen, die sich für den Standort Deutschland interessieren.
- Das Bundeswirtschaftsministerium sowie die Kulturstaatsministerin müssen gegenüber der EU-Kommission gemeinsam darauf hinwirken, dass auch im europäischen Förderprogramm Creative Europe digitale Spiele in gleichem Maße berücksichtigt werden wie andere Kultur- und Kreativbranchen. Bisher kommen lediglich 1,2 Prozent der Fördermittel aus dem Programm digitalen Spielen zugute.
- Bei bestehenden Start-up-Beratungen sind die Spezifika der Computer- und Videospielebranche stärker zu berücksichtigen. Insbesondere muss frühzeitig darüber beraten werden, wie vor der Fertigstellung der ersten Entwicklung ein Anschlussprojekt angegangen werden kann. Die zu schaffende zentrale Beratungsstelle und die Regionalnetzwerke der Branche sollten hierfür Mentoren-Netzwerke mit erfolgreichen Unternehmern aufbauen und entsprechendes Matchmaking vermitteln.
- Die Mittel des Bundes für den Deutschen Computerspielpreis müssen über die vom Bundesministerium für Verkehr und digitale Infrastruktur für das Jahr 2017 in Aussicht gestellte Summe von 450.000 Euro hinaus auf eine siebenstellige Summe erhöht werden. Die Computer- und Videospielebranche

muss bei ihren Anstrengungen zur Förderung der eigenen Branche im Rahmen des Preises entlastet werden.

3.5 Internationales Standortmarketing ausbauen, Clustermanagement und Branchendialog stärken

Herausforderung: Die konsequente Internationalisierung bereits in der Gründungsphase ist ein zentraler Erfolgsfaktor für Unternehmen der Digitalwirtschaft.²² Statt jedoch eine konsequente Strategie für die internationale Vernetzung und Ausrichtung des Standortes Deutschland zu verfolgen und diesen im Ausland sichtbar zu machen, ist die deutsche Förderung leider zu häufig von einer regionalen Kirchturmpolitik geprägt. Die Vorteile der Ansiedlung ausländischer Studios für die deutsche Branche finden im Standortmarketing und in der deutschen Förderlandschaft zu wenig Berücksichtigung. Das Clustermanagement ist zu oft im Austausch innerhalb der regionalen Kultur- und Kreativwirtschaft verhaftet. Initiativen, die Potenziale der Branche durch Applied Interactive Technologies auch für andere Branchen nutzbar zu machen, sind bisher die Ausnahme, ebenso wie ein branchenübergreifender Austausch. Damit bleiben bestehende Förder- und Clusterprogramme hinter ihren Möglichkeiten zurück, Effekte verpuffen.

Was jetzt zu tun ist: Die verschiedenen Förderinstitutionen der deutsche Computer- und Videospielebranche müssen enger zusammenrücken, eine länderübergreifende Vernetzung muss vorangetrieben und der Standort in Gänze international sichtbar positioniert werden. Die konsequente internationale Ausrichtung von Unternehmen ist stärker zu fördern. Kulturelle Förderung muss auch Produkte mit breiten und international ausgerichteten Zielgruppen berücksichtigen, nicht nur Nischenprodukte mit hohem kulturellem Anspruch. Es bedarf einer Stärkung des Technologietransfers aus der Computer- und Videospielebranche in die klassische Industrie.²³

²² Zu diesem Ergebnis kommt ein vom Bundesministerium für Bildung und Forschung gefördertes Forschungsvorhaben an der Ludwig-Maximilians-Universität München in seinen ersten Zwischenberichten: <http://www.iom.bwl.uni-muenchen.de/forschung/projekte/projekte/softwarechamp.html> (Abrufdatum 20.05.2015).

²³ Siehe zu Praxisbeispielen des Technologietransfers aus der Computer- und Videospieleindustrie das Beratungsangebot engage.NRW, <http://www.muelheim-business.de/innovationsfoerderung/engage-nrw/> (Abrufdatum 20.05.2015).

Sofort notwendige Maßnahmen:

- **Konsequente Ausrichtung auf internationale Märkte**
Förderprogramme, Clustermanagement und Regionalnetzwerke müssen konsequent die Internationalisierung der Computer- und Videospiegelindustrie unterstützen. Hierzu zählt auch, den Standort Deutschland international sichtbar zu positionieren, ausländische Investoren und Unternehmen gezielt für Produktionen in Deutschland anzuwerben und die deutsche Branche international stärker zu vernetzen. Erforderlich sind insbesondere die Gestaltung und die Finanzierung von internationalen Online- und Messeauftritten unter einer zu etablierenden Dachmarke der deutschen Computer- und Videospiegelindustrie²⁴, die Installation eines Botschafters für „Interactive Hightech made in Germany“ sowie die Integration dieser Maßnahmen in die Aktivitäten von Germany Trade and Invest.

- **Deutsche Branche international vernetzen**
Bestehende international ausgerichtete Vernetzungs- und Mentoring-Initiativen wie der beim Bundeswirtschaftsministerium angesiedelte German Accelerator müssen gezielt für die Computer- und Videospiegelbranche aufgebaut und in den wichtigsten internationalen Märkten etabliert werden.

- **Branchenübergreifende Netzwerke schaffen**
Zur Stärkung des Technologie- und Know-how-Transfers zwischen der Computer- und Videospiegelbranche und der klassischen Industrie sowie der Dienstleistungswirtschaft müssen regionale Fördernetzwerke, lokale Wirtschaftsverbände und Kammern miteinander kooperieren und Möglichkeiten des Networkings und Matchmakings schaffen. Beratungsprogramme zur Anwendung von Applied Interactive Technologies

²⁴ Vgl. hierzu <http://www.thecreativeindustries.co.uk/#> (Abrufdatum 20.05.2015).

sind zu stärken und in Initiativen des Bundes wie Mittelstand-Digital zu integrieren.

➤ **Bestehende Branchennetzwerke unterstützen**

Als starker Partner der gesamten Branche hat der BIU zwei neue Plattformen geschaffen: BIU.Dev und BIU.Net. Diese Netzwerkplattformen sollten auch durch öffentliche Träger als aktives Branchenforum weiter gestärkt werden.

➤ **Computer- und Videospiegelbranche bei Umsetzung der Digitalen Agenda stärker berücksichtigen**

Die Computer- und Videospiegelbranche ist stärker in die Ausgestaltung und Umsetzung der „Digitalen Agenda“ der Bundesregierung und den hieran anschließenden IT-Gipfel-Prozess zu integrieren. Das Know-how, die Mechaniken und die Technologien der Computer- und Videospiele können einen fundamentalen Beitrag zur erfolgreichen Digitalisierung von Gesellschaft, Wirtschaft, Industrie 4.0 und Staat leisten.

Darüber hinaus erforderlich:

➤ Die regionalen Netzwerke und das Clustermanagement mit dem Schwerpunkt Computer- und Videospiegelbranche sind zu stärken. Die Netzwerke müssen in die Lage versetzt werden, sich noch intensiver der Verknüpfung der Branche mit Universitäten, Forschungseinrichtungen und lokalen Unternehmen zu widmen.

➤ Die Start-up-Förderung muss weiter ausgebaut werden, insbesondere die Strategie, Arbeitserleichterungen und Mehrwerte für Gründer zu schaffen – durch Businessnetzwerke, Beratungsprogramme, Inkubatoren sowie die Bereitstellung von Räumlichkeiten und Office-Infrastrukturen.

3.6 International verzahnte gesetzliche Rahmenbedingungen schaffen

Herausforderung: Computer- und Videospiele richten sich regelmäßig auch an ein internationales Publikum. Die Unternehmen der Branche sind entsprechend grenzüberschreitend tätig. Nationale Gesetzgebungen im Bereich des Jugend- und Verbraucherschutzes genauso wie im Bereich des Datenschutzes und der Netzregulierung werden somit zum Standortfaktor. Deutschland ist zu Recht stolz auf sein hohes Schutzniveau in diesen Bereichen, mit der wachsenden Bedeutung des Internets als Vertriebsweg für Medienprodukte mangelt es jedoch zunehmend an der internationalen Verzahnung. Ein in der Theorie hohes Schutzniveau führt jedoch im Internet bei mangelnder internationaler Verzahnung zu einem faktisch geringen Schutzniveau. Zum einen liegt das an dem häufig geltenden Herkunftslandprinzip, wonach nur das Recht des Sitzes des Anbieters gilt, zum anderen daran, dass deutsche Behörden gegen Unternehmen mit Sitz im Ausland regelmäßig keine hinreichende Durchgriffsmöglichkeit haben. Daher führt ein in der Theorie hohes Schutzniveau ohne internationale Verzahnung zu Mehrbelastungen und Standortnachteilen für deutsche Unternehmen.

Was jetzt zu tun ist: Vorrang vor nationaler Regulierung muss eine europäische Harmonisierung haben. Dort, wo bereits internationale Harmonisierungsinitiativen bestehen, muss Deutschland sich einbringen und die Diskussionen und Prozesse aktiv mitgestalten. In Bereichen, in denen bisher eine europäische oder internationale Harmonisierung fehlt, muss sie von deutscher Seite initiiert werden. Vorhandene deutsche Insellösungen im Bereich des Verbraucher-, Daten- und Jugendschutzes sind international zu integrieren, neue Insellösungen zu verhindern.

Sofort notwendige Maßnahmen:

➤ **Datenschutzgrundverordnung zügig umsetzen**

Die europäische Datenschutzgrundverordnung muss zügig verabschiedet werden. Dabei ist auf pragmatische Regeln zu achten, die insbesondere mit internationalen Datenschutzstandards hinreichend verzahnt sind und das Prinzip der Einwilli-

gung praxisgerecht mit Erlaubnistatbeständen verknüpfen, die für die digitale Wirtschaft ausreichend sind.

➤ **IARC stärken**

Vor kurzem wurde die internationale Jugendschutzinitiative IARC gestartet. Deutschland muss sich proaktiv und umfassend an dem Programm beteiligen.

➤ **Offenheit für neue Geschäftsmodelle**

Neue, innovative Geschäftsmodelle müssen die Chance haben, sich am Markt zu etablieren, und dürfen nicht durch zusätzliche regulatorische Auflagen im vermeintlichen Interesse der Verbraucher ausgebremst werden.

3.7 Schnelle Infrastruktur forcieren

Herausforderung: Der Ausbau des schnellen digitalen Datenverkehrs ist essentiell für den Erfolg der Computer- und Videospielebranche. 38 Prozent aller Verkäufe digitaler Spiele in Deutschland erfolgten im ersten Halbjahr 2014 bereits digital, Tendenz steigend. Zudem werden Computer- und Videospiele heute vermehrt miteinander und über das Internet gespielt. Die Zukunftstechnologie des Streamens von Spielen, aus der Cloud auf die Endgeräte der Nutzer, bedarf einer ständigen Internetverbindung: zuverlässig, breitbandig und latenzfrei. Computer- und Videospiele gehören zu den großen Wachstumstreibern der digitalen Wirtschaft. Das Wachstum der Branche ist maßgeblich vom schnellen Ausbau einer leistungsfähigen digitalen Infrastruktur abhängig.

Was jetzt zu tun ist: Deutschland muss zügig den internationalen Anschluss an Standards in der flächendeckenden Versorgung mit breitbandigem Internet schaffen. Weiße Flecken auf der Landkarte gilt es unverzüglich zu schließen, der gesamte Netzausbau ist zu beschleunigen. Zugleich muss sichergestellt werden, dass auch weiterhin alle Daten diskriminierungsfrei über das Internet transportiert werden.

Sofort notwendige Maßnahmen:

➤ **Breitbandausbau zügig vorantreiben**

Bis zum Jahr 2017 muss eine flächendeckende Versorgung mit Internetanschlüssen mit Geschwindigkeiten von weitgehend bis zu 200 Mbit/s erreicht werden. Die in der Digitalen Agenda der Bundesregierung definierten Ziele beim Netzausbau²⁵ reichen für ein Land wie Deutschland nicht aus. Eine Vertiefung der Versorgungslücke zwischen Ballungsräumen und ländlichen Regionen muss verhindert werden, zugleich darf dies aber nicht das alleinige Ziel einer ambitionierten Breitbandstrategie sein.²⁶

➤ **Netzneutralität sichern**

Die Wahrung der Netzneutralität muss gesetzlich und europaweit festgeschrieben werden. Dabei müssen grundsätzlich alle Datenpakete diskriminierungsfrei, mit möglichst hoher Bandbreite sowie bei möglichst geringer und gleichbleibender Latenz²⁷ übermittelt werden. Bei der Erlaubnis kostenpflichtiger Spezialdienste ist durch Regulierung und die Bundesnetzagentur sicherzustellen, dass die nach dem Best-Effort-Prinzip zur Verfügung zu stellenden Internetdienstleistungen diesen Anforderungen der Digitalwirtschaft genügen und laufend weiterentwickelt werden. Hierfür sollten die von den Internetdiensteanbietern nach dem Best-Effort-Prinzip zu erbringenden Leistungen definiert werden.

²⁵ Im Rahmen der Digitalen Agenda strebt die Bundesregierung an, bis zum Jahr 2018 flächendeckend lediglich 50 Mbit/s gewährleisten zu können, vgl. http://www.digitale-agenda.de/Webs/DA/DE/Home/home_node.html (Abrufdatum 20.05.2015).

²⁶ Vgl. Deloitte: Freie Fahrt für Glasfaser & Co?, *Highspeed-Broadband im Reality Check* (2015).

²⁷ Unter „Latenzzeit“ versteht man in der Telekommunikationstechnologie das Zeitintervall, um das ein Ereignis verzögert wird, vgl. <http://www.itwissen.info/definition/lexikon/Latenz-latency.html> (Abrufdatum 20.05.2015).

Informationen zum BIU

Der BIU – Bundesverband Interaktive Unterhaltungssoftware e. V. ist der Verband der deutschen Computer- und Videospieleindustrie. Seine 25 Mitglieder sind Entwickler, Publisher und Anbieter von digitalen Spielen und repräsentieren über 85 Prozent des deutschen Marktes. Der BIU ist beispielsweise Veranstalter der gamescom. Als kompetenter Ansprechpartner für Medien sowie politische und gesellschaftliche Institutionen beantwortet der BIU alle Fragen rund um das Thema digitale Spiele.