

Top 10 Games-Politik

Was wichtig ist für einen starken Games-Standort in Deutschland

**game – Verband der
deutschen Games-Branche**

Charlottenstraße 62
10117 Berlin

www.game.de

Ansprechpartner

Maren Schulz
Leiterin Politische Kommunikation

T +49 30 2408779-15
maren.schulz@game.de

Der game setzt sich für die umfassende Verbesserung der Rahmenbedingungen für die Games-Branche in Deutschland ein. Kernpunkte der politischen Arbeit sind folgende zehn Forderungen:

1. Einführung des „Deutschen Games-Fonds“

Um das Kulturgut Games systematisch zu fördern und dem Games-Standort Deutschland den Anschluss an den internationalen Wettbewerb zu ermöglichen, muss der Bund jetzt schnell den im Koalitionsvertrag von CDU/CSU und SPD angekündigten Games-Fonds als Entwicklungsförderung des Bundes umsetzen. Der game hat hierzu ein Modell für den „Deutschen Games-Fonds“ vorgelegt, der die Entwicklung von Games in Deutschland einfach, planbar und transparent fördert.

2. Ganzheitliche Reform des Jugendmedienschutzes endlich umsetzen

Der gesetzliche Rahmen für den Jugendschutz in Deutschland ist nicht mehr zeitgemäß und entspricht nicht dem heutigen Medienkonsum von Kindern und Jugendlichen. Das Jugendschutzgesetz und der Jugendmedienschutz-Staatsvertrag müssen modernisiert, besser miteinander verzahnt und international anschlussfähig gemacht werden.

3. Deutschen Computerspielpreis fair finanzieren

Der Deutsche Computerspielpreis ist die bedeutendste Auszeichnung für digitale Spiele aus Deutschland. Bei keinem anderen Kultur- oder Medienpreis der Bundesregierung werden jedoch die Preisgelder von den Unternehmen selbst mitfinanziert. Diese Ungleichbehandlung muss beendet werden, während der Deutsche Computerspielpreis partnerschaftlich zwischen Bundesregierung und Games-Branche noch weiter verbessert wird.

4. Entwicklungsmöglichkeiten für digitale Wirtschaft erhalten

Neue digitale Geschäftsmodelle brauchen Freiräume, deshalb muss auch in der digitalen Welt ein fairer Interessenausgleich zwischen Verbraucherrechten und unternehmerischer Freiheit gefunden werden. Die Stärkung des mündigen Verbrauchers muss Vorrang haben vor neuer Regulierung.

5. Digitalen Binnenmarkt europaweit einheitlich umsetzen

Die Verbreitung digitaler Spiele braucht einen einheitlichen Rechtsrahmen ohne Wettbewerbsverzerrungen. Die Strategie der EU zur Vollendung des digitalen Binnenmarktes ist daher ein wichtiges Vorhaben für die Games-Branche. Die Umsetzung der Reformen im Verbraucher- und Datenschutzrecht und bei der Regulierung des grenzüberschreitenden Vertriebs sollte daher europaweit einheitlich und ohne nationale Alleingänge erfolgen. Dies gilt

auch für den Vollzug dieser Regelungen wie beispielsweise bei der Durchsetzung des neuen Datenschutzrechts.

6. Anerkennung von eSports

eSports sind zum Massenphänomen geworden, das sich sowohl im Profibereich als auch als Breitensportart rasant wachsender Beliebtheit erfreut. Damit sich eSports optimal entwickeln können, ist in Deutschland eine offizielle Anerkennung als Sportart geboten, denn dann können sich unter anderem gemeinnützige Vereine gründen.

7. Flächendeckende Versorgung mit schnellem Internet zügiger vorantreiben

Die flächendeckende Verbreitung schnellen Internets bestimmt maßgeblich den zukünftigen Wohlstand und somit auch die Zukunft des Games-Entwicklungsstandortes Deutschland. Latenzarme Gigabit-Netze müssen endlich flächendeckend verfügbar sein.

8. Digitale Bildung stärken

Unser Bildungssystem muss besser als bisher digitale Fertigkeiten vermitteln. Hierzu können gerade auch Serious Games einen wesentlichen Beitrag leisten. Ihr Einsatz in Schule und Ausbildung muss gemeinsam mit der Vermittlung von Medienkompetenz gestärkt werden.

9. Deckung des Fachkräftebedarfs nachhaltig sicherstellen

Der deutschen Games-Branche fehlen hoch spezialisierte, erfahrene Fachkräfte. Da sie in Deutschland nicht in ausreichender Zahl zur Verfügung stehen, muss die Ausbildungssituation verbessert und der Zuzug dieser Fachkräfte aus dem Ausland erleichtert werden.

10. Internationale Vernetzung stärken, deutsche Messeauftritte modernisieren

Deutsche Förderprogramme zur Erschließung ausländischer Märkte müssen besser auf die Besonderheiten der Kultur- und Kreativbranche abgestimmt werden. Die Messeprogramme müssen für die Games-Branche verstärkt sowie insgesamt modernisiert, flexibilisiert und unter eine einheitliche ansprechende Dachmarkenkommunikation gestellt werden.

Im Detail:

Computer- und Videospiele sind das Leitmedium der digitalen Gesellschaft. Games sind Massenmedium: Jeder zweite Deutsche spielt Computer- und Videospiele. Die Erzählungen und Charaktere aus Computer- und Videospiele prägen mittlerweile Generationen und beeinflussen unsere Ästhetik und die gesellschaftlichen Diskurse. Zugleich ist die Computer- und Videospielebranche die am dynamischsten wachsende Medienbranche. Zuletzt konnte der Standort Deutschland an diesem rasanten weltweiten Wachstum jedoch nur bedingt partizipieren. Deutschland ist einer der größten Absatzmärkte für Games, im Jahr 2017 wurden hierzulande rund 3,3 Milliarden Euro Umsatz mit Spielen und Spielekonsolen erwirtschaftet. Als Produktionsstandort für Games verliert Deutschland jedoch immer weiter an Einfluss, trotz einiger international erfolgreicher Leuchtturm-Unternehmen aus Deutschland. Im Vergleich zu Ländern wie Kanada, Großbritannien oder Frankreich, die umfangreiche, nachhaltige und erfolgreiche Games-Fördersysteme aufgebaut haben, ist Deutschland als Standort für Games-Entwicklung ohne entsprechende Strukturen auf Bundesebene bislang nicht wettbewerbsfähig. Zuletzt sank der Umsatzanteil deutscher Games-Entwicklungen in Deutschland auf unter 6 Prozent. Deutschland droht den Anschluss an die Entwicklung dieses Zukunftsmediums zu verlieren. Dies liegt maßgeblich an den unzureichenden politischen Rahmenbedingungen in Deutschland. Damit auch in Deutschland die Branche wachsen kann und ihre vielen Potenziale für Wirtschaft und Gesellschaft wirksam werden, müssen die „Top 10 Games-Politik“ umgesetzt werden, um den Games-Standort in Deutschland zu stärken:

1. Einführung des „Deutschen Games-Fonds“

Zuletzt und insbesondere auf der gamescom 2017 sowie im Koalitionsvertrag von Union und SPD wurde parteiübergreifend eine Entwicklungsförderung eingefordert. Die Potenziale der deutschen Games-Branche sollen zukünftig noch stärker genutzt werden, um digitale Innovationen, neue Arbeitsplätze und kulturelle Impulse zu ermöglichen. Daher soll ein Förderfonds für kulturell wertvolle Computerspiele eingerichtet werden, der die Entwicklung und Produktion in Deutschland systematisch und spezifisch unterstützt und ein Level Playing Field im europäischen Wettbewerb gewährleistet.

Der game hat hierfür das Modell für den „Deutschen Games-Fonds“ (DGF) entwickelt, eine Projektförderung von Computer- und Videospiele auf Bundesebene. Mit der automatisierten

Vergabe von Zuschüssen wird eine langfristige Vision für das Medium und den Standort verfolgt. Am DGF partizipieren gleichermaßen kleine und große Entwicklerstudios, wodurch der Fonds positive Effekte für die gesamte Entwicklerlandschaft nach sich zieht. Gefördert wird die Entwicklung von Prototypen und Produktionen, wenn sie einen Kulturtest bestehen. Durch diese Konstruktion erfüllt der DGF das wichtige Kriterium der Planbarkeit und ist zugleich beihilferechtlich bewährt und mit europäischen Standards vergleichbar.

Auf Basis der Daten der aktuellen und von der Bundesregierung unterstützten Studie zum Games-Standort 2017 ergibt sich für das erste Jahr ein notwendiges Budget in Höhe von 50 Millionen Euro. Erwartet werden in der Folge Hebeleffekte, die mit denen ähnlicher Fördersystematiken in anderen Ländern vergleichbar sind. Durch die aus der Förderung resultierenden positiven Marktentwicklungs- und Ansiedlungseffekte ist eine fest budgetierte Weiterentwicklung des DGF mit zusätzlichen 5–10 Millionen Euro pro Jahr für die auf die Einführung folgenden fünf Jahre notwendig.

Mit dieser positiven wirtschaftlichen Bilanz des DGF einher geht die Stärkung der kulturellen Vielfalt im Markt für Computer- und Videospiele, indem Innovationen, neue Ideen und deutsche Inhalte verwirklicht werden können. Angesichts der dynamischen Entwicklung der Games-Branche ist eine zeitnahe Umsetzung notwendig, damit die Entwicklerstudios in Deutschland im internationalen Vergleich nicht noch weiter zurückfallen und stattdessen aufholen können.

2. Ganzheitliche Reform des Jugendmedienschutzes endlich umsetzen

Die Mediennutzung von Kindern und Jugendlichen hat sich im letzten Jahrzehnt grundlegend verändert, heute sind Millionen Inhalte über unterschiedlichste Geräte jederzeit und überall zugänglich. Der gesetzliche Rahmen bildet diese tiefgreifenden Veränderungen bisher nur unzureichend ab, nach wie vor ist die Regulierung zwischen Online-Medien (Hoheit der Länder) und den Offline-Medien (Gesetzgebung des Bundes) geteilt. Es fehlt eine verständliche, konvergente und international anschlussfähige Regulierung, die nicht am Trägermedium, sondern beim Inhalt ansetzt. Bund und Länder müssen gemeinsam einen modernen Rechtsrahmen für den Jugendmedienschutz auf den Weg bringen. Es ist dringend erforderlich, die schon für die letzte Legislaturperiode geplante Reform des Jugendschutzgesetzes (JuSchG) anzugehen und konsequent auszugestalten. International anerkannte und erfolgreich eingeführte Altersklassifizierungssysteme wie die International Age Rating

Coalition (IARC) müssen gesetzlich gewürdigt und der Unterhalt und die Weiterentwicklung technischer Jugendschutzprogramme wie des JusProg finanziell besser unterstützt werden.

3. Deutschen Computerspielpreis fair finanzieren

Der Deutsche Computerspielpreis ist die renommierteste Auszeichnung für Spiele aus Deutschland. Die vom Haushaltsausschuss des Deutschen Bundestages beschlossene zwingende Beteiligung der Wirtschaft zu 50 Prozent an der Finanzierung der Preisgelder muss aufgehoben werden, denn sie ist eine unverhältnismäßige Benachteiligung der Games-Branche im Vergleich zu anderen Kultur- und Medienpreisen des Bundes und kann durch die Branche nicht geleistet werden. Zumal der Anteil des Bundes durch die Besteuerung der Preisgelder zumeist direkt zurück an die Steuerbehörden abgeführt werden muss. Diese ungerechte Auflage widerspricht der Intention eines Förderpreises, wenn die zu Fördernden ihren Förderpreis selbst finanzieren müssen. Darüber hinaus soll der Deutsche Computerspielpreis partnerschaftlich zwischen Bundesregierung und Games-Branche noch weiter verbessert werden.

4. Entwicklungsmöglichkeiten für digitale Wirtschaft erhalten

Der digitale Wandel geht mit neuen Erlösmodellen und neuen Nutzungsgewohnheiten einher, Filme und Musik werden heute nicht mehr auf Trägermedien gekauft, sondern gestreamt. Computer- und Videospiele folgen heute zunehmend der Logik von Games as a Service, sie sind keine abgeschlossenen Produkte mit einmaligem Kaufpreis mehr, sondern entwickeln sich stetig weiter und werden immer häufiger durch Micropayment-Systeme wie Free-to-Play-Modelle finanziert. Auch (zeitlich befristete) Abo-Modelle erfreuen sich wachsender Beliebtheit. Weitere neue Geschäftsmodelle werden sich entwickeln. Die digitale Wirtschaft und hierbei insbesondere die Games-Branche gilt zu Recht als Vorbild und Innovator für andere Wirtschaftszweige, benötigt dafür jedoch Gestaltungsspielräume, damit auch hierzulande innovative Distributions- und Geschäftsmodelle entwickelt werden können. Eine zu strikte Regulierung behindert dies. Aufgeklärte Verbraucher sind stark, sie kennen ihre Marktmacht und wissen diese zu nutzen. Dies gilt umso mehr für das Zeitalter des Internets mit Foren, Bewertungsportalen und sozialen Netzwerken. Langfristig erfolgreiche unternehmerische Tätigkeit ist nur in einem positiven Austausch mit den Kunden und Verbrauchern möglich, auch darauf sollte der Gesetzgeber vertrauen. Der regulative Rahmen in Form des beispielsweise im Bürgerlichen Gesetzbuch und im Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb geregelten

Verbraucherschutz hat sich bewährt, weitere Regulierung erhöht die Bürokratiekosten der Unternehmen, macht für Verbraucher ihre Rechte unübersichtlich und schwächt damit die Rolle der Verbraucher, anstatt sie zu stärken. Auch auf europäischer Ebene ist der deutsche Gesetzgeber aufgefordert, sich für ein ausgewogenes Verhältnis zwischen Verbraucher- und Unternehmensinteressen einzusetzen. Es muss beispielsweise sichergestellt werden, dass Daten nicht pauschal alle gleichbehandelt werden. Daten, wie sie zur Nutzung oder Optimierung eines Videospieles erhoben werden, sind nicht vergleichbar mit personenbezogenen Daten in sozialen Netzwerken oder bei Cloud-Diensten.

5. Digitalen Binnenmarkt europaweit einheitlich umsetzen

Die EU strebt die Vollendung des digitalen Binnenmarktes an und hat dazu bereits Verordnungen zum Geoblocking und zum Datenschutz beschlossen, weitere Vorhaben betreffen die Richtlinien über bestimmte vertragliche Aspekte der Bereitstellung digitaler Inhalte, das Urheberrecht und audiovisuelle Mediendienste sowie weitere Rechtsakte zur Plattformregulierung und zur Besteuerung. Für die Games-Branche ist die Schaffung eines einheitlichen digitalen Binnenmarktes ein wichtiges Vorhaben, das den Vertrieb von Games erleichtert und die Wettbewerbsfähigkeit verbessert. Dabei müssen jedoch stets die Besonderheiten der Games-Branche berücksichtigt werden, damit dieser sinnvolle Ansatz sich nicht ins Gegenteil verkehrt. So sind Developer auf Daten angewiesen, um ihr Spiel verbessern zu können. Außerdem sollte auch die nationale Umsetzung der Reformen im Verbraucher- und Datenschutzrecht und bei der Regulierung des grenzüberschreitenden Vertriebs europaweit einheitlich und ohne nationale Alleingänge erfolgen. Die Bundesregierung sollte daher stets eine Vollharmonisierung anstreben und Öffnungsklauseln für nationale Sonderregelungen möglichst nicht nutzen. Auch der Vollzug des EU-Rechts wie z. B. die Durchsetzung des neuen Datenschutzrechts sollte europaweit gleich laufen, damit der digitale Binnenmarkt in der Praxis funktionieren kann.

6. Anerkennung von eSports

Inzwischen sind eSports zu einem Massenphänomen geworden, bei dem auch traditionelle Sportvereine wie der VfL Wolfsburg oder der FC Schalke 04, TV-Sender wie Sky, ProSieben oder Sport1 oder namhafte Sponsoren wie Vodafone, McDonald's oder Mercedes-Benz mitmischen. Zahlreiche junge Talente streben in die Profimannschaften, die Professionalisierung von eSports schreitet in rasantem Tempo voran. Millionen Menschen weltweit verfolgen die großen

Turniere. Der Markt wächst stetig, weltweit wird der Gesamtumsatz mit eSports auf über 900 Millionen Dollar geschätzt¹, in Deutschland soll der Umsatz bis 2020 auf 130 Millionen Euro wachsen². Bei eSports bietet sich für Deutschland die Möglichkeit, eine international bedeutende Rolle einzunehmen, sowohl in Bezug auf die Zahl der erfolgreichen Sportler als auch aufseiten der Konsumenten und Vermarkter. Damit die Professionalisierung und Verbreitung sowohl im Profisegment als auch im Breitensport weiter voranschreiten können, ist in Deutschland eine Anerkennung als offizieller Sport, insbesondere bei der steuerrechtlichen Anerkennung der Gemeinnützigkeit von eSports-Vereinen, erforderlich. Zudem sollten die Visa-Erleichterungen, die anderen Sportlern für die Teilnahme an Turnieren gewährt werden, auch für eSportler gelten.

7. Flächendeckende Versorgung mit schnellem Internet zügiger vorantreiben

Das Vorhandensein eines schnellen Internetanschlusses ist von zentraler Bedeutung für wirtschaftlichen Erfolg, Innovationen, Wissensvermittlung und gesellschaftliche Teilhabe. Deutschland hinkt in der flächendeckenden Versorgung mit schnellen Internetanschlüssen den internationalen Standards und technischen Möglichkeiten weiter hinterher. Eine Vertiefung der Versorgungskluft zwischen Ballungsräumen und ländlichen Regionen muss verhindert werden, zugleich darf dies aber nicht das alleinige Ziel einer ambitionierten Breitbandstrategie sein. Für die Games-Branche spielt die Verfügbarkeit von leistungsstarken und latenzarmen Breitbandinternetzugängen nicht nur bei den Nutzern der Games eine besonders wichtige Rolle: Der Grad der Arbeitsteilung ist bei der Entwicklung von Computer- und Videospiele besonders hoch, häufig geschieht dies über mehrere Städte oder Länder hinweg, teilweise sogar Kontinent-übergreifend. Die Verfügbarkeit eines schnellen Internetzugangs ist für die Frage nach einem Entwicklungsstandort daher existenziell. Nicht der Ausbau und die Förderung einer Technologie, sondern die flächendeckende Versorgung mit schnellem Internet bei geringen Latenzen muss im Fokus stehen.

8. Digitale Bildung stärken

Die Digitalisierung hat inzwischen nahezu alle Bereiche unseres Lebens erfasst und wird sie in Zukunft weiter nachhaltig verändern. Um unsere Welt auch zukünftig zu verstehen und zu

¹ <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/677986/umfrage/prognose-zum-umsatz-im-esports-markt-weltweit/>, abgerufen am 29. Juni 2018.

² Deloitte-Studie „Let's Play! Der deutsche eSports-Markt in der Analyse“, November 2016.

gestalten, müssen Kinder und Jugendliche optimal auf Leben und Lernen in der digitalen Welt vorbereitet werden. Das Verstehen der Digitalisierung, die Fähigkeit zur kritischen, selbstbestimmten Mediennutzung und grundlegende Programmierkenntnisse werden von elementarer Bedeutung sein und müssen bereits frühzeitig in der Schule vermittelt werden. Hierfür gilt es nicht nur die nötige Infrastruktur zu schaffen, sondern auch die Wissensvermittlung muss sich den neuen Herausforderungen anpassen. Medienkompetenz und digitale Spiele im Bildungsbereich, sogenannte Serious Games, liefern hierfür einen wichtigen Beitrag. Sie bieten eindeutige Vorteile wie höhere, dauerhafte Motivation und anschauliche Vermittlung auch sehr komplexer Lehrstoffe. Auch die große Vertrautheit mit den Mechaniken und Darstellungsformen von Games, die bereits fester Bestandteil des Alltags der Jugendlichen sind, erhöht die Akzeptanz bei den Schülern und kann daher den Lernerfolg weiter steigern. Daher sollte die Entwicklung gezielt gefördert und in Modellprojekten der vorbildliche Einsatz von Serious Games vorangetrieben werden. Serious Games müssen fester Bestandteil zur Förderung der digitalen Schul- und Berufsbildung sowie des immer relevanteren lebenslangen Lernens sein.

9. Deckung des Fachkräftebedarfs nachhaltig sicherstellen

In der deutschen Computer- und Videospielbranche arbeiten rund 12.000 Menschen, innerhalb der Kultur- und Kreativbranche ist der Anteil an voll sozialversicherungspflichtigen Jobs überdurchschnittlich hoch. Mitarbeiter in der Games-Branche sind gefragte Spezialisten, Berufsbilder in der Games-Branche verbinden Spitzentechnologie und Kreativität. In den letzten Jahren sind zahlreiche neue Games-Studiengänge entstanden. Diese Entwicklung sollte politisch weiter unterstützt und vorangetrieben werden. Dennoch mangelt es in der Branche an erfahrenen Spezialisten, da so hier im internationalen Wettbewerb um die besten Köpfe steht. Zudem sind Spezialisten aus der Computer- und Videospieldesignentwicklung angesichts der weiter voranschreitenden Digitalisierung und der Industrie 4.0 auch in anderen Branchen sehr gefragt. Der gesetzliche Rahmen und die Verfahren, um diese international begehrten Fachkräfte nach Deutschland zu holen, müssen flexibler gestaltet, der Zuzug nach Deutschland muss erleichtert und der Dienstleistungscharakter der Bundesagentur für Arbeit auch für Unternehmen in diesem Bereich gestärkt werden. Ein Ausbildungsberuf „Game-Engineering“, der Programmierkenntnisse mit Game-Design-Know-how verknüpft, ist mittelfristig ein wichtiger Baustein für ein gesundes Wachstum der Branche in Deutschland.

10. Internationale Vernetzung stärken, deutsche Messeauftritte modernisieren

Die Computer- und Videospielebranche ist international wie kaum ein anderer Wirtschaftszweig. Daher ist die weltweite Vernetzung für den Erfolg der deutschen Branche von besonderer Bedeutung. Kleine und unabhängige Entwickler (sogenannte Indie-Entwickler) aus Deutschland und Vertreter etablierter Studios sollten daher stärker in Accelerator-Programme des Bundes, Außenwirtschaftsförderprogramme des Bundes und Auslandsreisen von Regierungsvertretern eingebunden werden. Deutschland wird international bisher zu wenig als kreativer Entwicklungsstandort für Games wahrgenommen. Dies liegt auch daran, dass den bisherigen Messeauftritten des Bundes ein kreativer, moderner Gesamtcharakter mit einer starken Dachmarke fehlt. Zudem sollten die Unterstützungsprogramme des AUMA modernisiert und flexibilisiert werden. Messestände müssen zielgruppengerecht und im richtigen Umfeld umgesetzt werden. Wegen der hohen Relevanz von Vernetzung müssen auch Tickets für internationale Konferenzen in das Programm des AUMA aufgenommen werden.