

Serie: Spieleförderung in Deutschland (Teil 2)

Mediencluster NRW: Wachstum und Innovation

Düsseldorf/Köln (sf) – Nachdem in der letzten Ausgabe die bayerische Spieleförderung unter die Lupe genommen wurde, beschäftigt sich GamesMarkt diesmal mit den Angeboten des Mediencluster NRW, das – wie seine 15 Landescluster-Kollegen – Nordrhein-Westfalen zum Innovationsland Nummer eins machen soll. Nicht zuletzt durch Förderung eines äußerst zukunfts-trächtigen Mediensegments: der Gamesindustrie.

Wie wichtig den Verantwortlichen des Medienclusters beziehungsweise der nordrhein-westfälischen Staatskanzlei eine vitale und wegweisende Spieleindustrie im eigenen Bundesland ist, belegten bereits die Ergebnisse des ersten Medien.NRW-Wettbewerbs: Anfang 2009 wurden zwölf von 72 Projekten zur Förderung vorgeschlagen, die Hälfte davon hatte Spielbezug. Vor wenigen Tagen verkündete man nun die Entscheidungen des zweiten Medien.NRW-Wettbewerbs. Von 49 Beiträgen hat die – mit Medienexperten wie Dr. Udo Becker (GF Zeitungsverlegerverband NRW), Friederike Behrends (GF WDR Mediagroup Digital), Mobile-Media-Professor Dr. Stephan Böhm (Hochschule RheinMain) und Kai Röffen (Managing Director bei TBWA Düsseldorf) hochkarätig besetzte – Jury 16 Projekte beziehungsweise Konzepte als förderwürdig erachtet. Zwar befassen sich diesmal nur drei davon mit dem Thema Games – das aber äußerst ambitioniert: Neben der Entwicklung eines Spiels („Musik Tycoon“ von Head Up Games) han-

delt es sich bei den siegreichen Beiträgen um den Aufbau eines international tätigen Mobile-Games-Unternehmens (WMG – We Mobilize Games! durch die UP Web Game GmbH) sowie um die Entwicklung einer Middleware für Spiele und Apps in

NRW GmbH) ankommt: Hier wird Innovation und Fortschritt gefördert; NRW soll als Standort moderner Medien weiter wachsen und die digitale Zukunft der Medien entscheidend mitgestalten.

Die Grundvoraussetzungen für die Förderung eines Gamesprojekts sind damit: Wirtschaftliches Potenzial (nicht zuletzt durch das Schaffen neuer Geschäftsmodelle), die Entwicklung innovativer Technologien oder ideenreicher Produkte (am besten vernetzt mit anderen Mediengattungen) und natürlich der regionale Faktor;

die Investitionen sollen dem Bundesland und seiner Bevölkerung zugute kommen. Finanziert werden das Cluster und die Fördergelder nämlich im Rahmen des NRW-Ziel-2-Programms, in dem von 2007 bis 2013 EU-Strukturfondsmittel in Höhe von 1,3 Milliarden Euro (plus weiterer 1,2 Milliarden von Landesregierung und privaten Geldgebern) zur Stärkung der „regionalen Wettbewerbsfähigkeit und Beschäftigung“ an Wirtschaft, Wissenschaft und Kommunen verteilt werden. Als Ergebnis des ersten Me-



den Bereichen Location Based/Augmented Reality (SPIELBAR von Nurogames).

Was wird gefördert?

An den drei Siegern aus dem Gamessegment lässt sich gut ablesen, worauf es der politisch unabhängigen Jury beziehungsweise den Verantwortlichen für den Zuschnitt der Wettbewerbsaufrufe (also der Landesregierung und den Managern der Mediencluster

Förderentscheidungen 2. Wettbewerb Medien.NRW

Projekt	Gegenstand	Projektkoordinator
Musik Tycoon	Konzeption, Entwicklung, Design und Publishing eines Musikfestivalmanagers mit Anbindung an die reale Welt	Head Up Games GmbH & Co. KG, Düren
SPIELBAR: Solution Platform for Integrated Entertainment: Location Bases/Augmented Reality	Entwicklung einer lizenzier- und skalierbaren Plattform/Middleware für Spiele und Apps im Bereich Location Based und Augmented Reality für Smartphones	Nurogames GmbH, Köln
WMG – We Mobilize Games!	Aufbau eines international tätigen Unternehmens, das neue Spielkonzepte entwickelt sowie bewährte Internetspielkonzepte adaptiert und in neue Konzepte für mobile Endgeräte portiert	UP Web Game GmbH, Köln

Nachgefragt bei Dr. Holger Sprengel

„Die Formblätter kosten Nerven“

Der Mitgründer und Managing Director von Nurogames, einer der Gewinner des 2. Medien.NRW-Wettbewerbs, im Gespräch mit GM.

Wie aufwendig war die Teilnahme am Medien.NRW-Wettbewerb für Sie? Was hat am meisten Zeit und Nerven gekostet?

Die Beantragung ist aufwendig. Natürlich ist der Aufwand abhängig vom Status des Projekts, das man einreichen möchte. Ist es konzeptionell schon in einem fortgeschrittenen Stadium, so hält sich der Aufwand in Grenzen. Aber man sollte einen Businessplan und

eine genau Planung vorweisen, was sicherlich von der Jury des Wettbewerbs auch erwartet wird. Die Abstimmung mit Verbundpartnern ist auch aufwendig, und die Kalkulation ist mit diesen abzustimmen. Am längsten haben die Erstellung der Projektkalkulation und die des Geschäftsplans gedauert. Nerven kosten sicherlich auch die Formblätter des Wettbewerbs, die die Anzahl der Wörter pro Inhaltsabschnitt begrenzen, was bei komplexen Projekten dazu führt, dass man nicht sehr detailliert beschreiben kann.

Haben Sie bereits für andere Projekte Fördermittel erhalten?

Wir haben eine europäische Entwicklungsförderung für ein MMO-Browsergame erhalten. Aus dem Programm MEDIA, in dem die Entwicklung interaktiver Projekte bis zu einer Summe von 100.000 Euro gefördert wird.

Nutzen Sie auch andere Maßnahmen des Medienclusters NRW? Wie zufrieden sind Sie mit dessen Arbeit und Angebot?

Mit der Neuausrichtung des Medienclusters NRW und der Berufung eines Geschäftsführers aus der Branche mit großen Netzwerk und Know-how der Medienbranche ist erkennbar sehr viel mehr Dynamik dazugekommen. So wurde Nurogames durch Herrn Ziegler direkt mit potenziellen Partnern aus NRW vernetzt. Auch die Webseite bietet nun exzellente, aktuelle Informationen aus der Branche, auch von lokaler Bedeutung. Dort finden sich auch Informationen zu weiteren Fördermöglichkeiten und sonstigen Unter-

stützungen der Medienbranche. Der Newsletter ist sehr empfehlenswert.

Glauben Sie, dass im Bereich der Spieleförderung in NRW beziehungsweise Deutschland genug getan wird?

Nein, es wird nicht genug getan. Gerade im Vergleich mit anderen Ländern. Was sicherlich fehlt, ist eine Entwicklungsförderung für Projekte. Solche Projekte, die Publishern oder Distributoren angeboten werden können, oder solche, die eine eigene Entwicklung darstellen, und für die dann eine Finanzierung benötigt wird. Eine Entwicklung aus dem eigenen Cashflow zu finanzieren, ist für kleine Firmen fast unmöglich, daher wäre dieses Instrument sehr wichtig. Zumal die europäische MEDIA-Förderung das „Development-Funding“ nun sehr eingeschränkt hat, da es verknüpft wird mit bestehenden, bereits vermarkteten audiovisuellen Produktionen wie Animations-TV-Serien, Spielfilmen oder Dokus. In manchen Bundesländern wie Hamburg, Berlin und Niedersachsen gibt es eine Entwicklungsförderung bis 100.000 Euro, in NRW fehlt dies komplett.

Was ist Ihr wichtigster Tipp an Kollegen, die sich um eine Förderung bemühen wollen?

Ein enger Kontakt zum Projektträger, der NRW.Bank, wo jederzeit alle Fragen beantwortet und der Antrag in die richtige Richtung gelenkt wird, sowie zum Mediencluster NRW. Und außerdem ein ausreichender Vorlauf, damit man genug Zeit hat, einen ordentlichen Antrag zu verfassen.



dien.NRW-Wettbewerbs wurden acht Millionen Euro davon in unterschiedlichste Medienprojekte investiert; die frischgebackenen Sieger des zweiten Wettbewerbs freuen sich über insgesamt sieben Millionen Euro.

Um welche Summen geht es?

Im Unterschied zur bayerischen Spieleförderung, die Fördergelder in Form bedingt rückzahlbarer Darlehen gewährt, müssen die Gewinner der Medien.NRW-Wettbewerbe die erhaltenen Mittel nicht zurücküberweisen. Allerdings ist an die Förderung auch

eine entscheidende Bedingung geknüpft: Es muss mindestens dieselbe Summe an Eigenmitteln für ein Projekt aufgebracht werden. Wessen betriebswirtschaftliche Verhältnisse diese Investitionen nicht zulassen, der erhält auch keine Mittel – selbst wenn er als Gewinner aus dem Wettbewerb hervorgegangen ist. Die Jury empfiehlt also nur, den Zuwendungsbescheid erhalten die Unternehmen erst, wenn alle Prüfkriterien und Formalien erfüllt sind. Die Höhe der bewilligten Summe ergibt sich aus dem Antrag beziehungsweise der Juryempfehlung und ist nicht gedeckelt – zumindest bei der Projektförderung: Sie kann bei entsprechendem Potenzial auch eine Million Euro oder mehr betra-

gen. Nur bei der finanziellen Unterstützung von Konzepten gibt es ein Maximum von 50.000 Euro.

Die Förderrichtlinien und auch der Bewerbungsbogen für die Wettbewerbe sind übrigens



Nordrhein-Westfalens Noch-Minister für Bundesangelegenheiten, Europa & Medien und GF Marc Ziegler auf der Pressekonferenz zur Eröffnung des Mediencluster NRW

Mediencluster NRW im Überblick

Förderer:

Landesregierung Nordrhein-Westfalen

Anlaufstelle:

Mediencluster NRW GmbH

Ansprechpartner:

Marc Ziegler
(marc.ziegler@medien.nrw.de)

Fördergegenstand:

Konzepte, Projekte

Maximale Fördersumme:

nicht gedeckelt

Gesamtförderung pro Jahr:

nicht gedeckelt

Nächste Einreichfrist:

4. Quartal 2010

(zusätzliche Fördermöglichkeiten können erfragt werden)

Weitere Infos:

www.medien.nrw.de

allgemeiner Natur – Spiel werden, wie auch andere innovative Industrien in NRW, nach der sogenannten FIT-Richtlinie (Gewährung von Zuwendungen für Forschung, Innovation und Technologie) gefördert, gesonderte Vorgaben oder Regelwerke gibt es nicht. „Games sind essentieller Bestandteil der Medienförderung in NRW“, wie es Cluster-Geschäftsführer Marc Ziegler ausdrückt.

Wer kann weiterhelfen?

Das Mediencluster NRW ist ein Teil der sogenannten Exzellenz-Initiative der Landesregierung Nordrhein-Westfalen und eine hundertprozentige Tochter der NRW.Bank. Hier werden aber nicht nur Schwerpunktthemen für die Förderwettbewerbe erarbeitet (von denen der nächste im vierten Quartal 2010 startet). Da es für Spiele- und Medienschaffende neben dem Wettbewerb

noch mehr Möglichkeiten gibt, an Finanzmittel und Geldgeber zu kommen, wollen das Cluster und seine Mitarbeiter auch für Transparenz im Förderdschungel sorgen und Medienunternehmen aller Segmente durch die Förderprogramme von Land, Bund und Europäischer Union lotsen.

Außer über den persönlichen Kontakt soll dafür ab Mitte dieses Jahres ein „Förderkompass“ sorgen – eine Art Suchmaschine für Förderprodukte und Förderprogramme, die zum jeweiligen Anliegen passen. Erreicht werden Cluster und Kompass über die Internetseite <http://medien.nrw.de>. Und weil die Finanzierung eines Projekts nicht alles ist, erfüllt das Cluster auch noch eine Reihe anderer Aufgaben: Vor allem die Vernetzung innerhalb der Branche durch Workshops, Round Tables und Konferenzen sowie das nationale und internationale Standortmarketing hat sich der nordrhein-westfälische Medien-(und Games-)motor auf die Fahnen geschrieben.

Nachgefragt bei Marc Ziegler

„Optimale Ausgangsposition für rasches Wachstum“

Der Geschäftsführer der Mediencluster NRW GmbH im Gespräch mit *GamesMarkt*.

Weshalb muss in NRW die Spieleindustrie gefördert werden?

Die Gamesbranche gehört zweifelsohne zu den Mediensegmenten mit dem größten Wachstumspotenzial. Noch ist der Marktanteil in Deutschland produzierter Spieletitel verhältnismäßig gering. Gerade im wachstumsstärksten Segment der Online- und Mobile-Spiele sind die Claims aber bis dato nicht verteilt. Dieses Momentum möchten wir in NRW nutzen, um insbesondere jungen Spieleentwicklern und -publishern, die häufig über eine geringe Kapitalausstattung verfügen, eine optimale Ausgangsposition für rasches Wachstum zu verschaffen. Zweiter wichtiger Grund für die Spieleförderung in NRW ist die Querschnittsfunktion, die die Gamesbranche in Bezug auf andere Mediensegmente hat. Die Verknüpfung innovativer Technologien (z. B. 3D Augmented Reality) mit Design, Storytelling und interaktiven Komponenten bietet diverse Andockpunkte für andere Mediensegmente. Die Spielebranche ist ein Innovationstreiber.

Welche Maßnahmen zur Unterstützung haben Sie noch in petto?

Als zentrale Standortagentur des Landes gehört die branchenübergreifende Vernetzung

der Medienakteure untereinander sowie zu Kapitalgebern und Forschungseinrichtungen zu unseren Hauptaufgaben. Diese Vernetzung findet im direkten Dialog oder über unsere Veranstaltungen statt. Wir werden zum Beispiel im Sommer den Round Table „Gaming meets Film“ veranstalten, bei dem wir neue Wertschöpfungspotenziale zwischen diesen beiden Branchen ausloten wollen.

Welchen Stellenwert hat die Spieleindustrie in der nordrhein-westfälischen Medienlandschaft?

NRW zählt heute schon zu den größten Gamesstandorten in Europa. Neben den Dependancen von EA und Ubisoft ist NRW auch die Heimat zahlreicher renommierter, innovativer Entwickler. Mit der gamescom und der vorangeschalteten Games Developer Conference findet seit 2009 jährlich die europäische Leitveranstaltung der Spielebranche in Köln statt. Auch die zentralen Gaming-Awards LARA und der Deutsche Entwicklerpreis werden regelmäßig in NRW verliehen. Kurzum: Die Spielebranche ist essentieller Bestandteil der Medienlandschaft in NRW.

Was sind für Sie die wichtigsten Eigenschaften eines förderwürdigen Gamesprojekts?

Sofern von vorgelegten Spielkonzepten keine gewaltverherrlichenden Impulse ausgehen, sind das wirtschaftliche Potenzial und

die innovative Strahlkraft von Gaming-Vorhaben die zwei wichtigsten Merkmale bei der Einstufung „förderwürdig“. Die „pädagogische Qualität“ eines Spiels ist in NRW nicht der alleinige Gradmesser für Förderwürdigkeit.



Ihr wichtigster Tipp an Spieleentwickler, die an einer Förderung interessiert sind?

Bevor sich Spieleentwickler ernsthaft mit einer öffentlichen Förderung auseinandersetzen, sollten sie ihre kreativen Ideen in ein belastbares Geschäftskonzept überführt haben. In einigen Vorgesprächen, die wir mit Entwicklern geführt haben, blieben wirtschaftlich relevante Fragen nach Zielgruppen, Wettbewerbern, Marktvolumina und USP offen. Das sollte bei einer tatsächlichen Einreichung von Förderanträgen nicht passieren.