

## **Antrag**

**der Abg. Raimund Haser u. a. CDU**

**und**

## **Stellungnahme**

**des Ministeriums für Wissenschaft, Forschung und Kunst**

### **Games-Standort Baden-Württemberg**

Antrag

Der Landtag wolle beschließen,  
die Landesregierung zu ersuchen  
zu berichten,

1. wie viele Unternehmen der Games-Branche ihren Sitz in Baden-Württemberg haben, ggf. mit welchen regionalen Schwerpunkten;
2. welche Schlüsse sie aus den im Dezember 2017 veröffentlichten Ergebnissen der Studie „Computer- und Videospieldustrie in Deutschland“ der Hamburg Media School für die Entwicklung passgenauer wirtschaftspolitischer Maßnahmen für das Land Baden-Württemberg zieht;
3. welches wirtschaftliche Potenzial der Games-Branche in Baden-Württemberg im bundes- und europaweiten Vergleich zukommt;
4. in welcher Weise sie bzw. die MFG Medien- und Filmgesellschaft Baden-Württemberg mbH die Kreativbranche dabei unterstützt, Games aus Baden-Württemberg über das Land hinaus zu bewerben und zu vermarkten;
5. inwieweit sie eine Förderung digitaler Spiele mittels Medialeistungen ähnlich wie durch die FilmFernsehFonds Bayern GmbH (FFF Bayern) für zweckmäßig erachtet;
6. wie viele Studenten an Hochschulen in Baden-Württemberg in den letzten fünf Jahren in Studiengängen, die Kompetenzen in Game Design, Digital Art, Game Development, Game Programming und/oder Game Production vermitteln, immatrikuliert waren und diese abgeschlossen haben;
7. welche Bedarfe nach zusätzlichen Studienplätzen oder nach zertifizierten Berufsabschlüssen im Games-Bereich bestehen;

8. welche Schwerpunkte und langfristigen Ziele die Gamesförderung in Baden-Württemberg hat;
9. aus welchen Haushaltstiteln in welcher Höhe sich die Gamesförderung speist und an welche Institutionen sie vergeben wird;
10. wie sichergestellt werden kann, dass Unternehmen der Games-Branche in Baden-Württemberg von der erstmals im Bundeshaushalt 2019 verankerten Förderung auf Bundesebene durch den „Deutschen Games-Fonds“ in Höhe von 50 Millionen Euro profitieren können;
11. wie sich die Zusammenarbeit zwischen der MFG Medien- und Filmgesellschaft Baden-Württemberg mbH und dem im Jahr 2018 neu gegründeten Branchenverband „game Baden-Württemberg“ gestaltet;
12. wie sie die Bildung eines echten – virtuellen wie räumlich beheimateten – „Medienhauses BW“ bewertet, in dem sich Kreative und Vermarkter, Absolventen und Arbeitgeber, Künstler, Musiker und Filmemacher, Gamer, IT- und Animationsspezialisten usw. begegnen können;
13. inwieweit bestehende Kulturkonzeptionen des Landes inklusive geltender Förderstrukturen mit welchem Zeithorizont evaluiert werden;
14. ob und inwieweit sie Bedarf an regulatorischen Maßnahmen im Bereich des Jugendmedienschutzes, insbesondere bei der Verpflichtung zur Kennzeichnung nach dem Jugendschutzgesetz, erkennt;
15. inwiefern Games in Baden-Württemberg im Bildungsbereich Anwendung finden und welche Chancen die Landesregierung im Einsatz von Games im Unterricht sieht.

24.01.2019

Haser, Gentges, Blenke, von Eyb,  
Dr. Scheffold, Stächele CDU

### Begründung

Die Software-/Games-Industrie macht nach einer Studie zur Kultur- und Kreativwirtschaft in Baden-Württemberg mit einem Umsatz von 9,8 Mrd. Euro bzw. 37,3 Prozent des Umsatzes im Jahr 2017 den umsatzstärksten Teilbereich aus. Vor diesem Hintergrund zeigt sich, dass Medienpolitik zu einem großen Teil auch Wirtschaftspolitik ist. Die Kreativwirtschaft, zu der neben klassischen Print- und Onlinemedien, Agenturen, Designern, Fotografen und Künstlern auch die Musikwirtschaft, die Filmwirtschaft, die Animationsbranche oder eben die Games-Branche gehören, wird bereits an vielen Stellen auf unterschiedlichste Arten gefördert. Dies ist ausdrücklich zu begrüßen und – wo möglich – auszubauen.

Mit dem vorliegenden Antrag soll eruiert werden, wie die Interessenvertretung der Kreativwirtschaft in staatlichen und öffentlich-rechtlichen Strukturen gestärkt sowie – ganz allgemein – die Kreativbranche unter Evaluierung der bisherigen Förderstrukturen um eine starke wirtschaftspolitische Komponente ergänzt werden kann.

### Stellungnahme\*)

Mit Schreiben vom 5. März 2019 Nr. 54-7930.36/71/1 nimmt das Ministerium für Wissenschaft, Forschung und Kunst in Abstimmung mit dem Staatsministerium, dem Ministerium für Finanzen, dem Ministerium für Kultus, Jugend und Sport sowie dem Ministerium für Wirtschaft, Arbeit und Wohnungsbau zu dem Antrag wie folgt Stellung:

*Wir fragen die Landesregierung:*

*1. wie viele Unternehmen der Games-Branche ihren Sitz in Baden-Württemberg haben, ggf. mit welchen regionalen Schwerpunkten;*

Nach von der Medien- und Filmgesellschaft des Landes (MFG) Anfang 2019 erhobenen Zahlen sind in Baden-Württemberg aktuell 107 Unternehmen der Games-Branche ansässig. Die Unternehmen sind auf das ganze Land verteilt und finden sich sowohl in den größeren als auch kleineren Städten. Regionale Schwerpunkte bestehen in Karlsruhe und Stuttgart/Ludwigsburg. Während an den übrigen Standorten in aller Regel jeweils nur ein oder zwei Games-Unternehmen ansässig sind, ist die Zahl der Unternehmen in Karlsruhe bzw. Stuttgart/Ludwigsburg zweistellig.

Der game Verband Baden-Württemberg zählt 63 Mitgliedsunternehmen (Entwickler & Publisher) mit insgesamt 824 Beschäftigten. Unter Einbeziehung aller Marktakteure (Bildungseinrichtungen, Dienstleister, Institutionen u. a.) wird eine Zahl von 128 Unternehmen und 1.810 Beschäftigten erreicht. Dies entspricht 6,5 Prozent der 28.000 bundesweit in der Games-Branche beschäftigten Personen.

*2. welche Schlüsse sie aus den im Dezember 2017 veröffentlichten Ergebnissen der Studie „Computer- und Videospiegelindustrie in Deutschland“ der Hamburg Media School für die Entwicklung passgenauer wirtschaftspolitischer Maßnahmen für das Land Baden-Württemberg zieht;*

Der Games-Markt kann generell als ein „Markt der Zukunft“ gesehen werden. Er wächst überall und entwickelt sich insbesondere auch stark in Verbindung mit anderen Industrien (z. B. Gamification, Simulation, Virtual Reality [VR], Augmented Reality [AR] u. a.). Auch für die Zukunft wird der Branche ein kontinuierliches Wachstum von 6 bis 12 Prozent pro Jahr prognostiziert. Deutschland gehört zu den wichtigsten Absatzmärkten weltweit (2,81 Mrd. Euro im Jahr 2015). Ein großer Anteil der in Deutschland erzielten Unternehmensumsätze (2,87 Mrd. Euro 2015) wird von regionalen Niederlassungen internationaler Konzerne erbracht. Rund die Hälfte des Umsatzes wird im Ausland erwirtschaftet.

Vor diesem Hintergrund gilt es, die Gründung und Entwicklung von Games-Unternehmen im Land so zu fördern, dass diese mit ihren Produkten sowohl auf dem deutschen Markt als auch auf den wichtigen Auslandsmärkten erfolgreich bestehen können. Entsprechend sollten sowohl Anreize für eine eigene Games-Entwicklung im Land gesetzt werden als auch hochqualifizierte, in Baden-Württemberg ausgebildete Fachkräfte im Land gehalten werden.

Hierauf zielen schon bestehende Förderprogramme wie das „Digital Content Funding“ und die Beratungs- und Fortbildungsformate der MFG ab. Darüber hinaus bieten die regionalen Wirtschaftsfördereinrichtungen diverse Fördermaßnahmen an, beispielsweise durch die Einrichtung sog. „Co-Working-Spaces“ und die Bereitstellung passender Ansiedlungsflächen.

Gerade in den Zukunftstechnologien Augmented Reality/Virtual Reality (AR/VR) und deren mobilen Anwendungen verfügt Baden-Württemberg über gute Potenziale. Sowohl im klassischen Games-Bereich als auch in der Vernetzung mit klassischen Industrien und auch in der Vernetzung mit Bildungsinstitutionen und kulturellen Einrichtungen wie Museen liegen weitere wichtige Entwicklungschancen

\*) Der Überschreitung der Drei-Wochen-Frist wurde zugestimmt.

im Land. Maßnahmen des Wissenschaftsministeriums wie die Sonderförderung unter anderem für Games im Bereich VR/AR im Rahmen der Digitalisierungsstrategie „digital@bw“ des Landes Baden-Württemberg und das Projekt „Digitale Wege ins Museum“ haben daher hohe Bedeutung.

In der Anwendung von Technologien der Games-Industrie sieht die Landesregierung des Weiteren große Chancen auch für kleine und mittlere Unternehmen aus anderen Branchen. Deswegen fördert das Ministerium für Wirtschaft Arbeit und Wohnungsbau das neue „Applikationszentrum Virtual and Augmented Reality“ in den Jahren 2018 bis 2020 mit insgesamt 2 Mio. Euro. Zur Realisierung dieses Projektes hat sich ein Konsortium zusammengefunden, das sich aus dem Fraunhofer-Institut für Arbeitswirtschaft und Organisation (IAO), dem Institut für Arbeitswissenschaft und Technologiemanagement (IAT) der Universität Stuttgart, dem Virtual Dimension Center (VDC) und dem Animationsinstitut der Filmakademie Baden-Württemberg in Ludwigsburg zusammensetzt. Dieses Konsortium bündelt in bisher einmaliger Weise angewandte Forschung, Lehre und Kompetenznetzwerke im Bereich der VR/AR, Computerspiele und Animation und bringt diese mit der mittelständischen Wirtschaft in Baden-Württemberg zusammen.

Die Landesregierung wird sich im Rahmen der Fortschreibung der Filmkonzeption auch mit dem Thema Games beschäftigen.

### *3. welches wirtschaftliche Potenzial der Games-Branche in Baden-Württemberg im bundes- und europaweiten Vergleich zukommt;*

Der Markt für Videospiele wächst weiter und hat bereits in Deutschland sowie in anderen Industrieländern, aber auch in Schwellenländern eine beachtliche Größe.

Die große Bedeutung der Kultur- und Kreativwirtschaft (KKW) – insbesondere der Games-Branche – für Baden-Württemberg wurde in der vom u-institut im Auftrag des Ministeriums für Wirtschaft, Arbeit und Wohnungsbau erstellten und im Oktober 2018 veröffentlichten Studie „Kultur- und Kreativwirtschaft als Säule der Initiative Wirtschaft 4.0“ verdeutlicht.

Die KKW erzielte nach dieser Studie im Jahr 2017 in Baden-Württemberg einen Jahresumsatz von 24,4 Mrd. Euro, wobei hiervon beachtliche 9,8 Mrd. Euro auf die Software-/Games-Branche entfielen. Die Software-/Games-Branche hat also eine große Bedeutung für die Wirtschaft des Landes und konnte auch – anders als andere Branchen der KKW – in den letzten Jahren deutliche Umsatzsteigerungen verbuchen. Der größte Anteil des Umsatzes entfiel hier allerdings auf die Software-Branche.

Nach der Games-Standortstudie der Hamburg Media School aus dem Jahr 2017 sind über 80 Prozent der in Baden-Württemberg beheimateten Games-Unternehmen im Bereich Entwicklung tätig. Baden-Württemberg hat gerade in diesem Bereich hohes Potenzial, auch dank der an den Hochschulen in diesem Bereich ausgebildeten Absolventen. Baden-Württemberg liegt mit dieser Kennzahl auf dem zweiten Platz nach Hessen. Auch der Umsatzanteil, der auf die Entwicklung fällt, liegt mit 30 Prozent vergleichbar hoch. Baden-Württemberg erreicht hier den dritten Platz.

Baden-Württemberg verfügt über zwei der stärksten Publisher im Mobile- und Online-Bereich in ganz Deutschland. Unter den 25 größten Games-Unternehmen in Deutschland befinden sich nach Angaben einer führenden Fachzeitschrift aktuell zwei Firmen aus Baden-Württemberg. Die weiteren Baden-Württemberg-Firmen im Games-Sektor sind eher kleinere Independent Entwickler-Studios.

Auch das in Europa im Bereich Animationsfilm und Visuelle Effekte (VFX) führende Animation Media Cluster Region Stuttgart (AMCRS) ist mit der Games-Branche verbunden. Momentan gibt es zwei Mitgliedsfirmen im Cluster, die sich explizit mit Games auseinandersetzen. Außerdem decken einzelne Unternehmen der AMCRS Teilbereiche der Games-Industrie wie VR, AR oder andere digitale Anwendungsszenarien ab. 2018 wurde innerhalb des AMCRS eine Taskforce Games & Interactive initiiert. Ziel ist es, für diesen wirtschaftlich stark wachsenden Bereich weitere Studios für das Cluster zu gewinnen, um einen höheren branchenübergreifenden Austausch zu generieren, vor allem im Hinblick auf die immer stärker werdenden 360-Grad- bzw. Virtual-Reality-Anwendungen bzw. Ga-

me-Engine-Anwendungen im Filmbereich. Auch grenzüberschreitendes Potenzial ist im Games-Sektor vorhanden: Die MFG fördert seit 2018 deutsch-französische Kooperationen gemeinsam mit dem Europäischen Spielentwickler „Spielfabrique“.

Weitere Chancen liegen in der Synergie zwischen Games-Entwicklung und anderen Branchen wie der Automobilindustrie, vor allem aufgrund der zunehmenden Bedeutung von sogenannten Gamification-Anwendungen, Simulationstools, VR/AR und mobilen Anwendungen in diesen klassischen Branchen.

Mit der zunehmenden Komplexität der Arbeitswelt steigt der Bedarf nach beruflicher Fortbildung. Dabei nehmen Serious Games eine immer wichtigere Rolle ein: Durch ihre Interaktivität helfen sie, auch komplexe Lernstoffe zu vermitteln und die Lernmotivation zu steigern. Nach einer Mitteilung des game-Verbandes zur Messe Learntec in Karlsruhe im Januar 2019 hat eine Befragung ergeben, dass 82 Prozent der Personalverantwortlichen sogenannte „Serious Games“ bekannt sind. Bereits 56 Prozent haben schon entsprechende Lernspiele eingesetzt, um sich selbst oder Mitarbeiter fortzubilden.

Serious Games finden zur Wissensvermittlung zunehmend auch in Schulen und in der außerschulischen Bildung Anwendung. Hier gilt es, den Schulterschluss zwischen Games-Branche, klassischen Unternehmen, Schulen, Hochschulen und Bildungseinrichtungen zu fördern. Eine wichtige Rolle spielen dabei bereits der Gamification Kongress Bizplay und die Messe Learntec in Karlsruhe, wo Games-Unternehmen mit anderen Branchen und Bildungseinrichtungen zusammenkommen.

Hohes kommerzielles Potenzial für Baden-Württemberg bietet zudem der eSport-Sektor.

Von den wirtschaftlichen Aspekten und Potenzialen abgesehen, haben Games auch eine große kulturelle Bedeutung, die zunehmend erkannt wird. Aus diesen kulturellen Aspekten ergibt sich die Förderfähigkeit des Games-Sektors. Der game Verband ist Mitglied im Deutschen Kulturrat. In Baden-Württemberg ist das Zentrum für Kunst und Medien (ZKM) in Karlsruhe als international relevanter Ausstellungsort und kulturelle Bildungsplattform mit seiner Dauerausstellung eine wichtige künstlerische und wissenschaftliche Plattform für das Thema Games.

*4. in welcher Weise sie bzw. die MFG Medien- und Filmgesellschaft Baden-Württemberg mbH die Kreativbranche dabei unterstützt, Games aus Baden-Württemberg über das Land hinaus zu bewerben und zu vermarkten;*

Baden-Württemberg ist ein wichtiger Standort für die Kultur- und Kreativwirtschaft. Neben der Filmwirtschaft sind auch die Software- und Games-Industrie Aushängeschilder der baden-württembergischen Kreativbranche. Digitale Spiele sind heute fester Bestandteil der Lebenswirklichkeit in unserem Land. Als eine moderne, interaktive kulturelle Ausdrucks- und Erlebnisform nehmen Computer- und Videospiele nachhaltig Einfluss auf unsere Gesellschaft.

Die Landesregierung unterstützt und stärkt mit verschiedenen weiteren Maßnahmen im Bereich des Standortmarketings den Medien- und Games-Standort Baden-Württemberg:

Baden-Württemberg International (bw-i) bietet für bis zu zehn Start-ups im März 2019 eine Firmeninformationsreise zur South by Southwest (SXSW) Conference & Festival an. Die SXSW hat sich längst zu einem Top-Termin im internationalen Veranstaltungskalender der Kreativen aus der Musik-, Film-, Interactive- und Games-Branche entwickelt. Die 33. South by Southwest ist zum zehnten Mal Bestandteil des Auslandsmesseprogramms des Bundesministeriums für Wirtschaft und Energie. Dabei handelt es sich um den größten Auftritt der deutschen Kultur- und Kreativbranche im Ausland. Die Gemeinschaftspräsentation bietet deutschen Unternehmen mit dem Messestand auf der Tradeshow und dem zentral gelegenen „German Haus“ ideale Bedingungen für Vorträge, Diskussionen, Pitches, Netzwerk- und Musikveranstaltungen.

Eine weitere Delegationsreise findet im Juni 2019 zu den Cannes Lions International Festival of Creativity statt. Das Festival hat sich als riesiger internationaler Branchentreff etabliert. Baden-Württemberg International bietet gemeinsam mit den Kooperationspartnern MFG, Netzwerk Kreativwirtschaft und Film Commis-

sion Region Stuttgart zehn Unternehmen der Kreativwirtschaft mit einem Schwerpunkt im Bereich Kommunikation, Film, Games oder Design die Möglichkeit, am kommenden Festival teilzunehmen.

Unter dem Label „Games BW“ verschafft die MFG der Gamebranche im Südwesten bundesweit Aufmerksamkeit und Sichtbarkeit. Hierzu gehört das Format „Open Stage Games BW“, das viermal im Jahr in Karlsruhe und Stuttgart stattfindet. Die unterschiedlichen Akteure der Games-Branche haben hier die Gelegenheit sich zu präsentieren und auszutauschen. Die MFG ist überdies mit der Games-Branche aus dem Land seit 2013 mit einem eigenen Stand auf der Messe Gamescom in Köln vertreten. Der Stand bietet Games-Unternehmen aus dem Südwesten eine gemeinsame Plattform im Business-Bereich der Messe für digitale Spielekultur.

Für die Games-Branche im Land werden seitens der MFG auch im Zusammenhang mit der Förderung Orientierungsberatungen angeboten; darüber hinaus bietet die MFG-Akademie ein vielfältiges Angebot für die Unternehmen. Die MFG ist des Weiteren Mitglied bei „Games Germany“. Hierbei handelt es sich um eine 2017 gegründete Kooperation von sechs Fördereinrichtungen und sieben Netzwerkorganisationen aus ganz Deutschland. Unter dem Label „Games Germany“ präsentieren die Organisationen internationale Messestände und gemeinsame Netzwerkauftritte.

Weitere bedeutende Events für die Games-Branche im Land sind das Internationale Trickfilmfestival Stuttgart (ITFS) mit der GameZone und die Internationale Konferenz für Animation, Effekte, Games und digitale Medien (FMX) in Stuttgart.

Mit „Digitale Wege ins Museum“ hat das Wissenschaftsministerium 2017 ein deutschlandweit einzigartiges Programm der MFG auf den Weg gebracht, um seine Museen und Kultureinrichtungen aktiv bei der Gestaltung der digitalen Zukunft zu begleiten. Unter den aktuellen Projekten befinden sich auch zwei Games-Anwendungen: In der Staatsgalerie Stuttgart werden einzelne Stationen des Museums in eine Spielidee übersetzt und anhand von Prototypen analysiert. Das Naturkundemuseum Stuttgart konzipiert einen virtuellen multimedialen und interaktiven Zugang zu seiner Sammlung – inklusive der Möglichkeit, sich schon im Vorfeld des Museumsbesuchs online spielerisch mit den Themen auseinanderzusetzen.

*5. inwieweit sie eine Förderung digitaler Spiele mittels Medialeistungen ähnlich wie durch die FilmFernsehFonds Bayern GmbH (FFF Bayern) für zweckmäßig erachtet;*

Beim FFF Bayern werden digitale Spiele nicht nur mit Geld, sondern auch mit Medialeistungen gefördert. Im Dezember 2015 schlossen die bayerische Verlagsgruppe Computec Media und der FFF Bayern eine Vereinbarung, nach der der Verlag in seinen Publikationen von einem gemeinsamen Gremium definierte Games-Projekte bewirbt und damit den Bekanntheitsgrad der vom FFF Bayern geförderten Spiele erhöhen soll. 2016 wurden nach Angaben des FFF Bayern 380.000 Euro Medialeistungen zugesprochen (vgl. Games-Studie der Hamburg Mediaschool, 2017).

In Baden-Württemberg gibt es bereits durch das Förderprogramm „Digital Content Funding“ der MFG eine spezielle Vertriebsförderung. Diese ist ein wichtiger Baustein für den Erfolg der neu entwickelten Spiele, die erst ihren Markt finden müssen. Während die Medialeistungen in Bayern in Verlagsprodukte fließen, die sich mit dem Games-Markt befassen, kann die Vertriebsförderung der MFG kundenorientiert eingesetzt werden. Wichtig für den Markterfolg ist es, dass die relevante Zielgruppe möglichst zielgenau mit den Marketingmaßnahmen erreicht wird.

6. wie viele Studenten an Hochschulen in Baden-Württemberg in den letzten fünf Jahren in Studiengängen, die Kompetenzen in Game Design, Digital Art, Game Development, Game Programming und/oder Game Production vermitteln, immatrikuliert waren und diese abgeschlossen haben;

Derzeit existieren in Baden-Württemberg über 50 Studiengänge an 22 Hochschulen und Akademien, die im weitesten Sinne mit Game-Ausbildung zusammenhängen. Dabei muss unterschieden werden zwischen Studiengängen mit starkem Game-Bezug und solchen, bei denen Computerspiele ein Teil des Lehrangebotes sind. In der Anlage ist für den Zeitraum Wintersemester 2013/14 bis Sommersemester 2018 die Anzahl der immatrikulierten Studierenden und derjenigen, die einen Abschluss in den betroffenen Studiengängen gemacht haben, nach Hochschulen und Studiengängen aufgelistet, allerdings ohne die Kunsthochschulen und Akademien.

Als originäre Gameausbildungen können hierbei folgende Studiengänge bezeichnet werden:

*Hochschule Ravensburg-Weingarten*

- Informatik: Robotik und Spiele (Master)

*SRH Hochschule Heidelberg*

- „Virtuelle Realitäten“ (B.Sc.), Schwerpunkt Game Development

*Hochschule Macromedia Stuttgart*

- Game Design (Spezialisierung im BA Design)
- Animation (Spezialisierung im BA Design)
- Games und Animation (Spezialisierung im BA Medien und Kommunikationsdesign)

Darüber hinaus befassen sich die folgenden Studienangebote am Rande mit dem Thema Games:

*Universität Tübingen*

Innerhalb der Studiengänge der Informatik bzw. Medienwissenschaft befassen sich die Dozenten und Studierenden eher wissenschaftlich mit Gaming, es gibt keine praktische Ausbildung in Sachen Programmierung.

*Hochschule Offenburg*

Das Studienangebot der Fakultät „Medien und Informationswesen“ (M+I) im Bereich „Gaming“ ist breit aufgestellt – Gaming stellt aber keinen gesonderten Vertiefungsbereich dar.

*Hochschule für Gestaltung Schwäbisch Gmünd*

Im Rahmen der Curricula Interaktionsgestaltung und Internet der Dinge – Gestaltung vernetzter Systeme ist die Projektentwicklung mit Anteilen von „Serious Games“ z. B. bei Lehr- und Lernsystemen relevant.

Von den acht Kunst- und Musikhochschulen bieten zwei Hochschulen Studiengänge an, die Kompetenzen im Sinne des Antrags vermitteln:

*Hochschule für Musik Karlsruhe*

- Musikwissenschaft/Musikinformatik (Bachelor)
- Musikinformatik (Master)

Über 50 Studierende haben dort in den letzten fünf Jahren einen der beiden Studiengänge absolviert.

*Staatliche Hochschule für Gestaltung Karlsruhe*

- Diplomstudiengang Medienkunst

In den letzten fünf Jahren (Auswertung ab Sommersemester 2014) waren pro Semester durchschnittlich 103 Haupthörer/-innen immatrikuliert. In dieser Zeit haben 53 Studierende mit dem „Diplom Medienkunst“ abgeschlossen.

Daneben bietet auch die Popakademie Baden-Württemberg in den Masterstudiengängen „Music and Creative Industries“ (Contententwicklung und -vermarktung von Games-Inhalten) und „Populäre Musik“ (Komposition von Games-Musik) Module an, die im Sinne der Anfrage entsprechende Kompetenzen vermitteln. Der Umfang beträgt 18 bzw. fünf Unterrichtseinheiten mit jeweils 90 Minuten. Rund 50 Studierende haben die genannten Masterstudiengänge in den letzten fünf Jahren abgeschlossen.

An der Filmakademie Ludwigsburg existiert zudem der Studienschwerpunkt „Interaktive Medien (IM)“, mit den Vertiefungen „Transmedia/Games Artist, Transmedia/Games Director und Transmedia/Games Producer“. Von 2014 bis 2018 haben diese Ausbildung insgesamt 19 Studierende mit Diplom abgeschlossen.

*7. welche Bedarfe nach zusätzlichen Studienplätzen oder nach zertifizierten Berufsabschlüssen im Games-Bereich bestehen;*

Nach Aussage des Bundesinstituts für Berufsbildung (BIBB) werden insbesondere in den Ausbildungsberufen Fachinformatiker/-in (Fachrichtung Softwareentwicklung) und Mediengestalter/-in Digital und Print Ausbildungsinhalte vermittelt, um im Bereich des Game Design tätig werden zu können.

Die Initiative zur Modernisierung bestehender und Schaffung neuer Ausbildungsberufe auf Bundesebene geht insbesondere vonseiten der Wirtschaft aus. Nach Aussage des BIBB wurde bislang kein entsprechender Bedarf artikuliert. Auch eine breit angelegte Voruntersuchung des BIBB im Bereich der IT-Berufe hat diesbezüglich keinen Bedarf aufgezeigt. Ein wichtiger künftiger Bereich im Rahmen der Berufsausbildung könnte jedoch nach Ansicht der in Baden-Württemberg beheimateten Animationsstudios in einer zertifizierten Ausbildung im Bereich AR/VR/Animation als Weiterentwicklung des Berufsbildes des Mediengestalters bestehen.

Im Bereich der Hochschulen und Akademien ergibt sich ein differenziertes Bild. Einige Hochschulen befürworten eine Erhöhung der Zahl der Studienplätze vorwiegend in der Medieninformatik, andere befürworten auch den Ausbau der Bereiche „Games/Gaming“. Ein konkreter Bedarf an Studienplätzen kann von den jeweiligen Hochschulen allerdings nicht beziffert werden. Zum Teil wird auch kein Ausbaubedarf gesehen.

*8. welche Schwerpunkte und langfristigen Ziele die Gamesförderung in Baden-Württemberg hat;*

Deutschland stellt mit einem Volumen von derzeit rund 2,8 Mrd. Euro einen der interessantesten Absatzmärkte für Games dar (vgl. Studie der Hamburg Media School, 2017). Hier gilt es, die Games-Unternehmen in Baden-Württemberg nachhaltig weiter zu unterstützen, diesen Markt für sich zu erschließen und zu nutzen und darüber hinaus auch international wettbewerbsfähig zu sein.

Diesen Entwicklungen gilt es auch mit der Förderung von Games Rechnung zu tragen.

In Baden-Württemberg stehen über das Programm „Digital Content Funding“ (DCF) der MFG derzeit 600.000 Euro pro Jahr zur Verfügung. Grundsätzlich förderfähig sind alle innovativen und filmrelevanten Medienapplikationen mit interaktiven Inhalten, sofern sie kulturellen Kriterien entsprechen und pädagogisch wertvoll sind: Von Online-, Mobile-, und Serious Games über Augmented Reality Apps bis hin zu crossmedialen Filmprojekten. Die Förderung kann in den Bereichen Konzeptentwicklung, Produktionsvorbereitung und Prototypenentwicklung, Produktion und Vertriebsmaßnahmen beantragt werden. In der Praxis erfolgt jedoch eine weitgehende Fokussierung auf Games.

Der DCF leistet dabei einen Beitrag, um eine Finanzierungslücke auf Seiten der KMU im Interactive/Digital Media Bereich zu schließen. Unternehmen sind mit der DCF Förderung in der Lage, ihre Ideen bis zur Marktreife zu entwickeln. Ge-



rade auch Start-ups haben damit eine Chance auf einen Markteintritt bzw. finden dadurch Anreize, sich basierend auf einem konkreten Projekt in Baden-Württemberg anzusiedeln.

Bis zu 120 % der Fördersummen (d. h. bis zu 1,20 Euro je Euro erhaltener Förderung) müssen dabei in Baden-Württemberg ausgegeben werden. Der DCF wird ständig weiterentwickelt: So wurde in den letzten Jahren der Förderhöchstbetrag bei der Games-Förderung auf bis zu 200.000 Euro pro Produktionsvorhaben erhöht. Es werden sowohl die Konzeption, als auch Prototypen, die Produktion und der Vertrieb von Games gefördert und es wurde die Möglichkeit von Zuschüssen für die Produktion von Games geschaffen.

Dieses zentrale Förderinstrument wird mit weiteren Maßnahmen unterstützt, welche die Attraktivität des Games-Standortes erhöhen. Hierzu gehören einerseits begleitende Fördermaßnahmen wie die Gründerberatung als auch Veranstaltungen für die Branche sowie branchenübergreifend im Sinne der Schaffung crossinnovativer Synergien zwischen Games-Branche und KMU anderer Branchen.

Hierzu gehört auch eine breit aufgestellte regionale Wirtschaftsförderung, die sich auch besonders mit der Games-Branche befasst. Die MFG hat mit sogenannten „Creative Hubs“ und Orientierungsgesprächen vor Ort das bisherige regionale Beratungsportfolio erweitert und ist hier in Kontakt mit der regionalen Wirtschaftsförderung und einigen IHKs. Ziel ist es, die schon bestehenden Games-Unternehmen im Land zu halten, ihnen Entwicklungsperspektiven zu bieten und neue Ansiedlungen und Gründungen zu befördern. Hier können eventuell auch die gerade entstehenden Digital Hubs im Land einen Beitrag vor allem im Bereich Crossinnovation leisten.

Ergänzend wird auf die Stellungnahme zu Ziff. 4 verwiesen.

*9. aus welchen Haushaltstiteln in welcher Höhe sich die Gamesförderung speist und an welche Institutionen sie vergeben wird;*

Die Förderung erfolgt vor allem über das bereits in Ziffer 8 beschriebene Förderprogramm „Digital Content Funding (DCF)“ der MFG. Das Budget wurde für die Jahre 2018 und 2019 um je 100.000 Euro auf derzeit jährlich 600.000 Euro aufgestockt.

Das Wissenschaftsministerium bewilligt der MFG hierfür jährlich aus dem Programmbudget Medien für Projekte der Medienentwicklung (Kapitel 1478 Titel 686 66) 110.000 Euro, davon 10.000 Euro für Sachkosten. Die weiteren Mittel speisen sich aus den Beiträgen der Gesellschafter Land Baden-Württemberg und SWR Media Services. Der Gesellschafterbeitrag des Landes wird aus dem Programmbudget Medien an die MFG (Kapitel 1478 Titel 685 66B) finanziert.

Des Weiteren erhält die MFG aus Mitteln der Digitalisierungsstrategie des Landes „digital@bw“ folgende Zuwendungen für das DCF:

- 100.000 Euro aus der „Virtual Reality Offensive“ bei Kapitel 1223 Titel 685 92 (Nr. 14) für „Digital Content Funding – Virtual Reality 2016“,
- 80.000 Euro aus dem Projekt „Kultur digital erleben“ bei Kapitel 1223 Titel 685 94 (Nr. 10) für „Digital Content Funding – Virtual Reality 2017“ und
- aus dem Leuchtturmprojekt „VirtualReality@bw – eine neue Dimension der Start-up-Kultur“ bei Kapitel 1223 Titel 685 94 (Nr. 21):
  - 216.220 Euro für „Digital Content Funding – Virtual Reality 2018“ sowie
  - 187.153 Euro für „Digital Content Funding – Virtual Reality 2019“.

Innerhalb des Projekts „Wissensvermittlung digital@bw: in Studium, Schule und Kultur“ bei Kapitel 1223 Titel 685 94 (Nr. 32) sind für das Teilprojekt „Digitale Wege ins Museum II“ zudem folgende Mittel vorgesehen:

- 500.000 Euro für ein Projekt der Staatsgalerie Stuttgart und
- 300.000 Euro für ein Projekt des Naturkundemuseums Stuttgart.

*10. wie sichergestellt werden kann, dass Unternehmen der Games-Branche in Baden-Württemberg von der erstmals im Bundeshaushalt 2019 verankerten Förderung auf Bundesebene durch den „Deutschen Games-Fonds“ in Höhe von 50 Millionen Euro profitieren können;*

Soweit dem Wissenschaftsministerium bekannt, sind zwei Förderrichtlinien geplant, die noch erarbeitet werden: eine für „Produktionsförderung“ und eine für „Forschung und Entwicklung“.

Damit Mittel auch nach Baden-Württemberg fließen, wird das Land darauf achten, dass durch die MFG eine Anschlussfähigkeit zu der Landesförderung von Games durch die MFG gewährleistet wird, die Fördermaßnahmen sich also ergänzen. Die MFG wird zusätzlich sicherstellen, dass die neuen Fördertatbestände in der Branche bekannt sind und entsprechende Anträge gestellt werden. Dies gilt auch für die Förderlinie „Forschung und Entwicklung“ – diese könnte beispielsweise auch für Hochschulen im Land in Frage kommen.

*11. wie sich die Zusammenarbeit zwischen der MFG Medien- und Filmgesellschaft Baden-Württemberg mbH und dem im Jahr 2018 neu gegründeten Branchenverband „game Baden-Württemberg“ gestaltet;*

Der in Berlin ansässige Branchenverband game ist die Interessensvertretung der deutschen Computerspielewirtschaft. Der Bundesverband beabsichtigt, mit sogenannten „Regionalvertretungen“ die Präsenz in den Bundesländern auszubauen. Zu den Partnern der Regionalinitiative in Baden-Württemberg zählen bislang unter anderem das Kultur- und Kreativwirtschaftsnetzwerk K3 aus Karlsruhe, das von der Medien- und Filmgesellschaft des Landes (MFG) betreute Netzwerk Kreativwirtschaft Baden-Württemberg sowie die MFG selbst.

Die MFG steht in intensivem Austausch mit dem 2018 neu gegründeten Branchenverband und den Regionalvertretern und seinen Mitgliedern. So hat die MFG am ersten Branchentreffen des game Baden-Württemberg in Karlsruhe im Januar 2019 teilgenommen und mit den Branchenvertretern die bestehenden Fördermöglichkeiten sowie weitere Bedarfe diskutiert.

Die Unternehmen und der Verband wünschen sich die Unterstützung der MFG bei der Stärkung der Sichtbarkeit der Games-Branche und der Vernetzung. Die MFG hat zugesagt, weitere Unterstützungsmöglichkeiten zu prüfen und insbesondere die Vernetzung weiter zu stärken.

*12. wie sie die Bildung eines echten – virtuellen wie räumlich beheimateten – „Medienhauses BW“ bewertet, in dem sich Kreative und Vermarkter, Absolventen und Arbeitgeber, Künstler, Musiker und Filmemacher, Gamer, IT- und Animationsspezialisten usw. begegnen können;*

In anderen Bundesländern wie Bayern und Berlin-Brandenburg gibt es Einrichtungen, wie das MEDIA LAB in München, denen es gelungen ist, sich als Inkubator für Gründungen und Start-ups im Mediensektor zu etablieren und wichtige Förderimpulse zu setzen.

Überlegungen zu einem Medienhaus in Baden-Württemberg müssten im Lichte der Tatsache gesehen werden, dass das Land mit der MFG bereits über eine Einrichtung verfügt, die Maßnahmen für die Medienwirtschaft unterstützt und in dem Film- und Kreativwirtschaftsförderung eng verzahnt sind. Bei allen Diskussionen um eine neue Einrichtung wäre darauf zu achten, dass sowohl im Verhältnis zur MFG als auch zu bestehenden Gründereinrichtungen keine Doppelstrukturen entstehen.

*13. inwieweit bestehende Kulturkonzeptionen des Landes inklusive geltender Förderstrukturen mit welchem Zeithorizont evaluiert werden;*

Die Evaluierung und Fortschreibung der Filmkonzeption wird in diesem Jahr starten und soll möglichst zum Ende des 1. Quartals 2020 abgeschlossen sein. Darüber hinaus wird derzeit bis Sommer 2020 in einem umfassenden partizipativen „DIALOG | Kulturpolitik für die Zukunft“ an neuen Handlungsempfehlungen für

die Kulturpolitik und für Kunst- und Kultureinrichtungen gearbeitet. Sollten als Ergebnis konkrete Fördermaßnahmen verabschiedet werden, ist eine Evaluierung beabsichtigt.

*14. ob und inwieweit sie Bedarf an regulatorischen Maßnahmen im Bereich des Jugendmedienschutzes, insbesondere bei der Verpflichtung zur Kennzeichnung nach dem Jugendschutzgesetz, erkennt;*

Der Landesregierung sind ein effektiver Jugendmedienschutz und dessen zeitgemäße Weiterentwicklung ein wichtiges Anliegen. Dabei wird das Konzept der regulierten Selbstregulierung durch sogenannte Selbstkontrolleinrichtungen der Wirtschaft als insgesamt erfolgreich angesehen, auch wenn die gesetzlichen Grundlagen im Bereich des Jugendschutzes die dynamischen Entwicklungen etwa im Bereich Games fortlaufend berücksichtigen müssen.

Nach dem System der regulierten Selbstregulierung ist die freiwillige Selbstkontrolleinrichtung USK für die Alterskennzeichnung von Computerspielen auf Datenträgern nach dem Jugendschutzgesetz zuständig. Die Beaufsichtigung des Jugendmedienschutzes bei reinen Onlinespielen liegt bei den Landesmedienanstalten bzw. der Kommission für Jugendmedienschutz (KJM).

Für reine Onlinespiele gibt es derzeit keine Kennzeichnungspflicht. Die Anbieter müssen nach dem Jugendmedienschutzstaatsvertrag aber dafür Sorge tragen, dass Angebote, die die Entwicklung von Kindern und Jugendlichen beeinträchtigen können, von den betroffenen Altersgruppen üblicherweise nicht wahrgenommen werden können. Hierfür stehen dem Anbieter verschiedene Möglichkeiten zur Verfügung. Für Onlinespiele handelt es sich insbesondere um Alterskennzeichnungen, die eine anerkannte Jugendschutzsoftware auslesen kann. Die Wirksamkeit von Jugendschutzprogrammen oder vergleichbaren Diensten ist aber immer abhängig von der technischen Funktionalität und der tatsächlichen Anwendung bzw. Einschaltung durch die Eltern oder anderen Erziehungsberechtigten.

Der Landesregierung ist die Weiterentwicklung des technischen Jugendmedienschutzes ein wichtiges Anliegen, welcher durch die letzte Novelle des Jugendmedienschutzstaatsvertrags erfolgreich gestärkt wurde. Sie ist sich jedoch bewusst, dass ein wirksamer Jugendmedienschutz nicht allein auf gesetzlichem und technischem Weg erreichbar ist. Daher fördert die Landesregierung verschiedene Programme zur Stärkung der Medienkompetenz. Diese sollen unter anderem Lehrende, Eltern und andere Menschen in Erziehungsverantwortung unterstützen, Kindern und Jugendlichen Medienbildung als Schlüsselqualifikation in einer zunehmend digitalisierten Welt zu vermitteln. Hierzu gehört die Kenntnis über die relevanten technischen Jugendschutzprogramme, deren etwaigen Installierung und Anwendung. Es ist nach Auffassung der Landesregierung aber auch eine Aufgabe der Eltern und anderen Erziehenden, darauf zu achten, dass sich ihre oder die von ihnen betreuten Kinder nur mit solchen Spielen beschäftigen, die für ihr Alter freigegeben sind.

Was etwaigen Regelungsbedarf im Jugendschutzgesetz anbelangt, handelt es sich dabei um eine Regelungsmaterie des Bundes. Die Landesregierung begrüßt es, dass der Bund eine Novellierung seines Jugendschutzgesetzes in Aussicht gestellt hat. Die Länder stehen mit dem Bund darüber im Austausch und haben darum gebeten, in den Gesetzgebungsprozess frühzeitig einbezogen zu werden, damit insbesondere die Überlegungen für eigene Rechtsvorhaben abgestimmt werden können. Konkrete Regelungsvorschläge des Bundes sind der Landesregierung derzeit jedoch noch nicht bekannt. Es ist vereinbart, die Gespräche weiterzuführen. Die Landesregierung steht als Gesprächspartner für die Erarbeitung angemessener Lösungen im Jugendmedienschutz zur Verfügung.

*15. inwiefern Games in Baden-Württemberg im Bildungsbereich Anwendung finden und welche Chancen die Landesregierung im Einsatz von Games im Unterricht sieht.*

Der Bildungsplan verlangt mit der Leitperspektive Medienbildung die spiralcurriculare und fächerintegrative Auseinandersetzung mit digitalen Medien und ermutigt diese auch didaktisch im Unterricht einzusetzen. In diesem Zusammenhang

gibt es auch bereits erste konkrete Ansätze, digitale Spiele im Unterricht einzusetzen.

Die Verwendung von spieltypischen Elementen und Vorgängen im Lehr- und Lernkontext (Stichwort „Gamification“) kann ein methodisch-didaktisch sinnvoller Ansatz sein, um sich z.B. der Lösung komplexer Problemstellungen zu nähern. Spielerische Elemente in Kombination mit digitalen Medien können im Schulunterricht zudem dazu beitragen, attraktive und aktivierende Lehr-Lern-Arrangements zu gestalten. Dazu zählt insbesondere auch das sogenannte „Game-based-learning“, bei dem Inhalte über Lernspiele wie z.B. Vokabel-Memory, Quizzes, Simulationsspiele etc. oder die Nutzung bestimmter spielerischer Elemente (Punktekonto, Fortschrittsanzeige) vermittelt werden. Die Erfolgsfaktoren für das Lernen mit digital-spielerischen Elementen entsprechen dabei jenen des Unterrichts ohne diese Medien: Kognitive Aktivierung, strukturierte Lernprozesse und ein unterstützendes Sozialklima fördern gute Lernergebnisse.

In der schulischen Bildung von jungen Menschen mit Behinderung werden „Computerspiele“ eingesetzt, wenn sie behinderungsbedingte Einschränkungen in der Auseinandersetzung mit dem Lerngegenstand ausgleichen helfen oder das systematische Üben unterstützen. Die Auswahl solcher Spiele oder Lernprogramme orientiert sich an den Möglichkeiten und Bedarfen des einzelnen Kindes. Auch können solche Spiele helfen, die Aufmerksamkeit und Wahrnehmung zu steuern und zu trainieren (z. B. Spiele mit Übungsgehalt zur optischen oder akustischen Diskriminierung für junge Menschen mit Sinnesbehinderung). Schüler mit komplexen Behinderungen erfahren dadurch auch ein Stück Selbstbestimmung und Selbstwirksamkeit. Mit entsprechenden Anpassungen in der Hard- und Software kann das Spielen von Computerspielen für junge schwerbehinderte Menschen auch eine sinnvolle Freizeitbeschäftigung sein und Teilhabe ermöglichen.

Um digitale Spielelemente erfolgreich im Unterricht einsetzen zu können, ist eine entsprechend leistungsfähige technische Umgebung notwendig, da die Ansprüche der Zielgruppe in diesem Bereich durch die Alltagserfahrung besonders elaborierter Software geprägt sind. Beim Einsatz digitaler Medien ist generell darauf zu achten, dass durch die Medien keine neuen Störungsquellen – etwa in Bezug auf technische Probleme – entstehen. Zudem sind bei online-basierten Angeboten, bei denen personenbezogene Daten verarbeitet werden, datenschutzrechtliche Fragestellungen zu beachten.

Neben schulart- und fachspezifischen Aspekten hängen die Auswahl und der Einsatz konkreter Produkte von weiteren Faktoren, wie z.B. dem medienpädagogischen Konzept einer Schule oder der jeweiligen technischen Ausstattung, ab und erfolgen immer eigenverantwortlich durch die jeweilige Lehrkraft. Bei der von der Landesanstalt für Kommunikation (LFK) initiierten und mit der MFG und der Initiative Kindermedienland durchgeführten Veranstaltung „Edutain Me“ im Rahmen des ITFS 2018 wurden von Lehrkräften entsprechende Anwendungen präsentiert.

Die LFK, das Kindermedienland Baden-Württemberg, die MFG und die Computerspielschule Stuttgart haben mit Unterstützung der Agentur Kastanie Eins die Arbeitsgruppe „Games im Unterricht“ umgesetzt, um den Einsatz von Computerspielen im Unterricht zu analysieren und zu bewerten. Auf der neu geschaffenen Web-Plattform „Games im Unterricht“ werden für Lehrkräfte Einsatzmöglichkeiten für Spiele im Unterricht und Beispiele aufgeführt.

Die von der LFK initiierten und finanzierten und von verschiedenen Institutionen, wie dem Stadtmedienzentrum in Stuttgart, dem Stadtjugendausschuss in Karlsruhe und von weiteren Partnerinnen und Partnern unterstützten Computerspielschulen bieten Beratung und gemeinsames Spielen für Kinder, Jugendliche und Erwachsene. Die Besucherinnen und Besucher sollen eigene praktische Erfahrungen im Umgang mit pädagogisch geeigneten, aber auch populären Games sammeln. Zusätzlich werden Workshops rund um digitale Spiele angeboten. Dabei geht es einerseits um den kreativen Umgang mit Spielen, andererseits werden dabei auch kritische Themen, wie z. B. Krieg und Gewalt in Spielen diskutiert. Die große Bandbreite an Angeboten richtet sich auch an Eltern und Lehrkräfte.

Bauer

Ministerin für Wissenschaft,  
Forschung und Kunst

Anlage

**Antrag der Abg. Raimund Haser u.a. CDU - Games-Standort Baden-Württemberg (Ds. 16/5589)**  
**Anlage zur Stellungnahme der Landesregierung**

Name des Studiengangs	Zahl der immatrikulierten Studierenden (inkl. Beurlaubte)												Zahl der Studierenden, die den Studiengang jeweils <u>erfolgreich</u> abgeschlossen haben											
	WS 13/14	SS 14	WS 14/15	SS 15	WS 15/16	SS 16	WS 16/17	SS 17	WS 17/18	SS 18	WS 13/14	SS 14	WS 14/15	SS 15	WS 15/16	SS 16	WS 16/17	SS 17	WS 17/18	SS 18				
<b>KIT</b>																								
Bachelor of Science Informatik	1581	1387	1662	1443	1879	1586	1867	1599	1962	1676	69	100	94	112	121	145	114	119	110	122				
Master of Science Informatik	421	489	581	641	740	815	856	863	871	876	33	49	60	67	61	128	113	110	115	134				
<b>Universität Konstanz</b>																								
Literatur-Kunst-Medien Bachelor HF	415	376	426	386	369	329	335	292	280	253	28	37	32	54	36	40	34	56	18	36				
Literatur-Kunst-Medien Master HF	66	58	55	52	52	57	65	66	75	82	11	11	10	11	6	4	5	9	4	16				
Speech and Language Processing Master HF	22	24	17	23	24	26	26	30	33	38	1	5	1	2	4	2	3	3	1	7				
Informatik Bachelor HF	166	217	228	240	228	290	275	312	257	244	0	1	2	3	7	10	7	10	11	4				
Informatik Bachelor NF	11	11	12	11	12	9	12	13	20	17	0	0	1	0	1	0	0	0	2	0				
Information Engineering Bachelor HF	123	105	119	120	148	119	119	100	113	99	9	8	7	10	10	14	7	5	7	12				
Information Engineering Master HF	145	140	132	103	2	2	1	1	1	0	6	13	20	5	0	0	0	0	0	0				
Computer and Information Science Master HF	0	0	0	18	108	108	117	109	123	123	0	0	0	14	14	19	18	12	18	17				
<b>Universität Stuttgart</b>																								
Informatik BSc	550	476	513	429	510	442	520	463	563	507	11	10	27	21	20	23	22	24	27	32				
Medieninformatik BSc			34	26	63	64	88	79	94	83						1		2	1	6				

**Antrag der Abg. Raimund Haser u.a. CDU - Games-Standort Baden-Württemberg (Ds. 16/5589)**  
**Anlage zur Stellungnahme der Landesregierung**

Name des Studiengangs	Zahl der immatrikulierten Studierenden (inkl. Beurlaubte)												Zahl der Studierenden, die den Studiengang jeweils erfolgreich abgeschlossen haben											
	WS 13/14	SS 14	WS 14/15	SS 15	WS 15/16	SS 16	WS 16/17	SS 17	WS 17/18	SS 18	WS 13/14	SS 14	WS 14/15	SS 15	WS 15/16	SS 16	WS 16/17	SS 17	WS 17/18	SS 18				
	<b>Universität Stuttgart</b>																							
Softwaretechnik BSc	457	407	452	403	460	397	411	481	426					460	397	411	481	426						
Informatik Diplom	185	159	126	100	84	66	57							185	159	126	100	84						
Informatik BSc	550	476	513	429	510	442	520	463	507					550	476	513	429	510						
Medieninformatik BSc			34	26	63	64	88	79	94	83														
Softwaretechnik BSc	457	407	452	403	460	397	411	481	426					460	397	411	481	426						
Informatik Diplom	185	159	126	100	84	66	57							185	159	126	100	84						
Softwaretechnik Diplom	80	60	36	27	19	16	14							80	60	36	27	19						
Computer Science MSc	43	45	57	63	54	69	65	60	56	57				43	45	57	63	54						
Informatik MSc	68	77	99	110	132	116	121	121	120					68	77	99	110	132						
Softwaretechnik MSc	35	48	71	85	93	119	114	129	140	139				35	48	71	85	93						
<b>Universität Ulm</b>																								
Medieninformatik (Bachelor)	385	329	352	327	345	321	339	316	309	275				385	329	352	327	345						
Medieninformatik (Master)	96	105	101	103	99	97	91	94	83	81				96	105	101	103	99						
Medieninformatik (Diplom)	29	23	20	18	13	10	0	0	0	0				29	23	20	18	13						

Antrag der Abg. Raimund Haser u.a. CDU - Games-Standort Baden-Württemberg (Ds. 16/5589)  
Anlage zur Stellungnahme der Landesregierung

Name des Studiengangs	Zahl der immatrikulierten Studierenden (inkl. Beurlaubte)												Zahl der Studierenden, die den Studiengang jeweils erfolgreich abgeschlossen haben											
	WS 13/14		SS 14		WS 14/15		SS 15		WS 15/16		SS 16		WS 16/17		SS 17		WS 17/18		SS 18					
	WS	SS	WS	SS	WS	SS	WS	SS	WS	SS	WS	SS	WS	SS	WS	SS	WS	SS	WS	SS				
<b>Duale Hochschule Baden-Württemberg *</b>																								
Informatik (BA) / ehem. Informationstechnik sowie Angewandte Informatik (BA)	1657		1649		1662		1605		1813		359		452		472		462		449					
Wirtschaftsinformatik (BA)	3110		3148		3077		3114		3237		729		893		936		947		901					
Medien (BA)	434		439		443		473		510		80		118		137		123		127					
Informatik (MA)	36		46		39		71		79				11		9		5		2					
Wirtschaftsinformatik (MA)									28															
* Studienbeginn an der DHBW ist immer zum 1. Oktober																								
<b>Hochschule Aalen</b>																								
Studiengang Informatik mit Studienschwerpunkt Medieninformatik	23	27	17	23	25	18	19	15	18	18	5	7	3	7	7	3	4	5	7	8				
<b>Hochschule Esslingen</b>																								
Softwaretechnik und Medieninformatik (Bachelor)	288	253	243	231	251	263	276	258	247	240	21	22	11	10	16	11	23	25	21	25				
<b>Hochschule Furtwangen</b>																								
Medienkonzeption (B.A.)	222	247	249	261	253	243	242	262	262	288	16	16	37	38	28	24	11	30	29	29				
Medieninformatik (B.Sc.)	266	251	241	255	233	234	233	226	213	221	21	19	19	30	25	13	33	17	13	16				
OnlineMedien (B.Sc.)	269	281	264	275	262	263	255	247	237	241	31	28	21	27	29	30	36	30	30	17				
Design Interaktiver Medien (M.A.)	14	13	31	29	32	31	31	27	33	29	0	0	0	10	1	11	4	6	4	9				
Medieninformatik (M.Sc.)	13	15	29	27	28	28	27	31	37	35	0	0	0	9	2	10	5	6	3	9				

Antrag der Abg. Raimund Haser u.a. CDU - Games-Standort Baden-Württemberg (Ds. 16/5589)  
Anlage zur Stellungnahme der Landesregierung

Name des Studiengangs	Zahl der immatrikulierten Studierenden (inkl. Beurlaubte)												Zahl der Studierenden, die den Studiengang jeweils erfolgreich abgeschlossen haben											
	WS 13/14		SS 14		WS 14/15		SS 15		WS 15/16		SS 16		WS 16/17		SS 17		WS 17/18		SS 18					
<b>Hochschule Heilbronn</b>																								
Software Engineering (Bachelor)	305	311	323	304	307	298	296	590	284	304	304	284	304	304	304	304	304	304	304	304	304			
Software Engineering and Management (Master)	49	35	62	51	63	43	68	48	59	43	43	59	43	43	43	43	43	43	43	43	43			
<b>Hochschule Karlsruhe</b>																								
Informatik (Bachelor)	430	413	417	391	397	363	369	369	368	376	376	368	376	376	376	376	376	376	376	376	376			
Informatik (Master)	91	107	120	122	128	135	127	128	120	109	109	120	109	109	109	109	109	109	109	109	109			
<b>Hochschule Ravensburg-Weingarten</b>																								
Mediendesign und digitale Gestaltung (Bachelor)	0	0	0	0	29	28	55	54	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90			
Angewandte Informatik (Bachelor )	269	259	249	257	237	242	231	237	253	251	251	253	251	251	251	251	251	251	251	251	251			
Informatik: Robotik und Spiele (Master)	25	32	34	38	39	35	43	49	48	52	52	48	52	52	52	52	52	52	52	52	52			



**Antrag der Abg. Raimund Haser u.a. CDU - Games-Standort Baden-Württemberg (Ds. 16/5589)  
Anlage zur Stellungnahme der Landesregierung**

Name des Studiengangs	Zahl der immatrikulierten Studierenden (inkl. Beurlaubte)												Zahl der Studierenden, die den Studiengang jeweils erfolgreich abgeschlossen haben								
	WS 13/14		SS 14		WS 14/15		SS 15		WS 15/16		SS 16		WS 16/17		SS 17		WS 17/18		SS 18		
<b>Hochschule der Medien Stuttgart</b>																					
Audiovisuelle Medien (Bachelor)	68	74	72	73	69	72	64	77	73	50	64	26	38	30	58	50	80	52	68		
Medieninformatik (Bachelor)	51	46	49	57	48	45	42	41	56	54	30	18	22	26	28	40	32	30	34		
Mobile Medien (Bachelor)	30	31	27	25	31	32	31	30	32	41	6	8	14	16	16	18	22	8	16		
Computer Science and Media (Master)	21	20	24	22	19	20	23	18	20	8	16	8	32	16	14	18	34	30	16		
Audiovisuelle Medien (Master)	18	19	24	16	37	35	37								2		8	14	12		
<b>SRH Hochschule Heidelberg</b>																					
"Virtuelle Realitäten" (B.Sc.), Schwerpunkt Game Development	30		28		36		36		31		15		13								
<b>Hochschule Macromedia Stuttgart</b>																					
Game Design (Spezialisierung im BA Design)	39	44	34	43	41	38	12	24	22	0	0	6	0	11	0	15	0	1	1		
Animation (Spezialisierung im BA Design)	0	0	5	5	5	11	11	18	9	0	0	0	0	0	0	0	0	0	5		
Games und Animation (Spezialisierung im BA Medien und Kommunikationsdesign)	26	26	15	1	0	0	0	0	0	0	0	11	0	10	1	1	0	0	0		