

26.11.2020

**Grußwort von BLM-Präsident Siegfried Schneider zur BLM-Online-Veranstaltung
„Geld im Spiel? Monetarisierung von Computerspielen“ am 26. November 2020**

- ES GILT DAS GESPROCHENE WORT! -

Meine sehr geehrten Damen und Herren,

ganz herzlich willkommen zur Online-Veranstaltung der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien! Über das große Interesse an unserem heutigen Thema: „Geld im Spiel? Monetarisierung von Computerspielen“ freue ich mich sehr.

Besonders begrüßen möchte ich:

- Aus dem BLM-Medienrat: **Frau Geiger**, die stellvertretende Vorsitzende des Medienrats, und Medienrat **Herrn Hansel**,
- Direktor*innen anderer LMAs: **Herrn Fasco** (TLM) und **Frau Holsten** (brema),
- Aus der KJM: **Frau Müller** (FWU)
- Für die Games-Branche bundesweit:
USK Geschäftsführerin **Frau Secker** und
Herrn Puppe vom game-Verband (Leiter Presse- und Öffentlichkeitsarbeit),
- Für die Games-Förderung in Bayern:
Herrn Krämer von Games Bavaria Munich,
Frau Dr. Haberlander, Games-Förderreferentin FFF Bayern, und
Frau Fischer, Projektmanagerin Werk 1 / Games Bavaria Munich.

Schön, dass Sie alle heute dabei sind!

Meine Damen und Herren,

die Games-Branche boomt in der Krise. Verständlich. Wenn die Menschen mehr daheim sind, hat steigt ihr Medienkonsum. Nicht nur das Bedürfnis nach Information wird größer, auch das Bedürfnis nach Unterhaltung steigt.

So konnte game, der Verband der deutschen Games-Branche, im August nicht nur Rekord-Besuchszahlen auf vielen Spiele-Plattformen vermelden. Auch der Umsatz wuchs im ersten Halbjahr 2020 kräftig – um 27 Prozent auf 3,7 Milliarden Euro. Besonders stark ist

dabei der Umsatz mit In-Game-Käufen gewachsen: Wurden im ersten Halbjahr vergangenen Jahres noch rund 1,1 Milliarden Euro umgesetzt, so waren es in den ersten sechs Monaten dieses Jahres bereits fast 1,5 Milliarden Euro – ein Plus von 35 Prozent. Das ist ein gewaltiger Markt und es geht um viel Geld.

Die Menschen spielen also nicht nur mehr und länger in diesen Zeiten. Sie zahlen auch mehr dafür. Lootboxen, Pay-to-Win oder Skin Trading – diese Begriffe stehen für Erlösformen bei digitalen Spielen.

Viele dieser Monetarisierungs-Modelle sind seit geraumer Zeit Thema in den Medien. Aber nicht nur dort werden sie von unterschiedlichen Interessensgruppen kontrovers diskutiert. Gerade Kinder und Jugendliche, aber auch Eltern sehen sich durch ökonomische Mechanismen bei der Mediennutzung vor ganz neue Herausforderungen gestellt.

Um die Trends im Gaming-Bereich zu analysieren und einzuordnen, hat die BLM Prof. Jochen Koubek von der Universität Bayreuth mit einer Untersuchung beauftragt. Die Vorstellung seiner Expertise, für die er interdisziplinär vor allem Fachleute aus der Branche befragt hat, steht im heute Mittelpunkt.

Ziel ist es, den vielfältigen Geschäftsmodellen auf den Grund zu gehen. Dabei legt Prof. Koubek ein besonderes Augenmerk auf die Zusammenhänge von Gaming und glücksspielähnlichen Elementen. Aber nicht nur die Geschäftsmodelle werden eingehend betrachtet, die Nutzerseite wird ebenfalls einbezogen. Die Analyse beschäftigt sich u.a. auch damit, wie Spielerinnen und Spieler mit Kaufanreizen umgehen und stellt Überlegungen zu möglichen Auswirkungen auf das Handeln im Spiel an, vor allem in Bezug auf junge Menschen.

Weil Herausforderungen von digitalen Spielen heute im Fokus stehen, will ich betonen: Spielen macht Spaß. Spielen bringt Ablenkung. Spielen ist für die Entwicklung von Kindern und Jugendlichen unglaublich wichtig. Und: Natürlich wird in der digitalen Welt häufig am Handy, am PC oder an der Spielkonsole gespielt. Nicht wenige Jugendliche halten während der Pandemie durch Online-Spiele den so wichtigen Kontakt zum Freundeskreis.

Die Landeszentrale setzt sich mit Games gerade auch deshalb so intensiv auseinander, weil wir die Branche als Innovationsmotor und starken Wirtschaftsfaktor schätzen.

Bereits 2009 habe ich in Bayern – damals noch als Medienminister – die Gamesförderung

auf den Weg gebracht. Seitdem ist viel passiert: Die Gamesförderung im Freistaat ist erheblich gewachsen. Es gibt mehr Geld, mehr Anträge, mehr Projekte, mehr Einreichtermine und höhere Fördersummen.

Dem FFF stehen 2020 etwa 2,1 Millionen Euro für die Gamesförderung zur Verfügung. Insgesamt konnten seit Inkrafttreten der Förderrichtlinie für Games im Freistaat etwa zwölf Millionen Euro in die Entwicklung von Games investiert werden. Viele Startups haben so die Chance erhalten, ihr erstes Spiel abzuliefern und sich eine Visitenkarte für den großen, nationalen und internationalen Gamesmarkt verschafft.

Doch die Bayerische Staatsregierung hat nicht nur die Summen erhöht. Sie kämpfte in Brüssel erfolgreich um die Anerkennung von Games als Kulturgut. Erst damit wird die Förderung ohne De-minimis-Regelung möglich.

Für den Erfolg in Brüssel und das Wachstum der Branche am Standort Bayern sind neben dem Digitalministerium und dem FFF auch das Werk1 und das Mediennetzwerk Bayern verantwortlich. Gemeinsam mit der Gamesbranche arbeiten alle unter der Dachmarke Games/Bavaria zusammen. Diese Vernetzung der Akteure ist das Geheimnis des Erfolgs der bayerischen Games-Förderung, deren Ansatz es ist, kulturell und pädagogisch wertvolle Spiele zu fördern.

Der Freistaat hat mit diesem Vorgehen bundesweit eine Vorbildfunktion übernommen. Frau Weigand, unsere Bereichsleiterin Medienkompetenz und Jugendschutz, die für die BLM als Mitglied im Vergabeausschuss GAMES des FFF Bayern sitzt, kann das bestimmt bestätigen.

Damit bin ich bei unseren Aktivitäten im Bereich Games, die naturgemäß vor allem die Medienpädagogik und – im Rahmen der Aufsicht über Online-Spiele – den Jugendmedienschutz betreffen. Ein kurzer Überblick:

Neben der erwähnten Mitgliedschaft im Vergabeausschuss GAMES des FFF hat die BLM von 2009 bis 2014 die Jurysitzungen des Deutschen Computerspielpreises vorbereitet, dessen Jury ich ab Oktober 2011 vorsaß.

In den letzten Jahren hat die BLM außerdem medienpädagogische Forschung im Bereich Games in Auftrag gegeben – etwa zu moralischen Entscheidungen in Computerspielen oder jetzt eben zu Monetarisierungs-Modellen in Games.

Darüber hinaus gibt es Projekte und Materialien der Stiftung Medienpädagogik Bayern der BLM im Bereich Games, zum Beispiel die Unterrichtseinheiten zu Computerspielen des Medienführerscheins Bayern für die 3./4. und 8./9. Klassen.

Nicht zuletzt hat die BLM die Federführung der Arbeitsgruppe Games der Kommission für Jugendmedienschutz. Hier setzt sie sich regelmäßig mit aktuellen Fragestellungen und Problemlagen des Jugendschutzes bei Online-Spielen auseinander.

Damit bin ich wieder bei unserem heutigen Thema, der Präsentation einer Expertise zur Monetarisierung von Games.

Klar ist: Die Unerfahrenheit von Heranwachsenden darf nicht durch Kaufappelle oder Werbung in Games ausgenutzt werden!

Zu den inhaltlich problematischen Aspekten von Games, die in der Vergangenheit oft im Mittelpunkt der Debatte standen, kommen heute neue Risiken – durch ökonomische Rahmenbedingungen, aber auch durch Interaktionsmöglichkeiten und Anreize zu exzessivem Spielverhalten.

Der gesetzliche Jugendmedienschutz beschäftigt sich aktuell mit diesen Problemfeldern. Und das ist gut so: Der Jugendmedienschutz-Staatsvertrag sollte künftig auch Rücksicht auf diese neuen Risiken von Online-Spielen nehmen. Damit das Spielvergnügen kein Spielverderben wird!

Meine Damen und Herren – wir wollen mit der Vorstellung unserer Studie einen Beitrag zum derzeit intensiv geführten Diskurs im Gaming-Bereich zu leisten.

Mir bleibt, uns allen eine aufschlussreiche Veranstaltung zu wünschen. Hinweisen darf ich Sie noch darauf, dass die Expertise von Herrn Prof. Koubek im Rahmen der BLM-Schriftenreihe bei Nomos erscheint und in Kürze zu haben ist.

Mein Dank gilt der MEDIA SCHOOL BAYERN, die die Veranstaltung streamt und für technischen Support sorgt.

Ihnen allen nochmals herzlich willkommen!