



Die Zukunft der Games-Förderung auf Landesebene weiterentwickeln

Präambel

Die Games-Branche in NRW hat in den letzten Jahren große Fortschritte gemacht. Diese gilt es nun weiterzuführen und auszubauen. Aktivitäten, wie z.B. internationale Veranstaltungen zur Publisher- und Investorensuche, sollen (wie vor der Pandemie) wieder möglich sein und zum geschäftlichen Alltag gehören.

NRW-Förderrichtlinie

Das Zusammenspiel der Games-Förderung in Bund und Land ist ein wesentliches Element, um den Anschluss an den internationalen Wettbewerb zu gewährleisten. Die Branche schätzt das unbürokratische Antragsverfahren der NRW-Förderung und die Beratungsleistung. Eine Produktionsförderung auf Zuschussbasis wäre ein großer Wettbewerbsvorteil, auch im Vergleich zu anderen Bundesländern, die in der Förderung mit (bedingt rückzahlbaren) Darlehen operieren. Wir empfehlen, den anrechenbaren Kostenkatalog um Marketing und Publishing zu erweitern, um einen stärkeren NRW-Effekt durch hiesige Unternehmen zu erzielen.

Vernetzungsaktivitäten

Games „Made in NRW“ brauchen eine gute Sichtbarkeit und Vernetzung, hierzulande wie international. Die Kooperation zwischen dem Mediennetzwerk.NRW und games.nrw für die „Let's-Go“-Pakete erfährt eine hohe Akzeptanz innerhalb der Branche und wird in Gesprächen mit Akteuren außerhalb von NRW als Standortvorteil positiv bewertet. Wir empfehlen, diese Form der Unterstützung zu einem eigenständigen Förderinstrument (statt eines Wettbewerbs) weiterzuentwickeln, um insgesamt mehr Akteuren in NRW Zugang zu Fachveranstaltungen zu ermöglichen. Darüber hinaus werden Eventformate wie „Match Me“, „Leaders Breakfast“ oder auch der „Gametreff“ in der Branche sehr wertgeschätzt und sollten weitergeführt werden.

Standortmarketing

Um im nationalen sowie internationalen Wettbewerb mit Branchenhubs die Sichtbarkeit des Standorts NRW zu erhöhen, empfehlen wir, die Ausgestaltung einer internationalen Kampagne („NRW: Gamesland Nr. 1“). Diese muss von einer Institution gesteuert, von einer Agentur kreiert und zur Etablierung (reichweitenstark in den Kernzielgruppen) mit ausreichenden Mitteln ausgestattet werden. Ziel ist eine nachhaltige Fachkräftegewinnung und Ansiedlungsstrategie im In- und Ausland. Bestehende Leuchttürme der Branche sollen zur Hubförderung auf internationaler Ebene hervorgehoben werden.

Start-Ups

Ausbau und Weiterentwicklung der games-spezifischen Angebote, u.a. des *Mediengründerzentrums NRW*:

- Etablierung Games-spezifische Accelerator-Programme
- Begleitung von Gründerinnen und Gründer im Übergang zur Selbständigkeit durch Entrepreneurship-Beratung, Weiterbildungsangebote und Zugang zu einem starken Netzwerk an Mentorinnen und Mentoren
- Ergänzende Wettbewerbe, z.B. nach dem Vorbild des UK-Programms <https://tranzfuser.com/>. Diese Initiative legt das Hauptaugenmerk auf neue Talente und hilft, sich zu vernetzen und in einem moderierten, unterstützten Prozess neue Spiele-Marken zu entwickeln.

Fachkräfte

Der deutschen Games-Branche fehlen hoch spezialisierte Fachkräfte. In der akademischen Games-Ausbildung wurden in den letzten Jahren enorme Fortschritte erzielt, so dass immer mehr Studierende nach ihrem Abschluss ihren Weg in die Branche finden. Da jedoch seniorige Profile in Deutschland nicht in ausreichender Zahl zur Verfügung stehen, muss der Zuzug dieser Fachkräfte aus dem Ausland erleichtert werden. NRW sollte sich dafür einsetzen, dass alle am Produktionsprozess digitaler Spiele beteiligte Jobgruppen als Mangelberuf anerkannt werden. Dies ist bislang nur für die Gamesprogrammierung im Rahmen der IT-Zuordnung der Fall. Entsprechend ist eine zeitgemäße Klassifizierung sämtlicher Games-Berufe erforderlich (Gamedesign, Game-Art, Producing etc.).