

Jahresreport der deutschen Games-Branche 2023



Jahre game

game

Verband der deutschen
Games-Branche

TUP Management	Deck 13 Interactive	Wissenschaften Hamburg	Metaboli SA	Services
2nd Wave	Designakademie Rostock	Headup	metricminds	Sony Interactive Entertainment
2ainment	devcom	High Passion Studios	MicrosofT.Deutschland	Deutschland
4-Real Intermedia	Dico Deutschland	Hochschule Augsburg	Midaspayer Vertriebs	Deutschen
505 Games	DigiTales Interactive	Hochschule Bonn-Rhein-Sieg	Mimimi Games	Spaceflower
A MAZE	DIPLOMA Hochschule	Hochschule Darmstadt Fachbereich	MINKZ Gaming	Spelligarden Games
Acid Mines Software	Ditter Network	Media	Misc Games AS	SpielFabrique 360°
Activision Blizzard Deutschland	DOTW	Hochschule der Medien Stuttgart	mixed.world	Spiellabor der Hochschule Furtwangen
ADVANT Beiten	EGOSOFT	Hochschule Harz	Manokel	Spoonful Games
Rechtsanwaltsgesellschaft	Electronic Arts	Hochschule Macromedia Campus Berlin	Manster Computer Technology	Square Enix
Aerosoft	ELEET GAMES	Hochschule Macromedia Campus	Mooneye	SRH Hochschule Heidelberg
Aesir Interactive	Elysium Game Studio	Leipzig Macromedia	Mooneit Games	Sticky Stone Studio
Ahahii Entertainment	Emergo Entertainment	Hochschule Macromedia Campus	Mothership Talents	Stiftung Digitale Spielekultur
Airborn Studios	Encurio	Stuttgart	MSM.digital Communications	Storyyeller
ak tronic Software & Services	Endava	Hochschule Mittweida University of	MYI Entertainment	Stratosphere Games
Altagram	ENREVO	Applied Sciences	Navel	Striked
Altigi	Envision Entertainment	Hochschule Neu-Ulm	Neomateria Games	Studio Fizbin
Andarion Games	ESBD - eSport-Bund Deutschland	Holocafe	Neox Studios	Studio Seufz
Anderie Mahangement	ESL Gaming	HOLOGATE	NERDIC	Studio Sterneck
AnotherWorld VR	European Games Group	holaride	NerdStar	Super Crowd Entertainment
Application Systems Heidelberg	Evil Grog Games	HTW Berlin - Hochschule für Technik	nesemann & grambeck Steuerber-	Suspicious Games
articy Software	Exit Games	und Wirtschaft Berlin- Hochschule	ratungsgesellschaft	Take-Two Interactive
Assemble Entertainment	Facebook Germany	IHDE und Partner Rechtsanwälte	netmin games	Taylor Wessing Partnerschaftsge-
astragon Entertainment	FAKT Software	LOVIT	NEW LINE Brand Communication	sellschaft
Audiency	Fantastic Foe	IME - Interactive Media &	NeXR Technologies	TEI Rechtsanwälte Partnerschaft
AudioCreatures	Farbspiel Interactive	Entertainment	NightinGames	Schmidt
Awesome Prototype	FDG Entertainment	Improbable Germany	Nimrod Rechtsanwälte	TeamSpeak Systems
AWS Amazon Web Services EMEA	Fein Games	INBEX Systems	Nintendo of Europe	Technische Hochschule Köln - Cologne
SARL	Fiery Things	INDIE Hüb	Nordemann Czychowski und Partner	Game Lab
Baker McKenzie Rechtsanwaltsge-	Filmakademie Baden-Württemberg	Initium	nordmedia - Film- und Mediengesell-	Technische Universität Darmstadt,
schaft mbH von Rechtsanwälten und	FISHLABS	InnoGames	schaft Niedersachsen und Bremen	Fachgebiet Multimedia Kommunika-
Steuerberatern	fivefingergames	inSight gg	Nukklar	tion, Serious Games Gruppe
Bandai Namco Entertainment	Flow Fire Games	INSTRUCT3	NVIDIA	Telescope Game Studios
Germany	Flying Sheep Studios	Intellivision Entertainment	Off The Beaten Track	Tencent Games
Barrel Roll Games	Follow - Agentur für Social Media FSM	Europe	OneManOnMars Art and Games	the Good Evil
Bäumer, Berger, Nikutta	Food for Thought Media	INVR.SPACE	Only Sound	Thera Bytes
BeamNG	Force of Disruption	Ipsos	Osborne Clarke Rechtsanwälte Steuer-	THREAKS
Bedenk Design	Freaks 4U Gaming	Irox Games	berater Partnerschaft	ThreeDee
Benjamin Lochmann New Media /	Funatics Software	it Matters Games	Osmotic Studios	Thunderful Publishing AB
Pixel Maniacs	Fusion Campus Games Kompeten-	IU Internationale Hochschule	Ostfalia Hochschule, Fakultät Verkehr-	Tikaro
BenQ Deutschland	zentrum	Ivy Juice Games	Sport-Tourismus-Medien	TikTok Germany
Bigpoint	FusionPlay	Jan Wagner	OVH	Tiny Crocodile Studios
bildundtonfabrik btf - Berlin	gaertner pr	JMG Brands & Talents	Pabstein Games	Tiny Roar
Binary Impact	GALLAFILZ - Agentur für Kommunika-	Joindots	Paintbucket Games	Tivola Games
b-interaktive	tion und Fundraising	Jung von Matt NERD	PandaBee Studios	ToLL Relations
Bippinbits	Game Art Brain - Creation and	Kai Rosenkranz	Pangolin Park	Tom Putzki Consulting
Birrichen Interactive	Consulting	kaleidoscobe	Pfeffermind Consulting	toneworx
bitComposer Interactive	Game Farm	Kalypso Media Group	Piranha Bytes	Taplitz Productions
Black Forest Games	Game Seer Venture Partners	Keen Games	Pixelsplit	Tarpor Games
Black Screen Records	gamearea-HESSEN	Key17 Games	Pixeltown	Totally Not Aliens
Blankhans	Gamebook Studio HQ	keySquare Communications	PLAION	Toukana Interactive
bm - gesellschaft für bildung	GameDuell	KIDS Interactive	planetan	tox* interactive
in medienberufen mbh - School of	GameExPro	King Art	Playata	Trapped Predator
Games-	GameFlow Studios	Kitto	Pockethost	Travian Games
Boehmert und Boehmert Anwalts-	Gameforge	Klang Games	PONG.LI Studios	Treibrad Games
partnerschaft	gamefab.berlin-Humboldt-Universität	Koelnmesse	Pro Gamers Group	TriTrie Games
Booster.Space Events and Consulting	GameLoft	Kolibri Games	Promotion Software	Trollgames
Bootcamp Bros.	GameGrid	Konami Digital Entertainment	Pumpernickel Studio	Trusted Events
Boxelware	Games & XR Mitteldeutschland	Konsole Game Labs	Quantumfrog	Twin Drums
Brehm und v. Moers Rechtsanwälte	GAMES ACADEMY	Konsonian Entertainment	Quinke Networks	Twitch Interactive Germany
BUNTSPECHT Film & Digitales	Games Forest Club g	Korion Interactive	Radical Fish Games	Ubisoft Blue Byte
BXDXO Marketing Services	Games Foundation	kr3m media	rain productions	Ubisoft
ByteRockers Games	Games Industry Network GAIN UG	Kreative Kraut	Rabbit Games	UKE BOSSE
Bytro Labs	games.nrw	LAB132	Rat King Entertainment	UniGlow Entertainment
Caipirinha Games	GamesCoin Group	Letsplay4Charity	Realforge Studios	United Games Entertainment
Capcom Entertainment	GameUp! Software- und Gamesforum	Lifelight Entertainment	remote control productions	University of Europe for Applied
Germany	Rheinland-Pfalz	Limbic Entertainment	Resilient TechEd	Sciences
Capcy Europe	gamigo	Lingooona	RetroBrain R&D	Unterhaltungssoftware
celrage	Gaming Minds Studios	Linked Dimensions	Riot Games Services	Selbstkontrolle (USK)
Centigrade	Gaming-Aid	Lionpaon	Rocket Beans Entertainment	Upjers
Chasing Carrots	Gamma Minus	LITE Games	ROCKFISH Games	Valve
Chimera Entertainment	Garlic Games	LoqitBoy	rokaplay	Vest Games
Chronos North	Gentle Troll Entertainment	Last The Game Studios	ROTXBLAU	Virtual Reality Berlin Brandenburg
CipSoft	Gentymad Studios	Lytebird Game and Audio	Rubin-Games Studios	Vogel und Partner Rechtsanwälte
Cloud Imperium Games Limited	Gen-Up	Mad About Pandas	S&G School for Games	Walking Tree Games
CMS Häsche Sigle	GIANTS Software Entertainment	marbis	SAE Institute	Wagner Bros. Entertainment
ColdFire Games	Glome	Marchreiter Communications	Samsung Electronics	Water
Cologne Institute for Information	Godewind	Markt und Technik Verlag	Sandbox Interactive	wazol
Systems	Google Germany	Markus Wiemier Game Design &	Secret Item Games	Webedia Gaming
Com2uS Europe	GoVersity	Game Studios	Serious Brothers	well played bars
ComboStrike	GRAEF Rechtsanwälte	Maschinen-Mensch	SideQuest Studios	Werkmeister & Company
Crayon Games	Grimbart Tales	Massive Miniteam	SilentFuture	WhalesDontFly
CrazyBunch	GvW Graf von Westphalen	maxupport	Silver Seed Games	Wild River Games
Creative Exhibitions Promotions	G2M Cosplay Management	Mediadesign Hochschule für Design	simulogics	WOLFGANG WALK
Crit Crew	HafenCity Universität Hamburg	und Informatik	SisyFox	Wolpertinger Games
Crunchy Leaf Games	halbautomaten Kommunikationsdesign	Mediakraft Networks	Sky-E Red	Wooga
Crytek	Halycon Media	medianet berlinbrandenburg	Slow Bros	Xsolla Berlin
Cubido Entertainment	Hamburg Kreativ Gesellschaft	MEDIATrust	Snowprint Studios Germany	XYRALITY
Curvature Games	Hammer Labs	MEDION	Soapbox Interactive	Yager Development
Cyber Manatee	Happy Tuesday	MegaDev	Soba Studios	Zeitland media and games
DACS Labs	HAW - Hochschule für Angewandte	Megagon Industries	Special Anvil	ZeniMax Germany
Daedalic Entertainment		Meister Cody	SOFTGAMES Mobile Entertainment	Z-Software

Grußwort	4
Editorial	6
01 Spielerinnen und Spieler in Deutschland	10
02 Markt für Computer- und Videospiele in Deutschland	16
03 Games-Branche in Deutschland	28
.1 Beschäftigte und Unternehmen	
.2 Games-Förderung	
.3 Fachkräfte	
.4 Die 10 Forderungen der Games-Branche	
04 esports player foundation	44
05 gamescom und devcom	46
06 Deutscher Computerspielpreis	50
07 Unterhaltungssoftware Selbstkontrolle	52
08 Stiftung Digitale Spielekultur	54
09 Über den game – Verband der deutschen Games-Branche	56
10 Die Entwicklung des deutschen Games-Marktes seit 1995	62

Herausgeber
game – Verband der deutschen Games-Branche e.V.
Friedrichstraße 165
10117 Berlin

Gestaltung
Bureau Ole Gehling
www.olegehling.de



Lieber Leserinnen und Leser,

seit fünf Jahren spricht die Games-Branche mit geeinter Stimme. Seit seiner Gründung ist es dem game – dem Verband der deutschen Games-Branche e.V. – gelungen, den Anliegen seiner inzwischen über 400 Mitglieder im politischen Raum Gehör zu verschaffen!

Die Wichtigkeit der von ihm vertretenen Branche spiegelt sich auch im Aufbau meines Hauses: Im BMWK als „Games-Ministerium“ gibt es mittlerweile ein eigenständiges Fachreferat. Und klar ist: Der Wirtschaftszweig soll weiter wachsen, denn die Gesellschaft profitiert sowohl kulturell als auch wirtschaftlich von einer starken

Games-Branche. Games sind längst anerkannt als Innovationstreiber. Durch den Wettbewerb in der Branche werden technische Neuerungen wie Virtual Reality, Künstliche Intelligenz oder 3D-Engines angeregt und weiterentwickelt. Games kombinieren kulturelle Ausdrucksformen wie Musik, Film und erzählerische Formate. Sie strahlen in andere Medien aus, konkurrieren aber auch mit diesen. Crossmediale Projekte entstehen und sorgen für Übertragungseffekte in benachbarte Branchen.

Den Verband und mein Haus eint deswegen das Ziel, die Attraktivität des Standorts für die Branche zu verbessern und Deutschland zu einem international relevanten Leitmarkt auch für die Entwicklung digitaler Spiele zu machen. Der Verband game ist und bleibt für die Arbeit an der Erreichung dieses Ziels ein wichtiger Ansprechpartner!

Ich gratuliere dem Verband herzlich anlässlich seines Jubiläums! Lassen Sie uns auch künftig gemeinsam daran arbeiten, Deutschland als Games-Standort weiterzuentwickeln – mit der nötigen „spielerischen Ernsthaftigkeit“! Ihnen, liebe Leserin und lieber Leser, wünsche ich nun: Eine anregende Lektüre!

Ihr Robert Habeck



Liebe Leserinnen und Leser,

auch wenn 2022 die Auswirkungen der Corona-Pandemie immer weniger zu spüren waren, war das Jahr für die deutsche Games-Branche sehr wechselhaft. Zu den absoluten Highlights gehörte die gamescom. Das weltgrößte Games-Event fand erstmals seit 2019 nicht mehr nur online, sondern auch wieder vor Ort in Köln statt. Dabei waren die Ausgangsbedingungen aufgrund der Ausläufer der Pandemie und der damit einhergehenden Unsicherheiten in den frühen Planungsphasen besonders herausfordernd. Umso schöner war dann jedoch das Ergebnis: Insgesamt kamen über 265.000 Besuchende auf das Kölner Messegelände. Allein bis zum vorletzten Tag generierte das gesamte gamescom-Showprogramm mehr als 130 Millionen Views.

Dieses großartige Comeback gelang vor allem wegen des starken Engagements der vielen Ausstellenden, Partner und Besuchenden, die die gamescom 2022 wieder zu einem unvergesslichen Erlebnis gemacht haben.

Zu den positiven Aspekten 2022 gehört auch die Entwicklung des deutschen Games-Marktes. Auf den ersten Blick mag das Wachstum von 1 Prozent nicht unbedingt als großer Erfolg wahrgenommen werden. Das gilt umso mehr, wenn man sich das enorme Wachstum von 32 und 17 Prozent in den beiden Jahren zuvor vor Augen führt. Angesichts der Ausgangslage ist die stabile Entwicklung des deutschen Games-Marktes aber gleichermaßen überraschend wie erfreulich. Mit Blick auf zurückgehende Spielzeiten nach dem Ende der Pandemie-Beschränkungen, eine hohe Inflation und einige Verschiebungen großer Spiele-Veröffentlichungen war vielerorts eher mit einem schrumpfenden Games-Markt gerechnet worden. In den USA, Großbritannien und Frankreich gingen die Games-Umsätze tatsächlich zurück. Umso bemerkenswerter ist die Stabilisierung des deutschen Games-Marktes an der 10-Milliarden-Euro-Marke.

Ebenfalls positiv war die Entwicklung der deutschen Games-Unternehmen. Nachdem bereits 2021 ein deutliches Plus bei der Anzahl der Games-Unternehmen und der Beschäftigten verzeichnet werden konnte, stiegen beide Werte auch 2022 weiter an. So hat die Anzahl der Games-Unternehmen im Kernmarkt in den vergangenen zwölf Monaten um weitere 15,5

Prozent zugenommen, die der Beschäftigten um rund 7 Prozent. Diese Gründungswelle ist eine gute Nachricht mit Blick auf die Aufholjagd Deutschlands als Games-Standort und eine Folge der verbesserten Rahmenbedingungen für die Spiele-Entwicklung. Viele weitere positive Effekte der noch recht jungen Games-Förderung auf Bundesebene sind zudem heute noch gar nicht sichtbar. Schließlich dauert die Entwicklung der meisten Spiele mehrere Jahre. Das Wachstum der Unternehmens- und Beschäftigtenzahlen zeigt aber bereits die enorme Zuversicht auf einen dauerhaften Aufschwung, gerade auch, weil mit der Umsetzung der Games-Strategie der Bundesregierung weitere dafür notwendige politische Weichenstellungen anstehen.

Umso bitterer war die Nachricht, die Ende Oktober 2022 die Games-Branche wie ein Schlag traf: Die Fördermittel für 2022 und sogar 2023 waren aufgebraucht, weitere Anträge für die Games-Förderung wurden nicht mehr angenommen. Wie in eine Zeitmaschine geraten, galten von einem auf den anderen Tag wieder die Standort-Bedingungen von 2018 – vor dem Start der Games-Förderung. Und das bedeutete: Mehr als 30 Prozent höhere Produktionskosten als an anderen Games-Standorten wie Frankreich, Großbritannien oder Kanada. Zum Glück wurde die Problematik auch im Deutschen Bundestag gesehen. In der Bereinigungssitzung des Haushaltsausschusses wurden die Fördermittel für 2023 auf 70 Millionen Euro erhöht und der Förderantragsstopp konnte damit vorerst wieder aufgehoben werden.

Die zusätzlichen Mittel reichten angesichts der sehr dynamischen Entwicklung der Games-Branche in Deutschland leider nur für wenige Monate. Und so gibt es seit Anfang Mai 2023 einen erneuten Förderantragsstopp für 2023 und 2024, der eine abermalige Vollbremsung bei unserer internationalen Aufholjagd bedeutet und viele Games-Unternehmen in Deutschland vor große, teils existenzielle Herausforderungen stellt. Darum muss die Bundesregierung die Games-Förderung dringend weiterentwickeln, wenn wir hierzulande von den damit verbundenen Chancen für digitale Innovationen wirtschaftlich und kulturell profitieren wollen.

Nicht nur mit Blick auf unser Jubiläumsjahr – den geeinten game-Verband gibt es jetzt seit fünf Jahren – hätten wir uns für 2023 eine positivere Lage für die Games-Unternehmen in Deutschland gewünscht. Doch wie auch bei den vielen Erfolgen zuvor werden wir mit ge-einter Stimme als Games-Branche weiterhin für international konkurrenzfähige Rahmenbedingungen in Deutschland werben.

Einen Überblick über diese und viele weitere Entwicklungen der Games-Branche in Deutschland bietet dieser Jahresreport.

Ich wünsche eine spannende Lektüre

Felix Falk

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

01

Spielerinnen und Spieler in Deutschland

In Deutschland spielen rund 6 von 10 Menschen im Alter zwischen 6 und 69 Jahren Computer- und Videospiele. Nach einem starken Wachstum von rund 6 Prozent mehr Spielenden seit 2019 stabilisiert sich die Entwicklung. Die Menschen, die in den Corona-Jahren Gaming für sich entdeckt haben, finden auch langfristig Gefallen daran.

Der Anteil der Geschlechter ist dabei nahezu ausgeglichen, denn 48 Prozent der Spielenden in Deutschland sind Frauen und 52 Prozent Männer.



Rund ein Drittel der Spielenden in Deutschland gehört zur Altersklasse der 50- bis 69-Jährigen.

Der Altersdurchschnitt ist – wie in den vorangegangenen Jahren – weiter leicht gestiegen und beträgt mittlerweile 37,9 Jahre. 2022 betrug er noch 37,6 und im Jahr 2021 sogar 37,4 Jahre. Dieser kontinuierliche Anstieg des Durchschnittsalters ist vor allem darauf zurückzuführen, dass viele Spielende aus den 1980er und 1990er Jahren Games auch im höheren Alter treu geblieben sind. Die meisten Spielenden in Deutschland sind 50 Jahre alt oder älter: Rund ein Drittel von ihnen

gehört zur Altersklasse der 50- bis 69-Jährigen. Und insgesamt 78 Prozent der deutschen Gamerinnen und Gamer sind mindestens 18 Jahre alt. Das zeigt: Gaming gehört schon längst zum Alltag von Millionen Deutschen, unabhängig von Alter, Geschlecht und Hintergrund.

Die beliebteste Gaming-Plattform der Spielenden in Deutschland ist weiterhin das Smartphone. Doch nachdem in den vergangenen Jahren immer mehr Menschen zum Handy gegriffen haben, um zu spielen, gab es 2022 erstmals wieder weniger Nutzende – 22,8 Millionen Gamerinnen und Gamer spielten auf dieser Plattform und

So vielfältig sind die Spielerinnen und Spieler in Deutschland



48%
der **Spielenden**
sind **weiblich**



58%
der **6- bis**
69-Jährigen
spielen Games



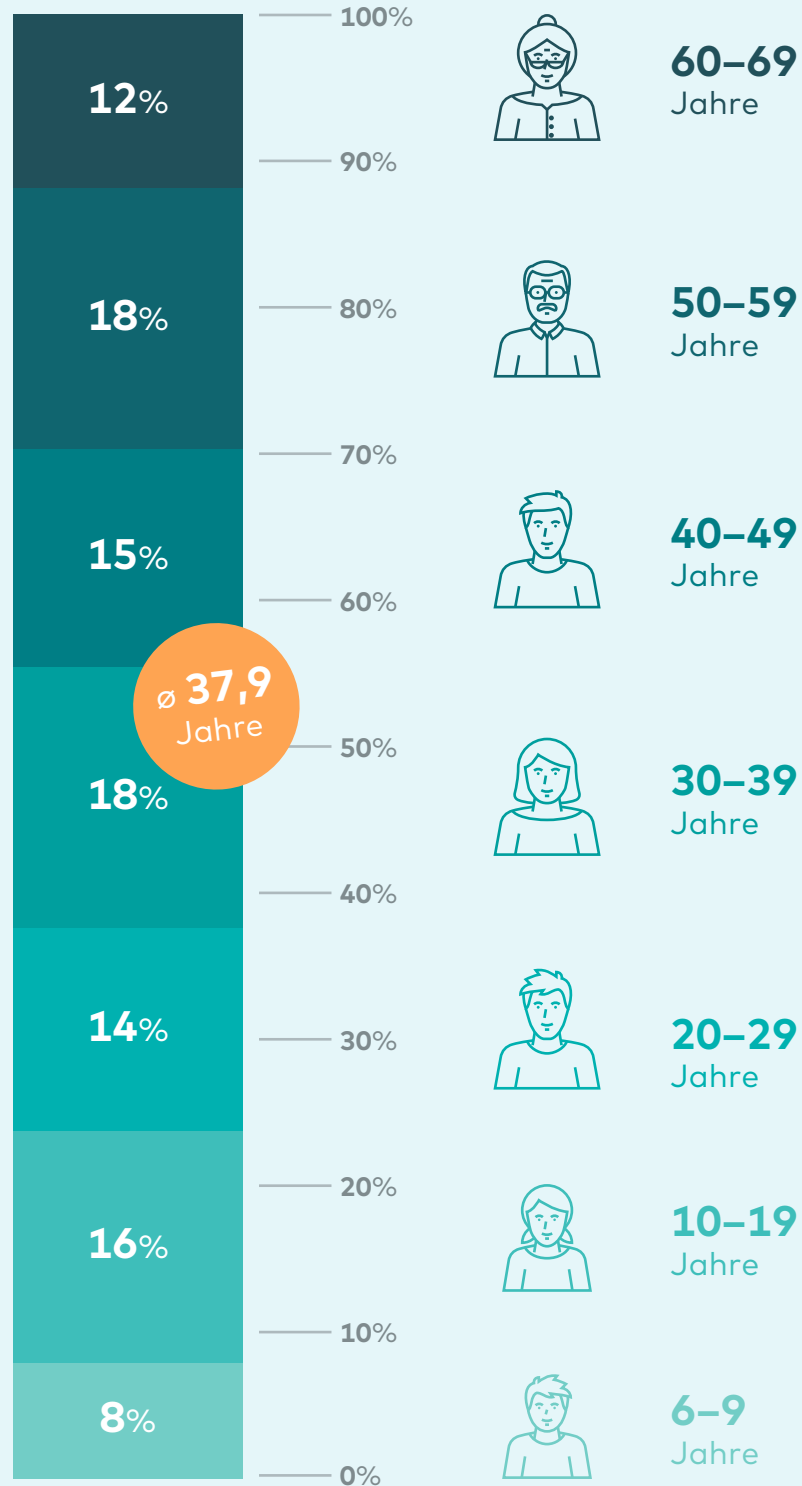
37,9
Jahre sind Spielende
im **Durchschnitt alt**



78%
der Spielenden
sind **mindestens**
18 Jahre alt

Quelle: GfK. © game 2023

Wie alt sind die Spielerinnen und Spieler in Deutschland?



Quelle: GfK. © game 2023

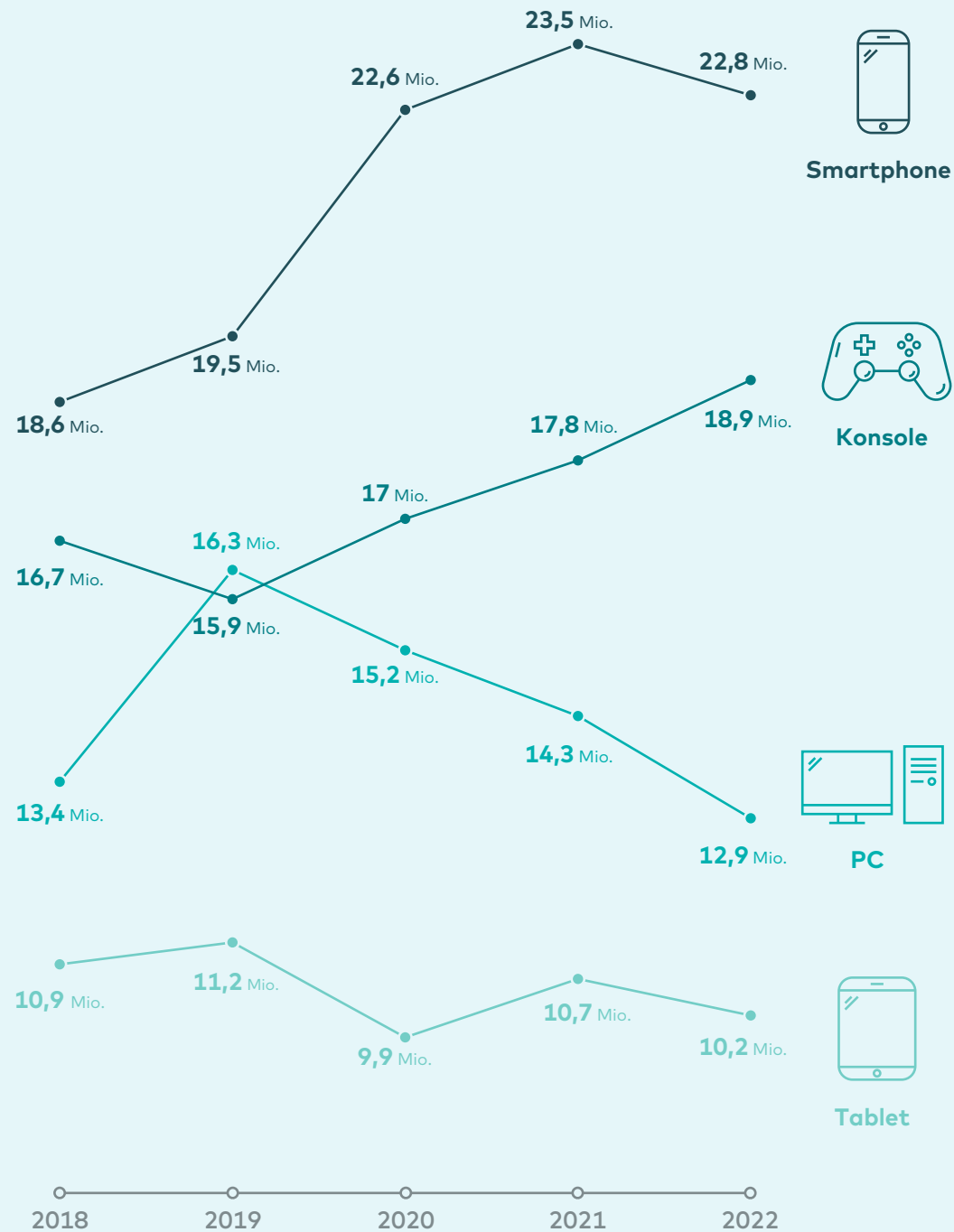
damit etwa 700.000 weniger als im Vorjahr. Nutzende verlor auch der Tablet-Computer – mit 10,2 Millionen Gamerinnen und Gamern 2022 gibt es nach dem starken Zugewinn 2021 nun rund eine halbe Million weniger Tablet-Spielende. Trotzdem bleibt Mobile Gaming für zusammengenommen rund 26,5 Millionen Deutsche die bevorzugte Art des Spielens. Immer weiter wächst die Popularität der Spielekonsolen, die im vergangenen Jahr weitere 1,1 Millionen neue Gamerinnen und Gamer gewinnen und somit ihren Platz als zweitmeistgenutzte Spiele-Plattform verteidigen konnten. Damit spielen in Deutschland insgesamt 18,9 Millionen Menschen auf Konsolen wie Nintendo Switch, PlayStation oder Xbox. Einen deutlichen Rückgang bei der Anzahl der Spielenden verzeichnet hingegen abermals der PC, der innerhalb des Jahres 2022 rund 1,4 Millionen Gamerinnen und Gamer verlor – insgesamt gibt es damit in Deutschland nur noch 12,9 Millionen PC-Spielende.



Die vielfältigen Interessen der Spielenden in Deutschland spiegeln sich in den beliebtesten Games des Jahres 2022 wider. Von Sportsimulationen über riesige Open-World-Abenteuer bis hin zu Games für die ganze Familie.

Die vielfältigen Interessen der Spielenden in Deutschland spiegeln sich in den beliebtesten Games des Jahres 2022 wider. Von Sportsimulationen über riesige Open-World-Abenteuer bis hin zu Games für die ganze Familie – Spiele unterschiedlichster Genres führten die offiziellen game Charts der meistgekauften PC- und Konsolenspiele in Deutschland an, die 2022 erschienen sind. Den ersten Platz eroberte die Fußballsimulation „EA SPORTS FIFA 23“ (Electronic Arts). Einen großen Erfolg feierte auch das Rollenspiel „Pokémon Legenden: Arceus“ (Nintendo) für die Nintendo Switch, das den zweiten Platz belegte. Den dritten Platz der deutschen Jahres-Charts sicherte sich das preisgekrönte Open-World-Spiel „Elden Ring“ (Bandai Namco Entertainment). Auf dem vierten Platz landete der Ego-Shooter „Call of Duty: Modern Warfare II“ (Activision Blizzard) und auf dem fünften Platz das Action-Adventure „LEGO Star Wars: Die Skywalker Saga“ (Warner Bros. Interactive).

Meistgenutzte Gaming-Plattformen in Deutschland: Smartphone an der Spitze, Spielekonsole immer beliebter.



Quelle: GfK. © game 2023

Die game-Jahrescharts 2022

Neu erschienene PC- und Konsolenspiele

1	EA SPORTS FIFA 23	Electronic Arts
2	Pokémon Legenden: Arceus	Nintendo
3	Elden Ring	Bandai Namco Entertainment
4	Call of Duty: Modern Warfare II	Activision Blizzard
5	LEGO Star Wars: Die Skywalker Saga	Warner Bros. Interactive
6	Gran Turismo 7	Sony Interactive Entertainment
7	Nintendo Switch Sports	Nintendo
8	Horizon Forbidden West	Sony Interactive Entertainment
9	Kirby und das vergessene Land	Nintendo
10	God of War Ragnarök	Sony Interactive Entertainment
11	Pokémon Purpur	Nintendo
12	EA SPORTS F1 22	Electronic Arts
13	Pokémon Karmesin	Nintendo
14	Splatoon 3	Nintendo
15	WWE 2K22	2K
16	Need for Speed Unbound	Electronic Arts
17	NBA 2K23	2K
18	Tiny Tina's Wonderlands	2K
19	Mario Strikers: Battle League Football	Nintendo
20	The Quarry	2K

Quelle: Game Sales Data (GSD), Video Games Europe
Abgebildet sind die am häufigsten in Deutschland plattformübergreifend physisch und digital für PC und Spielekonsolen verkauften neu erschienenen Spiele 2022. Digitale Verkäufe von Nintendo-Titeln aus dem Nintendo eShop sind nicht enthalten.

02

Markt für Computer- und Videospiele in Deutschland

Nach den großen Umsatzsprüngen 2020 und 2021 hat sich der deutsche Games-Markt 2022 auf hohem Niveau stabilisiert. Führten unter anderem die Auswirkungen der Corona-Pandemie zu einem jährlichen Wachstum von 32 beziehungsweise 17 Prozent, stieg der Umsatz mit Games, Gaming-Hardware und Gaming-Online-Services 2022 nun weiter um 1 Prozent auf 9,87 Milliarden Euro. Dabei entwickelten sich die einzelnen Marktsegmente recht unterschiedlich.



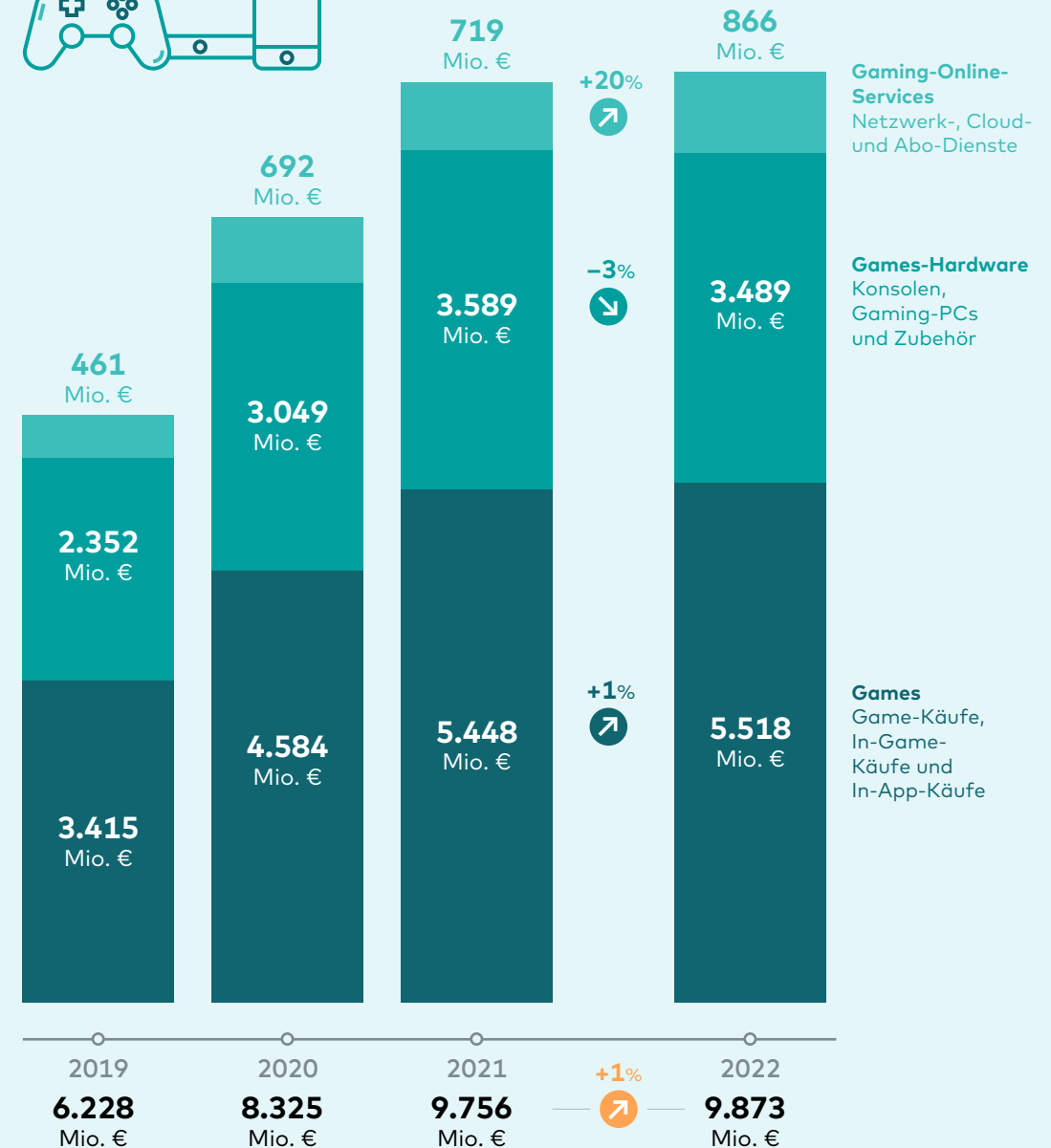
Insgesamt bleibt der deutsche Games-Markt der umsatzstärkste in Europa und weltweit die Nummer fünf.

Insgesamt bleibt der deutsche Games-Markt aber der umsatzstärkste in Europa und weltweit die Nummer fünf.

Nach dem starken Wachstum im Zuge der Corona-Pandemie und angesichts der Sonderfaktoren wie der hohen Inflation im Jahr 2022 sowie der zahlreichen Verschiebungen stark

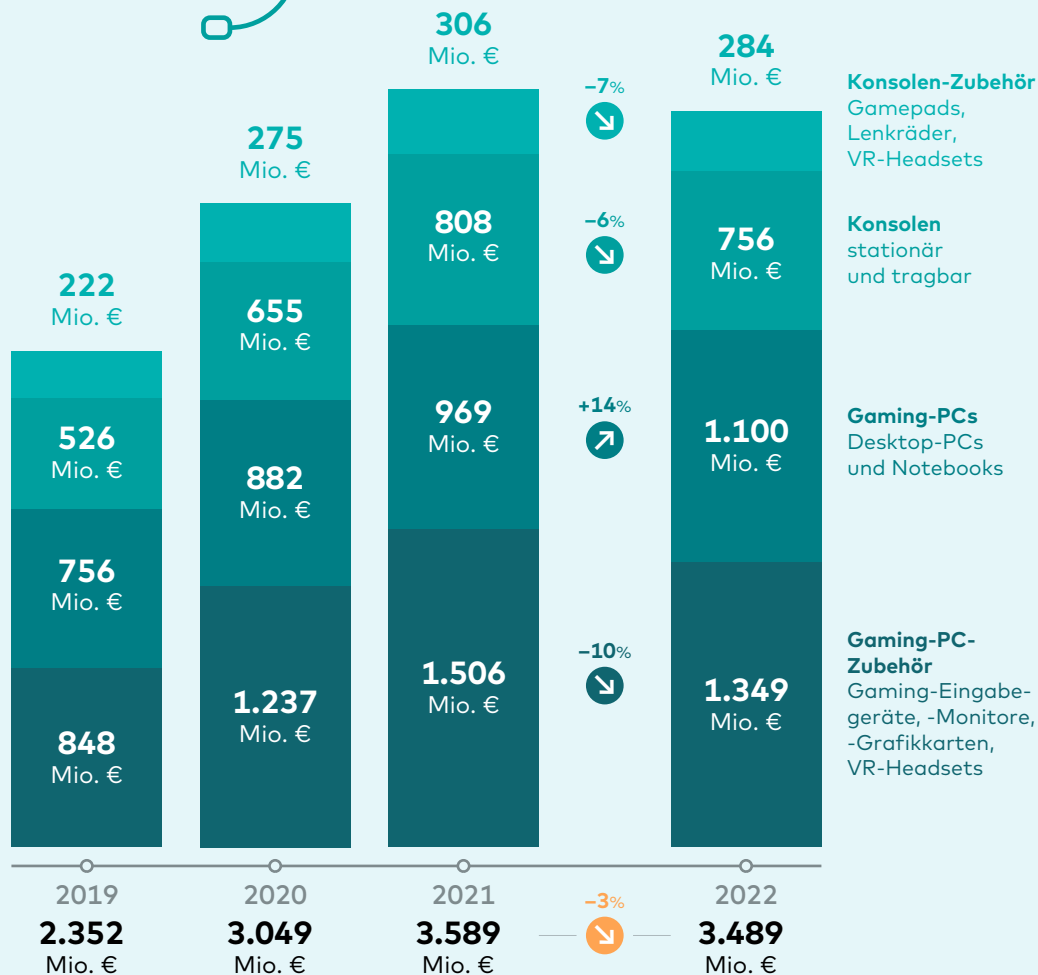
erwarteter Computer- und Videospiele wurde vielfach ein Rückgang der Umsätze erwartet – der auch in einigen anderen Games-Märkten wie den USA, Großbritannien und Frankreich eingetreten ist. Damit hat sich der deutsche Games-Markt 2022 trotz einiger Herausforderungen erstaunlich stabil gezeigt.

Deutscher Games-Markt stabilisiert sich auf hohem Niveau



Quelle: Berechnungen auf Basis des GfK Consumer Panels (2022/2023; n = 25.000), der GfK Entertainment, der GfK POS Measurement und von Data.ai. © game 2023

Umsatz mit Games-Hardware geht 2022 leicht zurück



Quelle: Berechnungen auf Basis des GfK Consumer Panels (2022/2023; n = 25.000), der GfK Entertainment, der GfK POS Measurement und von Data.ai. © game 2023

Wie der Gesamtmarkt hat sich auch der Teilbereich mit Games für PC, Spielekonsole und Mobilgeräte stabil entwickelt. Sowohl mit dem Verkauf von Computer- und Videospielen (-1 Prozent auf rund 1,1 Milliarden Euro) als auch mit In-Game- und In-App-Käufen (+2 Prozent auf rund 4,5 Milliarden Euro) wurden im Vergleich zum Vorjahr ähnliche Umsätze erzielt. Zu Letzteren zählen beispielsweise Season Passes, zusätzliche Level, kosmetische Inhalte wie Skins oder Abo-Gebühren für einzelne Online-Games. Insgesamt wächst der Umsatz mit Games für PC, Spielekonsole und Mobilgeräte 2022 um rund 1 Prozent auf 5,5 Milliarden Euro.

Ein besonders großer Teil des Umsatzes mit Games entfällt dabei auf Spiele für Smartphones und Tablets. Ein Grund für die Größe dieses Teilmarktes: Games auf dem Smartphone oder Tablet bieten schon längst eine große Auswahl für jeden Geschmack und werden auch technisch immer besser. Zudem ist die Verbreitung von Mobilgeräten in der Bevölkerung größer als von anderen Spiele-Plattformen. Bereits 2020 und 2021 stieg der Umsatz mit Spiele-Apps deutlich um insgesamt rund 50 Prozent, 2022 wächst der Markt nun um ein weiteres Prozent auf rund 2,81 Milliarden Euro und stabilisiert sich nach der sprunghaften Entwicklung in den ersten beiden Corona-Jahren damit auf einem hohen Niveau.



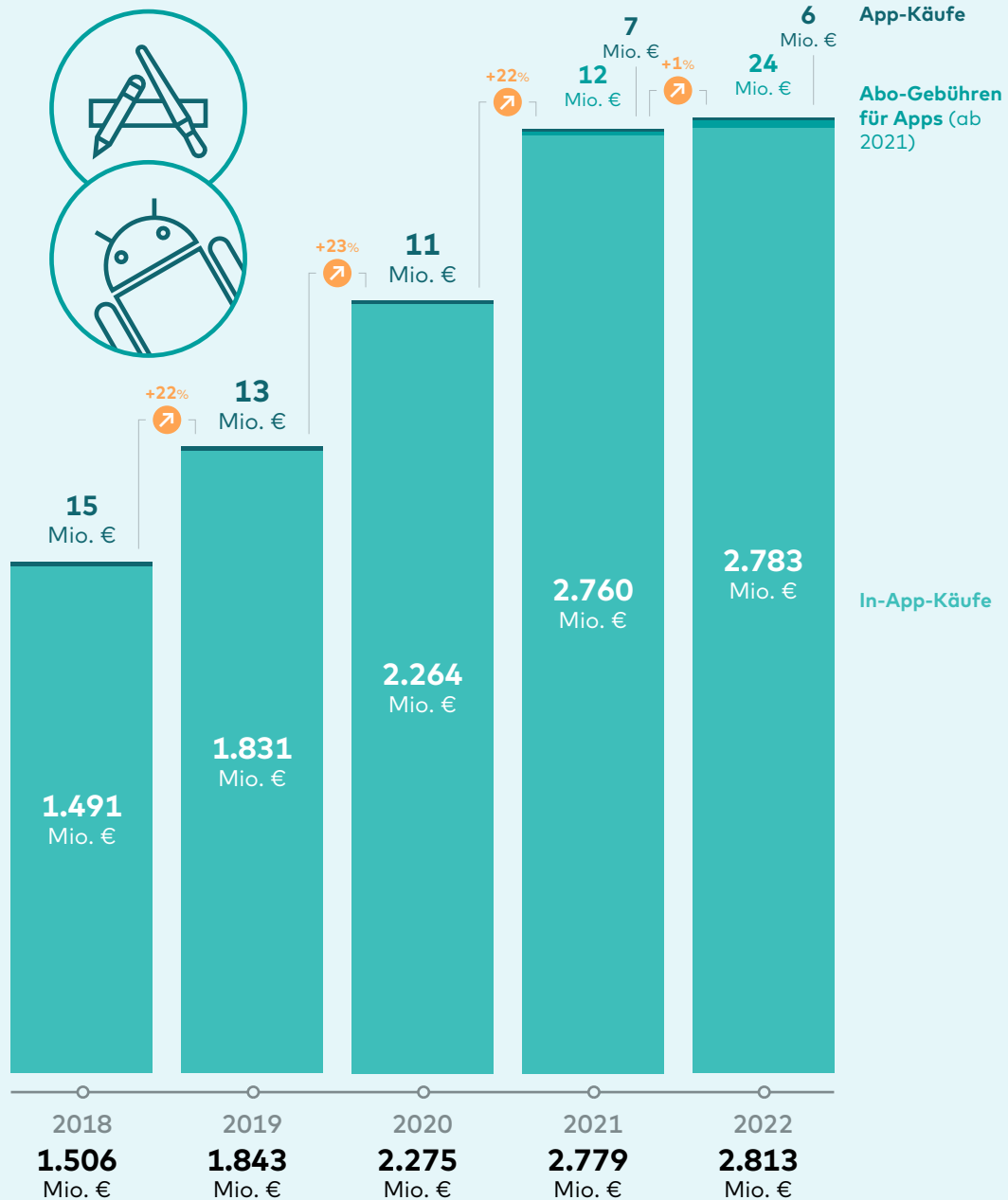
Smartphones und Tablets sind die umsatzstärksten Spiele-Plattformen.

Mit Blick auf die Gaming-Plattformen nehmen Smartphones und Tablets damit nach Umsatz die Spitzenposition ein. Mit Games für Spielekonsolen wird der zweitgrößte Umsatz erzielt – rund 2 Milliarden Euro. Mit rund 1,6 Milliarden folgen PCs und Laptops. Besonders auffällig ist hierbei, wie stark sich die Plattformen hinsichtlich der bevorzugten Geschäftsmodelle unterscheiden. So entfallen rund 99 Prozent des Umsatzes bei Mobilgeräten auf In-App-Käufe. Free-to-Play-Spiele sind bereits seit einigen Jahren hierbei vorherrschend. Die Möglichkeit, mal eben ein neues Spiel auszuprobieren, scheint bei Mobile-Spielenden besonders gut anzukommen. Bei Spielekonsolen wird der größte Umsatz dagegen mit dem Kauf von Spielen gemacht. Knapp ein Drittel des Umsatzes entfällt hier auf Gaming-Online-Services, die mittlerweile auf allen Konsolen angeboten werden. Bei PCs und Laptops entfällt mit 70 Prozent der Großteil des Umsatzes auf In-Game-Käufe. Hierzu dürften auch beliebte Mehrspieler- und Esport-Titel wie „Counter-Strike“ oder „League of Legends“ beitragen.

Über alle Plattformen hinweg ist das Marktsegment der Gaming-Online-Services weiterhin stark gewachsen: Der Umsatz mit entsprechenden Diensten stieg um 20 Prozent auf 866 Millionen Euro. Hierzu gehören etwa kostenpflichtige Abo-Dienste, die Zugang zu einer großen Spiele-Auswahl, das Spielen in der Cloud oder Funktionen wie Online-Multiplayer und das Speichern von Spielständen

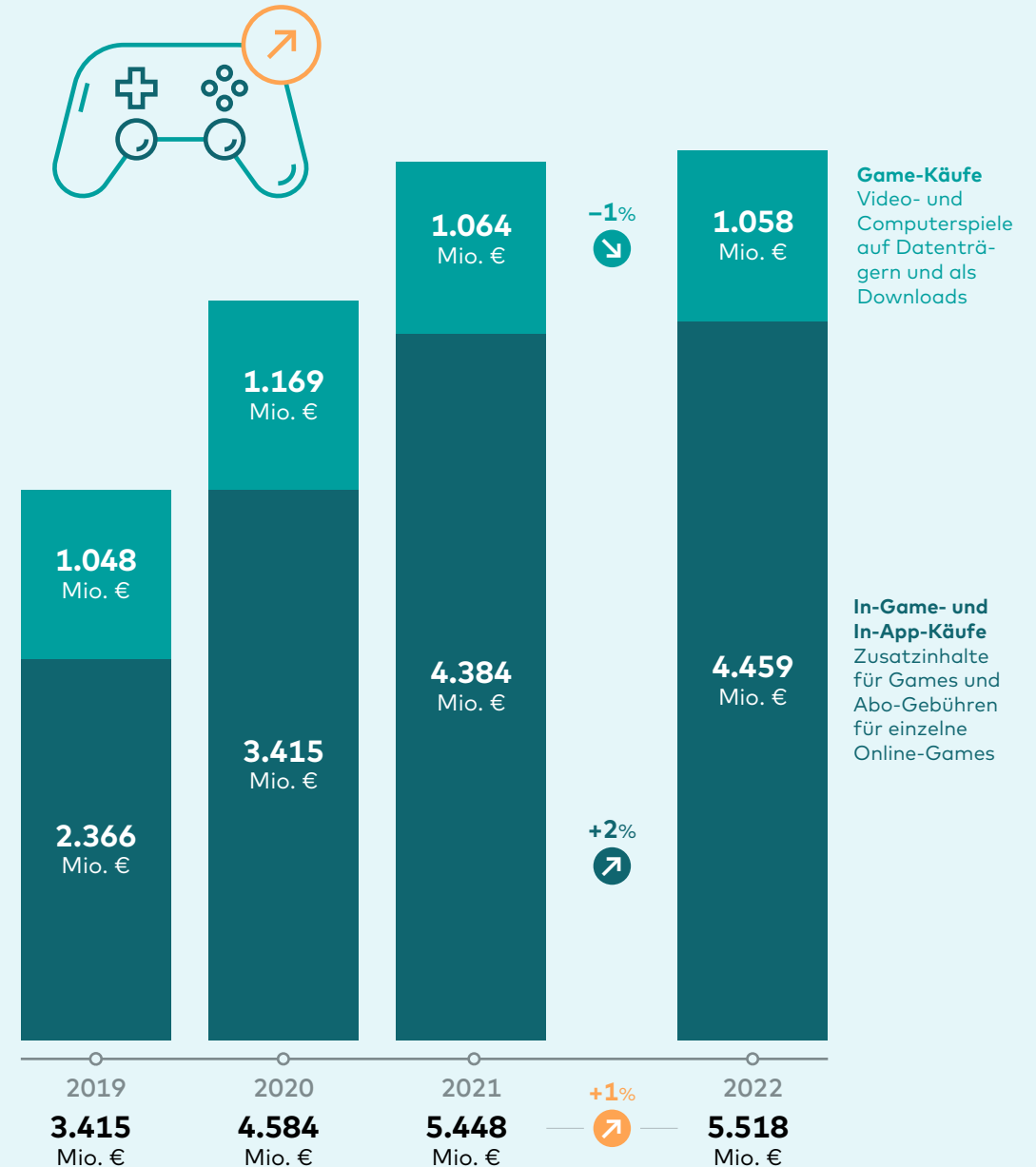
Markt für Spiele-Apps in Deutschland wächst 2022 um ein weiteres Prozent

Umsätze mit App- und In-App-Käufen sowie Abo-Gebühren für Apps in Deutschland



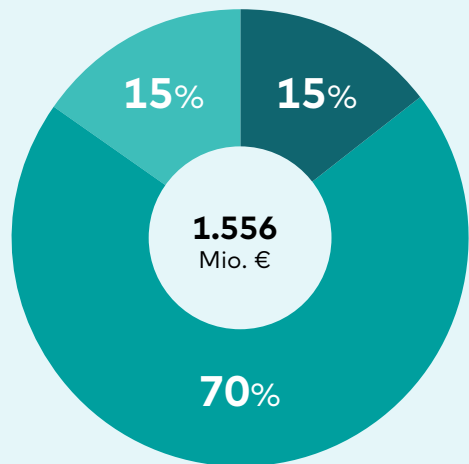
Quelle: data.ai und GfK. © game 2023

Umsatz mit Computer- und Videospiele übertrifft hohes Vorjahresniveau leicht

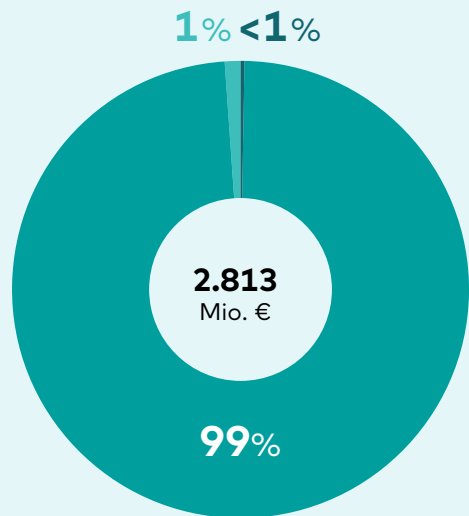


Quelle: Berechnungen auf Basis des GfK Consumer Panels (2022/2023; n = 25.000), der GfK Entertainment, der GfK POS Measurement und von Data.ai. © game 2023

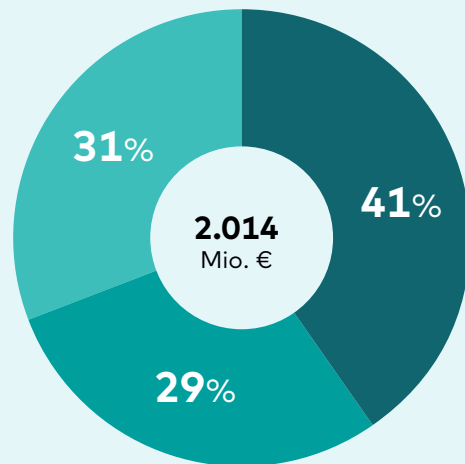
Große Unterschiede zwischen Spiele-Plattformen beim Konsumverhalten



PCs und Laptops



Smartphone/
Tablet



Spielekonsolen

- Game-Käufe
- In-Game-/In-App-Käufe
- Gaming-Online-Services

Quelle: Berechnungen auf Basis des GfK Consumer Panels (2022/2023; n = 25.000), der GfK Entertainment, der GfK POS Measurement und von Data.ai. © game 2023

in der Cloud ermöglichen. Dieses Marktsegment entwickelt sich besonders dynamisch. Das wird sowohl am starken Umsatzwachstum als auch an der Angebotsvielfalt deutlich. So wurden in diesem Bereich zwar auch Services großer Anbieter im vergangenen Jahr eingestellt, gleichzeitig wurden aber andere Angebote aus- und umgebaut oder sind sogar neu gestartet. Viele Gaming-Online-Services bieten damit längst mehrere Funktionen, was die bisherige Aufteilung in Online-Gaming-Dienste, Gaming-Abo-Dienste und Cloud-Gaming-Dienste obsolet macht. Beispiele für solche Dienste sind EA Play, Nintendo Switch Online, PlayStation Plus, Ubisoft+ oder Xbox Game Pass.



Ein wesentlicher Wachstumstreiber der vergangenen Jahre war Gaming-Hardware wie Spiele-PCs, Spielekonsolen und entsprechendes Zubehör. Nach Wachstumssprüngen von 30 und 18 Prozent in den zwei vorangegangenen Jahren ist dieses Marktsegment 2022 erstmals wieder leicht um rund 3 Prozent auf 3,5 Milliarden Euro zurückgegangen. Hintergrund ist unter anderem die 2022 weiterhin noch nicht flächendeckende Verfügbarkeit von Spielekonsolen wie der PlayStation 5 und der Xbox Series X sowie der neusten Grafikkarten. Dementsprechend sind die Marktsegmente Spielekonsolen und Konsolen-Zubehör wie auch Gaming-PC-Zubehör geschrumpft. Lediglich der Umsatz mit Gaming-PCs und Laptops konnte um 14 Prozent zulegen. Insgesamt zeigt das starke Wachstum der beiden Vorjahre aber auch, dass sich viele Spielerinnen und Spieler bereits mit neuer Gaming-Hardware eingedeckt haben.

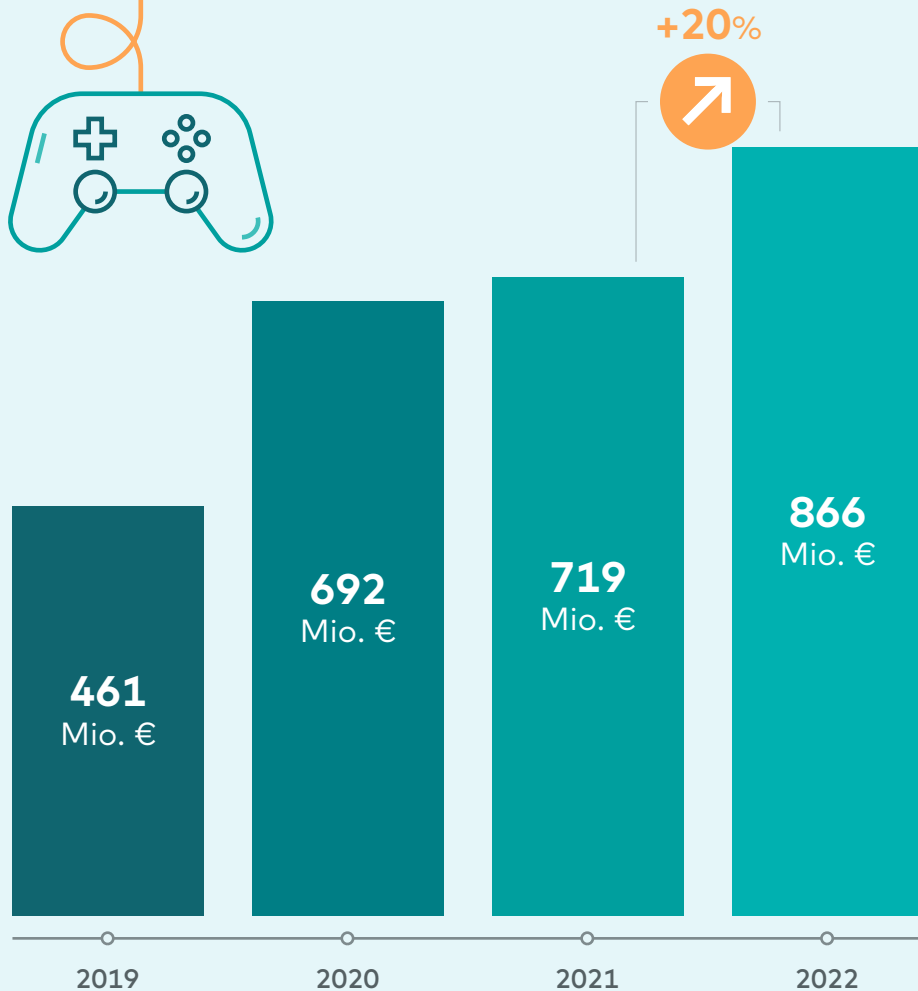
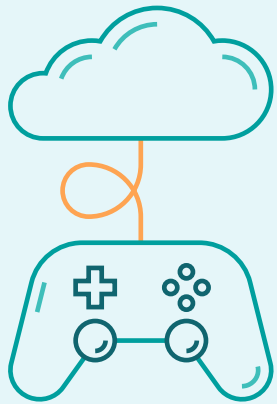
Der Kauf von PC- und Konsolenspielen als Download ist für viele Spielende in Deutschland zum beliebtesten Weg geworden, Games zu erwerben.

Der Kauf von PC- und Konsolenspielen als Download ist für viele Spielende in Deutschland zum beliebtesten Weg geworden, Games zu erwerben: 6 von 10 Computer- und Videospiele kaufen die Deutschen als Download. So beträgt der Anteil der Download-Käufe am Absatz im Jahr 2022 rund 59 Prozent und bleibt damit seit drei Jahren stabil, nach einem großen Sprung im ersten Corona-Jahr 2020. Große Unterschiede gibt es jedoch zwischen den Spiele-Plattformen: Games für Spielekonsolen kaufen Spielende in Deutschland in der Mehrzahl nicht als Download, sondern auf Datenträgern wie Discs online oder im klassischen Handel. 2022 wurden knapp 2 von 3 Konsolenspielen (63 Prozent) als physische Kopien gekauft – ein ähnlich hoher Anteil wie in den beiden Jahren zuvor. Noch deutlicher ist die Entwicklung bei den PC-Spielen, die mittlerweile fast ausschließlich als Download erworben werden: Der Download-Anteil bei Games für den PC wächst sogar immer weiter und betrug im vergangenen Jahr 97 Prozent – ein Anstieg von 4 Prozentpunkten im Vergleich zum Vorjahr.

Umsatz mit Gaming-Online-Services wächst deutlich



Gaming-Online-Services
z. B. Nintendo Switch Online,
NVIDIA GeForce NOW,
PlayStation Plus, Xbox Game Pass



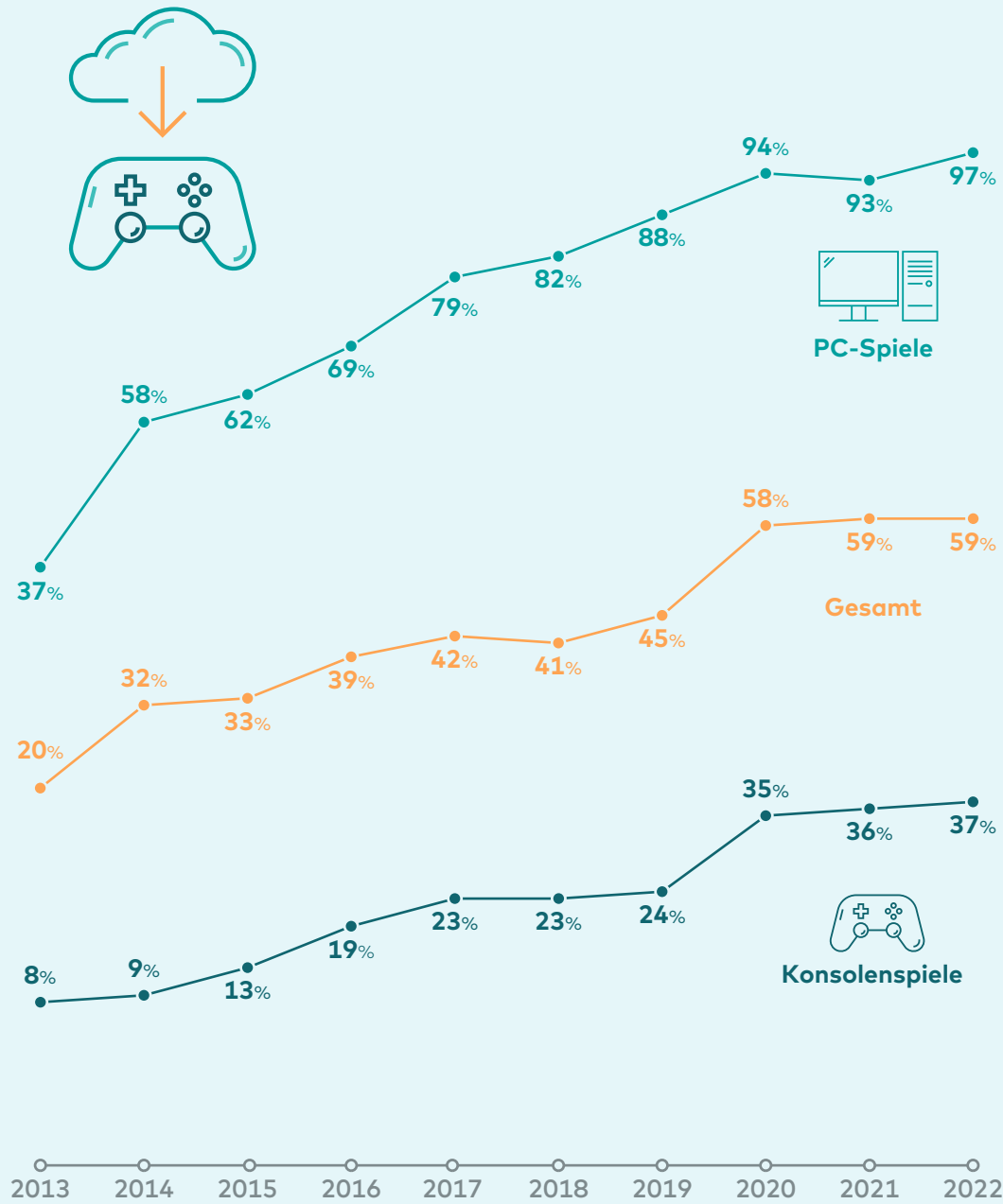
Quelle: Berechnungen auf Basis des GfK Consumer Panels (2022/2023; n = 25.000), der GfK Entertainment, der GfK POS Measurement und von Data.ai. © game 2023

Auch zwischen den Generationen gibt es deutliche Unterschiede beim Kauf von Games: Die jüngeren Spielenden in Deutschland greifen beim Spiele-Kauf häufiger auf Downloads zurück, die Älteren setzen lieber auf Datenträger. So kaufen die 20- bis 29-Jährigen plattformübergreifend rund 3 von 4 ihrer Games als Download (72 Prozent). Besonders beliebt ist der Kauf von Datenträgern wiederum bei der Altersgruppe ab 50 Jahren: Als physische Kopien kaufen die 50- bis 59-jährigen Spielenden mehr als die Hälfte ihrer Games (53 Prozent). Noch deutlicher ist die Tendenz bei den über 60-Jährigen: Rund 2 von 3 Games (65 Prozent) erwerben sie auf Datenträgern.



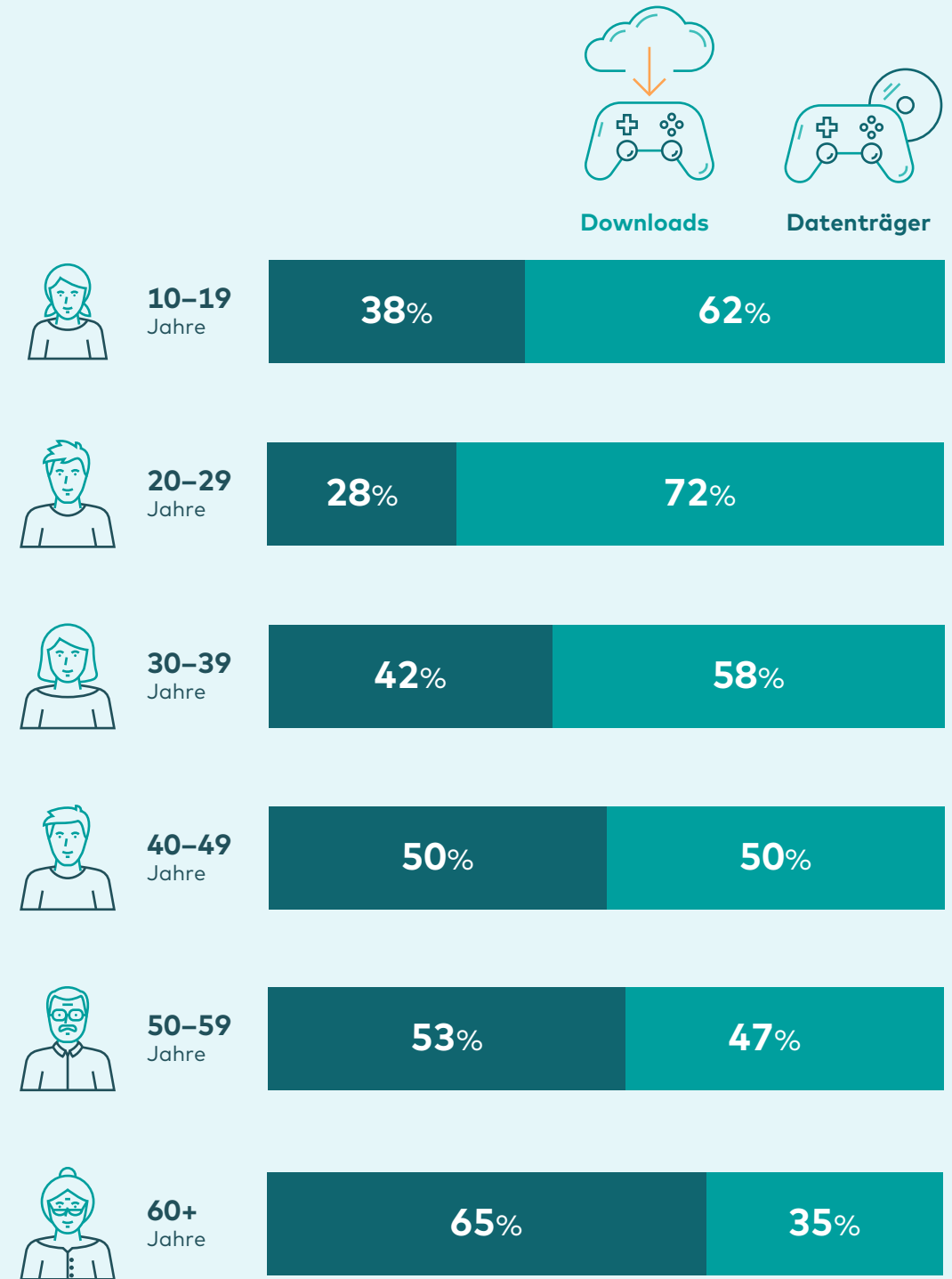
Besonders beliebt ist der Kauf auf Datenträger wiederum bei der Altersgruppe ab 50 Jahren. Die 50- bis 59-jährigen Spielenden kaufen mehr als die Hälfte ihrer Games als physische Kopien.

6 von 10 PC- und Konsolenspielen in Deutschland wurden 2022 als Download gekauft



Quelle: data.ai und GfK. © game 2023

Große Unterschiede zwischen den Altersgruppen bei Games-Käufen



Quelle: data.ai und GfK. © game 2023

03

Games-Branche in Deutschland

Ob in Deutschland oder weltweit – der Games-Markt hat in den vergangenen Jahren eine beeindruckende Entwicklung gezeigt. Noch nie haben so viele Menschen gespielt wie heute. In Deutschland sind es rund 6 von 10 Menschen in der Altersgruppe von 6 bis 69 Jahren. Weltweit spielen mittlerweile über 3 Milliarden Menschen. Das sind einerseits sehr beachtliche Werte, andererseits zeigt es bei einer Weltbevölkerung von rund 8 Milliarden Menschen, wie groß das Potenzial für weiteres Wachstum ist.

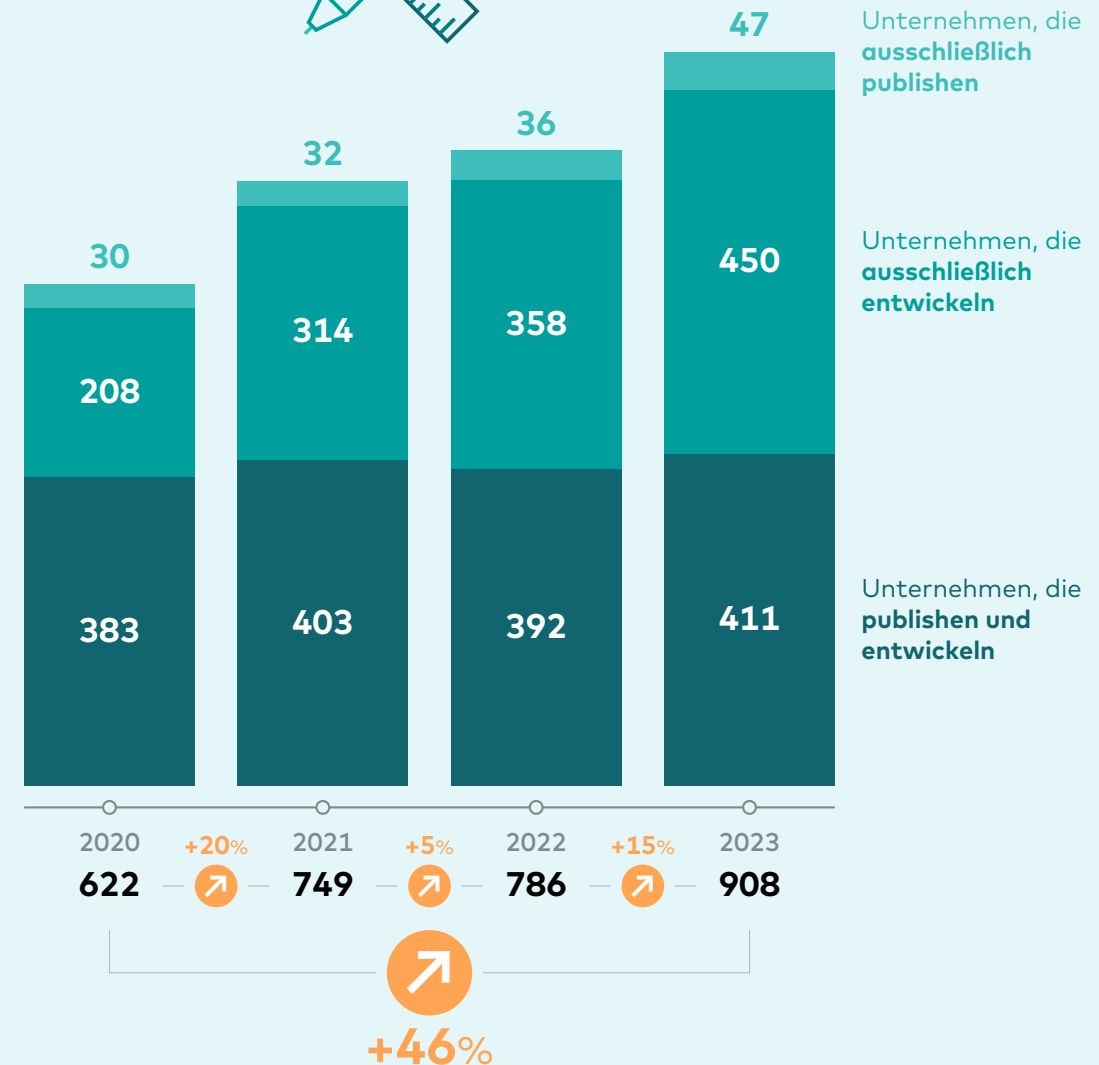
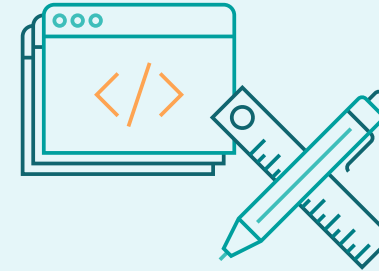


Weltweit spielen mittlerweile mehr als 3 Milliarden Menschen Games.

Dabei war 2022 für die internationale Games-Branche durchaus ein wechselhaftes Jahr: Nach den starken Wachstumsschüben in den Jahren der Corona-Pandemie ist der Umsatz mit Games in vielen Märkten leicht zurückgegangen. In den USA und Großbritannien gab es beispielsweise ein Minus von 5 beziehungsweise 5,6 Prozent. Die Gründe hierfür sind vielfältig: Viele Blockbuster-Spiele mussten – auch durch die Verzögerungen in der Entwicklung während der Corona-Pandemie – auf 2023 verschoben werden. „The Legend

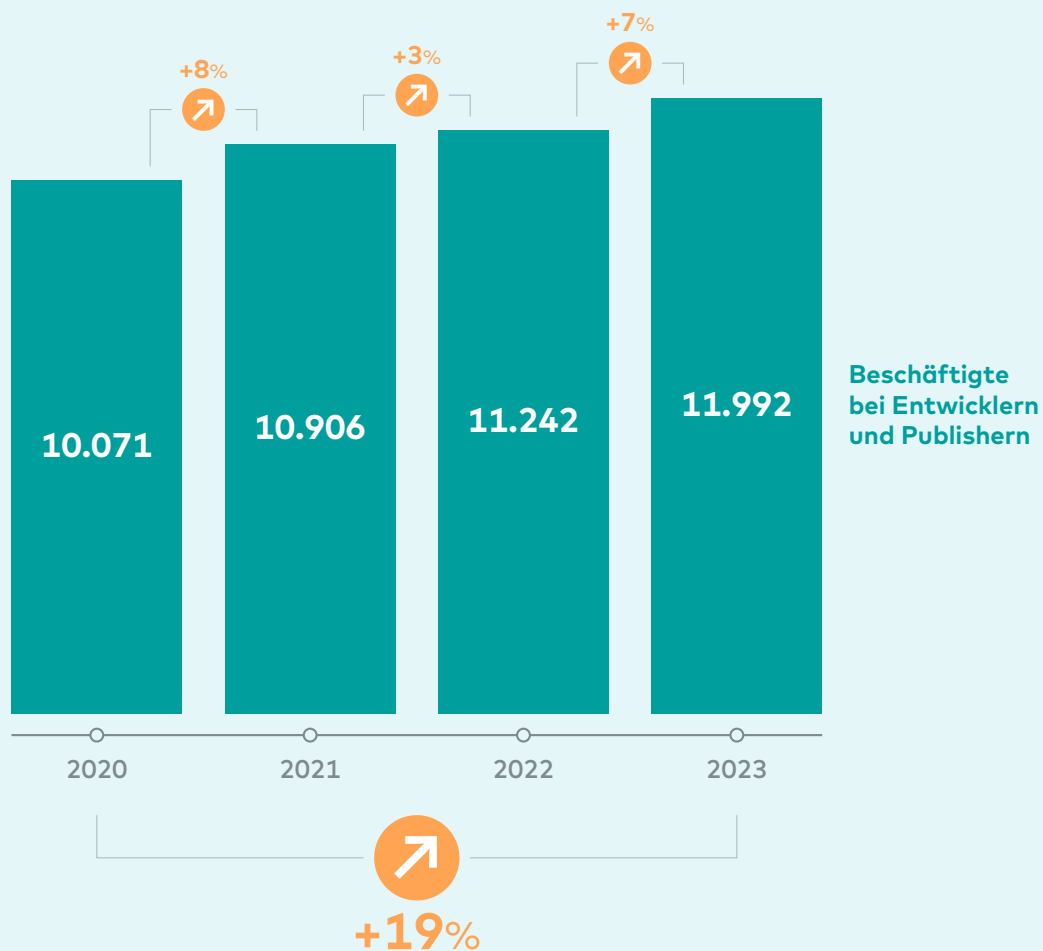
of Zelda: Tears of the Kingdom“ und „Starfield“ sowie „Hogwarts Legacy“ sind nur drei prominente Beispiele hierfür. Insgesamt konnte nach dem Ende vieler Corona-Beschränkungen zudem ein leichter Rückgang bei den Spielzeiten beobachtet werden. Aber auch die gesamtwirtschaftliche Situation ist durch die stark ansteigende Inflation – getrieben durch den Angriffskrieg Russlands gegen die Ukraine – in vielen Ländern deutlich schwieriger geworden.

Anzahl der Games-Unternehmen in Deutschland innerhalb eines Jahres um über 15 Prozent gewachsen



Quelle: Berechnungen auf Grundlage von www.gamesmap.de; Stand: Mai 2023. © game 2023

Beschäftigtenanzahl bei Entwicklern und Publishern in Deutschland steigt auf rund 12.000



Quelle: Berechnungen auf Grundlage von www.gamesmap.de; Stand: Mai 2023. © game 2023

Trotz dieser Umstände ist die Perspektive für den internationalen Games-Markt mittelfristig weiterhin positiv. So geht die Wirtschaftsprüfungsgesellschaft PricewaterhouseCoopers davon aus, dass der internationale Games-Markt bis 2027 jährlich im Schnitt um 7,9 Prozent auf dann 312 Milliarden US-Dollar wachsen wird. Hieran wird deutlich, dass die Games-Branche auch künftig ein wachstumsstarker Wirtschaftszweig und agiler Innovationstreiber bleiben wird. Das zeigt sich zudem bei Entwicklungen außerhalb des Games-Marktes: Ob künstliche Intelligenz oder das Metaverse – viele der aktuellen Top-Trends der Digitalwirtschaft sind ohne die Technologien und Innovationen der Games-Branche kaum denkbar.

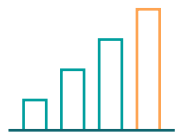
03.1 Beschäftigte und Unternehmen

Der Aufwärtstrend der deutschen Games-Branche hält weiter an: Nachdem es 2021 und 2022 bereits einen ordentlichen Sprung bei Unternehmens- und Beschäftigtenzahlen gegeben hatte, ging es auch 2023 weiter nach oben: Insgesamt ist die Anzahl der Games-Unternehmen in den vergangenen 3 Jahren um sehr starke 46 Prozent gewachsen, die der Beschäftigten um 19 Prozent. Hier werden bereits die ersten Erfolge des bundesweiten Förderprogramms sichtbar: Die Rahmenbedingungen haben sich durch den Games-Fonds so stark verbessert, dass junge Spiele-Entwicklerinnen und Entwickler immer häufiger den Schritt wagen, ein Studio zu gründen. Zudem sind bestehende Unternehmen für internationale Partner durch die Förderung zwischenzeitlich attraktiver geworden. Auch das hat dazu beigetragen, dass mehr und größere Spiele-Projekte in Deutschland entstehen oder in Planung sind, zumindest bis zum Förderantragsstopp. Die Folge ist ein weiterer Anstieg der Unternehmens- und Beschäftigtenzahlen.



Insgesamt ist die Anzahl der Games-Unternehmen in den vergangenen 3 Jahren um sehr starke 46 Prozent gewachsen, die der Beschäftigten um 19 Prozent.

Im Vergleich zum Vorjahr ist die Anzahl der Games-Unternehmen, die Spiele entwickeln und/oder vermarkten, in Deutschland auf insgesamt 908 gestiegen: ein weiterer Zuwachs von 15,5 Prozent im Vorjahresvergleich. Bei der Mehrheit handelt es sich um Unternehmen, die mit der Entwicklung von Games beschäftigt sind: Sowohl als Spiele-Entwickler als auch als Publisher agieren insgesamt 411 der Games-Unternehmen, und weitere 450 Unternehmen sind ausschließlich in der Spiele-Entwicklung aktiv. Von den Games-Unternehmen, die ausschließlich auf die Vermarktung von Computer- und Videospiele spezialisiert sind, gibt es 47.



Positiv entwickelt sich auch weiterhin der Trend bei der Beschäftigtenzahl in der deutschen Games-Branche. So stieg die Anzahl von Mitarbeitenden bei Entwicklungsstudios und Publishern auf 11.992. Damit sind es knapp 7 Prozent mehr als noch 2022. Die unterschiedlich schnelle Entwicklung bei der Anzahl der Beschäftigten und der der Unternehmen deutet auf die Neugründung vieler kleinerer Studios hin. Denn wie in den beiden Jahren zuvor ist das Wachstumstempo bei den Neugründungen deutlich höher als bei

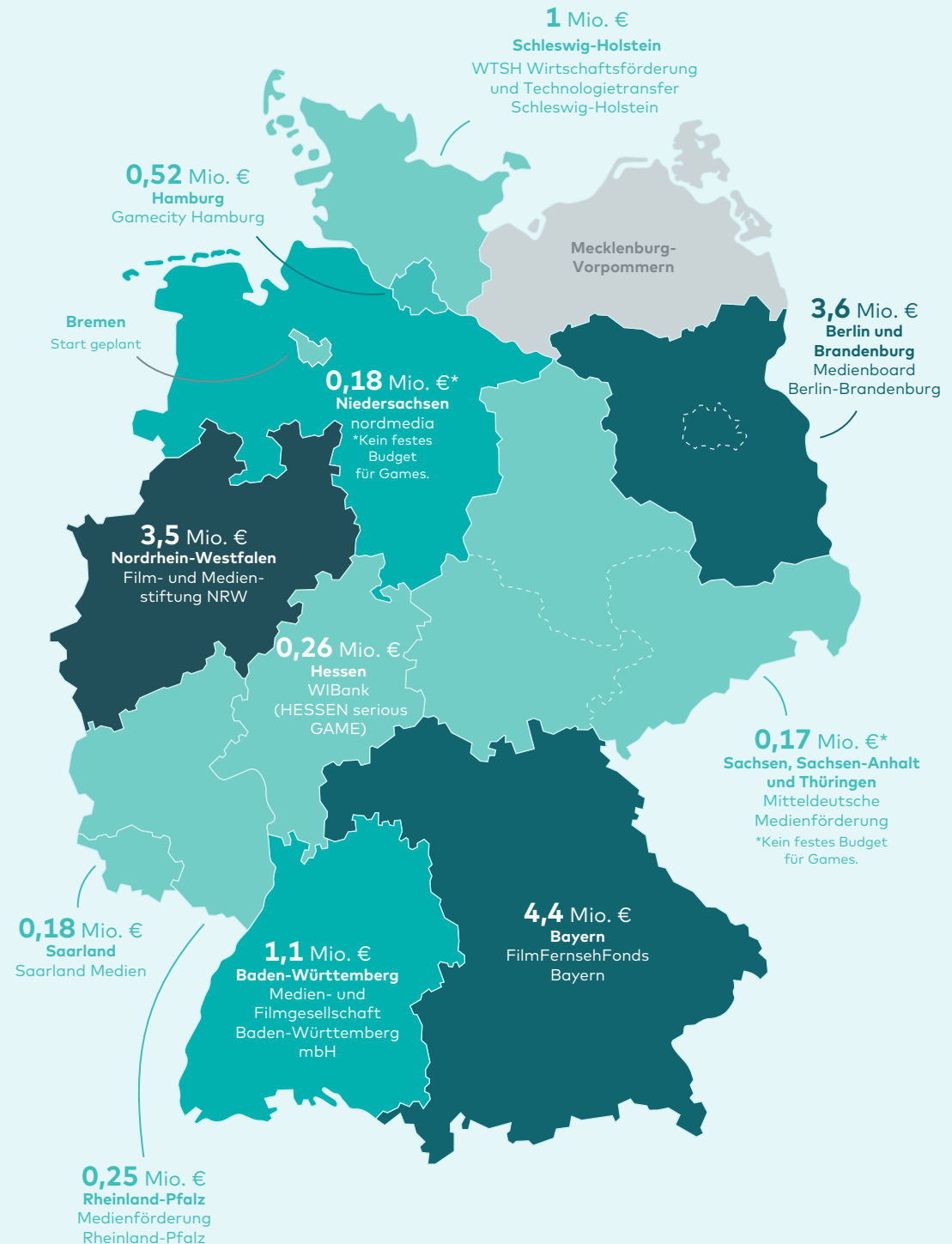
den Mitarbeitenden. Zusammen mit dem erweiterten Games-Arbeitsmarkt, zu dem unter anderem Beschäftigte bei Dienstleistern, im Handel, bei Bildungseinrichtungen, Medien und im öffentlichen Sektor zählen, sichert die Games-Branche in Deutschland damit rund 32.000 Arbeitsplätze. Im Gegensatz zu zahlreichen Digitalunternehmen, die in den vergangenen Monaten teils in größerem Ausmaß Arbeitsplätze abgebaut haben, konnten viele Games-Unternehmen weitere Stellen schaffen.

Trotz der starken Fortschritte zeigt ein Blick auf andere erfolgreiche Standorte, wie weit der Weg für Deutschland noch ist, um zu ihnen aufzuschließen. So hat Kanada, das bereits seit Mitte der 1990er Jahre die Games-Branche stark fördert, nur knapp halb so viele Einwohnerinnen und Einwohner wie Deutschland, aber mit mehr als 32.000 beinahe dreimal so viele Beschäftigte in der Games-Branche. Umgerechnet bestünde danach in Deutschland ein Potenzial von bis zu 60.000 Arbeitsplätzen anstatt 12.000 im Kernarbeitsmarkt der deutschen Games-Branche, was dem Fünffachen entspricht.

03.2 Games-Förderung

2022 und auch die erste Jahreshälfte 2023 waren ereignisreiche Zeiten für die noch recht junge Games-Förderung in Deutschland. Zwar ist es noch zu früh, um ein erstes Zwischenfazit zu deren Erfolg ziehen zu können. Schließlich gibt es die eine Games-Förderung auf Bundesebene erst seit 2019. Damals startete zunächst eine Pilotphase mit Fördersummen, die auf 200.000 Euro je Unternehmen begrenzt waren. Mit 380 eingegangenen Förderanträgen zeigte sich schon da der große Bedarf der Entwicklungsstudios an einer bundesweiten Förderung. Erst Ende 2020 ging es mit dem finalen von der EU-Kommission notifizierten Förderprogramm los, das auch Fördersummen von über 200.000 Euro erlaubt. Das war gleichzeitig der Startschuss für die Aufholjagd Deutschlands zu den internationalen Top-Standorten der Spiele-Entwicklung. Und erste Effekte lassen sich durchaus schon beobachten: Es ist eine richtige Aufbruchsstimmung bei Spiele-Entwicklerinnen und Entwicklern entstanden. Besonders deutlich wird dies an der Anzahl der Games-Unternehmen hierzulande: Innerhalb der ersten zwei Jahre stieg die Zahl um 26 Prozent. Im dritten Jahr der Games-Förderung

Regionale Games-Förderung in Deutschland



kommt nochmals ein Wachstum von 15,5 Prozent hinzu. Auch bei der Anzahl der Mitarbeitenden gibt es seit dem Start der Games-Förderung nur eine Richtung: nach oben. Seit 2020 ist ein Wachstum der Arbeitsplätze bei Entwicklungsstudios und Publishern von insgesamt 19 Prozent zu verzeichnen. Der Rückstand gegenüber den internationalen Top-Standorten wie Kanada, Frankreich oder Großbritannien ist zwar weiterhin groß. Grund hierfür: Viele Länder haben bereits vor bis zu drei Jahrzehnten mit der gezielten Unterstützung der Games-Branche vor Ort begonnen.

Die damals entstandenen Standort-Vorteile haben zu zahlreichen Ansiedlungen und sehr lebendigen Games-Ökosystemen geführt. Doch der Grundstein für ein starkes deutsches Games-Ökosystem ist gelegt.



Um nicht dauerhaft in die Gefahr weiterer Antragsstopps zu laufen, muss die Games-Förderung weiterentwickelt werden, wenn Deutschland von den Potenzialen einer starken Games-Branche für digitale Innovationen, wirtschaftlich und kulturell nachhaltig profitieren soll.

Leider wurde die erfolgreich gestartete Aufholjagd jäh gestoppt, als am 31. Oktober 2022 – passenderweise Halloween – das zuständige Bundesministerium für Wirtschaft und Klimaschutz (BMWK) mitteilte, dass ab sofort ein Antragsstopp für die Games-Förderung für 2022 und 2023 gelte. Damit gab es über Nacht wieder die international kaum konkurrenzfähigen Rahmenbedingungen von 2018 und davor. Das hieß unterm Strich: Ein Spiel in Deutschland zu produzieren, war mehr als 30 Prozent teurer als an anderen Standorten wie Kanada oder Frankreich. Dabei kostet die Spiele-Entwicklung auf internationalem Niveau schnell zweistellige

Millionenbeträge. Hier wird deutlich, wie hart der Antragsstopp vor allem jene Entwicklungsstudios traf, die bereits seit Monaten mitten in ihren Planungen für ihr nächstes Projekt standen und noch keinen Förderantrag eingereicht hatten. Besonders schwierig war es, wenn schon internationale Partner gefunden waren, die nicht zuletzt aufgrund der bundesweiten Games-Förderung in das nächste Projekt einsteigen wollten. Mit dem Wegfall der Antragsmöglichkeiten waren solche Planungen auf einmal hinfällig und es entstand insbesondere für kleine Spiele-Studios schnell eine teils existenzbedrohende Situation.

Wie groß die Auswirkungen des Antragsstopps auf den Games-Standort waren, erkannten auch die Mitglieder des Deutschen Bundestages. In der Bereinigungssitzung des Haushaltsausschusses am 10. November 2022 wurden weitere 20 Millionen Euro der Games-Förderung zugeteilt. Damit konnte der Antragsstopp für 2023 abgewendet werden. Doch mit dem Wachstum der Branche erhöhte sich wie erwünscht auch das Antragsaufkommen weiter und die einzelnen Projekte wurden umfangreicher, sodass die Fördersummen stiegen. Die Folge war ein erneuter Antragsstopp. Dieser wurde Anfang Mai 2023 für 2023 und sogar 2024 bekannt gegeben.

Der erneute Antragsstopp legt die große Schwäche des eigentlich erfolgreichen Förderprogramms offen: So orientieren sich die Fördermittel nicht wie in anderen Ländern automatisch am tatsächlichen Bedarf der Branche. Im Zusammenspiel mit der fehlenden Transparenz über den Anteil der bereits vergebenen Mittel ist das aktuelle Förderprogramm damit nicht ausreichend verlässlich und planbar. Hinzu kommt: Auch international wurde der abermalige Antragsstopp innerhalb weniger Monate wahrgenommen. Dieses Hin und Her hat zusätzlich die internationale Wettbewerbsfähigkeit geschwächt, denn Deutschland hat damit das Signal gesendet, dass die Standort-Bedingungen hier nicht verlässlich sind. Kurzfristig ist es daher wichtig, die Fördermittel auf 125 Millionen Euro jährlich zu erhöhen. Um nicht dauerhaft Gefahr zu laufen, dass es zu einem Antragsstopp kommt, muss die Games-Förderung aber darüber hinaus weiterentwickelt werden, wenn Deutschland von den Potenzialen einer starken Games-Branche für digitale Innovationen wirtschaftlich und kulturell nachhaltig profitieren soll. Mittelfristig braucht es daher den Übergang zu einer steuerlichen Games-Förderung neben dem derzeitigen Förderfonds. Diese Struktur hat sich international längst als Standard etabliert und wird an Standorten wie Frankreich, Großbritannien oder Kanada bereits seit vielen Jahren erfolgreich praktiziert. Die steuerliche Games-Förderung bietet einige entscheidende Vorteile: Die derzeit fehlende Planbarkeit wäre damit möglich. Ebenso würden sich die Mittel dadurch automatisch am tatsächlichen Bedarf orientieren. Auch aus Sicht der Politik bietet die steuerliche Games-Förderung Vorteile: Die entsprechenden Mittel müssen nicht im Haushalt gesondert bereitgestellt werden, sondern werden von der Steuerschuld abgezogen, die durch die Investitionen entsteht. Die Games-Unternehmen würden also schon investieren, bevor die Förderung greift. Solche Rahmenbedingungen würden zu hohen Investitionen, zur Schaffung hochklassiger Arbeitsplätze und zu zusätzlichen Steuereinnahmen führen.



Der Trend aus den Vorjahren, dass immer mehr Bundesländer eigene Förderprogramme auflegen oder weiter ausbauen, hat sich auch in den vergangenen Monaten fortgesetzt.

Im Gegensatz zum Bund gab es auf Ebene der Länder wieder zahlreiche Verbesserungen für Games-Unternehmen. Der Trend aus den Vorjahren, dass immer mehr Bundesländer eigene Förderprogramme auflegen oder weiter ausbauen, hat sich auch in den vergangenen Monaten fortgesetzt. Schleswig-Holstein hat beispielsweise erstmals eine regionale Games-Förderung eingeführt. Bis 2027 sollen so 4 Millionen Euro den Entwicklungsstudios vor Ort zur Verfügung stehen. Baden-Württemberg hat sein regionales Förderprogramm auf 1,1 Millionen Euro erhöht. Mit Bremen verschwindet ein weiterer weißer Fleck auf der Förderlandkarte. Auch hier sollen künftig Games-Unternehmen vor Ort an einem

Die besten Standorte für Games in Deutschland

Bewertet von den Unternehmen der Games-Branche



1. Nordrhein-Westfalen (3)
2. Hamburg (4), Berlin (2)
3. Bayern (1)
4. Baden-Württemberg (5)
5. Brandenburg (8)
6. Niedersachsen (7)
7. Rheinland-Pfalz (9)
8. Saarland (6), Schleswig-Holstein (10)
9. Bremen (11)
10. Hessen (11)
11. Sachsen-Anhalt (11)
12. Thüringen (12), Mecklenburg-Vorpommern (13), Sachsen (12)



Quelle: game Mitgliederbefragung (11/2022). © game 2023
Hinweis: Vorherige Platzierung aus dem August 2021 in Klammern.

regionalen Förderprogramm teilnehmen können. Berlin und Brandenburg haben mit 3,6 Millionen Euro so viel Fördermittel ausgeschüttet wie noch nie zuvor. Hinzu kommen zahlreiche Bereiche, die die neue schwarz-rote Landesregierung von Berlin zusätzlich stärken möchte – vom House of Games über das Computerspielmuseum bis hin zur Internationalen Computerspielesammlung. Einen ähnlichen Sound weist auch der Koalitionsvertrag zwischen CDU und den Grünen in Nordrhein-Westfalen auf: Hier sollen nach dem Willen der Landesregierung Games verstärkt in der schulischen und beruflichen Bildung eingesetzt werden. Gleichzeitig sollen der Fusion Campus in Düsseldorf und die esports player foundation weiter gestärkt werden. Bayern hat Mitte 2023 angesichts der Förderantragsstopps auf Bundesebene Restmittel für die Games-Förderung in Höhe von 1 Million Euro zusätzlich zur bestehenden Förderung freigegeben.

Die Games-Unternehmen registrieren die unterschiedlichen Bemühungen der einzelnen Bundesländer um die jeweiligen Rahmenbedingungen sehr genau. Das zeigen die Ergebnisse des game Branchenbarometers sehr deutlich: Am positivsten wird dabei aktuell der Games-Standort Nordrhein-Westfalen wahrgenommen. Damit klettert das bevölkerungsreichste Bundesland seit der Erhebung von 2021 vom dritten auf den ersten Platz. Einen Sprung nach vorn von Platz 4 auf 2 macht zudem Hamburg. Den zweiten Platz teilt sich die Hansestadt mit Berlin, das damit auf dem zweiten Platz bleibt. Bayern, 2021 noch Spitzenreiter, lässt drei Bundesländer an sich vorbeiziehen und landet dieses Mal nur auf dem dritten Platz.



Ein Weg, um mehr Games-Fachkräfte mittel- bis langfristig für den Standort Deutschland zu sichern, ist die Stärkung von Forschung und Lehre.

03.3 Fachkräfte

Der Fachkräftemangel in Deutschland stellt für die Games-Unternehmen eine immer größere Hürde für ihre weitere Entwicklung dar. Der Aufschwung der vergangenen Jahre, durch den die Anzahl der Games-Unternehmen stark gestiegen ist, hat die Situation weiter verschärft. Zwar sind im Verlauf der vergangenen 10 Jahre deutlich mehr Ausbildungsangebote im Games-Bereich entstanden, mittlerweile führt gamecampus.de rund 50 Bildungseinrichtungen mit Games-Studiengängen auf. Da Games-Fachkräfte aus dem gestalterischen Bereich, aber vor allem mit technischem Hintergrund in vielen Wirtschaftsbereichen auch fernab der Games-Branche stark nachgefragt werden, hat sich der Mangel für Games-Unternehmen in den vergangenen Jahren weiter verschlimmert. Ein Weg, um mehr Games-Fachkräfte mittel- bis langfristig für den Standort Deutschland zu sichern, ist die Stärkung von Forschung und Lehre. Dies könnte dazu beitragen, mehr Fachkräfte auszubilden und somit den Mangel in der Games-Branche zu verringern. Der Ausbau von Forschung und Lehre im Games-Bereich

würde aber auch dabei helfen, das Ziel der Games-Strategie des Bundes zu erreichen, Deutschland zum internationalen Leitmarkt zu entwickeln. Insgesamt würde ein Ausbau von Forschung und Lehre im Games-Bereich daher Deutschland nicht nur als Games-, sondern auch als Digitalstandort nachhaltig stärken.

Um Forschung und Lehre im Bereich Games in Deutschland zu stärken, müssten beispielsweise mehr Professuren und Studiengänge eingerichtet, Forschungsnetzwerke unterstützt und einheitliche Standards bei der Akkreditierung von Games-Studiengängen entwickelt werden. Insgesamt werden Games an Hochschulen in vielen Fällen noch zu kleinteilig gedacht beziehungsweise zu häufig an mutmaßlich ähnliche Studiengänge angehängt. Entscheidend ist, das Thema Games ganzheitlich zu betrachten, etwa indem direkt

mehrere Studiengänge, beispielsweise zu Game Design, Game Art und Game Studies, angeboten und miteinander verzahnt werden. Eine eigenständige „Games-Universität“ nach dem Vorbild der Filmuniversität Babelsberg KONRAD WOLF könnte zudem allen für Games wichtigen Disziplinen und Deutschland auch aus akademischer Perspektive mehr Sichtbarkeit im Games-Bereich verschaffen.

Eine Stärkung von Forschung und Lehre im Games-Bereich kann den Fachkräftebedarf allein nicht decken. Daher bleibt die Anwerbung von Expertinnen und Experten aus dem Ausland wichtig. Während dies bei EU-Bürgerinnen und -Bürgern kein größeres Problem darstellt, sieht die Situation bei Fachkräften aus Drittstaaten anders aus: Hier gibt es einige bürokratische Hürden, die die Einstellung dringend benötigter Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zeitaufwendig und teuer machen, wie ein Frage unter game-Mitgliedsunternehmen zeigt. Besonders dramatisch stellt sich die Lage in der Spiele-Programmierung dar: 9 von 10 Games-Unternehmen be-

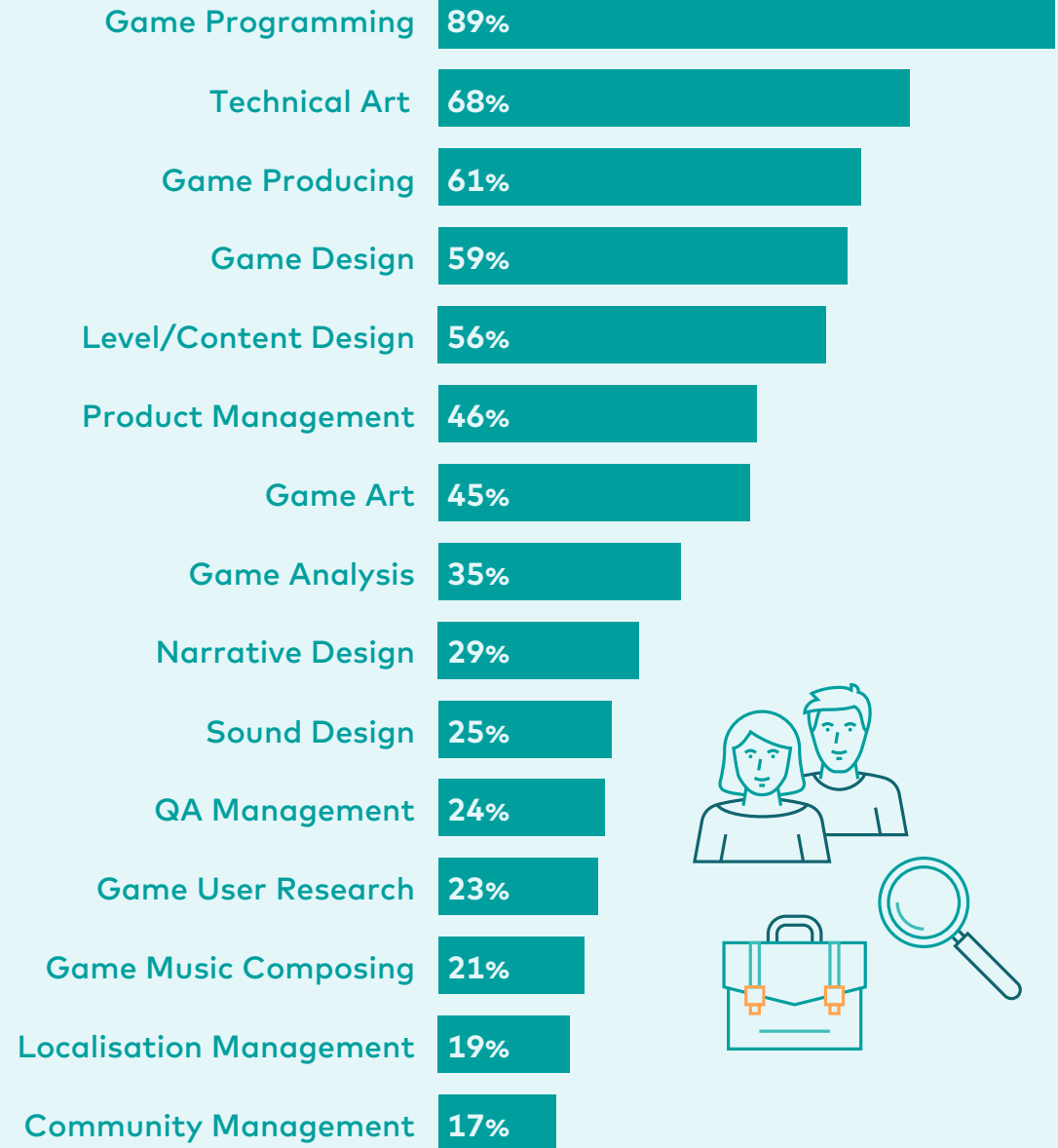
richten, dass es schwer ist, entsprechende Fachkräfte einzustellen. Auch die Rekrutierung in den Bereichen Technical Art (68 Prozent), Game Producing (61 Prozent) und Game Design (59 Prozent) ist besonders herausfordernd. Dabei sind die Games-Unternehmen in Deutschland schon heute sehr international aufgestellt: So stammt jeder beziehungsweise jede fünfte Mitarbeitende (21 Prozent) bei Entwicklungsstudios und Publishern aus Drittstaaten, kommt also von außerhalb der EU. Auch wird in 8 von 10 Games-Unternehmen teilweise oder sogar ausschließlich Englisch gesprochen. Entsprechend einfach wäre die Integration von Fachkräften aus Drittstaaten. Dennoch sind bisher nur 42 Prozent der Entwicklungsstudios und Publisher diesen Schritt gegangen. Von denen, die noch keine



Die fünf Forderungen:

1. Mehr und besser ausgestattete Professuren, Studiengänge und Forschungscluster
2. Bildungs- und Forschungsnetzwerke unterstützen
3. Einheitliche Standards und Leitlinien bei der Akkreditierung von Games-Studiengängen
4. Promotion und Habilitation für alle Games-Studiengänge
5. Gründung einer „Games-Universität“

Diese Fachkräfte sind für Games-Unternehmen besonders schwierig zu rekrutieren

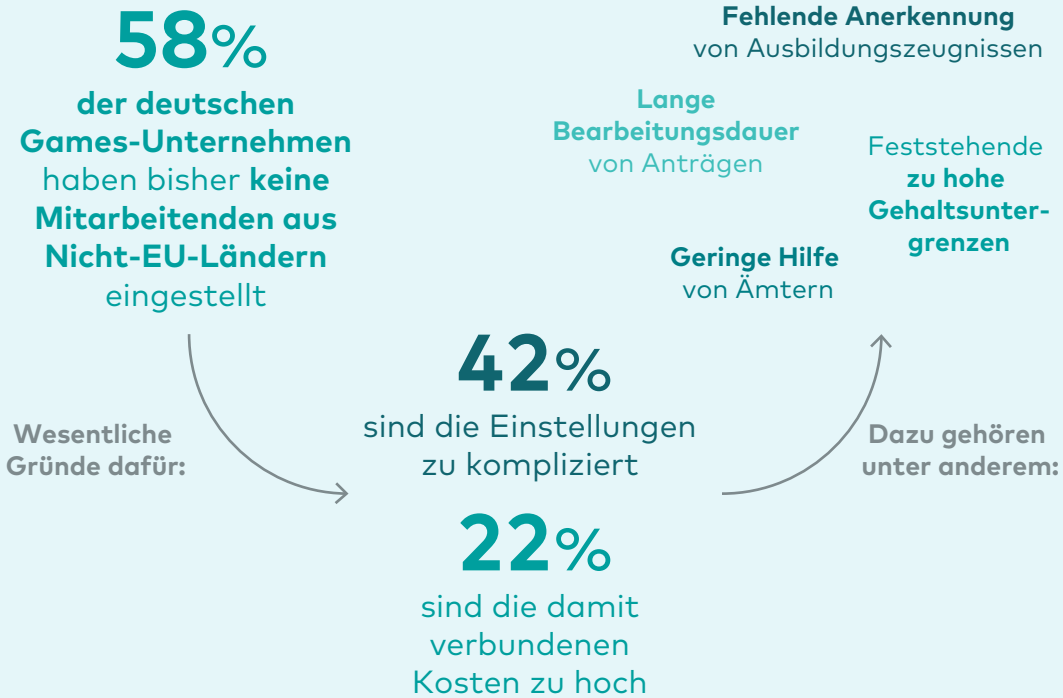


Quelle: Mitgliederbefragung des game – Verband der deutschen Games-Branche unter Publishern und Entwicklern im Januar 2023 (n = 84). Hinweis: Die Antwortkategorien eher schwer und sehr schwer wurden zusammengefasst. © game 2023

Bürokratische Hürden erschweren die Einstellung von Fachkräften aus Drittländern in der deutschen Games-Branche



Jeder bzw. jede fünfte Mitarbeitende (21 Prozent) bei Entwicklungsstudios und Publishern kommt von außerhalb der EU



Quelle: Mitgliederbefragung des game – Verband der deutschen Games-Branche unter Publishern und Entwicklern im Januar 2023 (n = 84). © game 2023

Mitarbeitenden aus Drittstaaten eingestellt haben, war es für 22 Prozent zu teuer sowie für 42 Prozent zu kompliziert. Insgesamt bemängeln die Unternehmen die vielen bürokratischen Hürden bei der Einstellung von Fachkräften aus Drittstaaten. Hierzu gehören unter anderem die fehlende Anerkennung von Ausbildungszeugnissen, die lange Bearbeitungsdauer von Anträgen, feststehende Gehaltsuntergrenzen sowie die zu geringe Hilfe von Ämtern.



Um den Games-Standort Deutschland zu stärken, muss daher auch der Zuzug von Fachkräften aus Drittstaaten vereinfacht werden.

Um den Games-Standort Deutschland zu stärken, muss daher auch der Zuzug von Fachkräften aus Drittstaaten vereinfacht werden. Zwar können deutsche Games-Unternehmen dank der Förderung inzwischen besser um die weltweit begehrten Fachkräfte konkurrieren. Häufig ziehen sie aber weiterhin den Kürzeren, da die Regelungen in Deutschland zu kompliziert, zu zeitaufwendig und zu teuer sind. Der Bedarf der Games-Branche ähnelt dabei dem vieler anderer besonders dynamischer und innovativer Bereiche und sollte daher dringend auch im Fachkräfteeinwanderungsgesetz berücksichtigt werden.

03.4 Die 10 Forderungen der Games-Branche

Der game – Verband der deutschen Games-Branche setzt sich für die umfassende Verbesserung der Rahmenbedingungen für die Games-Branche in

Deutschland ein. Dies ist notwendig, um den Games-Standort Deutschland international wettbewerbsfähig und erfolgreich zu machen. Kernpunkte der politischen Arbeit sind folgende 10 Forderungen:

1 Games-Standort in Deutschland nachhaltig fördern

Games sind Kulturgut, Wirtschaftsfaktor und Garant für digitale Innovation. Wenn Deutschland von den daraus resultierenden Chancen für Wirtschaft und Gesellschaft profitieren will, muss der deutsche Games-Standort den Anschluss an den internationalen Wettbewerb schaffen. Die Games-Strategie des Bundes ist hierbei eine wichtige Grundlage. Entscheidend für die Zukunftsfähigkeit des deutschen Games-Standortes ist insbesondere die Schaffung international konkurrenzfähiger Rahmenbedingungen für die Spiele-Entwicklung. Als Basis braucht es dafür eine verlässliche und international vergleichbare Games-Förderung. Die Fördermittel hierfür müssen kurzfristig auf 125 Millionen Euro erhöht werden. Zudem braucht es die Einführung einer steuerlichen Games-Förderung. Unabhängig davon benötigen Games „made in Germany“ sowie der Games-Standort insgesamt eine bessere Sichtbarkeit sowie Vernetzung hierzulande und international.

2 Games für besseres Lernen, in der Schule und lebenslang

Games sind mehr als Unterhaltung. Sie können in nahezu allen Lebensbereichen unterstützend wirken, sie schaffen neue Zugänge und animieren zu noch besseren Leistungen. Unser Bildungssystem muss die Chancen von Games für die digitale Bildung in Schulen, Berufsschulen, Hochschulen, in der Weiterbildung und für das lebenslange Lernen nutzen. Die Entwicklung von Games für den Unterricht muss gezielt gefördert und vorangetrieben werden. Medienkompetenz und Programmierkenntnisse sind elementar für die Schülerinnen und Schüler im Digitalzeitalter und müssen obligatorischer Teil des Unterrichts sein.

3 Games in Wissenschaft, Forschung, Lehre und Ausbildung stärken

Forschung und Lehre rund um Games brauchen dringend die Anerkennung und akademische Entsprechung als eigenständige wissenschaftliche Disziplin im Kanon der etablierten Wissenschaften. Dazu gehören mehr und besser ausgestattete Professuren, Studiengänge und Forschungscluster, die Unterstützung von Bildungs- und Forschungsnetzwerken, einheitliche Akkreditierungsstandards, Promotions- und Habilitationsmöglichkeiten sowie die Gründung einer Leuchtturm-Institution „Games-Universität“ für besonderes internationales Spitzenniveau von Games-Forschung und Lehre in Deutschland. Solch eine stärkere Verankerung sorgt nicht nur für dringend benötigte Fachkräfte, sondern sichert das Know-how in Bereichen wie Künstliche Intelligenz, 3D-Simulation, Gamification und anderen Games-Technologien und -Konzepten, mit denen heute bereits die meisten Wirtschaftsbereiche arbeiten.

4 Mehr Engagement für Games-Fachkräfte

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. Neben vereinfachten Zugangsvoraussetzungen und einem aktiven Werben um diese Fachkräfte ist eine positive Willkommenskultur, mit der die internationalen Expertinnen und Experten hierzulande auch von Behörden empfangen werden, notwendig.

5 Digitale Infrastruktur für alle

Für eine erfolgreiche Games-Entwicklung, die zahlreichen Games-Unternehmen des gesamten Ökosystems und die Millionen Spielerinnen und Spieler muss der Games-Standort Deutschland flächendeckend gigabitfähig sein. Das gilt für leistungsfähige breitbandige Internetanbindungen und ein starkes 5G-Netz: Deutschland muss schnell auf allen Verbreitungswegen aufholen und eine zukunftsfähige digitale Infrastruktur für alle zugänglich machen.

6 Jugendschutz: Modern, konvergent und international anschlussfähig.

Für ein modernes deutsches Jugendschutzsystem müssen die Zuständigkeiten von Bund und Ländern grundsätzlich auf den Prüfstand gestellt werden. Nur so kann es gelingen, einheitliche, moderne und konvergente gesetzliche Jugendschutzvorschriften zu schaffen, die zur Medienrealität von Kindern und Jugendlichen passen und eine internationale Anschlussfähigkeit gewährleisten. Viele zeitgemäße Schutzsysteme und technische Einrichtungen aus der Games-Branche können hierfür ein Vorbild sein.

7 Gründungsförderung und Infrastrukturen für die Games-Entwicklung

Games-Hubs, mit Inkubations- und Accelerator-Programmen, sind wichtige unternehmerische Heimat für Gründerinnen und Gründer sowie eine Chance für regionale Wirtschaftsstandorte. Sie fördern den Austausch zwischen Games-Unternehmen und die Kooperation mit anderen Branchen, die vom Potenzial der Spiele-Entwicklung profitieren wollen. Hierfür braucht es ein starkes Engagement und die Unterstützung von Ländern und Kommunen. Auf Bundesebene müssen zudem bestehende Programme für Gründerinnen und Gründer für die Games-Branche angepasst und ein eigenes Stipendien-Programm aufgelegt werden.

8 Investitionssicherheit geben, Werte schaffen.

Als Games-Branche haben wir innovative Geschäftsmodelle entwickelt, die sich vor allem an den Bedürfnissen der Spielenden sowie an Praktikabilität ausrichten. Das Vertrauen der Nutzenden in unsere Produkte ist maßgeblich für deren Erfolg. Neue digitale Geschäftsmodelle brauchen Freiräume, deshalb muss auch in der digitalen Welt ein fairer Interessenausgleich zwischen Verbraucherrechten und unternehmerischer Freiheit gefunden werden. Die Stärkung der mündigen und souveränen Nutzerinnen und Nutzer muss Vorrang haben vor neuer Regulierung.

9 Keine Chance für Hater, Trolle und Piraten: Auch Sicherheitsbehörden digital fit machen

Als Games-Branche setzen wir uns tagtäglich für Vielfalt und Toleranz ein. Entschieden müssen alle Akteurinnen und Akteure gemeinsam Hatespeech und verrohendem sowie teilweise rechtswidrigem Verhalten in unserer digitalen Gesellschaft entgegenreten. Für effektive und wirksame Lösungen müssen dafür auch die digitalen Kompetenzen der Behörden ausgebaut werden.

10 Deutschland zum besten Esport-Standort machen

Wir wollen Deutschland zum besten Esport-Standort machen. Angesichts der hohen gesellschaftlichen, kulturellen und wirtschaftlichen Relevanz von Esport müssen die Rahmenbedingungen bestmöglich ausgestaltet werden. Insbesondere gilt es, die wertvolle Arbeit der Vereine mit Esport-Angebot zu fördern und nicht weiter zu benachteiligen. Sie müssen daher in der Abgabenordnung als gemeinnützig anerkannt werden. Ob Esport Sport ist oder nicht, ist dabei nicht entscheidend. Parallel braucht es mehr Unterstützung von Nachwuchstalenten und Veranstaltungen in den Ländern und Kommunen vor Ort, damit wir in Deutschland an diesem internationalen Phänomen auf Weltniveau partizipieren können.

04

esports player foundation

Die Zahl der Hobby-Esportlerinnen und -Esportler nimmt hierzulande seit Jahren zu; mittlerweile finden sich deutschlandweit Esport-Vereine, -Abteilungen, -Hochschulgruppen und -Organisationen, in denen sich Esport-Begeisterte betätigen können. Und auch die Szene der professionellen Esportlerinnen und Esportler in Deutschland wächst. Also derjenigen, die Esport hauptberuflich und auf Top-Niveau betreiben.



Um angehende Esport-Profis bestmöglich zu fördern, wurde im Januar 2020 die weltweit erste Institution zur Förderung von Esportlerinnen und Esportlern, die esports player foundation, gegründet.

Um diese sowie weitere, angehende Esport-Profis künftig bestmöglich zu fördern, wurde im Januar 2020 die weltweit erste Institution zur Förderung von Esportlerinnen und Esportlern in Köln gegründet, die esports player foundation (epf). Ihr Fokus liegt darauf, aktuellen und kommenden Top-Spielerinnen und -Spielern eine ganzheitliche Förderung zukommen zu lassen, wie sie aus dem klassischen Sport bekannt ist und bisher im Esport nicht existierte.

Diese Lücke schließt die esports player foundation, denn um im digitalen Wettkampf erfolgreich zu sein, benötigt es jahrelanges, professionelles und ausgewogenes Training. Dabei werden

Esportlerinnen und Esportler, von Nachwuchsspielenden bis zu semi- und vollprofessionellen Gamerinnen und Gamern, nicht nur in ihren spielerischen Fähigkeiten gefördert. Es wird auch Verantwortung übernommen für die Zeit nach der Karriere oder den Fall, dass der Profibereich nicht erreicht wird. Die Vereinbarkeit einer Esport-Karriere mit Schule, Ausbildung und Beruf hat deshalb höchste Priorität.

In vielen Bereichen nimmt die esports player foundation hierbei eine globale Vorreiterrolle ein. Eine engmaschige sportpsychologische Betreuung, ein Fitness-Programm, Ernährungsberatung oder sportmedizinische Untersuchungen gehören hier ebenso dazu wie ein Steuer- und Finanzcoaching, die Unterstützung in Vertragsfragen oder der gezielte Support beim Karriereaufbau. Alles jeweils auf die individuelle Situation der Spielerinnen und Spieler abgestimmt und von einer „Not for Profit“-Institution; dieses Angebot

für Esportlerinnen und Esportler ist in dieser Form bisher weltweit einzigartig. Weiterhin werden sportliche Werte vermittelt und die Spielenden dazu befähigt, als Vorbilder positiv auf Millionen ambitionierter Gamerinnen und Gamer zu wirken.

Derzeit werden in der esports player foundation über 200 Spielerinnen und Spieler in den Titeln „Counter-Strike: Global Offensive“, „League of Legends“, „Brawl Stars“, „Valorant“ und „FIFA“ begleitet. Perspektivisch möchte die Foundation jedem Talent in jedem relevanten Esport-Titel eine umfassende Unterstützung anbieten können. Um hierfür den Weg zu ebnet, gründete die epf zusammen mit der DKB Anfang 2022 die „DKB Diamonds“, ein „League of Legends“-Free-Agent-Team. Mit diesem Team möchte sie jungen Talenten ermöglichen, Spielpraxis zu sammeln und durch den Spielbetrieb in der Prime League (vergleichbar mit der Bundesliga) Aufmerksamkeit auf sich zu ziehen. Mittlerweile spielen die DKB Diamonds in der 2. Division der Prime League. Aufgrund des Erfolgs der DKB Diamonds wurde Anfang 2023 zusätzlich ein Academy-Team, die „DKB Diamonds RAW“, ins Leben gerufen. Dieses Team besteht aus sehr jungen Talenten, die sich ebenso in der Prime League bewähren dürfen. Darüber hinaus entschied sich das Land Nordrhein-Westfalen, zusammen mit der esports player foundation das Engagement im Esport auszubauen und gezielt Talente aus NRW zu fördern. Im Rahmen der sogenannten Esports Academy NRW wurden 30 Esport-Talente aus NRW in den Titeln „FIFA“, „League of Legends“ und „Brawl Stars“ in die Förderung aufgenommen.

Zusätzlich zur Spielförderung engagiert sich die epf auch für weitere Themen im Esport: 2021 startete sie zusammen mit der Deutschen Telekom und SK Gaming die Initiative Equal Esports, um sich für mehr Diversität und Chancengleichheit im Esport starkzumachen. Zu Equal Esports gehört aber nicht nur die Förderung von Talenten, sondern auch der Equal Esports Council, der als eine Art „Aufsichtsrat“ der Initiative fungiert und aus Fach- und Führungskräften besteht. Zur Initiative gehört ebenso das Equal Esports Festival.

Auch setzt sich die esports player foundation immer wieder mit dem Thema Hatespeech und Toxicity im Netz auseinander. Mit der Kampagne Speak Up Esports macht sie sich zusammen mit Protagonistinnen und Protagonisten aus dem Esport gegen Hatespeech und Toxicity im Esport stark. Eine weitere Kampagne in diesem Zusammenhang ist der FIFA Fairplay Guide, der als spielbezogener Verhaltensguide für den Esport-Titel „FIFA“ fungiert und von Deutschlands bekanntesten „FIFA“-Esportlerinnen und -Esportlern, Creators und der Community zusammen gestaltet wurde.



Mit der Kampagne Speak Up Esports macht sich die epf zusammen Protagonistinnen und Protagonisten aus dem Esport gegen Hatespeech und Toxicity im Esport stark.



Mehr Informationen auf www.esportsplayerfoundation.org

05

gamescom und devcom

Die gamescom fand 2022 nach zwei rein digitalen Jahren endlich wieder auch in Köln statt. Hunderttausende vor Ort und Millionen digital feierten gemeinsam das Comeback des weltgrößten Games-Events. Mit einem neuen, hybriden Konzept und einer Vielzahl von Veranstaltungen, Online-Formaten und neuen Angeboten hat sich die gamescom als 360-Grad-Event für die ganze Community abermals erfolgreich aufgestellt.



Mit dem Leitthema „Games: Herz der Popkultur“ machte die gamescom 2022 auf die enorme kulturelle Relevanz von Computer- und Videospielen aufmerksam.

Rund 265.000 Besuchende aus über 100 Ländern strömten in die gamescom-Hallen und konnten zahlreiche Highlights erleben: Dazu gehörten die beeindruckenden Stände der rund 1.100 internationalen wie nationalen Entwickler, Publisher und anderen Partner, darunter 190 Indie-Entwickler in der indie area. Darüber hinaus konnten Besuchende das vielfältige Programm der neuen event arena mit einem Heavy-Metal-Konzert und einem Mobile-Esport-Turnier oder Showformate mit Gaming-Creators genießen. Millionen Fans weltweit verfolgten auf dem Online-Content-Hub gamescom now Shows wie „gamescom: Awesome Indies“ mit zahlreichen

Indie-Games aus aller Welt genauso wie das gamescom studio oder die Livestreams von Partnern. Allein bis Samstagabend der gamescom wurden insgesamt über 130 Millionen Views gezählt, 12 Millionen davon entfielen auf die beliebte Show „gamescom: Opening Night Live“, bei der die Community sich über spannende Games-Ankündigungen und -News freuen konnte. Beim interak-

Die gamescom 2022 in Zahlen

265.000

Besuchende aus über 100 Ländern
und 25.000 Fachbesuchende

130 Mio.

Views bei den
Online-Formaten allein
bis zum Samstagabend
der gamescom

3.700

Livestreams auf 1.600
verschiedenen Kanälen

1.100+

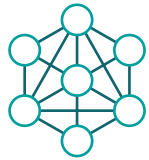
Ausstellende aus
53 Ländern auf
über 200.000 qm
Ausstellungsfläche

126.000

EPIX-Spielende und
480.000 gelöste Quests

3.500

Teilnehmende der devcom
Developer Conference 2022



Über 3.500 Teilnehmende beteiligten sich allein vor Ort an den von der devcom organisierten Formaten und Netzwerkmöglichkeiten.

tiven Online-Quest gamescom EPIX haben zudem rund 126.000 Spielende insgesamt 480.000 Quests gelöst und Belohnungen verdient. Mit dem Leitthema „Games: Das Herz der Popkultur“ machte die gamescom 2022 auf die enorme kulturelle Relevanz von Computer- und Videospiele aufmerksam. Dies spiegelte sich auch in den gamescom-Auftritten von Marken und Organisationen jenseits der Games-Branche wider, wie der Europäischen Weltraumorganisation ESA, der DKMS oder dem Automobilhersteller MINI, die sich von Games und ihren Communitys inspirieren ließen. Die Ausstellenden zeigten sich gänzlich zufrieden und über 90 Prozent würden laut Befragung anderen Unternehmen, Kolleginnen und Kollegen eine Teilnahme an der gamescom empfehlen.

Nicht zuletzt dank der freiwilligen Beteiligung von Community und Ausstellenden war noch keine gamescom zuvor so umwelt- und klimafreundlich: Mit gamescom goes green startete 2022 ein Projekt, um das weltgrößte Games-Event nachhaltiger zu gestalten. Dabei konnten Unternehmen und Besuchende mit Spenden oder einem green ticket den gamescom forest nahe Bayreuth unterstützen, der in diesem Jahr dadurch auf insgesamt 22.600 m² angewachsen ist. In Kooperation mit ClimatePartner war das Kernevent zudem komplett klimaneutral. So wurden die angefallenen Emissionen von knapp 3.000 Tonnen CO₂ durch die Unterstützung zweier zertifizierter Klimaschutzprojekte ausgeglichen.

Ein neues Rekordergebnis verzeichnete ebenfalls die devcom Developer Conference 2022 für Fachbesuchende und Entwickelnde der Games-Branche, die erstmals als vollhybride Veranstaltung durchgeführt wurde: Über 3.500 Teilnehmende beteiligten sich allein vor Ort an den von der devcom organisierten Formaten und Netzwerkmöglichkeiten. Somit konnte das bisherige Rekordjahr 2019 mit einem Teilnehmenden-Zuwachs von 10 Prozent überboten werden. Zusätzlich begleitete ein fünftägiges Live-Programm auf Twitch mit mehr als 750.000 Zuschauenden die Fachkonferenz und bot somit Inhalte für ein breiteres Publikum. Im Zuge der devcom Developer Conference

finden mehrere neue Formate statt, die auch in Zukunft fester Bestandteil des Programms bleiben und weiter ausgebaut werden sollen: das exklusive Networking Dinner am Vorabend, das FLINTA* Meetup, der Executive Summit und die große Developer Night als Abschlussveranstaltung.

Die B2B-Community der devcom, gamescom und gamescom asia konnte sich außerdem über die erfolgreich neu gestartete digitale Plattform gamescom biz austauschen, die dauerhaft für das Networking geöffnet bleibt und den Zugriff auf Online-Inhalte aller drei Veranstaltungen erlaubt.

Mit rund 800 Besuchenden vor Ort in Köln fand auch der gamescom congress statt. Parallel verfolgten über 140.000 Zuschauende das Event per Livestream, mehr als je zuvor. Rund 90 Expertinnen und Experten präsentierten in über 40 Programmpunkten die Potenziale von Games für Bildung, Kultur, Wirtschaft und Wissenschaft. So bot der Kongress mehrere Talks, Panels und Workshops sowie Networking-Möglichkeiten an.

Die gamescom stieß 2022 abermals auch auf großes politisches Interesse. Mehrere politische Ehrengäste kamen zur Politischen Eröffnung, darunter NRW-Ministerpräsident Hendrik Wüst und der Parlamentarische Staatssekretär im Bundeswirtschaftsministerium Michael Kellner. Bundeswirtschaftsminister Robert Habeck, der nicht vor Ort sein konnte, war mit einer Videobotschaft vertreten und machte darin deutlich, dass Deutschland als Games-Standort mit flankierenden und erweiterten Maßnahmen politisch unterstützt werden müsse. Ein weiteres politisches Highlight war der Talk „Debatte Royale“. Dabei sprachen die Generalsekretäre von SPD und FDP, die Bundesgeschäftsführerin von Bündnis 90/Die Grünen sowie der Digitalexperte der CDU-Bundestagsfraktion unter anderem über die Frage, welche Rahmenbedingungen die Politik schaffen muss, um die Potenziale von Games zu nutzen. Dass sich rund 170 weitere Gäste aus der Politik – so viele wie noch nie – auf der gamescom 2022 einen Überblick über die aktuellen Entwicklungen in der Games-Branche verschafften, zeigt: Die gamescom ist weiterhin eine der wichtigsten Plattformen für den Austausch zwischen Politik und Branche.



Die gamescom ist weiterhin eine der wichtigsten Plattformen für den Austausch zwischen Politik und Branche.



Mehr Informationen auf
www.gamescom.de
www.devcom.global

06

Deutscher Computerspielpreis

Der Deutsche Computerspielpreis (DCP) 2023 fand in Berlin und seit 2019 erstmals wieder vor großem Publikum mit rund 600 Gästen aus der Games-Branche, Kultur, Gesellschaft und Politik statt.

Das Moderatoren-Duo Katrin Bauerfeind und Uke Bosse führte durch die Preisverleihung im Spindler & Klatt am Spreeufer und präsentierte gemeinsam mit den Laudatorinnen und Laudatoren die Gewinnerinnen und Gewinner des Abends sowie die besten Games „made in Germany“. Hunderttausende Menschen verfolgten die unterhaltsame Gala per Livestream von zuhause aus. Die Community wurde abermals in die Live-Show eingebunden: Streamerinnen und Co-Moderatorin Ollimeee zeigte unterhaltsame Reaktionen und Kommentare der Zuschauenden während der Gala. Das Beste Deutsche Spiel 2023 wurde „Chained Echoes“. An die Gewinnerinnen und Gewinner des DCP 2023 wurde ein Preisgeld in Höhe von insgesamt 800.000 Euro ausgeschüttet.

Der Deutsche Computerspielpreis ist der wichtigste Preis für die deutsche Games-Branche und wird seit 2009 verliehen. Mit dem DCP zeichnet die Bundesrepublik Deutschland, vertreten durch das Bundesministerium für Wirtschaft und Klimaschutz, gemeinsam mit dem game – Verband der deutschen Games-Branche die besten Computer- und Videospiele aus Deutschland aus. Unterstützt werden sie dabei von der Stiftung Digitale Spielekultur. Der DCP wird gemeinsam von den Ausrichtenden kontinuierlich weiterentwickelt. Ziel ist es, die Macherinnen und Macher der Spiele sowie ihre ausgezeichneten Leistungen in den Mittelpunkt zu stellen und öffentlichkeitswirksam zu würdigen.

Verliehen wird der DCP in insgesamt 15 Kategorien, darunter eine internationale Kategorie, ein Publikumspreis für die Spielerin oder den Spieler des Jahres sowie der Sonderpreis der Jury. Die DCP-Gewinnerinnen und -Gewinner werden durch hochrangig besetzte Fach- und Hauptjürs ausgewählt, bestehend aus Games-Expertinnen und -Experten sowie Vertreterinnen und Vertretern aus Politik, Medien, Wissenschaft und Kultur. Sie bewerten die eingereichten Spiele auf Basis von Aspekten wie Qualität, Innovationsgehalt, Spielspaß sowie kulturellem und pädagogischem Anspruch. Vorsitzende der Hauptjury ist Mareike Ottrand, Professorin für Interaktive Illustration und Games an der HAW Hamburg.



Der Deutsche Computerspielpreis ist die wichtigste Auszeichnung für Games aus Deutschland.



Mehr Informationen auf www.deutscher-computerspielpreis.de

Alle Gewinnerinnen und Gewinner des Deutschen Computerspielpreises 2023

NACHWUCHSPREIS:
BESTES DEBÜT

Signalis

rose-engine /
Humble Games

SPIELERIN DES JAHRES

Pia Scholz

aka Shurjoka

BESTES FAMILIENSPIEL

**Die magische
Bretterbudenburg**

Meander Books

BESTES EXPERTENSPIEL

**Touch Type
Tale –
Strategic
Typing**

Pumpnickel Studio /
Epic Games

BESTES SERIOUS GAME

Beholder 3

Paintbucket Games /
Alawar Entertainment

BESTES MOBILES SPIEL

**Dungeons of
Dreadrock**

Christoph Minnameier

BESTES DEUTSCHES SPIEL

**Chained
Echoes**

Matthias Linda /
Deck13 Spotlight

STUDIO DES JAHRES

**Paintbucket
Games**

Berlin

BESTES AUDIODESIGN

Signalis

rose-engine /
Humble Games

BESTES INTERNATIONALES
SPIEL

**God of War
Ragnarök**

SIE Santa Monica Studio /
Sony Interactive
Entertainment

NACHWUCHSPREIS:
BESTER PROTOTYP

**Light of
Atlantis**

Alina Fasen, Luisa Höhne,
Vincent Krenzke, Simone
Mayer, Alexander Nham /
HAW Hamburg

BESTES GRAFIKDESIGN

**Abriss – build to
destroy**

Randwerk Games

BESTE INNOVATION
UND TECHNOLOGIE

**Beethoven // Opus
360**

agon e.V.

SONDERPREIS DER JURY

#FemDevsMeetup

BESTES GAMEDESIGN

Dome Keeper

Bippinbits / Raw Fury

07

Unterhaltungssoftware Selbstkontrolle



Games faszinieren Erwachsene, Jugendliche und Kinder gleichermaßen. Damit die Balance zwischen Teilhabe und Schutz vor ungeeigneten Inhalten gelingt, engagiert sich die USK seit bald 30 Jahren für den Jugendschutz im Gaming-Bereich.

Seit ihrer Gründung 1994 hat die USK mehr als 51.000 Prüfverfahren von digitalen Spielen durchgeführt.

Als freiwillige Selbstkontrolle der Games-Branche ist die USK die verantwortliche Stelle für die Prüfung von digitalen Spielen in Deutschland. Gesellschafter der gemeinnützigen GmbH ist der game – Verband der deutschen Games-Branche.

Die bekannten USK-Alterskennzeichen ab 0, 6, 12, 16 oder ab 18 Jahren, die sich auf den Spielen wiederfinden, lassen mit einem Blick erkennen, ab welchem Alter ein Spiel aus Sicht des Jugendschutzes unbedenklich ist, und liefern somit eine wichtige Orientierungshilfe für Eltern und pädagogische Fachkräfte.

Seit ihrer Gründung 1994 hat die USK mehr als 51.000 Prüfverfahren von digitalen Spielen durchgeführt. Allein 2022 wurden 1.950 Games überprüft. Darüber hinaus vergibt die USK Alterskennzeichen auch innerhalb des internationalen Systems der International Age Rating Coalition (IARC) für Apps und Games, die online erworben werden.

Über 47 Unternehmen haben sich der USK mittlerweile als Mitglieder bei USK.online angeschlossen. Als nach dem Jugendmedienschutz-Staatsvertrag (JMStV) anerkannte Einrichtung der freiwilligen Selbstkontrolle unterstützt USK.online die Mitgliedsunternehmen dabei, die gesetzlichen Bestimmungen im Rahmen ihrer Online-Angebote praktisch umzusetzen und einzuhalten. Darüber

hinaus führt USK.online Anerkennungsverfahren im Bereich des technischen Jugendmedienschutzes durch.



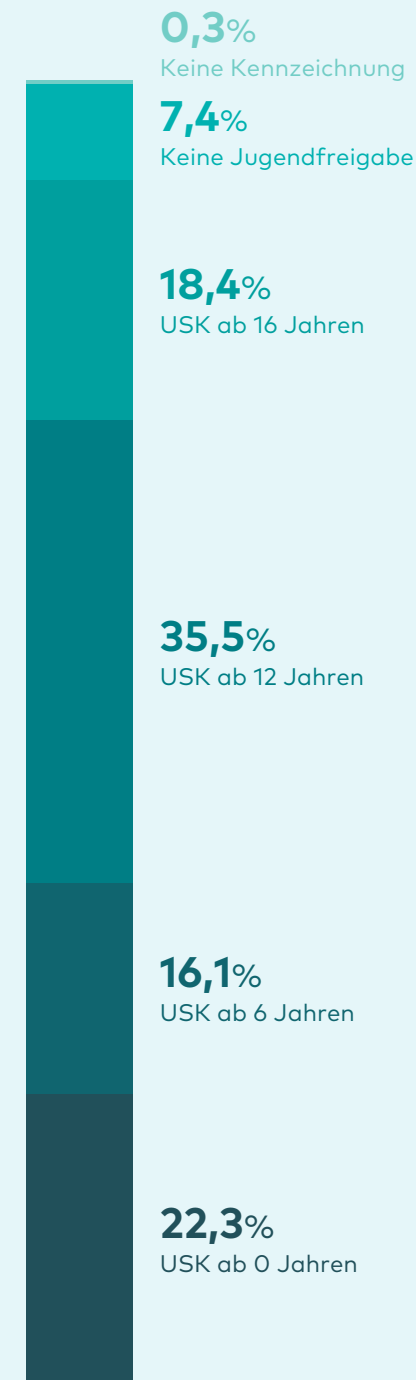
Mehr Informationen auf www.usk.de

Das im Mai 2021 in Kraft getretene neue deutsche Jugendschutzgesetz hat wesentliche Neuerungen für digitale Spiele mit sich gebracht und wirkt sich damit auch auf die USK und ihre Prüfprozesse aus. Die USK hat gemeinsam mit den für die gesetzlichen Altersfreigaben zuständigen Obersten Landesjugendbehörden (OLJB) in NRW, dem game sowie den Ständigen Vertreterinnen und Vertretern der OLJB bei der USK an konkreten Vorschlägen zur Umsetzung der neuen Bestimmungen gearbeitet. Diese beinhalten die Einführung von Zusatzhinweisen etwa auf In-Game-Käufe oder Chat-Optionen, deren Ausgestaltung auf Spiele-Verpackungen sowie die Einbindung von Nutzungsrisiken, wie Kauf- oder Kommunikationsmöglichkeiten in den Spielen, in den Prüfprozess der USK. Somit konnte die USK am 1. Januar 2023 mit der Anwendung im Prüfbetrieb starten. Im Zuge dessen hat die USK außerdem intensiv daran gearbeitet, die Spiele-Anbieter auf die Umstellungen vorzubereiten und für die Zielgruppe (Eltern, Kinder und Jugendliche sowie pädagogische Fachkräfte) alle notwendigen Informationen auf ihrer Website zur Verfügung zu stellen.

Mit ihrem umfassenden Games-Wissen setzt sich die USK für Projekte zur Förderung von Medienkompetenz ein und trägt zur Vermittlung der Grundlagen für einen sicheren Umgang mit digitalen Spielen bei. Anlässlich des internationalen Safer Internet Day 2022 (SID 22) brachte die USK beispielsweise Eltern und Erziehungsberechtigte zu einem digitalen Elternabend zusammen. Mit fast 100 Teilnehmenden ist die Online-Veranstaltung auf großes Interesse gestoßen. Zudem hat sich die USK als Partnerin der Initiative Eltern-guide.online angeschlossen, die Eltern bei der Medienerziehung ihrer Kinder unter anderem zu den Themen Games, Apps und soziale Netzwerke unterstützt.

Als offizielle Jugendschutzpartnerin beriet die USK bei der altersgerechten Umsetzung der gamescom und war mit einem eigenen Stand vertreten. Im Rahmen des gamescom congress diskutierte USK-Geschäftsführerin Elisabeth Secker mit Vertreterinnen und Vertretern aus Aufsichtsbehörde, Wissenschaft und Wirtschaft über Strategien eines modernen Jugendmedienschutzes.

Verteilung der USK-Altersfreigaben 2022



Quelle: USK 2023

Digitale Spiele verbinden Menschen, treiben Innovation und sind das Herz einer pulsierenden Popkultur. Kurzum: Games verändern die Welt. Die Stiftung Digitale Spielekultur lädt Akteurinnen und Akteure aus Politik, Wissenschaft und Zivilgesellschaft dazu ein, diese Veränderung mitzugestalten.

Sie zeigt anhand von Austauschformaten, Modellprojekten und Studien auf, wie digitale Spiele einen gesellschaftlichen Mehrwert für Bildung, Kultur und Forschung schaffen. Als Chancenbotschafterin für Games fungiert die Stiftung als Zentrum eines branchenübergreifenden Netzwerks, das sich den Potenzialen von Games „beyond entertainment“ widmet. Gegründet wurde die Stiftung 2012, sie geht auf eine gemeinsame Initiative des Deutschen Bundestages und der deutschen Games-Branche zurück. Ihre Arbeit wird durch einen hochkarätig besetzten Beirat unterstützt, dessen 14 Mitglieder unter anderem Bundesministerien, den Obersten Landesjugendbehörden, der Hochschullandschaft und der Games-Branche angehören. Gesellschafter der Stiftung ist der game – Verband der deutschen Games-Branche.

Im Themenfeld Kultur verantwortet die Stiftung als Award-Büro das Einreich- und Jury-Verfahren für zwei renommierte Preisverleihungen: den von der Bundesregierung und der deutschen Games-Branche ausgerichteten Deutschen Computerspielpreis und den gamescom award – die offizielle Auszeichnung des weltweit größten Games-Events, der gamescom. Mit der inzwischen über 42.000 Titel umfassenden Online-Datenbank der Internationalen Computerspielesammlung begleitet die Stiftung außerdem die Genese und Gründungsphase der weltweit größten Sammlung für digitale Spiele. Im Jahr 2022



Gegründet wurde die Stiftung 2012, sie geht auf eine gemeinsame Initiative des Deutschen Bundestages und der deutschen Games-Branche zurück.

wurden nicht nur die Datenbank und die Website überarbeitet, sondern auch wichtige Schritte für die Gründung eines eigenen Standorts in die Wege geleitet. Mittelfristiges Ziel ist die physische Zusammenführung der Spielarchive des Computerspielmuseums, des Zentrums für Computerspielforschung DIGAREC der Universität Potsdam, der Unterhaltungssoftware Selbstkontrolle (USK), des game und der Stiftung, um die Sammlung einer Fachöffentlichkeit zugänglich zu machen.

Im Bildungsbereich hat die Stiftung mit ihrer Initiative Stärker mit Games in den Jahren 2018 bis 2022 insgesamt über 10.000 Kindern und Jugendlichen die Teilhabe an kultureller Bildung mit digitalen Spielen ermöglicht. Das Bundesministerium für Bildung und Forschung fördert mit Stärker mit Games 2 zudem eine Weiterentwicklung der Initiative bis Ende 2027, die unter anderem den Fokus auf den ländlichen Raum legt. Das in Kooperation mit dem Talentförderzentrum des Bundes und der Länder Bildung & Begabung verantwortete Jugendförderprogramm GamesTalente wurde im vergangenen Jahr ebenfalls fortgesetzt. Gleich drei Vorhaben der Stiftung wurden zudem durch das Medienboard Berlin-Brandenburg gefördert: die Projekt-tage Games an Berliner und Brandenburger Schulen, das auf angehende Gründerinnen und Gründer aus dem Games-Bereich zugeschnittene Programm Start-up: Games-Entrepreneurs sowie die Fachkonferenz One Planet Left – Umweltbewusstsein mit Games stärken. Auf der hybriden Konferenz diskutieren Fachleute aus Wissenschaft, Zivilgesellschaft und der Games-Branche, ob und wie Games Themen wie Klimakrise und Umweltschutz aufbereiten können.

Die Initiative *Erinnern mit Games* wurde unter anderem mit punktuellen Kooperationen zum Einsatz von digitalen Spielen in der Erinnerungskultur von der Stiftung fortgeführt. Mit den Modellprojekten Auswärtsspiel (gefördert durch das Auswärtige Amt) sowie Games und Wertebildung (gefördert vom Bundesamt für Migration und Flüchtlinge) startete die Stiftung außerdem zwei Forschungsprojekte mit hochaktueller Thematik und erweiterte somit auch ihren Forschungsschwerpunkt. Während sich ersteres Projekt mit der Frage beschäftigt, wie Games ein tieferes Verständnis für die Funktionsweisen und Mechanismen außenpolitischer Praxis und Narrative vermitteln können, dreht sich letzteres um den Einsatz von Games in der Wertebildung bei jungen Erwachsenen mit und ohne Migrationserfahrung.



Im Bildungsbereich hat die Stiftung mit ihrer Initiative Stärker mit Games in den Jahren 2018 bis 2022 insgesamt über 10.000 Kindern und Jugendlichen die Teilhabe an kultureller Bildung mit digitalen Spielen ermöglicht.



Mehr Informationen auf
www.stiftung-digitale-spielekultur.de

09

Über den game-Verband der deutschen Games-Branche



Wir bereichern mit Games das Leben aller Menschen.



Gemeinsam machen wir Deutschland zum Herzen der Games-Welt.

Der game ist der Verband der deutschen Games-Branche. Seine über 444 Mitglieder bilden das gesamte Games-Ökosystem ab, von Entwicklungsstudios und Publishern bis hin zu Esport-Veranstaltern, Bildungseinrichtungen oder Institutionen.

Als Mitveranstalter der gamescom verantwortet der game das weltgrößte Event für Computer- und Videospiele, das jährlich Ende August in Köln stattfindet. Die Geschäftsstelle befindet sich in Berlin-Mitte in unmittelbarer Nähe zum Regierungsviertel und zum Deutschen Bundestag. Der game ist Gesellschafter der USK, der

Stiftung Digitale Spielekultur, der esports player foundation und der Verwertungsgesellschaft VHG sowie Träger des Deutschen Computerspielpreises. Zudem ist die devcom eine Tochtergesellschaft des game. Sie veranstaltet unter anderem die gleichnamige Entwickler-Konferenz der gamescom. Als zentraler Ansprechpartner für Medien, Politik und Gesellschaft beantwortet der game alle Fragen etwa zur Marktentwicklung, Spiele-Kultur und Medienkompetenz.



Als zentraler Ansprechpartner für Medien, Politik und Gesellschaft beantwortet der game alle Fragen etwa zur Marktentwicklung, Spiele-Kultur und Medienkompetenz.

Der game in Zahlen

444+

Mehr als 444 Mitglieder

24

Ansprechpartnerinnen und Ansprechpartner in den Regionalvertretungen

~640.000

Zuschauende bei allen Live-Streams auf Twitch seit 2021

2,7 Mio.

Social-Media-Impressions auf Twitter, LinkedIn, Instagram und Facebook im Jahr 2022

17

Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in der Geschäftsstelle im politischen Zentrum Berlins



VHG

Gesellschafter von der USK, der Stiftung Digitale Spielekultur, der esports player foundation, der devcom und der Verwertungsgesellschaft VHG

Die Mitglieder des game arbeiten in unterschiedlichen Arbeitsgruppen an den Positionen des Verbandes, beispielsweise zu Themen wie Marktforschung, Recht, Förderung, Serious Games, Fachkräfte und Ausbildung oder den Bedingungen für Indie-Entwickler. In der Vereinigung game esports sind zudem die Mitglieder engagiert, die sich aktiv mit Esport beschäftigen. Hierzu gehören vielfältige Akteure des Esport-Ökosystems wie Spiele-Entwickler, Publisher, Veranstalter oder Agenturen.

Vorstandsvorsitzender des game ist seit 2022 Lars Janssen, VP Worldwide Studios & Talent bei PLAION. Seine Stellvertreterin ist Julia Pfiffer, Co-Geschäftsführerin von astragon Entertainment. Weitere Mitglieder des Vorstands sind Johanna Janiszewski, Founder und CEO von Tiny Crocodile Studios, Christian Kluckner, Co-Founder und Managing Director von Chimera Entertainment, und Ralf Wirsing, Managing Director Europe bei Ubisoft. Als starke, geeinte Stimme der gesamten deutschen Games-Branche hat der game seit dem Zusammenschluss zudem viele Regionalvertretungen deutschlandweit bei ihrer Gründung unterstützt.

5 Jahre game!

In diesem Jahr feiert der game sein fünfjähriges Jubiläum. Seit dem Zusammenschluss der vorausgehenden Verbände GAME und BIU 2018 spricht der Verband als gemeinsame Stimme erfolgreich für die Interessen der gesamten Games-Branche.

Zahlreiche positive Entwicklungen haben diese vergangenen Jahre geprägt: vom weiteren Wachstum der game-Tochtergesellschaften und der Gründung neuer über die flächendeckende Repräsentation durch die game-Regionalvertretungen bis hin zu den vielen Meilensteinen der gamescom und des Deutschen Computerspielpreises. Auch in der Politik wurde diese vereinte Stimme auf Bundesebene gehört. Nicht zuletzt dank der Zusammenarbeit mit dem game wurde für die Branche die Games-Förderung eingeführt, ein eigenes Games-Referat eingerichtet und eine Games-Strategie beschlossen. Das alles ist eine wichtige Grundlage für die kommenden Jahre, in denen der game sich für seine Vision einsetzen wird, Deutschland zum Herzen der Games-Welt zu machen.



Mehr Informationen auf www.game.de

gamesmap.de

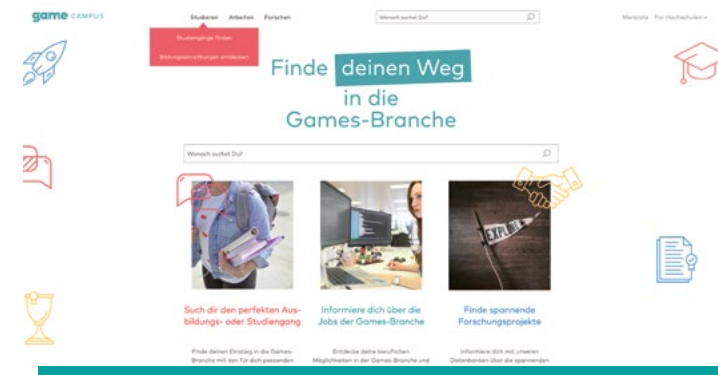
Mit gamesmap.de betreibt der game – Verband der deutschen Games-Branche das Online-Verzeichnis Branche. Auf der visuellen Landkarte finden sich etwa 1.600 Einträge, darunter mehr als 750 Entwickler und Publisher, etwa 700 Medien, technische und wirtschaftliche Dienstleister sowie rund 150 Bildungseinrichtungen und Studiengänge mit Games-Bezug.

www.gamesmap.de

gamecampus.de

Mit gamecampus betreibt der game ein Portal, das einen umfassenden Überblick über die Arbeitswelt der Spieleentwicklung vermittelt und Wege in den Wunschberuf aufzeigt. Der Bereich Studieren liefert einen Überblick über die Bildungsangebote mit Games-Bezug in Deutschland. Auf der Übersichtskarte wird gezeigt, welche Studien- und Ausbildungsmöglichkeiten an welchen Standorten existieren und auf welche Fachgebiete sich die Bildungseinrichtungen spezialisieren. Unter Arbeiten finden sich die Berufsbilder zu den Jobs der Games-Branche, Daten und Fakten zum Games-Markt, unser umfangreicher StartUP! Guide mit wertvollen Tipps zur Studio-Gründung, Informationen zur Diversity-Initiative „Hier spielt Vielfalt“ und unsere gamesmap, die interaktive Landkarte aller Unternehmen und Institutionen der deutschen Games-Branche. Der Abschnitt Forschen zeigt, welches Potenzial in Games über den Unterhaltungswert hinaus steckt, welche spannenden Forschungsprojekte es dazu gibt und welche Expertinnen und Experten sich mit den Einsatzmöglichkeiten und Potenzialen von Computer- und Videospielen befassen.

www.gamecampus.de



Diversity und „Hier spielt Vielfalt“



**HIER SPIELT
VIELFALT**
#TEAMDIVERSITY

Die Games-Branche ist zu Recht stolz darauf, wie unglaublich vielfältig ihre Games und ihre Communities sind. Weltweit spielen über 3 Milliarden Menschen Computer- und Videospiele – unabhängig von Alter, Geschlecht, Nationalität, Religion oder sexueller Orientierung. Und so vielfältig wie die Spielerinnen und Spieler sind auch die tausenden Games-Entwicklerinnen und -Entwickler weltweit.

Darum hat die deutsche Games-Branche im Dezember 2019 die Initiative Hier spielt Vielfalt gestartet, um ihr Engagement für eine offene und bunte Games-Kultur zusätzlich zu verstärken. Das gemeinsame Selbstverständnis hierzu wurde bisher von insgesamt rund 1.600 Einzelpersonen sowie Unternehmen und Organisationen unterzeichnet.

Um dem Thema Diversität darüber hinaus mehr Aufmerksamkeit zu verschaffen, hat der game den Best Practice Guide Diversity veröffentlicht. Er gibt allen Lesenden konkrete Tipps, Best-Practice-Beispiele und Hilfestellungen zum Aufbau diverser Teams oder Games-Communities. Anfang des Jahres wurde der Guide um neue Praxisbeispiele zu den Themen Diversität in der Personalentwicklung, Safe Spaces auf Events sowie geschlechtergerechte Unternehmenskultur ergänzt. Der Guide steht kostenfrei in deutscher und englischer Sprache zur Verfügung und wird fortlaufend erweitert. Darüber hinaus hat der game in den vergangenen Jahren selbst an unterschiedlichen Diskussionen, Talks und Veranstaltungen zu Themen rund um Diversität und Gleichstellung teilgenommen, hierzu etliche Sprecherinnen und Sprecher vermittelt und Erfahrungen aus der Games-Branche eingebracht.

Insgesamt setzt sich der game an vielen verschiedenen Stellen für mehr Diversität ein. So gilt beispielsweise für den Verband, alle seine Töchter und die gamescom eine Safe Space Policy.



Mehr Informationen auf
www.hier-spielt-vielfalt.de
www.game.de/diversitaet/

Umwelt- und Klimaschutz in der Games-Branche

Die Folgen der Klimakrise sind bereits heute deutlich spürbar. Allenthalben wird dafür sensibilisiert, was passiert, wenn Wirtschaft, Politik und Gesellschaft nicht zeitnah handeln – wenn der weitere Verlauf der Krise nicht eingedämmt wird.

Die Games-Branche nimmt ihre gesellschaftliche Verantwortung hier sehr ernst. Allein in Deutschland engagieren sich 76 Prozent der Spiele-Unternehmen bereits mit konkreten Projekten, um noch nachhaltiger zu wirtschaften, etwa durch Sparmaßnahmen bei Energie und Heizung oder die Nutzung von Ökostrom. Und auch weltweit haben sich immer mehr Games-Unternehmen zu weitreichenden Klimastrategien verpflichtet.

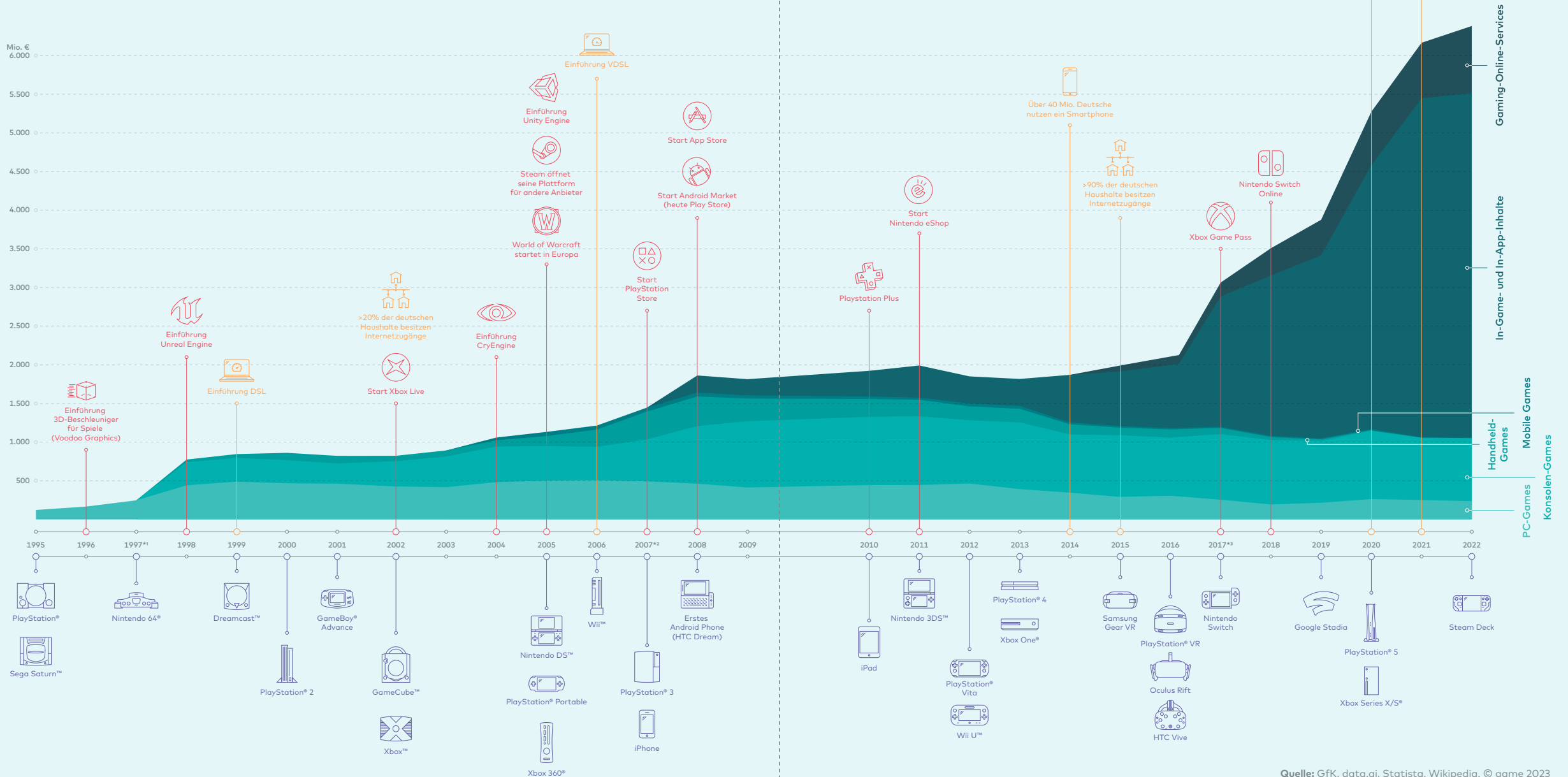
Der game leistet ebenfalls seinen Beitrag zum Klimaschutz. So sind der Verband und seine Tochtergesellschaften USK, Stiftung Digitale Spielekultur, esports player foundation, VHG und devcom vollständig klimaneutral. Seit Mitte Juni 2021 ist der game außerdem Associate Member der Playing for the Planet Alliance, einer Umweltkooperation der UN mit der Games-Branche. Im Rahmen dieser Zusammenarbeit verpflichtet er sich unter anderem dazu, seine Umweltauswirkungen jährlich zu messen, Maßnahmen zur vollständigen Klimaneutralität umzusetzen, was bereits erreicht wurde, oder seine Mitglieder und Games-Unternehmen darüber zu informieren, wie sie ihre Auswirkungen auf die Umwelt reduzieren können – etwa durch einen kostenfreien Guide zum Thema Umwelt- und Klimaschutz. Mit dem gamescom forest gibt es zudem ein Nachhaltigkeitsprojekt der gamescom, mit dem ein klimastabiler Mischwald in der Nähe von Bayreuth unter anderem mit den Spenden der Community und ausstellenden Unternehmen aufgeforstet wird. Anfang 2022 hat der game zusammen mit Mitveranstalter Koelnmesse im Rahmen der gamescom die Nachhaltigkeitsinitiative gamescom goes green ins Leben gerufen. Das neue Nachhaltigkeitskonzept macht die gamescom zum ersten Games-Event dieser Größe mit umfassendem Klimaschutzkonzept. So werden alle Emissionen des Kernevents, die noch nicht vermieden oder reduziert werden können, in Kooperation mit dem Klimaexperten ClimatePartner zu 100 Prozent kompensiert.



Mehr Informationen auf
www.game.de/game-umwelt-guide/

10

Die Entwicklung des deutschen Games-Marktes seit 1995








Quelle: GfK, data.ai, Statista, Wikipedia. © game 2023
*1 Messung Konsolen und Handhelds begann 1997.
*2 Messung Abonnements und virtuelle Güter und Zusatzinhalte begann 2007.
*3 Messung für Mobile Games umgestellt 2017.

**game – Verband der
deutschen Games-Branche e.V.**

Friedrichstraße 165
10117 Berlin

+49 30 2408779 0

info@game.de
www.game.de

 game_verband
 game.verband
 game_verband
 game_verband
 game-verband