

INHALT

A. Einleitung:

Von Kennzahlen und Erkenntnissen	11
-----------------------------------------------	----

B. Geschichte der deutschen Games-Industrie 15

B. Internationale Entwicklungslinien	15
---------------------------------------------------	----

1. Vor 1972	15
2. 1972 bis 1979	16
3. 1980 bis 1989	18
4. 1990 bis 1999	21
5. 2000 bis 2009	22
6. 2010 bis 2017	25

II. Die nationale Computer- und Videospieleindustrie.....29

1. Internationale Bedeutungslosigkeit auf dem Anbietermarkt	30
2. Browsergame-Boom und Free-to-play Revolution	31
3. Konsolidierung und Behauptung der Marktstellung in hyperkompetitiven Zeiten.....	33

C. Digitale Spiele als Kultur39

I. Gehören Computer- und Videospiele zur Kultur?40

1. Bedeutung und Geschichte des Kulturbegriffs	40
2. Digitale Spiele als Werke der Hoch- und der Populärkultur	42
3. Die Vielfalt an Genres, Themen und Inhalten	44
4. Die Verknüpfung mit anderen Kulturmedien	45
5. Die kulturelle Eigenlogik digitaler Spiele.....	46
6. Die Zukunft der Games-Kultur	48

II. Digitale Spiele als Kulturgüter im Rechtssystem49

1. Grundgesetz	49
2. Europäisches Beihilferecht.....	50

D. Marktbeschreibung und Verortung der

Computer- und Videospieleindustrie57

I. Marktstruktur.....57

II. Marktteilnehmer und Wertschöpfungskette61

1. Nationale Marktstruktur auf Datenbasis	62
2. Exkurs I: Wert(schöpfungs)ketten	65
3. Exkurs II: Events und eSports	72

III. Angebotsvielfalt und Mobilität79

1. Marktdifferenzierung durch Angebotsvielfalt.....	79
2. Marktdifferenzierung I: Plattformen	80
3. Marktdifferenzierung II: Spielarten.....	90
4. Marktdifferenzierung III: Geschäftsmodelle.....	95
5. Nationale Entwicklungen vor dem Hintergrund der gewählten Differenzierung	101

IV. Exkurs: Das Problem mit der amtlichen Statistik..... 105

1. Einordnung digitaler Spiele in die WZ-Klassifikation	106
2. Zuverlässigkeit der amtlichen Daten zum Bereich Publishing .	109
3. Vorschlag für eine veränderte WZ-Gruppen-Einteilung.....	110

E. Umsätze und gesamtwirtschaftliche

Bedeutung	115
I. Einführung: Handels- und Unternehmensumsätze	115
II. Vergleich der Handelsumsätze	117
1. Handelsumsätze im weltweiten Vergleich	117
2. Handelsumsätze im nationalen Vergleich	118
III. Unternehmensumsätze	119
1. Gesamtumsatz deutscher Unternehmen	119
2. Bruttowertschöpfung	120
3. Unternehmensumsatz mit und ohne ausländische Mutterunternehmen	121
4. Verteilung auf Tätigkeitsbereiche	121
5. Deutsche Spiele-Entwicklungen	122
6. Dienstleister und Zulieferer	123
7. Umsätze mit Games und mit anderen Produkten und Dienstleistungen	125
IV. Marktstruktur	128
1. Umsatzverteilung insgesamt	128
2. Umsatzverteilung mit und ohne ausländisches Mutterunternehmen	129
V. Umsatzanteile und Exportquoten	130
1. Games als internationales Produkt	130
2. Umsätze national und international	131
VI. Umsatzrendite	133
VII. Gewinnentwicklung	135

F. Beschäftigung und Ausbildung

I. Darstellung der Beschäftigungsstrukturen	139
1. Vergleich der Mitarbeiterzahlen	139
2. Struktur des Arbeitsmarktes	140
3. Befristung der Arbeitsverhältnisse	142
4. Verteilung der Unternehmen nach Beschäftigtengrößenklassen	143
5. Produktivität der Branche	144
6. Frauenanteil	144
7. Internationale Fachkräfte	146
II. Fokus: Ausbildung und Arbeitsmarkt	146
1. Die Bedeutung der Hochschulen für die Industrie – eine Einordnung	148
2. Gilt heute noch das Best Practice-Beispiel Nordamerika?	150
3. Die Perspektive der Industrie in Deutschland	151
4. Der umgekehrte Blick: Die Perspektive der Hochschulen	151

G. Investitions- und Kostenstruktur

I. Kostenarten	157
II. Refinanzierung	161
III. Investitionen und weitere Anmerkungen	166

H. Innovationen, Serious Games und Gamification	171
I. Innovationen, Spill-over- und Ausstrahlungseffekte	172
II. Technologieinnovationen, die die Branche verändern	173
III. Weitere innovatorische Potenziale	174
1. Exkurs: Data Science und Data Analytics	176
2. Serious Games.....	177
3. Sonderfall Game-based Learning	183
4. Gamification	185
I. Games-Förderung	191
I. Das „Need to know“ bei Fördersystemen	192
1. Zentrale Unterscheidungsmerkmale von Games-Fördersystemen	192
2. Varianten automatischer Fördersysteme	193
3. Förderzwecke und Nachhaltigkeit der Förderung	195
II. Die deutsche Games-Förderlandschaft	196
1. Die Games-Förderung der Bundesländer	196
2. Nicht-monetäre Games-Förderung der Länder	200
3. Games-Förderung auf Bundesebene.....	200
III. Nutzung und Bewertung der deutschen Games-Förderung durch die Unternehmen	201
1. Nutzung der Games-Förderung in Deutschland	201
2. Bewertung der Games-Förderung in Deutschland	202
IV. Games-Förderung in anderen Staaten bzw. Regionen	203
1. Frankreich	203
2. Großbritannien.....	204
3. Kanada	206
4. Sonderfall: Unternehmensförderung am Beispiel Finnlands und Polens.....	208
V. Die deutsche Games-Förderung im internationalen Vergleich und im Vergleich zur deutschen Filmförderung	210
1. Vergleich der Förderanteile selektiver Förderung in Deutschland, Frankreich und Großbritannien.....	210
2. Anteil öffentlicher Förderung an der Finanzierung im Vergleich	211
3. Vergleich der Games-Förderung mit der Filmförderung in Deutschland	212
4. Die deutsche Games-Förderung im internationalen Vergleich zusammengefasst	213
VI. Mögliche ökonomische und fiskalische Effekte von Games-Förderungen	215
1. Systematische Analyse der Effekte von Games-Förderung	215
J. Regulatorisches Umfeld	221
I. Allgemeiner Rechtsrahmen	221
II. Spezieller Rechtsrahmen für digitale Spiele in Deutschland: Jugendschutz	222
1. Europäischer Jugendschutz bei digitalen Spielen.....	222
2. Jugendschutz bei digitalen Spielen in Deutschland.....	224

K. Standortbewertung: Innerdeutscher und internationaler Vergleich	229
I. Standortfaktoren im regionalen Vergleich	229
1. Föderale Vielfalt	229
2. Zahl der Unternehmen nach Bundesländern	229
3. Elemente eines Standortvergleichs	230
4. Umsätze der Unternehmen nach Bundesländern	231
5. Alter der Unternehmen	233
6. Standortbewertung	233
II. Internationale Analyse	236
1. Internationale Einordnung	236
2. Grundlagen der internationalen Analyse	236
3. Europa	238
Nordamerika	245
Asien	248
L. Zusammenfassung, Entwicklungen und Trends	255
I. Die wichtigsten Studienergebnisse im Überblick	255
1. Die deutsche Computer- und Videospiegelindustrie – Grundgesamtheit und Marktstruktur	255
2. Allgemeine Marktbeschreibung	256
3. Umsätze	256
4. Beschäftigung	258
5. Ausbildung und Arbeitsmarkt	259
6. Investitionen und Kosten	260
7. Volkswirtschaftliche und Spill-over-Effekte	261
8. Games-Förderung	261
9. Standortvergleich	263
10. Kultur	264
II. Entwicklungsperspektiven und Trends	265
1. Stationäres Spielen von morgen	266
2. Mobiles Spielen von morgen	267
3. Die neue Wertschöpfungslogik und resultierende Marktchancen	269
4. Marktpotenziale	270
5. Games als crossmediale Kultur- und Bildungsprodukte	271
6. Big Data und Games	272
7. Schlussgedanke	273
M. Durchführung und Methodik	277
I. Erhebung	277
1. Untersuchungsziel	277
2. Grundgesamtheit	277
3. Erhebungseinheiten	277
4. Grundgesamtheit	278
5. Erhebungsmethoden	278
6. Ausschöpfungsquote der quantitativen Erhebung	278
II. Auswertung	279
1. Repräsentativität und nach Größenklassen geschichtete Hochrechnung	279
2. Korrekturfaktoren	279
3. Auswertungsklassifikation	280
4. Strukturelle Komplexität der Tätigkeitsbereichszuordnung	280
III. Schlussbemerkungen und Ausblick zur Methodik	281

N. Verzeichnisse	285
I. Literaturverzeichnis	285
1. Monografien, Studien, Berichte	285
2. Zeitungs- und Zeitschriftenartikel; Online-Quellen	298
3. Verordnungen und Mitteilungen	306
4. Auflösung der Weblinks	307
II. Abbildungsverzeichnis	308
III. Tabellenverzeichnis	314
O. Anhang	315
I. Fragebogen	316
II. Interviewleitfaden zur qualitativen Erhebung	325
Die Autoren	328