

Animation als Beispiel für eine erfolgreiche Clusterentwicklung in der Region Stuttgart und Baden-Württemberg

**Ein Positionspapier für eine
wirtschaftliche Weiterentwicklung.**

BAF Medienconsulting
Dittmar Lumpp
Ritter-Jörg-Str. 6
72108 Rottenburg



Im Auftrag der Wirtschaftsförderung Region Stuttgart

24. Mai 2019

Inhalt

| | | | |
|--|-----------|---|------------|
| Vorwort | 07 | | |
| Herausgeber-Summary <i>von Dittmar Lumpp und Susanne Schosser</i> | 08 | | |
| TEIL I: BESTANDSAUFNAHME ANIMATION IN DER REGION STUTTGART UND BADEN- WÜRTTEMBERG | 21 | TEIL II: AKTUELLE RAHMENBEDINGUNGEN FÜR DIE ANIMATION IN DER REGION STUTTGART UND BADEN-WÜRTTEMBERG | 83 |
| Animation in der Region Stuttgart und Baden-Württemberg: Die Bedeutung für den Standort – gestern, heute, morgen <i>von Susanne Schosser</i> | 22 | Übersicht über Modelle der Filmförderung und ihre Effekte im Vergleich <i>von Christian Hünemörder</i> | 84 |
| Der künstlerische Animationsfilm als Keimzelle einer zukünftigen Industrie <i>von Susanne Schosser</i> | 28 | MFG Filmförderung mit Schwerpunkt Animation, VFX, Games und interaktive Medien | 84 |
| Baden-Württembergs Animationslandschaft im nationalen und internationalen Wettbewerbs- Vergleich <i>von Dittmar Lumpp</i> | 38 | Filmförderung im Vergleich der Bundesländer Internationaler Vergleich von (Steuer-) Anreizmodellen und deren Effekte | 87 89 |
| Das Wachstum im kommerziellen Animations- film und warum Deutschland von der Seitenlinie aus zusieht <i>von Prof. Andreas Hykade und Susanne Schosser</i> | 44 | Das Animation Media Cluster Region Stuttgart AMCRS: Schritte in Richtung einer Vision für die Animations- und Medienschaffenden in der Region Stuttgart und Baden-Württemberg <i>von Susanne Schosser und Stefanie Larson</i> | 96 |
| VFX-Dienstleistung für den Weltmarkt: Armin Pohl, Digitaler Unternehmer und Visionär <i>im Interview mit Susanne Schosser</i> | 50 | Animations-Ausbildung in Baden-Württemberg | |
| Die Games-Branche in der Region Stuttgart und Baden-Württemberg: | | Animations-Studieneinrichtungen in Baden-Württemberg: Kaderschmieden für die Welt von morgen <i>Von Dittmar Lumpp und Christian Hünemörder</i> | 102 |
| Die Games-Branche in der Region Stuttgart und Baden-Württemberg – spielend leicht in eine goldene Zukunft? <i>von Patrick Wachowiak</i> | 58 | Transfermechanismen der Hochschule der Medien HdM – Anwendung im Bereich Animation/Visualisierung <i>von Prof. Dr. Alexander Roos</i> | 106 |
| Games in der Forschung und Digitalisierung für Kultureinrichtungen <i>von Prof. Dr. Sabiha Ghellal</i> | 64 | Förderung der Animationsbranche durch praxisnahe Ausbildung, Vernetzung und Informationsaustausch <i>von Prof. Jan Adamczyk</i> | 110 |
| Games in der Region Stuttgart und Ba- den-Württemberg: Ausbildung, Kennzahlen, Förderung und Branche <i>von Jens Gutfleisch</i> | 68 | Bedeutung Internationaler Animations- Veranstaltungen in der Region Stuttgart und Baden-Württemberg für die Entwicklung des Standorts | 114 |
| Angewandte Animation in Baden-Württemberg: Von Entertainment über Werbung zu Industrie <i>von Robin Wenk</i> | 74 | Rentabel by Nature! – Das Internationale Trickfilmfestival Stuttgart zwischen Kultur- und Wirtschaftsförderung <i>von Prof. Ulrich Wegenast</i> | 114 |
| | | Wohin gehst Du, FMX? <i>von Prof. Andreas Hykade</i> | 123 |
| | | TEIL III: NOTWENDIGE ENTWICKLUNGS- SCHRITTE AUF DEM WEG ZU EINEM WIRTSCHAFTLICH ERFOLGREICHEN ANIMATIONSPRODUKTIONS-STANDORT | 125 |
| | | Künstlerische, technologische und finanzielle Voraussetzungen für kontinuierliches Wachs- tum | |
| | | Erfindungen für das Land der Erfinder <i>von Prof. Andreas Hykade</i> | 126 |
| | | Die Bedeutung von Transfermodellen aus Forschung und Entwicklung im Animationsbe- reich für die künftige Entwicklung in der Region Stuttgart und Baden-Württemberg | 138 |
| | | Das Immersion Lab Ludwigsburg ILL – Eine Chance für Baden-Württemberg <i>von Rolf Heiler und Prof. Volker Helzle</i> | 138 |
| | | Förderung durch Forschung und aktiven Wissenschaftstransfer am Beispiel des Media Solution Centers und Promotionskol- legs an der Hochschule der Medien <i>von Prof. Bernhard Eberhardt</i> | 146 |
| | | Finanzierungschancen für die Animations- branche in der Region Stuttgart auf dem Weg zum „Animation Valley“ <i>von Matthias Berlinghof</i> | 150 |
| | | Notwendige statistische Grundlagen für die Weiterentwicklung des Animations-Standortes in der Region Stuttgart und Baden-Württemberg <i>von Dittmar Lumpp</i> | 156 |
| | | ANHANG | 159 |
| | | • Animationsunternehmen in Baden-Würt- temberg | 160 |
| | | • Box-Office Internationale Auswertung von Animationsfilmen 2008 - 2018 | 168 |
| | | • Überblick über deutsche Animations-Lang- filme 2007 - 2017 mit Einspielergebnissen und Fördersummen | 174 |
| | | • Mitgliedsfirmen im Animation Media Cluster Region Stuttgart AMRCS | 176 |
| | | • Hochschulen für Animations-Ausbildungen in Baden-Württemberg | 178 |
| | | • Die Autoren der Studie | 186 |
| | | • Impressum | 188 |

Vorwort

Animation als Beispiel für eine erfolgreiche Clusterentwicklung in der Region Stuttgart und in Baden-Württemberg

Historie

Seit Mitte der 80er Jahre hat sich die Animation in Baden-Württemberg mit dem Aufbau einer Animationsklasse an der Kunstakademie als Ausgangspunkt stetig entwickelt. Wichtige Schritte waren die Gründung des Internationalen Trickfilm Festivals Stuttgart 1984 und der Aufbau der Filmakademie Baden-Württemberg in Ludwigsburg ab 1992. Inzwischen hat sich das Land Baden-Württemberg mit seinen Ausbildungsstätten für die Bereiche Animation, Games, VFX, Visual Effekts und verwandte Themen bundesweit einen Spitzenplatz erobert. Neben der Filmakademie Baden-Württemberg sind die Hochschule für Medien in Stuttgart sowie die Hochschulen für Gestaltung in Karlsruhe und Offenburg beispielhaft zu nennen. Das Internationale Trickfilm Festival Stuttgart hat sich zusammen mit den Fachkongressen Animation Production Days und FMX zu einem weltweit wahrgenommenen Ereignis im Herzen der Stadt Stuttgart entwickelt. Ab 1995 wurden Animations-Produktionsstätten und Firmen gegründet, haben sich teilweise gut etabliert und – je nach Bereich – positiv entwickelt.

Ziel und Idee des Studie / Gedanke dahinter

Nach über 30 Jahren ist es Zeit sich die Entwicklung der Animation in Baden-Württemberg anzusehen. Dabei soll das Erreichte eingeordnet und gewürdigt werden, Stärken und Erfolge sollen beleuchtet und der Status Quo kritisch hinterfragt werden um vor allem den Blick in die Zukunft zu schärfen. In welchen Bereichen bedarf es nach der erfolgreichen Aufbauzeit weiterer Impulse um den Wirtschaftsstandort Region Stuttgart und Baden-Württemberg tatsächlich zu einem wirtschaftlich relevanten Animations-Produktionsstandort zu entwickeln? Diese Fragestellung steht im Mittelpunkt dieser Studie, die zur Entwicklung und Weiterentwicklung der Animationsbranche in der Region Stuttgart und Baden-Württemberg erarbeitet wurde. Erfreulicherweise stimmen die Initiatoren darin überein, dass diese Ausarbeitung einen großen praktischen Nutzwert für die Animationsbranche entwickeln sollte. Die Animationsbranche muss in einem weltweiten Wettbewerb gesehen werden, und in den letzten Jahren haben sich

vor allem Games-Unternehmen auch verstärkt über die Grenzen der Region Stuttgart hinaus angesiedelt. Daher muss sich die Studie mit den Rahmenbedingungen des Landes Baden-Württemberg und teilweise des gesamten Bundes.

Methodik / Herangehensweise

Die Herausgeber und die Autoren der Studie betrachten die Animation in vier Kategorien:

- Künstlerischer Animationsfilm
- VFX Dienstleistungen
- Games
- Angewandte Animation

Um eine möglichst große Bandbreite der sehr vielfältigen positiven Entwicklungen der letzten Jahre abzudecken, legen in dieser Studie eine Reihe von ausgewiesenen Animations-Experten aus der Szene im Land zu diesem Thema aus der betrieblichen Realität geprägte, aufeinander abgestimmte und von den Herausgebern kuratierte Beiträge vor. Die wesentlichen Schlussfolgerungen aus diesen Ausarbeitungen stellen wir in unserem Herausgeber-Summary an den Beginn dieser Studie.

Dank

Wir freuen uns auf eine lebhafte und spannende Diskussion unserer Vorschläge und Anregungen. Den Auftraggebern dieser Studie, der Wirtschaftsförderung der Region Stuttgart, Dr. Walter Rogg und Veit Haug, danken wir für die sehr vertrauensvolle und angenehme Zusammenarbeit.

Unser Dank gilt auch den Autoren für deren sachkundige Beiträge sowie allen Gesprächspartnern, die uns sehr bewusst gemacht haben, welche Chancen aber auch welche Herausforderungen wir gemeinsam auf dem Weg zu dem weiteren Ausbau des Animationsstandorts Baden-Württemberg noch vor uns haben.

Dittmar Lumpp / Susanne Schosser
BAF Medienconsulting
Rottenburg / Stuttgart, 24. Mai 2019

Herausgeber-Summary

von Dittmar Lumpf und Susanne Schosser



Dittmar Lumpf

Filmakademie Baden-Württemberg, Verwaltungsleiter 1992-1998, ITFS e.V. zweiter Vorstand Organisation und Finanzen 1994-2000, Mitinitiator Film- und Medienbörse/FMX 1994-2000, Vorstand Euro Arts Medien AG 1998 – 2005, Gründungsgeschäftsführer Elektrofilm Post Produktion GmbH 2000 – 2005, Geschäftsführer Organisation & Finanzen Film – und Medienfestival gGmbH Veranstalter Internationales Trickfilm Festival Stuttgart 2005 – 2017, Mitinitiator/Mitveranstalter Animation Production Days 2006-2017, Raumwelten Kongress 2013-2017



Susanne Schosser

Medienmanagerin bei KirchGruppe und RTL Mediengruppe, Programmdirektorin des Kindersenders Super RTL 1996 – 2004, Geschäftsführerin EM. Entertainment GmbH & Co. KG 2005 - 2008, Geschäftsführerin Hoffman Institut 2010 - 2013, Medienberaterin und Systemische Beraterin (DGfS), Programmbeirätin Internationales Trickfilmfestival Stuttgart ITFS

Typisch, Baden-Württemberg! Was fällt der Welt dazu im Frühjahr 2019 ein? Mit Sicherheit erst mal die großen Drei: Daimler, Porsche, Bosch. Nur bei Branchen-Insidern und den Angehörigen der internationalen Animationsszene aus aller Welt, die sich mit bis zu 100.000 Menschen zum ITFS/FMX/APDs um den Stuttgarter Schlossplatz versammelt, fiel ganz schnell die Verknüpfung: Baden-Württemberg und Animation.

Dabei wird seit Jahren im Ländle stolz darauf gepocht, DER Animationsstandort in Deutschland zu sein, und mit den Großen weltweit mithalten zu können wenn es um Trickfilme und deren technologische Ableger 3D, CGI, VR, VFX, Games, AR, VR etc. geht. Das ist einerseits richtig, hält aber andererseits einer kritischen Bestandsaufnahme nur zum Teil stand!

Richtig ist, dass von Seiten der Politik viele Jahre ganz viel richtig gemacht wurde, und das Thema Animation wenn nicht oben auf der Agenda, so doch im Bewusstsein vieler Verantwortlicher seinen festen Platz in einem Zukunftsszenario für die Region hatte und hat. Es wurden ausgezeichnete Hochschulen errichtet, mit allem ausgestattet, was sich ein Animationsausbilder nur wünschen kann, Forschung und Lehre auf ein absolutes Top-Level gebracht und viele Absolventen ausgebildet, die ihr Handwerk virtuos beherrschen. Es wurden Projekte von aufkommenden Studios gefördert und anschlussfinanziert, es wurden ein Festival und Fachkongresse unterstützt, die ihresgleichen suchen, und die Welt kam, sah und war begeistert.

Gleichzeitig fand eine ungeahnte digitale Revolution statt, Animation ist heute überall und allgegenwärtig: auf Smartphones, online auf Streaming-Plattformen, im Fernsehen, im Kino, als Film, Serie, Game oder bei Anwendungen in allen Bereichen des Lebens von Werbung bis zu Oper und Industrie. Sie ist von einem rein filmischen Nischenprodukt ins Zentrum der Lebenswirklichkeit gerückt. Mit den neuen Technologien und im Windschatten der Automobil- und Zulieferindustrie entwickelte sich die Animation in den Bereichen Visualisierung und Simulation auch in Baden-Württemberg mit den neuen Zweigen

VFX, Games und angewandte Animation gut, und es sah lange Zeit so aus, als ob die Strategie, in der Ausbildung frühzeitig auf die Animation gesetzt zu haben, auch wirtschaftlich aufgehen könnte.

Betrachtet man die hiesige Animationsbranche im nationalen, europäischen und weltweiten Maßstab erkennt man jedoch rasch, dass Baden-Württemberg im Bereich künstlerischer Animationsfilm und Games national und international bisher - leider - keine wichtige Rolle spielt. Unterschätzt wurde ausgerechnet im industriell geprägten Land der Tüftler und Macher, dass Animationskünstler und Technologie-Nerds nicht nur von guten künstlerischen Ideen und dem Knowhow diese umzusetzen leben. Ein weiterer – entscheidender - Erfolgsgarant für die Umsetzung einer kontinuierlichen Produktion ist der unternehmerisch denkende Produzent und Medienunternehmer, der in der Lage ist, den Künstler und seine Vision zu erkennen und ihm für die Umsetzung nachhaltige Mittel wie Zeit und Personal zur Verfügung zu stellen. Leider ist es in der Folge bisher nur in Ausnahmefällen gelungen, eine tragfähige mittelständische Unternehmensstruktur in der Animationsbranche in Baden-Württemberg aufzubauen. Mit der Betrachtung und Einordnung der Animation in den Bereich „Kunst und Kultur“ – Anfang der 90er Jahre durchaus richtig und verständlich – und der damit wohlgemeinten Kulturförderung kann die Lücke zu den wirtschaftlich starken Animations-Hotspots der Welt niemals überbrückt, geschweige denn geschlossen werden.

Gerade die Rolle der Förderung verbunden mit dem öffentlich-rechtlichen Fernsehen ist Fluch und Segen zugleich: In einzelnen Bereichen wurde über lange Zeit sicherlich zu wenig, aber immerhin genug erreicht, um nun auf herausragende, aber wirtschaftlich noch nicht nachhaltige Kleinstunternehmer und Künstler setzen zu können, auf die man beim weiteren Aufbau zählen kann. Wobei die Rolle der staatlichen Förderung für die Animationsbranche nach unserer Überzeugung auf Dauer nicht die entscheidende, zentrale Bedeutung für die Branchen-Entwicklung haben sollte. Nur durch die Stärkung der Wirtschafts- und Ertragskraft der Produzenten kann erreicht werden, dass sich Produktionen und Dienstleistungen auch in der Animationsbranche selbst tragen, um damit die Basis für weitere Geschäftsentwicklungen zu legen. Selbstverständlich sind auf diesem Wege staatliche Förderungen zur Sicherung der Wettbewerbsfähigkeit derzeit noch unerlässlich. Wer aber allein auf die Förderung zur Finanzierung seiner Projekte setzt, wird den Sprung in tragfähige wirtschaftliche Strukturen nicht schaffen.

It's now or never! – Der Animations-Zug in Gegenwart und Zukunft ist bereits angefahren

DIE Animationsfilmbranche aus den Anfangsjahren mit ihrem Schwerpunkt auf dem künstlerischen Animationsfilm gibt es schon lange nicht mehr. Die heute aktiven Player auf dem Animationsmarkt teilen sich in vier Bereiche:

- der (künstlerische) Animationsfilm mit seinen Ablegern Animationsserie, -Special, -Kurzfilm,

- die VFX-Produktion, meist als Dienstleistung für große Film- und Serien-Hybrid-Produktionen¹ oder reine Animationsfilme,
- die Games-Produktion,
- die angewandte Animation mit den Bereichen AR, VR, Visualisierung, Simulation etc.

Allen vier Bereichen liegt die gemeinsame technologische Basis zugrunde. Sie bauen aufeinander auf, befruchten sich gegenseitig, bedingen einander und haben dieselben Wurzeln was Ausbildung und technische Umsetzung des jeweiligen Produkts anbelangt. In vielen Bereichen gibt es Überschneidungen; so ist beispielsweise ein Game ohne packende Charaktere und gute Story auf Dauer nicht interessant und somit nicht erfolgreich. Game Engines² finden sich wiederum in der angewandten Animation bei der Fahrzeugentwicklung für die Automobilindustrie³. Den klassischen Regisseuren hat die technologische Entwicklung erlaubt, bislang ungeahnte Fantasien dank computergenerierter Bilder in ihren Filmen umzusetzen.

Baden-Württemberg hat mit seinem Reichtum und seiner Technologieführerschaft in Wissenschaft und Ausbildung eine Basis und einen Schatz, der zu einem größeren Sprung berechtigt!

So weit so gut? Ja – wenn man das bisher Erreichte in der Zukunft bewahren möchte, sich „Film“ als Kunst- und Kulturgut leisten kann und will, sind die bisherigen Instrumente, mit der einen oder anderen Anpassung z.B. der Fördermittel, sicher ausreichend. Ein ganz klares „Nein!“ wenn man aus der Animationsbranche in Baden-Württemberg tatsächlich eine wirtschaftlich relevante Industrie aufbauen will, die am Standort für Umsatz und Arbeitsplätze sorgt. In diesem Fall werden die bisherigen Unterstützungsansätze von Politik, Förderung, der Banken, etc. nicht ausreichen. Massenproduktionen in Projektgröße und Anzahl können und müssen die Investitionen im künstlerischen Bereich eines Tages aus sich selbst heraus finanzieren – nichts anderes ist in der Medienindustrie von heute der Standard.

Dabei ist jetzt das richtige Momentum um sich neu aufzustellen: Streaming-Plattformen schießen wie Pilze aus dem Boden und agieren weltweit mit ganz anderen Summen für Produktionen als es selbst die größten TV-Sender und Kinoketten jemals konnten. Apple hat gerade eine eigene Streaming-Plattform vorgestellt und Disney als größter Medienkonzern der Welt hat erkannt, dass man sich auf Dauer als Produzent und Zulieferer nicht in Abhängigkeiten bringen darf und eine eigene Streaming-Plattform angekündigt⁴. Der Kampf auf dem Markt der Giganten ist eröffnet und wird mit

¹ Hybrid-Produktionen sind Filme und Serien, die mit szenisch agierenden Schauspielern gedreht und anschließend visuell bearbeitet werden oder denen computergenerierte Effekte beigelegt werden. Dies kann bis zu 100% eines Filmes ausmachen, der jedoch szenisch wie ein Life-Action-Film erscheint (Bsp. „Avatar“, „Disney's Mowgli“, Superhelden-, Harry-Potter-, Jurassic Park-Filme etc.p.p.)

² Game Engine ist ein spezielles Framework für Computerspiele, das den Spielverlauf steuert und für die visuelle Darstellung des Spielablaufes verantwortlich ist.

³ <https://www.automotiveit.eu/bmw-nutzt-know-how-der-gaming-industrie/entwicklung/id-0052745>

⁴ <https://www.faz.net/aktuell/wirtschaft/unternehmen/streaming-plattform-disney-startet-frontalangriff-auf-netflix-16137333.html>

der „Ware“ Animationsfilm und –serie geführt, egal ob als reine Animation oder Hybrid-Projekt. Bereits Anfang der 90er Jahre gab es eine ähnliche Welle beim Aufbau des privaten Fernsehens, die in Baden-Württemberg vielleicht mit Rücksicht auf den Landessender SWR verpasst wurde, während andere Länder wie Frankreich, England und Kanada mit ihren Animationsfirmen massiv in diesem Markt mitgemischt haben und mit ihm groß geworden sind.

Es wird nicht endlos dauern bis eine Konsolidierung bei den Streaming-Plattformen einsetzt und die Zahl der Produktionen und die Preise wieder fallen werden. Aber bis dahin kann Hollywood allein die benötigten Mengen nicht produzieren und hat bereits mit Frankreich, England und Irland inhaltlich ebenbürtige Lieferanten. Baden-Württemberg hätte die Möglichkeit, im ganz großen Geschäft mitzumischen und die im Lande ausgebildeten Talente nicht mehr ans Ausland zu verlieren.

Noch gibt es die Chance, die Animationsbranche in Baden-Württemberg aus dem bisherigen Nischendasein zu einem wichtigen wirtschaftlichen Faktor zu entwickeln. Glücklicherweise hat sich die Animationsszene in Baden-Württemberg durch die exzellente Ausbildung an vielen Hochschulen, die Stärke von Forschung und Entwicklung in den technologischen Bereichen, die Unterstützung mit Festivals und Kongressen und die Aufträge der bestehenden Industrien im Land insgesamt gut entwickelt. Aber eines sollte man nicht übersehen: Baden-Württemberg steht heute in einem extremen Wettbewerb um Künstler, Ideen, Technologien und Arbeitsplätze in der Animationsindustrie und hat leider sehr viel Zeit verloren. Und Zeit ist heute nicht mehr nur Geld sondern vor allem eine Währung, die unglaublich schnell durch die Finger rinnt.

Viele richtungsweisende Erkenntnisse und Maßnahmen für die Weiterentwicklung des Standorts wurden bereits in der Filmkonzeption Baden-Württemberg im Jahr 2008 und der mit hohem finanziellen Aufwand im Jahre 2011 erarbeiteten Goldmedia-Studie genannt aber leider bislang nicht konsequent weiterverfolgt. Es fehlt nach unserer Erkenntnis in Baden-Württemberg nicht an den richtigen und wirksamen Lösungsansätzen für notwendige Weiterentwicklungsschritte. Insofern wird auch diese Studie manche Erkenntnis herleiten und begründen, obwohl diese bereits seit Längerem vorliegt. **Daher gilt es nun schnellstmöglich und konsequent alle Kräfte zu bündeln, gezielt zu unterstützen wo es Sinn macht, und an manchen Stellen die liebgewonnenen Zöpfe abzuschneiden bevor der Zug den Bahnhof endgültig verlässt!** Die Politik kann die momentane Fehlentwicklung noch rechtzeitig erkennen und die Rahmenbedingungen für eine aufstrebende Branche ändern. Und sie kann – oder muss – sich vertieft in eine Industrie hineindenken, die weltweit als eine der zukünftig Wichtigsten erkannt wurde.

Jede Antwort auf die Frage nach den richtigen Maßnahmen beinhaltet immer die Worte „Schnelligkeit“ und „Konsequenz“

Jede der oben genannten vier Animationskategorien steht an einem vollkommen anderen Punkt ihrer Entwicklung und benötigt daher unterschiedliche Maßnahmen zur Sicherstellung der Weiterentwicklung. **Auf dem Weltmarkt sind für alle Bereiche jedoch zwei Merkmale entscheidend: Exzellenz und Preis.** Die Erkenntnisse aus dieser Studie führen daher zu folgenden Schlussfolgerungen für die einzelnen Bereiche:

• **Der (künstlerische) Animationsfilm mit seinen Ablegern Animationsserie, -Special, -Kurzfilm**

Die Entwicklung eigener Stoffe und die Produktion kompletter Animationsfilme und –serien, die auf dem Weltmarkt bestehen können, ihre Kosten auch wieder einspielen und sogar zu einem Mehrwert in der Vermarktung und durch langfristige Arbeitsplätze führen, braucht kreative Köpfe mit Ideen sowie Zeit und Personal, um die Ideen weiter zu entwickeln, und Zeit und Produktionsmöglichkeiten, um die Projekte zu produzieren. Sind diese einmal vorhanden, können damit auch die VFX-Dienstleister ausgelastet werden.

• **Die VFX-Produktion, meist als Dienstleistung für große Film- und Serien-Hybrid-Produktionen oder reine Animationsfilme**

Die großen Pipelines der VFX-Dienstleister brauchen Personal, Platz und technische Ausrüstungen auf neuestem und höchstem Niveau sowie Unterstützung im Preiskampf mit den weltweit tätigen Konkurrenten.

• **Die Games-Produktion**

Auch Games leben von den Ideen sowie Zeit und Personal, diese zu entwickeln und umzusetzen. Hier befruchten sich der künstlerische Animationsfilm und die Games-Branche gegenseitig. Da es sich noch um eine junge Branche handelt, ist eine Unterstützung in allen Bereichen der Firmengründung und –führung besonders dringend.

• **Die angewandte Animation mit den Bereichen AR, VR, Visualisierung, Simulation etc.**

Die angewandte Animation ist mit ihren vielen Teilbereichen extrem heterogen und kann nicht über einen Kamm geschoren werden. Was aber alle Bereiche brauchen, ist Forschung und Entwicklung immer neuer Technologien um im Wettbewerb um die Marktführerschaft in diesem Zukunftsmarkt bestehen zu können. Natürlich braucht es dafür auch Top-Personal und beste technische Ausstattung.

Als Herausgeber sehen wir die große Chance für eine überaus positive wirtschaftliche Entwicklung des Animations-Standortes Baden-Württemberg - sofern es gelingt, alle Beteiligten zu einem konsequenteren, stärkeren und entschiedeneren Handeln als bisher zu motivieren wenn es darum geht, Rahmenbedingungen zu schaffen, die tatsächlich die wirtschaftlichen Notwendigkeiten der Animationsbranche in den Vordergrund stellen. Dazu dienen die nachfolgenden Vorschläge für den gesamten Wirtschaftsbereich „Animation“, also alle vier o.g. Branchenkategorien. Denn genau wie sie eine gemeinsame Basis haben, haben sie auch gemeinsame Notwendigkeiten zur Durchsetzung zielführender Rahmenbedingungen und Strukturen, inhaltli-

cher Weiterentwicklungen auf allen Gebieten und zur Talent-Ausbildung, um die Branche zu einem ernstzunehmenden, wirtschaftlichen Faktor in Baden-Württemberg zu entwickeln.

1. Schaffung eines Kompetenzzentrums Animation mit der notwendigen Ausstattung personeller und budgetärer Art

Die Schaffung eines übergeordneten, durchsetzungsstarken Kompetenzzentrums Animation ist die wichtigste Voraussetzung zur Sicherstellung einer chancenreichen Weiterentwicklung in Baden-Württemberg. Zur Stärkung der Animationsbranche bedarf es einer Vielzahl von koordinierenden Maßnahmen, die zwingend übergeordnet initiiert und verfolgt werden müssen.

Schon die Filmkonzeption II aus dem Jahr 2008 hat richtigerweise die Notwendigkeit der Bündelung der baden-württembergischen Kräfte erkannt. Schon damals wurde die Errichtung eines Clusters aller am Medienthema Beteiligten auf freiwilliger und unverbindlicher Basis angeregt. Letztlich ist aus dieser Anregung das Animations-Cluster AMCRS entstanden. Allerdings hat die dringend notwendige strukturierte Zusammenarbeit über die Grenzen von Ministerien und Verbänden hinweg nicht durchgesetzt werden können, obwohl schon damals klar wurde, dass die Animationsbranche sowohl einen hohen kulturellen Impetus als auch eine sehr stark gewachsene wirtschaftliche Bedeutung hat. Die bisherige Zersplitterung der Zuständigkeiten in den Landesministerien blieb ein enormes Wachstumshindernis.

Wir müssen uns die Frage stellen, wie man heutzutage aus einer bestehenden (und nicht ganz schlechten) Ausgangsposition tatsächlich einen Industriezweig wirksam weiterentwickeln kann. Dies erfordert ein gemeinsames Ziel, eine gemeinsame Strategie und alle Kraft, die notwendig ist. **Nur ein unabhängiges Kompetenzzentrum kann diese Aufgabe mit den vielen großen und kleinen Maßnahmen, der Vernetzung aller Betroffenen und der dafür notwendigen Expertise und Durchschlagskraft in der notwendig kurzen Zeit stemmen.**

Als Vorbild für das Kompetenzzentrum Animation könnte ein auf die Bedürfnisse der Animationsbranche angepasstes Kompetenzzentrum analog dem Programm Verband Region Stuttgart / WRS Stuttgart „Initiative regionale Kompetenz- und Innovationszentren“ dienen⁷. Dabei wäre unbedingt darauf zu achten, dieses Kompetenzzentrum mit ausreichenden Etatmitteln, personeller Ausstattung und Fachkompetenz (vor allem in Aufsichtsgremien und allen Ebenen des Managements) aus allen vier beschriebenen Bereichen auszustatten um tatsächlich eine durchsetzungsfähige Aufgabenwahrnehmung zu gewährleisten. Die Trägerstruktur dieses Kompetenzzent-

⁷ Zur Kompetenzzentrums-Initiative der Region Stuttgart gehören aktuell 8 Kompetenz- und Innovationszentren aus unterschiedlichen Technologiebereichen: u.a. Kompetenznetzwerk Mechatronik KMBW e.V. (98 Mitglieder und Partner), Virtual Dimension Center Fellbach e.V. VDC (219 Mitglieder und Partner)

rums sollte die wichtigsten Landesministerien wie Staatsministerium, Ministerium für Wirtschaft und Arbeit, Ministerium für Inneres, Digitalisierung und Migration und Ministerium für Wissenschaft und Kunst einbinden.

Die Animations-Wirtschaft mit ihren vier Teilbereichen und ihren unterschiedlichen Bedürfnissen ist viel zu heterogen, als dass sie klar einem bestimmten Bereich zugeordnet werden kann. Betroffen sind in Baden-Württemberg um nur die wichtigsten Akteure zu nennen:

- Das Staatsministerium mit seiner Zuständigkeit für die Medienpolitik und die Komplexität und Wichtigkeit der Branche für das gesamte Land.
- Das Wirtschaftsministerium mit den Themen Wirtschaftsförderung, Subventionen für eine Schlüsselindustrie und Gründertum.
- Das Ministerium für Inneres, Digitalisierung und Migration mit den Themen Digitalisierung der Produktionspipelines, Visa für ausländische Arbeitnehmer.
- Das Ministerium für Wissenschaft, Kunst und Kultur mit den Themen Ausbildung, Filmförderung durch die MFG, Vernetzung mit den kulturellen Events (ITFS, FMX etc.) sowie Querverbindungen zu potentiellen Abnehmern wie Schulen, Museen und Theatern z.B. im Bereich „Serious Games“.
- die Regionen und Städte mit Fragen zu infrastrukturellen Erfordernissen für Gründerzentren und die Unterstützung von bestehenden Produktionsstätten sowie Wohnraum für die Arbeitnehmer von außerhalb.

Das Animations-Kompetenzzentrum hätte wichtige operative Aufgaben mit Themenstellungen bei denen die einzelnen Animationsfirmen keine eigene Fachkompetenz vorhalten können:

- Genaue Erfassung sämtlicher bereits bestehender Förderungen, Subventionen, Gründerdarlehen, Initiativen von L-Bank bis hin zu privaten Stiftungen mit dem Ziel, diese zugänglich zu machen und im Sinne einer gemeinsamen Strategie zu nutzen,
- langfristige wirtschaftliche und organisatorische Förderung neuer aus den Akademien entstandener Studios und Projekte bis zur Marktreife durch verbindliche Mentorenprogramme und beratende betriebswirtschaftliche Begleitung,
- Initiative zur Schaffung steuerlicher Anreize für Investoren beim Einsatz von Risikokapital (Abschreibungsmöglichkeiten),
- Erarbeitung von Vorschlägen zur Anpassung von Kreditvergabekriterien für die Medienbranche,
- Förderung von Erfindungen und Stoffentwicklungen durch risikoabfedernde Abschreibungsmodelle,
- Konsequente Unterstützung beim Aufbau von Eigenkapital zur Sicherung der Investitionsmittel für eigene Projekte der Medienunternehmen,
- Nachfolgesicherung für bereits bestehende Studios um die vorhandene Expertise und Erfahrung zu nutzen,
- Stärkung und Vertiefung Standort-Marketing für Animation in Baden-Württemberg innerhalb Deutschlands und international,
- Servicestelle für die juristische Unterstützung bei internationalen Verträgen mit großen Konzernen zur Abfederung der Wettbewerbsnachteile, da kleine Firmen solche Verhandlungen zeitlich und budgetär nicht leisten können,

- Lobbyarbeit zur Verbesserung wirtschaftlicher, politischer, struktureller Rahmenbedingungen innerhalb Baden-Württemberg.

2. Entwicklung eigener Stoffe und Geschichten im Land der Dichter und Denker

Die Entwicklung eigener Stoffe ist ein bedeutender Schritt auf dem Weg zu einem nachhaltig gesicherten Wachstum im Bereich Animation, unabdingbar um mit Exzellenz zu punkten und die Branche nicht einem reinen Preiskampf mit der in- und ausländischen Konkurrenz auszusetzen. Seit dem weltweiten Siegeszug der Animations- und VFX-lastigen Filme und Serien ist allen Fachleuten klar, dass sich ein nachhaltiger Erfolg im Bereich künstlerischer Animationsfilm und -serie in Baden-Württemberg nur über die Entwicklung eigener Geschichten, Charaktere und Marken erreichen lässt. Erste Erfolge, auf denen man aufbauen kann, sind z.B. mit der Serie „Ich kenne ein Tier“ und ihrer Nachfolge-Projekte und den überaus erfolgreichen Kurzfilmen wie „Der Gruffalo“ und „Der Kleine und das Biest“ u.a. gelungen⁸.

Eigene Geschichten sind zwar vor allem in den Bereichen künstlerischer Animationsfilm und Games von zentraler Bedeutung. Aber auch die Dienstleister in den Kategorien VFX und Games-Realisierung hängen direkt oder indirekt an der künstlerischen Exzellenz und Einzigartigkeit der Stoffe. Und alle Bereiche – selbst die angewandte Animation wie Augmented Reality und Visual Reality, die vor allem in wirtschaftlichen Anwendungen wichtig sind, leben von und mit der Weiterentwicklung der Technologien, die bei der immer komplexer werdenden Umsetzung neuer Ideen entstehen – und umgekehrt. Im Folgenden stellen wir die Maßnahmen für eine Stärkung der Entwicklung von eigenen Geschichten und Marken (IPs) im Animationsbereich dar:

- Die Entwicklung von IPs und deren Produktion muss ins Zentrum der Ausbildung und der Förderung gestellt werden.
- Die Aus- und Weiterbildung von talentierten Produzenten, Autoren, Regisseuren, Storyboardern und Character-Designern muss vorangetrieben werden, wobei ein besonderer Fokus auf der Autorenausbildung liegen muss. So sollte u.a. der für die IP-Erfindung unabdingbare Storytelling-Aspekt ausgebaut und aufgewertet werden.
- Talente müssen frühzeitig erkannt und mit den notwendigen Faktoren ausgestattet werden. Die bereits in diesem Bereich erfolgreich arbeitenden Kleinst-Produktionsunternehmen sollten als „Inkubationsstudios“ im Sinne eines Gründerzentrums mit Mentoring-Programm eine besondere Förderung erhalten.
- Stoffentwicklung braucht neben dem künstlerischen Impetus und dem Knowhow, vor allem ZEIT und ein gutes Team. Zeit ist bei den Produzenten jedoch ein rares Gut, da sie in der Regel von Projekt zu Projekt denken (müssen). Projektentwicklung muss für den Produzenten auskömmlich finanziert werden, d.h. die Existenzsicherung während der Entwicklungs- und Produktionsvorbereitungsphase muss gewährleistet sein - zumindest so lange bis sich Firmen herauskristallisiert haben, die diese Aufgabe eigenständig als mittelständische Unternehmen leisten können.
- Finanzielle Mittel für Stoffentwicklung könnte auch die Medi-

en und Filmgesellschaft MFG in erhöhtem Maße bereitstellen und vergeben. In den 14 Jahren von 1995 bis 2009 hat die MFG insgesamt 12 (!) Animations-Drehbücher mit einem Gesamtvolumen von 177 TEuro gefördert. 2017 und 2018 haben ganze drei Serien Drehbuch-Förderung erhalten. Und IP-Entwicklung lebt nicht nur von Drehbüchern. Angesichts dieser Zahlen regen wir an, den gesamten Förderansatz für Animationsdrehbuchautoren und -Produzenten durch die MFG neu zu definieren.

- Um die Verwertbarkeit der Projekte besser zu gewährleisten, müssen die Produzenten erstens in die Lage versetzt werden, attraktivere, für den Weltmarkt konkurrenzfähige Stoffe zu entwickeln, und zweitens die Rechte an diesen Stoffen auch behalten und auswerten zu können. Sowohl bei der Verhandlung über die Rechte als auch bei Marketing und Vertrieb sollte das Kompetenzzentrum Animation Hilfestellung leisten können.
- Animations-Artists müssen dauerhaft eine verlässliche Beschäftigung in der Region finden um zum einen die Produzenten zu entlasten, damit sie nicht bei jedem Projekt mühsam eine neue Crew zusammen stellen müssen, zum anderen können nur so die guten Talente dauerhaft an den Standort gebunden werden. Dauerhafte, verlässliche Beschäftigung, die nur durch eine nachhaltige Erhöhung des Produktionsvolumens in der Region entstehen kann, ist der zentrale Hebel für eine durchschlagende Änderung zum Positiven.

3. Unterstützung der Animationsbranche beim Aufbau einer mittelständischen Unternehmensstruktur

Übereinstimmend wird das insgesamt immer noch zu geringe Produktionsvolumen im Bereich der Animations-Branche Baden-Württembergs - mit einigen Ausnahmen in den Bereichen VFX-Dienstleistung und angewandte Animation - auch als das zentrale Problem für die Entwicklung wirtschaftlich tragfähiger Strukturen angesehen. Im Bereich künstlerischer Animationsfilm werden Produktionsvolumen auf ganz unterschiedlichen Wegen generiert. Sehr häufig werden Produktionen als Auftragsarbeiten für und von Sendern und/oder privaten Auftraggebern wie Weltvertriebsunternehmen oder Koproduzenten jeder Größenordnung realisiert.

Die besondere Verantwortung des Südwestrundfunks (SWR) als sogenannter Haus-Sender der baden-württembergischen Film- und Dokumentarfilm-Produzenten für solche Auftragsarbeiten ist evident, ein Umstand der immer wieder Anlass zu z.T. öffentlichen Debatten ist. Dieses traditionelle Geschäftsmodell funktioniert im speziellen Fall Animation aber schon lange nicht mehr – die neue Kundschaft heißt Netflix, Amazon-Prime und demnächst Apple und Disney. Oder dem Produzenten – vor allem im Kurzfilm- wie auch im Games-Bereich gelingt der direkte, aber teure Zugang zum Zuschauer über Streaming-Dienste wie youtube oder Steam. Auch die ausgesprochen wichtige Förder- und Entwicklungsarbeit der Medien- und Filmgesellschaft Baden-Württemberg MFG, deren Wirken ganz entscheidend zur Entstehung des jetzigen Produktionsstandorts in der Medienregion Stuttgart/Ludwigsburg beigetragen hat, kann als Anschubfinanzier alleine keine mittelständische Industrie aufbauen.

Im Zentrum stehen die Animationsunternehmen selbst, und dabei vor allem die Frage inwieweit diese Unternehmen die Voraussetzungen für die oft notwendigen Teil- oder Vollfinanzierungen ihrer Projekte bei Banken erfüllen können. Um die Medienwirtschaft auf dem Weg in mittelständische Strukturen besser zu unterstützen, müssen sehr dezidierte Maßnahmen, abgeleitet aus der jeweiligen Entwicklungsstufe des Unternehmens, gefunden werden. Wie schafft es z.B. ein gut ausgebildetes kreatives Talent oder Team mit guten Stoffentwicklungsansätzen in einem Zeitraum von bis zu fünf Jahren die wirtschaftliche Entwicklung vom Rucksack-Produzenten zu einer tragfähigen mittelständischen, solide finanzierten Firma zu bewältigen.

Unsere aus den Expertendiskussionen abgeleiteten Vorschläge lauten:

- Akquise von privaten Investorengeldern für baden-württembergische Animationsprojekte im drehreifen Stadium mit Nennung des Produktionsteams unter Federführung des Kompetenzzentrums Animation z.B. durch Zusammenstellung eines Projektportfolios mit ca. 10-20 Animationsfilm und –serienprojekten,
- konsequente Förderung von Erfindungen (IPs) durch Stoffentwicklung mit risikoabfedernenden Finanzierungs-Modellen,
- Neustrukturierung der Filmförderung Baden-Württemberg MFG im Bereich Stoffentwicklungs-Förderung,
- Ausbau von Mentoring-Programmen für Filmschaffende von und mit ausgewiesenen Animations- und Medienfachleuten mit Unterstützung des Kompetenzzentrums,
- bessere betriebswirtschaftliche Grundausbildung von Filmproduzenten,
- betriebswirtschaftliche Existenzgründungsvorbereitung schon in Hochschulen,
- Vernetzung von Existenzgründungs-Angeboten von MFG, Film Commission, IHK, Hochschulen, Wirtschaftsförderungen der Region Stuttgart, Stadt Stuttgart, L-Bank mit dem Ziel die Gründung und Entwicklung von Animations- und Games-Unternehmen im Land zu fördern,
- konsequente Schaffung von Gründerzentren, Game-Hubs, Co-Working-Spaces und kreativen, innerstädtischen Raumangeboten für Hochschulabsolventen und Neugründungen von Firmen. Die regionalen Wirtschaftsfördereinrichtungen bieten diverse Fördermaßnahmen im Bereich Ansiedlung an, diese müssen aber besser koordiniert und deutlich ausgebaut werden. Hier geht es nicht nur um günstigen Platz sondern um offene, belebte Räume für gemeinsames Brainstorming, Mentoring-Möglichkeiten und Treffpunkten mit potentiellen Investoren.
- Sonderförderungen unter anderem für Games im Anwendungsbereich im Rahmen der Digitalisierungsstrategie „digital@bw“ des Landes Baden-Württemberg und dem daraus abgeleiteten Projekt des MWK „Digitale Wege ins Museum“. Beides sind wichtige Bausteine zur Vernetzung und Sicherung von Produktionsvolumen.

4. Weiterentwicklung der Ausbildung im Bereich Animation in Baden-Württemberg

Die Ausbildung im Bereich Animation an den Hochschulen in Baden-Württemberg war lange Zeit führend und ist ein nicht unwesentlicher Wettbewerbsvorteil des Standorts. Dagegen war in den 1990er und 2000er Jahren die Frage nach dem Berufseinstieg der ausgebildeten Kreativen oft schwierig, da es in Baden-Württemberg selbst zunächst keine bzw. erst sehr wenige Medienfirmen mit ausreichender Beschäftigungsperspektive gab. „Müssen unsere Kreativen künftig in Berlin Taxi fahren?“, war eine weitverbreitete Sorge.

Heute stellt sich die Frage nach der Beschäftigung im Bereich Animation ganz anders; praktisch alle im Rahmen dieser Studie befragten Unternehmen schildern übereinstimmend, dass der Fachkräftemangel im Bereich Animation in Baden-Württemberg aktuell eine Wachstumsbremse darstellt. Dieser Mangel wird von der Branche auch darauf zurückgeführt, dass in bestimmten Bereichen zu wenig ausgebildet wird und die wenigsten Animations-Artists sofort nach der Ausbildung in der betrieblichen Praxis eingesetzt werden können. Die Absolventen sind zwar hochkarätig ausgebildet, es fehlt jedoch oftmals an der Eignung für den Praxisbetrieb.

Folgende Maßnahmen könnten die heutigen Anforderungen an die Ausbildung abbilden:

- Die Hochschulen müssen in nachhaltigem, andauerndem Kontakt mit der Branche stehen um die sich heute deutlich schneller ändernden Anforderungen an die Absolventen zu erfahren und schnell reagieren zu können. Auch in diesem Bereich könnte ein Kompetenzzentrum die notwendige Verzahnung betreuen.
- Die Region benötigt dringend mehr und handwerklich gezielter ausgebildete Artists in den Bereichen Character-Design, Background-Design, UI/UX-Design, 2D- sowie 3D- und Realtime 3D-Animation, Konzepter, Informatiker, Storyboarder, Autoren auch mit Storytelling-Schwerpunkten, Softwareentwickler, Grafiker, Gamesentwickler.
- Ein wichtiger künftiger Baustein im Rahmen der Berufsausbildung könnte in einer zertifizierten Ausbildung im Bereich Animation als Weiterentwicklung des Berufsbildes des Mediengestalters bestehen. Eine entsprechende Initiative zur Fortschreibung der Ausbildungsinhalte wird derzeit vom MWK vorbereitet.
- Durchlässigkeit erleichtern und fördern: Die Studiengänge der Animations-Hochschulen und die Zusammenarbeit untereinander sollten durchlässig gestaltet werden: Studenten müssen je nach Talent und Lern-Fortschritten wechseln können und die herausragenden Talente gemeinsam nach besten Möglichkeiten gefördert werden (Bsp. DFB-Jugendzentren und Akademien im Fußball).
- Nach der Ausbildung ist vor der endgültigen Qualifizierung! Gerade an der Schnittstelle zwischen Ausbildung und Beruf fehlen die notwendigen Weiterqualifizierungs-Maßnahmen und –Räume:
- Zu prüfen ist ein finanziell durch das Land Baden-Württemberg gefördertes Qualifizierungsprogramm für Alumni aus den Animationshochschulen in den Animationsfirmen selbst, mit dem der derzeitige, akute Fachkräftemangel zumindest teilweise behoben werden kann. (Bsp. „La Poudrière“ Frankreich

– eine von Studio Folimage begründete Schule, die die Absolventen der Hochschulen angeschlossen an den Praxis-Betrieb exzellent weiter an das Arbeitsleben heranführt).

- Erhöhte und gezielte Förderung von gemeinsamen Projekten von Studierenden und Inkubatoren aus der Privatwirtschaft (Bsp. „Ich kenne ein Tier“ und daraus entstandene Projekte der Regie-Alumnis Ocker, Steffens, Walch etc. mit Studio FILM BILDER, Filmakademie Ludwigsburg, MFG oder Bsp. „Film für Europa“ des Ministeriums für Justiz und für Europa mit Preisträgerin Shadi Adib realisiert bei und mit Studio Soi).

5. Weiterentwicklung von Forschung und Entwicklung: Transfermodelle für die Animationsbranche in der Region Stuttgart und Baden-Württemberg

Die Entwicklung und Etablierung von Transfermodellen für die Nutzung von Forschungs- und Entwicklungs-Ergebnissen ist eine der zentralen Zukunftschancen und von entscheidender Bedeutung für die Animationsbranche Baden-Württembergs. Die Branche ist technologisch extrem schnelllebig und innovativ. Oftmals entscheiden Fragen der technischen Realisierbarkeit über die konkrete Machbarkeit von Projekten. Aus diesem Grunde ist die ständige technologische Weiterentwicklung für die Branche im internationalen Wettbewerb eine Überlebensfrage.

Folgende Best Practice Beispiele belegen eindrucksvoll, wie die Hochschulen die Verzahnung von Forschung und Entwicklung zwischen Studierenden, Alumnis, anderen Hochschulen unterschiedlicher Ausrichtung sowie der Praxis innerhalb der Animationsbranche aber auch übergreifend auf andere Branchen bewerkstelligen können:

- Die Filmakademie mit dem Konzept für das Immersion Lab Ludwigsburg ILL überzeugt vor allem mit der geplanten Einbindung der Privat-Industrieanforderungen und der Zusammenstellung der aus verschiedenen Hochschulen rekrutierten Projektteams auch unter Einbindung der wichtigen betriebswirtschaftlichen Kompetenzen.
- Die Hochschule der Medien HDM hat mit dem Media Solution Center MSC die Nutzung der Hochleistungsrechner der Universität Stuttgart über den Rahmen der Forschung und Lehre hinaus bereits heute für Animationsfirmen zugänglich gemacht und seine Praxistauglichkeit bei der Animationsproduktion „Biene Maja“ von Studio M.A.R.K. 13 bestanden.

Die Vorschläge zur Stärkung dieses wichtigen Themas sind:

- Beide Initiativen – Immersion Lab Ludwigsburg ILL und Media Solution Center MSC - sind derzeit in unterschiedlichen Realisierungsstadien; es ist aber offensichtlich, dass mit vergleichsweise überschaubaren finanziellen Investitionen wesentliche Impulse für eine positive wirtschaftliche Weichenstellung für die Animationsbranche in Baden-Württemberg erreicht werden können. Ein sehr positives Grundsignal ist, dass sich derzeit beim Immersion Lab ILL das Wirtschaftsministerium und das Ministerium für Wissenschaft und Kunst neben der Stadt Ludwigsburg an der engagierten Diskussion und Erarbeitung der notwendigen Investitionsentscheidungen beteiligen.

- Beim Media Solution Center MSC könnte das angekündigte Auslaufen von zweckgebundenen Forschungsmitteln für das Promotionskolleg - bislang Impulsgeber für das MSC - die weitere Entwicklung für die Animationsbranche gefährden. Daher sollten diese Forschungsmittel unbedingt verlängert werden.
- Mit der Realisierung des Immersion Lab in Ludwigsburg und der Sicherung der Rahmenbedingungen für das Media Solution Center in Vaihingen können bundesweit wichtige Transfermodelle zur Sicherung der Wettbewerbsfähigkeit der hiesigen Animationsbranche erprobt und etabliert werden.
- Das im Rahmen dieser Studie angeregte Kompetenzzentrum Animation könnte bei der Etablierung und Durchsetzung der bisher noch fehlenden tragfähigen, unkomplizierten Nutzungsmodelle für die Animationsfirmen ein wichtiger Ansprechpartner sein.

6. Weiterentwicklung der Förderung für Animation durch die MFG und den Aufbau von steuerlichen Anreizsystemen in Baden-Württemberg

Die Medienförderung ist in Deutschland überwiegend Ländersache. Durch die Filmförderanstalt des Bundes FFA werden aber nicht unwesentliche Förderimpulse für den Kinofilm auch bundesweit gegeben.

Die Filmförderung in Baden-Württemberg wird durch die MFG wahrgenommen. Mit jährlich ca. 10 Mio. Euro Gesamtförder-summe liegt die MFG im Länderranking auf einem mittleren Platz. Die Film- und Animationsförderung der MFG erfolgt vorwiegend nach künstlerisch-kulturellen Gesichtspunkten. Der gestellte Förderantrag wird von einem Vergabe-Gremium beurteilt und entschieden. Eine Finanzierung durch eine solche Förderung ist für den Antragsteller nicht fest planbar. Die positive Förderentscheidung bezieht sich auf ein eingereichtes Projekt, eine strukturelle Entwicklung von Eigenkapital oder sonstigen Rücklagen für künftige neue Projekte durch den Unternehmer sind in der Regel über solche Förderungen nicht möglich.

Leider lässt sich in Baden-Württemberg die Folge der seit 1995 praktizierten künstlerisch-kulturellen Fördersystematik an Hand der Firmenstruktur im Animationsbereich sehr deutlich ablesen. Die Marktteilnehmer - im künstlerischen Animationsfilm derzeit 12 Firmen - sind weit überwiegend Kleinunternehmen mit einer Mitarbeiterzahl von jeweils max. 2 – 10 Mitarbeitern. Diese Mitarbeiterzahl wird projektabhängig temporär erhöht.

Die Fokussierung auf das Projektgeschäft wird für die Firmen zur Existenzsicherungsfrage. Es zeigt sich überdeutlich, dass die projektbezogene Förderpraxis der Filmförderung in Baden-Württemberg seit 1995 d.h. seit 25 Jahren den Aufbau von an sich notwendigen mittelständischen Unternehmensstrukturen nicht ermöglicht hat. Die Unterstützung einer tragfähigen, nachhaltigen wirtschaftlichen Entwicklung der in Baden-Württemberg ansässigen Unternehmen im Animationsbereich bleibt daher die zentrale Herausforderung der kommenden Jahre.

Animationsförderung in Baden-Württemberg

Die Animation bildet bei der Förderarbeit der MFG nach eigener Aussage seit Jahren einen Förderschwerpunkt. Im Jahr 2018 wurden von 10,2 Mio. Euro Gesamtförderung immerhin 4,3 Mio. Euro für insgesamt 20 Animationsprojekte bewilligt. Mit der Line Producer Förderung wurde 2014 ein spezielles Animations-Förderprogramm für VFX-Dienstleistungen aufgelegt. Mit dieser erstmals nach überwiegend wirtschaftlichen Gesichtspunkten im Rahmen eines vereinfachten Bewilligungsverfahrens vergebenen Förderung, hat die MFG bundesweit eine Vorreiterrolle übernommen. Mit einer Förder-summe von 1,55 Mio. Euro in den Jahren 2015 bis 2018 bleibt aber der erzielte wirtschaftliche Effekt bisher hinter den Erwartungen zurück.

Eine Weiterentwicklung der Filmförderung der MFG könnte folgende Punkte umfassen:

- Die Animationsförderung der MFG sollte weiter den wirtschaftlichen Notwendigkeiten entsprechend angepasst und deutlich aufgestockt werden. Dies betrifft insbesondere:
 - Drehbuchförderung und Projektvorbereitungsförderung für künstlerische Animations-Langfilme und -Serien, die neu strukturiert und deutlich besser ausgestattet werden sollten.
 - Analog zur Line Producer Förderung sollte die Förderung auch zweite und dritte Staffeln von Serien umfassen, da erst mit solchen Weiterentwicklungen nachhaltiger wirtschaftlicher Erfolg möglich ist.
 - Der weitere Ausbau der Line Producer Förderung für VFX-Dienstleistungen ist zu begrüßen, sollte aber durch Aufstockung des Budgets finanziert werden und nicht auf Kosten der anderen Bereiche stattfinden.
 - Die Games Förderung sollte weiter der Förderung im Bereich Animation und VFX-Dienstleistung angenähert werden. Bisher beträgt die jährliche Fördersumme bei Games lediglich 600 T€uro. Mit einer signifikanten Erhöhung der Fördersumme für Games könnte Baden-Württemberg eine bundesweite Vorreiterrolle übernehmen.
 - Förderung ist immer mit bestimmten Vergabekriterien verbunden, die nicht nur wirtschaftliche Aspekte verfolgen. Im Bereich Spielfilm/Dokumentation verbunden mit einem Auftraggeber aus dem öffentlich-rechtlichen TV-Umfeld ist dies durchaus sinnvoll. Im Animationsbereich, der – wie mehrfach in dieser Studie beschrieben - in einem Weltmarkt konkurrieren muss, sollten jedoch auch wirtschaftlich langfristige Ziele verfolgt werden. Dies sowie die Qualität von Regisseuren und Teams können allerdings nur ausgewiesene Animations-Experten beurteilen. Daher sollte über eine getrennte Vergabe von Animations- sowie Spielfilm-/Dokumentationsprojekten nachgedacht werden und der Vergabeausschuss entsprechend besetzt werden. Auch hier wäre das Kompetenzzentrum Animation der geeignete Partner.

Aufbau von Steueranreizsystemen in Baden-Württemberg

Das Hauptziel der Anreizmodelle ist es, nationale und internationale Produktionen an den jeweiligen Standort zu holen. Deshalb sind die Förderbedingungen stark an die Art und Höhe der Produktionskosten, die vor Ort ausgegeben werden („regional spend“), gebunden. Anreizmodelle wurden erstmalig in Kanada 1995 und zwei Jahre später in Großbritannien eingeführt. Diese Einführung hatte weltweit eine verstärkte

Konkurrenz zwischen Filmproduktionsstandorten zur Folge. Ein wichtiger Faktor bei der Nutzung solcher Modelle ist, dass sich diese sowohl kurz- als auch langfristig selbst finanzieren. Klare Vorteile für die Produzenten sind die Berechen- und Planbarkeit aufgrund der automatisierten Förderbedingungen und der Unabhängigkeit von Jury-Entscheidungen.

Die wirtschaftlichen Auswirkungen dieser Anreizmodelle, die nur zum Teil auf steuerbasierte Systeme bauen, sind vielfältig und finden gleichzeitig auf mehreren Ebenen statt:

- Anstieg von Produktionsvolumen und Beschäftigung,
- Anziehung von Fachkräften aus dem Ausland,
- Vollausslastung der Infrastruktur,
- Professionalisierung des Knowhows inkl. Übernahme zusätzlicher Funktionen (u.a. vom Service Provider zum Entwickler, Produzenten und Vertrieb),
- Weiterentwicklung der (geförderten) Filmstandorte (u.a. Dynamisierung der Gründerkultur, Investitionen),
- Verhinderung von Abwanderung lokaler Produktionen,
- Ansiedlung ausländischer Produktionsstätten,
- Hebeleffekte der verausgabten Kosten als indirekte Effekte auf die gesamte Volkswirtschaft.

Aufgrund der genannten Vorteile und der weltweiten Wettbewerbssituation machen wir folgende Vorschläge:

- Im Rahmen dieser Studie wurden 26 Filmförder-Anreizsysteme in 17 EU-Ländern recherchiert. Die Erkenntnisse dieser Recherche führen zu dem Schluss, dass auch in Deutschland und Baden-Württemberg die rechtlichen Grundlagen für die Etablierung solcher Anreizsysteme gegeben sein sollten.
- Mittelfristig sollte die Förderung im Animationsbereich in Baden-Württemberg auf Steuer-Anreizsysteme umgestellt werden. Im Rahmen dieser Studie wird eindrucksvoll belegt, dass solche Anreizsysteme für die Entwicklung von tragfähigen wirtschaftlichen Strukturen gegenüber dem künstlerisch-kulturellen Förderansatz erhebliche Vorteile für die Zukunftsfähigkeit der Branche haben.

7. Filmfestivals als Leuchttürme der Animation in der Region Stuttgart und Baden-Württemberg erhalten und ausbauen

Für den Animations-Standort Region Stuttgart und Baden-Württemberg sind die weltweit wahrgenommenen großen Animations-Veranstaltungen des Landes in Stuttgart ein erheblicher Imagefaktor. In Zeiten einer weltweiten Konkurrenz um die besten kreativen Köpfe können solche Faktoren von ausschlaggebender Bedeutung sein.

Um die Attraktivität und die internationale Ausstrahlung des Internationalen Trickfilm Festivals Stuttgart ITFS, der Animation Production Days APDs und der FMX-Conference zu erhalten und die Veranstalter in die Lage zu versetzen, die in diesem dynamischen Umfeld ständig entstehenden neuen Herausforderungen im Kampf um die Wahrnehmung des Publikums und der nationalen und internationalen Fachleute zu bestehen, müssen die finanziellen und organisatorischen Voraussetzungen stimmen.

Die Empfehlungen dazu lauten:

- Sicherstellung einer gesicherten, aber auch dynamisch wachsenden öffentlichen Förderung,
- ermöglichen und fördern guter Rahmenbedingungen für Sponsoring-Engagements,
- Sicherstellung und Ausbau einer engen Verbindung zu den Hochschulen und Ausbildungsinstitutionen des Landes,
- Nutzung des kreativen Firmenumfeldes, das ITFS, APDs und FMX als Austauschplattformen und Schaufenster für die Region bieten.

Gerade im Erfolg liegt die Gefahr, bisher Erreichtes als Selbstverständlichkeit anzusehen und damit notwendige Weichenstellungen für die Zukunft zu unterlassen.

8. Aufbau statistischer Grundlagen für den Bereich Animation durch strukturierte, regelmäßige Datenerhebungen

Sämtliche Maßnahmen, die für den Bereich Animation in der Zukunft unternommen werden – seien sie in dieser Studie aufgeführt und hergeleitet oder durch andere bisherige und zukünftige Initiativen entstanden - können nur auf ihre Richtigkeit nachvollzogen werden, wenn es entsprechende Basiszahlen gibt, anhand derer Zielvorgaben gemacht und deren Erreichen überprüft werden können.

Daher schlagen wir vor,

- schnellstmöglich regelmäßig Daten zu erfassen und auszuwerten,
- Definition der Marktteilnehmer im Bereich Animation mit sämtlichen Firmen aus den Bereichen:
 - künstlerische Animation
 - VFX / Visuelle Effekte Dienstleistungen
 - Games
 - Angewandte Animation
- mit Zahlen zu Mitarbeitern, Umsätzen etc.
- sowie sämtliche Animations-Hochschulen in Baden-Württemberg mit den jährlichen Absolventen
- ebenso sämtliche Ausgründungen und Transfermodelle aus Forschung und Entwicklung.
- Die Datenerfassung sollte auf jährlicher Basis erfolgen.



**Bestandsaufnahme
Animation in der
Region Stuttgart und
Baden-Württemberg**

Animation in der Region Stuttgart und Baden-Württemberg – Die Bedeutung für den Standort

Gestern, Heute, Morgen



Von Susanne Schosser

Die Bedeutung von Animation in der heutigen Wirtschaftswelt

In Zeiten der fortschreitenden Digitalisierung sowohl sämtlicher gesellschaftlichen als auch der bisher gewohnten wirtschaftlichen Abläufe zeigt sich, dass die angewandte Animation sämtliche Lebensbereiche durchdringt und zukünftig noch weiter durchdringen wird.

Damit ist die Animation einer der Bereiche in denen sich die Gewinner der Digitalisierung in Form von Arbeitsplätzen und Firmenentwicklungen in der Zukunft befinden werden.

Vor diesem Hintergrund ist es für die Politik von entscheidender Bedeutung die Animationsbranche in Baden-Württemberg beim Aufbau tragfähiger unternehmerischer Strukturen aktiv zu unterstützen. Dies gilt in sämtlichen marktrelevanten Bereichen: Kreativität, Technik, Finanzkraft und Manpower. Einige Unternehmer der ersten Generation, fast ausschließlich Absolventen der Filmakademie BW, haben Meilensteine gesetzt und gegen viele Widerstände und eine immense Konkurrenz aus dem Ausland Großes geleistet.

Die Frage ist nun, wie man aus diesen Anfängen die folgenden Entwicklungsschritte kräftigen und beschleunigen kann. Denn eines ist sicher: Die Konkurrenz auf dem nationalen und internationalen Markt schläft nicht und ist vor allem mit Google und Facebook in innovativer, Frankreich, Kanada u.a. als Produktionsstandorte in struktureller, Disney u.a. in organisatorischer Hinsicht sowie China mit seiner staatsgetriebenen Industrie - um nur die Giganten zu nennen - Meilen voraus.

Die Bedeutung des Standorts Baden-Württemberg in der Animation im Jahre 2019

Die baden-württembergischen Marktteilnehmer haben vor allem durch die hervorragende Ausbildung im Land und die Besetzung von Nischen als Manufakturen mit Erfindergeist (Stu-

dio Soi, Studio FILM BILDER u.a.), technischem Knowhow kombiniert mit wirtschaftlichem Unternehmergeist (Mackevision, Pixomondo, Recom u.a.) und dem Willen zur industriellen Fertigung von Großprojekten (M.A.R.K. 13, Mackevision u.a.) viel geleistet und können nun als Beispielgeber, Inkubatoren¹ und Lernmodelle gelten, aus deren bisheriger Arbeit und den damit verbundenen Stärken und Schwächen relevante Punkte für eine Optimierung deutlich herauszulesen sind.

Dazu kommen die noch jungen Start-Ups der Games-Industrie (u.a. Chasing Carrots, Black Forest Games, Flaregames u.a.), deren Wachstumspotential als gigantisch bezeichnet werden darf und die technologisch getriebenen Kreativ-Schmieden der AR-/und VR-Industrie (Mackevision, Lightshape, Recom u.a.), die auch das Zukunftsfeld Künstliche Intelligenz voran treiben helfen.

Von Mythen, Gebetsmühlen und schmerzlichen Realitäten...

Letztendlich bleibt jedoch die Frage, warum Baden-Württemberg den Sprung von der Ausbildungsstätte für eine Zukunftsindustrie zum tatsächlichen Industriestandort im Gegensatz z.B. zum großen Konkurrenten Frankreich nur im Ansatz geschafft hat und momentan Gefahr läuft, sogar deutschlandweit von anderen Bundesländern wie Bayern und NRW abge-

¹ Unternehmen, das andere neu gegründete Unternehmen unterstützt und betreut

hängt zu werden. Dass es den einen oder anderen Filmschaffenden ins Mekka seiner Zunft nach Hollywood treibt, ist eine Sache. Dass es aber nach wie vor nach dem Startschuss der Entwicklung durch Gründung der Filmakademie Baden-Württemberg 1991 – also vor mittlerweile fast 30 Jahren - sowie der Etablierung der wichtigsten internationalen Branchentreffs ITFS, FMX und APDs, der hervorragenden weiteren Hochschulen wie der Hochschule für Medien HdM, der Nähe zu international agierenden Technologieunternehmen als potentiellen Kunden und/oder Vorbildern, der Finanzkraft des Standorts Baden-Württemberg und dem immer wieder gebetsmühlenartig vorgetragenen Willen der Politik nicht gelungen ist, das Land als führenden Standort einer Zukunftsindustrie zu verankern, wirft Fragen auf, auf die im Folgenden Antworten gesucht werden.

Animation als Chamäleon der Technologie: Eine Industrie mit vielen Gesichtern

Beginnen wir mit einer Betrachtung der derzeit agierenden, relevanten baden-württembergischen Animationsfirmen, deren Gründer fast alle aus der Filmakademie hervorgegangen sind oder als Autodidakten und frühe Anwender der Computertechnologie den Sprung vom Quereinsteiger zum Unternehmer geschafft haben. So weit, so gut! Letztlich hat die Filmakademie genau das geliefert, was von ihr verlangt wurde: Künstler, Handwerker, Menschen mit Visionen, Köpfe mit



© credit: Kein Platz für Gerold © Nocke / Film Bilder



Ecken und Kanten, Macher, Schaffer, Tüftler, Dichter und Denker – ganz wie geplant. Diese Menschen – hervorragend ausgebildet, teilweise brillant, allerdings nicht immer auch unternehmerisch sattelfest - betreten und betreten nun einen Markt, der sich inzwischen in verschiedene Kategorien gliedert:

- Produktion von animierten, IP-basierten Stoffen (Erfindungen in Form von Ideen, Characters, Intellectual Properties) umgesetzt als künstlerischer Kurzfilm, Special, Spielfilm und/oder Serie, auch als Koproduzent:
- Beispiele aus Baden-Württemberg: Love & Theft, Kein Platz für Gerold, Ich kenne ein Tier, Gruffalo, Der Kleine und das Biest, Tom und das Erdbeermarmeladebrot mit Honig, Gumball, Petzi, Animanimals u.a.
- Kunden: internationale Festivals, Verleiher und TV-Sender weltweit, seit 2014/15 auch Streaming-Plattformen wie Netflix, youtube u.a.
- Finanzierung: Selbstausbeutung und staatliche Kulturförderung als Anschubfinanzierung, Kunden, die sich im Vorfeld bereits auf die Idee einlassen.
- Umsatzmöglichkeiten: schwer abschätzbar, von deutlichen Verlusten bis großen Gewinnen je nach Originalität, Qualität und vor allem Marktdurchdringung durch entsprechende Vermarktung.
- Arbeitsplätze: zeitweise im unteren bis maximal mittleren zweistelligen Bereich, nicht nachhaltig da von einzelnen Projekten abhängig so lange keine Kontinuität in Entwicklung und Produktion hergestellt werden kann.
- Konkurrenz: sämtliche Künstler, die weltweit aus den Hochschulen kommen, Autodidakten, Produktionsfirmen aller Couleur und Größe von Ein-Mann-Firmen bis zu internationalen Medienkonzernen.
- Idee dahinter: Kunst zu schaffen und/oder eine Idee zu realisieren, die Potential für einen Film oder eine Serie hat,

© credit: M.A.R.K. 13 MejaMovie2_PR(3) / Mackevision: Lost in Space

Schaffung einer IP (Intellectual Property), die vielfach verwertbar ist und langfristig Gewinne aus der Weiterverwertung abwirft (weitere Folgen, weltweite Ausstrahlung, stufenweise Vermarktung durch Nachfolgeprodukte wie Buch, Spiel, Merchandising etc.) sowie durch ihre Alleinstellungsmerkmale und Urheberrechte langfristig den Standort ausbaut und sichert.

• **Produktion oder Teilbearbeitung als Dienstleister von visuellen Effekten / VFX in Filmen und Serien**, auch als Koproduzent:

- Beispiele aus Baden-Württemberg: Game of Thrones, Biene Maja, Ritter Rost, Hugo Cabret, Jim Knopf und Lukas der Lokomotivführer u.a.
- Kunden: Film- und Serienproduzenten, meist aus dem Ausland.
- Finanzierung: durch den Kunden, eventuell unterstützt von staatlicher Förderung.
- Umsatzmöglichkeiten: begrenzt, aber risikofrei, eventuell durch Beteiligungen an den Umsätzen zu erhöhen.
- Arbeitsplätze: im mittleren zweistelligen bis unteren dreistelligen Bereich, teilweise je nach Folgeaufträgen nachhaltig.
- Konkurrenz: weltweit groß, abhängig von Qualität und Angebotspreis.
- Idee dahinter: Schaffung eines Studios mit langfristig laufenden Industrieproduktionen ohne Nachhaltigkeit für den Standort, so lange die Auftraggeber in anderen Ländern günstigere Produktionsmöglichkeiten bei gleicher Qualität finden.

• **Produktion von Games**: ebenfalls IP-basierte Entwicklung mit direktem Zugang zum Verbrauchermarkt:

- Beispiele aus Baden-Württemberg: Black Forest, Studio Fizbin, Chasing Carrots, Gameforge u.a.



© credit: Good Company - Chasing Carrots

- Kunden: Verleiher und Plattformen, aber vor allem auch der eigentliche Konsument.
- Finanzierung: Selbstausbeutung, eventuelle Investoren oder Auftraggeber, seit Neuestem geringe staatliche Förderung regional und bundesweit.
- Umsatzmöglichkeiten: riskant, von möglichen Verlusten bis zu gigantischen Gewinnchancen – am ehesten mit einer Lotterie vergleichbar („Hit driven Business“).
- Arbeitsplätze: anfänglich gering, nur wenn es gelingt, den einen großen Hit zu landen und weiter zu bearbeiten und dazu Neuentwicklungen anzuschließen langfristig nachhaltig.
- Konkurrenz: weltweit riesig, in Bayern und NRW seit Neuestem massiv gefördert.
- Idee dahinter: mit dem einen großen Hit seinen Lebensunterhalt zu verdienen und im Idealfall ein Studio zu etablieren, das langfristig Gewinne erwirtschaftet.

• **Produktion von angewandter Animation z.B. Virtual Reality (VR) und Augmented Reality (AR)** in sämtlichen Bereichen des Lebens und für verschiedene Industrien, Visualisierung für andere Branchen, Konfigurationen, von Serious Games bis Produktion von Werbe-, Image- und Industriefilmen:

- Beispiele aus Baden-Württemberg: Konfigurationen für die Automobilindustrie von Mackevision, Holodeck Control Center für Audi von Lightshape u.a.
- Kunden: sämtliche Industriefelder, Behörden (digitale Archivierung), öffentliche Einrichtungen (Museen, Theater), Technologiekonzerne vor allem die Automobilindustrie, Handelskonzerne, Pharma- und Medizintechnikindustrie, Baubranche etc.
- Finanzierung: durch den Kunden, auch staatliche Förderungen verschiedenster Art ausschließlich über Forschungs-Kooperationen zwischen Hochschulen und Industrie.

- Umsatzmöglichkeiten: groß, aber unternehmerisch riskant bis die technische Infrastruktur steht und auf dem neuesten Stand gehalten werden kann, keine Nachfolgezahlungen (außer wenn Patentrechte entstehen).
- Arbeitsplätze: im unteren zweistelligen bis oberen dreistelligen Bereich, stark wachsend und langfristig groß.
- Konkurrenz: weltweit groß, aber bei in Baden-Württemberg spezialisierten Firmen kleiner Wettbewerbsvorteil durch Standort und Verbindungen zu führenden Industrien (vor allem Automotive) sowie Forschungslaboren (Fraunhofer) und Hochschulen (Transfer noch im Aufbau).
- Idee dahinter: neue Felder der Anwendungsmöglichkeiten finden und besetzen, Technologieführerschaft erlangen, Schwerpunktstandort für Industrie 4.0 aufbauen, Patente entwickeln.

- **Sonstige visuelle Produktionstechniken und/oder darauf basierende Dienstleistungen** wie Web-Design, Postproduction, Life Action-Filmproduktion und deren Zulieferer und Dienstleister, Studiovermietung, Entwicklung von Productontools, Agenturen aller Art usw.

Da wir uns auf diesem Sektor sehr weit von der für diese Studie relevanten Branche entfernen, soll diese Sparte hier genannt aber nicht weiter in Betracht gezogen werden. Soweit in nachfolgenden Statistiken und Tabellen notwendig, wird dieser Bereich unter „Sonstiges“ aufgeführt.

Nicht alle Firmen bewegen sich nur auf einem der genannten Felder. Manche haben sich in verschiedene Richtungen entwi-

ckelt oder betreiben die sogenannten Brot-und-Butter-Geschäftsfelder Werbefilmproduktion oder Konfigurationen, um VFX-Dienstleistung oder IP-Generierung zu finanzieren.

Es kann an dieser Stelle festgehalten werden, dass die Nähe und Vernetzung der „alten“ Technologie- und Industrieunternehmen (Daimler, Bosch, Porsche und deren Zulieferer sowie anderer Weltmarktführer) mit den „neuen“ animationsbasierten Technologie- und Produktionsfirmen sowie den dazugehörigen Hochschulen und ihren Forschungs- und Entwicklungszentren der entscheidende Vorteil Baden-Württembergs ist. So profitierten die Animationsfirmen direkt und indirekt vom Wohlstand der Automobilindustrie und verhalfen dieser wiederum beim Ausbau ihrer Strahlkraft und technologischen sowie visuellen Weiterentwicklung.

In den USA wiederum liegen nicht nur räumlich sondern vor allem kulturell Welten zwischen Hollywood, Silicon Valley und Detroit. Der negative Effekt für die „alten“ Industrien ist bekannt. Die Wirtschaft der USA hängt heute in weiten Teilen am Tropf der Googles, Microsofts, Facebooks und Disneys.

Von den großen Vorbildern lernen und vor allem auch voneinander – im Guten wie im Schlechten!

Leider wird dieses Zusammenspiel bis heute in Baden-Württemberg nicht als einmalige Chance ausreichend erkannt und als solche massiv unterstützt. Animation gilt noch immer als l'Art pour l'Art und wird mit ihrer Bedeutung



und ihrem Nutzwert für die Gesamtentwicklung der Industrie nicht genügend aus gesamtwirtschaftlicher Sicht betrachtet.

Animation im 21. Jahrhundert ist die Basis und die Brücke zu allen technologischen Weiterentwicklungen. Und dies nicht nur in technischer, sondern vor allem in kreativer Hinsicht. Die Entwicklung von IPs als den Erfindungen der neuen Zeit sind das Zünglein an der Waage und machen heute den Unterschied in der Standort-Politik. Die Branche mit ihren vielfältigen Ausrichtungen eint im Kern der Geist der Erfindungen und Visualisierungen. Ein Feld bedingt das andere, zieht es technisch mit oder macht die Weiterentwicklungen überhaupt erst möglich. Ohne Animation keine Visual Effects, ohne „Independence Day“ keine Konfigurationen für Daimler, ohne Konfigurationen kein „Game of Thrones“ und so weiter und so fort...

Der künstlerische Animationsfilm als Keimzelle einer zukünftigen Industrie



Von Susanne Schosser

Status Quo Baden-Württemberg

Die sich durch Gründungen von Hochschul-Absolventen, allen voran der Filmakademie, hervorgegangenen und seit einigen Jahren auf dem Markt mehr oder weniger erfolgreich arbeitenden und überlebenden Firmen der Film- und Serienproduktion und deren Protagonisten, dürfen als Keimzelle aller am Standort tätigen Animations-Unternehmen gelten. Dass diese Firmen entstanden sind, überlebt haben und heute noch da sind, kann den Impulsgebern der 80er und 90er Jahre aus Politik und Hochschulen vor allem aber den Gründern selbst nicht hoch genug angerechnet werden und grenzt in manchen Fällen fast an ein Wunder.

Jetzt ist die Zeit, die eingeschlagenen Wege zu betrachten, zu hinterfragen und dringende Lösungen für die bestehenden Probleme zu finden. Dreh- und Angelpunkt für die Zukunft der baden-württembergischen Animationsproduzenten, die sich mit der Produktion eines künstlerischen Werkes befassen, welches in den meisten Fällen auch die eigene Kreation eines geistigen Eigentums in Form von Character-Design, Anmutung der gesamten Visualisierung und Stoffentwicklung basierend auf einer Geschichte (englisch IP-Development¹) beinhaltet, sind die Mechanismen des Marktes und die Ausbildung der Mitarbeiter.

1. Der Markt für IP basierte künstlerische Animationsproduktionen²

Über viele Jahrzehnte waren Animationsproduzenten in Deutschland auf Kurzfilm, Spielfilm, Serien und Specials meist ausschließlich für das Kinderprogramm des öffentlich-rechtlichen Fernsehens festgelegt. Im Gegensatz dazu galt Animation in anderen Kulturen und Märkten schon früh als Unterhaltung für die gesamte Familie oder fand Anwendung in anderen Bereichen. Diese Konstellation hat die Entwicklung der Animation und deren Bedeutung und damit das Entstehen tragfähiger unternehmerischer Strukturen im deutschen Animationsbereich behindert.

„Segen und Fluch der öffentlich-rechtlich geprägten Produktionslandschaft“

Eine grundsätzliche Schwäche im Vergleich zu allen ausländischen Mitbewerbern muss in der Abhängigkeit von den öffentlich-rechtlichen TV-Sendern und deren föderaler Struktur gesehen werden. Bei ARD und ZDF als potentiell größten inländischen Auftraggebern gibt es kaum Sendeplätze und somit keine entsprechenden Auftragsvolumina. Die Produktion konzentriert sich auf wenige Sendeplätze beim gemeinsam betriebenen KiKa. Hier konkurrieren 12 Sendeanstalten um die Plätze, und das knappe Budget sorgt gleichzeitig dafür, dass die einheimischen Produzenten zusätzlich mit den Billiganbietern aus dem Ausland konkurrieren müssen, da es keine Verpflichtung oder Quote für einheimische Produktionen gibt wie z.B. in Frankreich. WDR, rbb, MDR und das ZDF sind durch die langjährig erfolgreich auch im gemeinsamen Programm im Ersten oder beim KiKa etablierten Rahmenformate „Das Sandmännchen“, „Siebenstein“, „Die Sendung mit der Maus“, „Die Sendung mit dem Elefanten“ und „Löwenzahn“ erste Adressen für Animationsproduzenten, so dass den baden-württembergischen Produzenten mit dem regionalen Sender SWR, der seine Stärke als Regionalprogramm für eine ältere Zielgruppe sieht, eine ihrer nationalen und internationalen Bedeutung nicht angemessene Nebenrolle mit zu kleinen Budgets und nur verschwindend geringen Sendeplätzen bleibt.

Denn aus der Historie heraus hat sich die Animations-Produktion in Deutschland spät entwickelt, so dass die Redakteure der TV-Sender, allen voran das ZDF, sich gewohnheitsmäßig lange Jahre aus dem gesamten internationalen Markt bedien konnten – dies u.a. auch als Koproduzenten über deutsche Filmhändler wie Leo Kirch (ursprüngliche 2D-Zeichentrickserien „Biene Maja“, „Wickie und die starken Männer“, „Heidi“ etc.). Als sich auch hierzulande erste Animations-Studios entwickelten, waren die „Kinderprogramm-lastigen“ öffentlich-rechtlichen Sender WDR, ZDF, rbb eher geneigt, wenn schon in Deutschland mit den in der Nachbarschaft befindlichen Studios gemeinsam zu produzieren. Die in den späten 1990er Jahren entstandenen privaten Kindersender hingegen, sind ausschließlich mit internationalen Animationsproduzenten wie Disney, Nickelodeon oder Warner Bros. assoziiert wenn nicht sogar reine Tochtergesellschaften der Amerikaner, so dass deren Produktionsquellen vor allem in den USA sprudeln. So bleibt für die Baden-Württemberger der schwere Weg noch härter gepflastert als für manchen Kollegen in den traditionellen Film- und Fernsehlandschaften der Städte Berlin, München, Köln oder Hamburg.

2. Neue Wege zum Kunden: Chancen und Herausforderungen für Baden-Württembergs Produzenten

Hier gilt es nun gezielt, die neu entstehenden Plattformen und Marktzugänge zu nutzen um die Größenordnungen der Produktion in die für eine dauerhafte Etablierung und Konsolidierung der Branche notwendigen Bereiche zu katapultieren:

- Streaming-Plattformen wie Netflix und AmazonPrime bieten unbeschränkte Sendeplätze, um die sich jedoch unzählige Produktionsfirmen aus der gesamten Welt bewer-

ben. Nicht umsonst verlagern sich renommierte Produzenten weltweit wie David Fincher („House of Cards“) gerade mit Animations-Projekten wie „Love, Death & Robots“ auf solche Plattformen.

- Noch bessere Direktzugänge zu den Konsumenten könnten baden-württembergische Firmen bei Online-Plattformen wie youtube und Hopster finden. Allein das Betreiben eigener youtube-Channels erfordert Investitionen in Entwicklung von immer neuem Content und die Notwendigkeit, die fortwährenden Updates dieser Plattformen personell und technisch mitmachen zu können. Anfänge sind gemacht und sollten unterstützt werden, denn hier baut sich ein Zukunftsmarkt auf. Allerdings muss nun vor allem beachtet werden, inwieweit die gerade erst verabschiedete europäische Urheberrechtsreform den Zugang zu diesen offenen Plattformen nicht direkt verhindern wird, da sie je nach Auslegung eventuelle weitere personelle, technische und juristische Herausforderungen für die Produzenten beinhaltet und den direkten Zugang des Produzenten oder Künstlers zum Konsumenten wieder eingeschränkt werden kann.
- Dasselbe gilt für APPs und Online-Spiele, die heute nicht nur auf PC und Laptop sondern vor allem auf sämtlichen mobilen Endgeräten wie Smartphones und Tablet-PCs genutzt werden, also quasi den „neuen Körperteilen“ der nachwachsenden Verbraucher.
- Games-Plattformen wie Steam runden das Bild ab: auch hier gibt es keinerlei redaktionelle oder vertriebsbedingte Hürden mehr zu nehmen. Allein der Verkaufserfolg zählt und kein Senderverantwortlicher oder Vertriebsleiter steht mehr zwischen Produzent und zahlendem Kunden.

Inhaltlich können die baden-württembergischen Produzenten schon lange mithalten, strukturell müssen sie beim Sprung vom kleinen Auftragsstudio für öffentlich-rechtliche Sender zu unabhängigen Produktionsunternehmen in vielerlei Hinsicht unterstützt werden. So sind schon manche Produktionen für den internationalen Markt an den Verhandlungen über die Rechte gescheitert oder konnten letztlich nicht umgesetzt werden, weil das nötige Personal oder die Finanzierung des Eigeninvestments nicht zu bekommen war.

Der große Schritt zu einem integrierten Medienunternehmen kann von den Gründerstudios nicht alleine gegangen werden. Selbst ein Konzern wie Disney erwirtschaftete im Jahr 2018 nur 16,8% seines Gewinns aus dem Studio- und Entertainment-Produktionsbereich. Der Rest kam aus den weltweiten Plattformen, den Entertainment-Parks und dem Merchandising-Verkauf. Es müsste aber möglich sein, mit vereinten Kräften, Investoren und Unterstützung des Landes, das Rad nicht neu zu erfinden, jedoch aus den bestehenden Manufakturen heraus eine Struktur zur Erzielung eines Mehrwerts zu schaffen. Und zwar in Form von permanenter Projekt-Entwicklung, deren Produktion und Zulieferung für den unersättlichen Weltmarkt.

¹ IP-Development: Entwicklung einer Intellectual Property – dtsh. Geistiges Eigentum. Als geistiges Eigentum wird im Unterschied zum Eigentum an körperlichen Gegenständen ein ausschließliches Recht an einem immateriellen Gut, etwa einem Kunstwerk oder einer technischen Erfindung, bezeichnet. Man bezeichnet „Geistiges Eigentum“ auch als Immaterialgüterrecht. Der Begriff dient als Oberbegriff für Patentrecht, Urheberrecht und Markenrecht.
² Film- oder Serienproduktionen, die auf einem geistigen Eigentum eines Produzenten, Regisseurs oder Entwicklers basieren.

„Riskante Geschäfte“

Das ganze Ausmaß des Übels zeigt diese erschreckende Geschichte eines renommierten, langjährig erfolgreichen Produzenten: „Als ich bei meiner Hausbank um eine Zwischenfinanzierung für eine laufende und bereits verkaufte Produktion nachfragte, bekam ich nach wochenlanger Prüfung nicht nur einen negativen Bescheid, sondern mir wurde mit der Begründung, mein Geschäftsfeld sei „risikobehaftet“, auch noch der lange Jahre eingeräumte Dispo-Kredit gekündigt“.

3. Ausbildung und Recruiting im baden-württembergischen Animationsbereich

„Wir könnten noch viel mehr tun, allein uns fehlen die Leute!“

Alle Produzenten beklagen den Mangel an ausgebildeten 2D- und 3D-Animationsartists, die das Handwerk beherrschen und in einem industriellen Workflow „funktionieren“, reif für einen seriellen Produktionsablauf sind und nicht erst noch vom Studio weitergebildet werden müssen. Dafür fehlen in einer kleinen Studiostruktur sowohl Zeit als auch finanzielle Mittel. Thomas Meyer-Hermann von Studio FILM BILDER: „Es wurden zu lange nur Regie und Produktion plus VFX-Artists ausgebildet. Daher gibt es einen Mangel an 2D-Handwerkern. Das reine Handwerk wird nur an den Hochschulen in Asien, Belgien und Frankreich vermittelt. Die Filmakademie BW hat dies in letzter Zeit geändert, aber es wird noch eine Weile dauern, bis dies auf den Markt durchschlägt“.

Auch der Bedarf an Designern für Backgrounds und Characters ist groß. Absolventen der hiesigen Hochschulen, allen voran Filmakademie BW und HdM, fehle in vielerlei Hinsicht der Servicegedanke, die Reife und der technisch notwendige Drill, der im Ausland gelehrt wird. Hier zeigt sich, dass der ursprüngliche Gedanke aus den Kunstakademien heraus Nachwuchs für die Animationsbranche zu schulen, in bestimmten, neueren Bereichen sowohl qualitativ und vor allem quantitativ an seine Grenzen stößt.

„Taxi zum Strand statt Feinstaub im Kessel“

Auf der anderen Seite sind viele baden-württembergische Hochschulabgänger im kreativen Bereich so gut ausgebildet, dass sie überall auf der Welt begeistert aufgenommen werden wo größere Budgets und Möglichkeiten locken. Das geflügelte Wort aus den 80er und 90er Jahren „Wir bilden Künstler aus, die anschließend Taxi fahren müssen“, hat sich gewandelt zu „Wir bilden Künstler aus, die nach dem Studium MIT dem Taxi nach Berlin oder zum Flughafen Frankfurt fahren, um dort die Maschine nach L.A. zu nehmen“.

Dies führt bei allen Produzenten zu der Sorge, dass der kreative Nachwuchs, der tatsächlich bereit ist, im Land zu bleiben und sich in eine bestehende Studiostruktur einzuordnen, alleine nicht für mehrere große Projekte ausreichend ist. Gute, tragfähige IPs leben aber vor allem vom Handwerk und nicht von permanenter technischer Innovation. Carsten Bunte, Studio Soi: „Wir leben vom Kontakt zur Filmakademie und HdM. Von dort kommen Köpfe und Ideen, die den Unterschied machen“. Hinzu kommt, dass es wiederum nicht gelingt, Animatoren aus anderen Ländern anzulocken, teils aus Imagegründen (Stuttgart wird oft als unattraktive Industriestadt à la Wolfsburg mit schlechter Infrastruktur wahrgenommen), teils weil es nicht durchgängig attraktive Projekte gibt. Zuzug klappt nur, wenn die Animatoren in ihren Herkunftsländern nicht genügend Projekte finden. So bleibt man letztlich nicht erste Wahl bei der Suche nach einem Arbeitsplatz im Ausland, sondern muss sich darauf verlassen, dass es in den europäischen Nachbarländern Frankreich, Spanien, Belgien, Italien etc. zu Projektengpässen kommt und die Animatoren anderweitig Aufträge suchen.

Auf der Positiv-Seite zeigt sich, dass große internationale Projekte wie momentan bereits in Anfängen im VFX-Bereich möglich, sehr schnell auch brillante Artists anlocken. Diese Projekte sind aber von mittelständischen oder kleinen Betrieben mit ihrer Infrastruktur und Finanzausstattung alleine nicht zu stemmen.



„Spagat zwischen Kunst und Fließband“

Um den Themen „Quantität und industrielle Anforderungen“ zu begegnen, wäre zu prüfen inwieweit man die Zahl der Ausbildungsplätze zahlenmäßig ausweiten, an den Hochschulabschluss eine Art „Ausbildungszeit“ im Studio folgen lassen, und die Studierenden aller Studiengänge je Semester überprüfen und neu gruppieren könnte. Künstler mit dem Schwerpunkt, später eigene IPs zu kreieren, müssen anders ausgebildet werden als Artists, die in den Dienstleistungssektoren VFX wie „Game of Thrones“ von Mackevision oder 3D-Production wie „Biene Maja“ von M.A.R.K. 13 arbeiten werden. Dazu kommen die Spezifikationen, welche Games-, AR- und VR-Produktionen benötigen. Alles aus einem Guss war gestern – heute sind Spezialisten gefragt, was jedoch nicht bedeutet, dass die Grundausbildung nicht bei allen Studierenden sitzen muss.

Und es gilt, sich nicht nur auf die Hochschulen alleine zu verlassen, sondern die Besonderheiten der Situation in Baden-Württemberg zu bedenken: Die Animationsindustrie hier ist vergleichsweise noch jung und lebte bislang von den wenigen Gründern der bestehenden Unternehmen. Carsten Bunte, Gründer und Geschäftsführer von Studio Soi: „Ich glaube, dass das Finden von Nachwuchs eine Schwierigkeit der Gründer ist, weil sie sich selbst in jung suchen. Ein Mitarbeiter trifft aber eine bewusste Entscheidung, Freiheitsgrade gegen Geld zu tauschen. Gründer gründen eigene Unternehmen. Gründer gehen nicht in bereits bestehende Unternehmen. Ein reifes Unternehmen benötigt andere Menschen als ein Start-Up. Gründer gibt es doch in den letzten Jahren viele in Baden-Württemberg. Eine andere Frage ist es, ob M.A.R.K.13, Studio FILM BILDER oder Studio Soi ihre Nachfolge gut regeln können. Die Lebensdauer von Firmen im Medienbereich in Baden-Württemberg ist nicht so lang, als dass Strukturen in der derzeitigen Marktsituation wirklich überdauern.“

„Anreize für Gründer – Beispielhafte Projekte“

Einen Ausweg aus diesem Dilemma sieht Bunte darin, bestimmte Formate der Förderung auszubauen, die Absolventen und Firmen darin unterstützen, zusammen zu finden: „Die Absolventen der Schulen brauchen Zeit, sich handwerklich und menschlich zu entwickeln und nach einer Phase der Selbstreflexion eigenständige Geschichten erzählen zu können, sie müssen reifen. Daher wäre jede Art der Förderung / Beauftragung / Forum für junge Leute im Anschluss an das Studium auf diesem Niveau für längere Zeit wie bereits erfolgreich praktiziert bei den Projekten „Ich kenne ein Tier“ (Serie in Kooperation mit Studio FILM BILDER, Filmakademie BW, SWR und MFG), „Debut im Dritten“ (SWR-Reihe bislang nur im Realfilmbereich), „Trickfilm für Europa“ (Preis des baden-württembergischen Ministeriums für Justiz und für Europa beim ITFS 2018 mit 60T€ dotiert, produziert im Studio Soi) mehr als willkommen, auch um sie davon abzuhalten, Baden-Württemberg zu verlassen.“

Gerade die Gründergeneration mit ihrer Erfahrung, ihrem internationalen Renommée und den Learnings in allen Bereichen des Geschäfts, kann als Basis dienen, die es zu fördern und zu unterstützen gilt. Bestehende Studios können als Inkubatoren und Ausbildungsstätten dienen, brauchen dazu aber finanzielle und infrastrukturelle Unterstützung, da die Gründer dies nicht alleine neben den laufenden Projekten leisten können.

„Ich kenne ein Tier“ von Studio FILM BILDER - Glücksfall und Leuchtturmprojekt“

Als besonderer Glücksfall und Leuchtturmprojekt für Baden-Württemberg darf die Serie „Ich kenne ein Tier“ gelten. Thomas Meyer-Hermann: „Die Serie „Ich kenne ein Tier“ ist ein wegweisendes Projekt. Alle Partner, die für die Entwicklung der Medienstandorts zuständig sind, haben hier auf mo-



© credit: Studio FILM BILDER IKET Tiger © Saleh

© credit: Studio FILM BILDER Meine Schmusedecke © Steffen / Film Bilder



dellhafte Weise zusammengearbeitet: Die Hochschule, das Fernsehen, die Förderung und die Branche. 20 Absolventen der Filmakademie Baden-Württemberg - darunter inzwischen renommierte Regisseure wie Gottfried Mentor, Verena Fels u.v.a.m. - bekamen die Chance, in dem vorgegebenen Rahmen einer Kindersendung eigene Ideen in ihrer eigenen Handschrift zu verwirklichen. Das Animationsinstitut der Filmakademie und der SWR haben das Projekt initiiert. Der SWR hat mitfinanziert, redaktionell betreut und ausgestrahlt (im Dritten und auf dem KiKa). Die MFG Baden-Württemberg hat gefördert. Das Studio FILM BILDER hat mitfinanziert, konzeptionell/organisatorisch unterstützt und ausgewertet. „Ich kenne ein Tier“ ist nicht nur eine erfolgreiche TV-Sendung. Das Projekt ist auch die Keimzelle für mehrere weitere Serienentwicklungen der Filmakademie-Talente. Das Studio FILM BILDER produzierte gleich im Anschluss „Meine Schmusedecke“ mit der Regisseurin Angela Steffen und „Animanimals“ mit der Regisseurin Julia Ocker. Beide Serien wurden MFG-gefördert und feiern zur Zeit Erfolge auf mehreren Ebenen: TV-Verkäufe in die ganze Welt (mehr als 150 bzw. 180 Territorien), Millionen Abrufe auf YouTube und Dutzende von internationalen Festivalpreisen (darunter Prix Jeunesse und Grimme Preis). Und es geht weiter. „Lenas Hof“ ist das dritte Projekt, das aus „Ich kenne ein Tier“ entsteht. Es wird von der Filmakademie-Absolventin Elena Wolf entwickelt und vom Studio FILM BILDER in Koproduktion mit dem ZDF und Förderung der MFG realisiert.“

3 Inkubator = Unternehmen, das andere neu gegründete Unternehmen unterstützt und betreut
 4 Storytelling = (engl.) wörtlich übersetzt „Geschichten erzählen“, bezeichnet im Bereich Drehbuch eine Erzählmethode, mit der explizites, aber vor allem implizites Wissen in Form von Leitmotiven, Symbolen, Metaphern oder anderen Mitteln der Rhetorik weitergegeben wird.

Dies ist ein Beispiel, wie es gelingen kann, junge Animationskünstler in der Praxis auszubilden, im Land zu halten und mit einigem Anlauf auch refinanzierbare Werte mit IPs zu schaffen. Alle an der Serie mitwirkenden Animationskünstler, deren Potential für Welterfolge von den beteiligten Partnern erkannt und längerfristig gefördert wurde, sind im Land geblieben und sogar ein neues Studio ist mit Studio Seufz durch das Projekt entstanden.

„Förderung von Inkubator-Studios³ als Gründerzentren“

Auf der anderen Seite sind gerade diese vier Serien aber auch Beispiele, wie schwer es ist, sinnvolle und erfolgreiche Projekte wie diese aus Baden-Württemberg heraus zu finanzieren und zu produzieren. Entgegen dem auf Gewinn ausgerichteten Geschäftsgebaren großer internationaler Medienkonzerne, mehr Geld in weitere Folgen erfolgreicher Serien zu stecken und die IP weiter zu entwickeln, musste sich die SWR-Redaktion als Koproduzent der Serien den begrenzten Budgets des SWR und den beinahe noch begrenzteren Sendeplätzen auf dem KiKa beugen. Und die MFG verstand sich bislang eher – aus der Tradition des Spielfilms kommend – als Anschubfinanzier. So war bereits die Produktion der 3. Staffel von „Ich kenne ein Tier“ sowohl für den SWR als auch die MFG ein harter Brocken, der erst nach langen Verhandlungen geschluckt wurde. Es dauert aber in der Realität oft Jahre, braucht viele Staffeln und mehrere Projekte bis die internationalen Partner Vertrauen fassen und große Serienprojekte vorfinanzieren – ganz besonders wenn kein Heimatsender koproduziert, was in allen anderen Ländern weitgehend unmöglich oder zumindest undenkbar ist. Auch die Weiterverwertung der TV-Rechte, unverzichtbar für das weltweite Bekanntwerden und die damit erst mögliche industrielle Produktion und Vermarktung einer Serie findet durch die Beschränkungen des öffentlich-rechtlichen Systems bei dieser Serie nicht statt.

Die inzwischen weltweit erfolgreiche Nachfolgeserie „Meine Schmusedecke“ musste gar ganz ohne den SWR finanziert werden. Dafür sprangen die Sender rbb und BBC ein, die MFG und die Mitteldeutsche Medienförderung MDM förderten, ein Weltvertrieb brachte die restliche Finanzierung. Bei der zweiten Staffel konnte die MDM durch den chinesischen Investor WeKids ersetzt werden. Siehe auch: <https://indac.org/blog/stuttgart-toll-gemacht-bbc-premiere-der-patchwork-pals-von-studio-film-bilder-am-11-juli/>

Bei der 3. Serie „Animanimals“ waren der SWR zusammen mit dem KiKa und die MFG und MDM wieder mit an Bord und Studio FILM BILDER konnte zusammen mit internationalen Vorabverkäufen den Eigenanteil erhöhen. Eine Fortsetzung der 26-teiligen Serie, die weltweit gewünscht wäre, wird momentan verhandelt und steht noch in den Sternen.

Für die neue Serie „Lenas Hof“ der Regisseurin Elena Wolf hat der SWR bei einem deutlich höheren Budget von 1,6 Mio. Euro für die deutschen Ausstrahlungsrechte gerade mal 6,25% der Finanzierung geboten. Daher wird die Serie nun vom ZDF für den KiKa koproduziert, MFG und MDM sowie ein Weltvertrieb und ein europäischer Koproduktionspartner haben Interesse signalisiert.

„Erzähl mir eine Geschichte!“

Oft und seit langem beklagt: Neben Animatoren fehlen immer auch Autoren. Carsten Bunte von Studio Soi: „Storytelling“ wird bei uns nicht ausreichend vermittelt und Ideen außerhalb

der eigenen Lebenswirklichkeit zu finden, fällt jungen Menschen schwer. Die deutsche Sprache ist eine Ingenieursprache – unsere Geschichten kommen immer vom Problem her und suchen dann eine Lösung“. Diese Erkenntnis teilt Baden-Württemberg mit anderen Animations- und Filmhochburgen außerhalb Englands und den USA. Der für den Grimme Preis nominierte Drehbuchautor Stefan Cantz („Tatort“, „Manta, Manta“, „Falk“, „Nord, Nord, Mord“ u.a.) sieht den Mangel an guten Autoren gar als ein Grundthema des deutschen Filmbusiness: „Es fehlt nach wie vor an der richtigen und sinnvollen Ausbildung. Allerdings liegt das Problem tiefer: im Vergleich zu den angelsächsischen Ländern haben wir keine Tradition im Geschichten-Erzählen. Dort lernen Kinder von frühester Jugend an in Drama-, Theater- und Rhetorikkursen an den Schulen, Reden zu halten, Pointen zu setzen, Dialoge zu schreiben, sich insgesamt ganz anders mit Sprache auseinanderzusetzen.“

Drama-Klassen an Gymnasien und Hochschulen im Land der DICHTER und Denker zu etablieren, in denen bereits eigene Stoffe entwickelt werden, könnte eine Methode sein, sowohl die schulische Ausbildung aufzuwerten, als auch mittel- bis langfristig das Nachwuchsproblem im Autorenbereich zu beheben. Oder man geht den bereits in Irland äußerst erfolgreichen Weg und fördert speziell die Ausbildung der Autoren und deren Markteintritt in sogenannten „Writers' Rooms“.

© credit: Studio Soi, Trudes Tier



© credit: Studio FILM BILDER The Runt © Hykade / Film bilder



Beispielhafte Unternehmens-Portraits

Beispiel 1: Studio Soi, Ludwigsburg

studio soi

Gründung:

2003

Gründer:

Carsten Bunte, Jakob Schuh, Saschka Unseld, Torben Meier, Klaus Morschheuser, Mathias Schreck, Michael Sieber (alle Absolventen der Filmakademie BW)

Projekte:

Piratengeschichten, The Gruffalo, The Gruffalo's Child, Schrecken ohne Ende, Trolltag, Das Bild der Prinzessin, Der Kleine und das Biest, The Amazing World of Gumball, Petzi, Trudes Tier u.v.a.m. (siehe website <http://www.studiosoi.de>)

Auszeichnungen:

Prix Jeunesse, Goldener Spatz, Emil, Cartoon d'Or, Cristal d'Annecy, Trixie ITFS u.v.a.m.

Studio Soi kann als gelungenes Beispiel für die Etablierung eines über die Jahre gewachsenen, sowohl kreativ als auch wirtschaftlich funktionierenden Studiobetriebes gelten. Voraussetzungen hierbei waren und sind die kreativ herausragenden Ideen und Leistungen der Gründer, die Unterstützung des Landes Baden-Württemberg in Hinblick auf finanzierbare Räume innerhalb des Film- und Medienzentrums Ludwigsburg und der Anschubfinanzierung durch die Medien- und Filmgesellschaft Baden-Württemberg bei der ersten Serienproduktion „Piratengeschichten“, einer Koproduktion von 26 Folgen mit der Produktionsfirma Motionworks aus Halle für den öffentlich-rechtlichen Kinderkanal KiKa.

Studio Soi hat sich als Alleinstellungsmerkmal in der Übergangsphase von klassischer Animation zur 3D-Produktion eine Nische geschaffen, indem auf hohe künstlerische Qualität und herausragendes Storytelling gesetzt wurde. Computergenerierte Bilder von Hintergründen und Figuren (Characters) wurden in Handarbeit nachgearbeitet, die Symmetrie der Computerbilder wurde gebrochen und die Bilder danach wieder eingescannt und weiter bearbeitet. Dies hatte eine lebendigere, liebenswertere Optik zur Folge. Dieser Aufwand war nur möglich weil die Gründer jahrelang selbst rund um die Uhr

an ihren Projekten arbeiteten und somit in eine künstlerische Zukunft investierten, die das Risiko des Scheiterns in sich barg.

Da dies langfristig nicht alleine zu stemmen war, wurde Studio Soi zu einem Anlaufpunkt für große ausländische Produzenten, die das wirtschaftliche Risiko tragen konnten, allen voran die BBC und Cartoon Network sowie das ZDF oder der WDR, die meist als Lizenznehmer die kleinteiligeren Specials wie „Der Kleine und das Biest“ mitfinanzierten, einer mit vielen renommierten Preisen bedachten Produktion von Studio Soi. Der Nachteil dieser Art der Auftragsproduktion besteht darin, dass Studio Soi keine eigenen oder nur geringe Rechte an den Produktionen hält und damit die Einkommensstrukturen im Vergleich mit großen, internationalen Studios deutlich geringer sind, sowie eine Abhängigkeit von ausländischen Produzenten und Sendern auf Dauer bestehen bleibt.

Carsten Bunte: „Wir besitzen auch eigene Rechte. Ich sehe aber für uns als unabhängiges Studio keine bahnbrechende Lösung, diese Rechte wirklich selbst auswerten zu können. Es fehlt uns an Kapital und Strukturen. Es gelingt kleineren Unternehmen nicht, vertikal zu integrieren, ohne dass sie zuvor einen großen Erfolg hatten, mit Hilfe dessen sie sich Kapital besorgen können. Nicht umsonst war die Entscheidung von Steve Jobs, Disney und Pixar zusammenzuführen, nachdem Pixar an die Börse gegangen ist, wahrscheinlich die wichtigste der Unternehmensgeschichte.“

„Opulenz à la Pixar ist zwar gefragt, aber man muss sie sich leisten können“

Trotz des bereits angesprochenen Problems der in Deutschland nicht ausreichend vorhandenen Sendeplätze und Budgets ist es Studio Soi gelungen, sich als Produzent mit Specials und Serien als internationaler Produzent und mehrfacher Gewinner sämtlicher relevanter Filmpreise zu etablieren.

So kann Studio Soi als Erfolgsgeschichte für den Standort Baden-Württemberg verbucht werden. Carsten Bunte, Mitbegründer und langjähriger Geschäftsführer von Studio Soi, kann heute trotz des Ausscheidens mehrerer Mitbegründer in Richtung Selbständigkeit in den USA auf einen hervorragenden Ruf und treue Kunden zählen. Außerdem ist es über die Jahre immer wieder gelungen, herausragende Talente wie Max Lang, Johannes Weiland und andere als Entwickler eigener IPs und Regisseure ins Studio zu holen und ihnen als Selbständigen Raum und Infrastruktur zu bieten.

Das Erfolgsrezept von Studio Soi ist es, eine gut laufende Manufaktur zu sein, die sich auf das verlegt hat, was sie auf internationalem Top-Niveau leisten kann: Geschichten erfinden und erzählen und dies optisch in herausragender Qualität umzusetzen. Als Keimzelle einer Animationsindustrie auf Weltniveau mit einer enormen Außenwirkung durch die Vielzahl an Auszeichnungen und Preisen, ist Studio Soi ein Juwel, das es zu unterstützen und zu fördern gilt. Gerade als einer der Vorreiter in Baden-Württemberg kann man auf das hier Geleistete aufbauen und muss aufpassen, dass man das Studio nicht verliert, wenn die Gründer selbst eines Tages nicht mehr an Bord sein werden oder wenn der Nachwuchs in Baden-Württemberg quantitativ und qualitativ nicht mehr zu finden sein wird und das Studio gezwungen werden müsste, den Aufträgen und Mitarbeitern ins Ausland zu folgen.

© credit: StudioSoi_Petzi

Beispiel 2: Studio FILM BILDER, Stuttgart

F I L M B I L D E R

Gründung:

1989

Gründer:

Thomas Meyer-Hermann

Projekte:

Tom und das Erdbeermarmeladebrot mit Honig, Ich kenne ein Tier, Meine Schmusedecke, Animanimals, unzählige Kurzfilme und Specials u.v.a.m. (siehe www.filmbilder.de/de/works/index.html)

Auszeichnungen:

Ausgewählter Ort „Deutschland - Land der Ideen“, Preis des Kulturamts der Stadt Wiesbaden, Grimme Preis, Grimme Online Award, Trixie ITFS, Prix Jeunesse, Goldener Spatz, Pulcinella Cartoons on the Bay, und unzählige weitere Preise (<http://filmbilder.de/de/studio/prizes.html>)

Studio FILM BILDER konnte sich als Kreativ-Schmiede etablieren, die Projekte mit verschiedenen freien Regisseuren produziert. Renommierte Künstler – fast ausschließlich Absolventen der Filmakademie – u.a. Professor Andreas Hykade, heute Leiter des Animationsinstituts der Filmakademie BW, Daniel Nocke, Gil Alkabetz u.a. - produzieren gemeinsam mit dem Produzenten Meyer-Hermann mehrfach preisgekrönte Kurzfilme, Werbespots, Musikvideos, Trailer, Titelsequenzen, Games für Internet und Mobile, Serien und Filme. Momentan produziert das Studio zusammen mit TrickStudio Lutterbeck aus Köln den Animationsfilm „Fritzi“.

Viele, was für Studio Soi gilt, kann ebenso für Studio FILM BILDER übernommen werden. Allerdings musste Studio FILM BILDER in Ermangelung der großen internationalen Kunden für seine Werke kreative Möglichkeiten der Finanzierung finden oder auf die Förderung seiner Projekte durch die MFG und anderer Förderanstalten zurückgreifen. So wurde bereits 2007 ein eigener youtube-Kanal (<https://www.youtube.com/user/filmbilder>) ins Leben gerufen, der inzwischen über 570.000 Abonnenten hat (zum Vergleich: Das für ARD und

ZDF vom SWR betriebene Jugendangebot FUNK hat knapp 60.000 Abonnenten)⁵. Der youtube-Kanal trägt inzwischen seine Kosten, muss aber immer wieder neu bestückt werden, so dass er zum Ertrag des Studios auf mittlere Sicht nicht viel beiträgt. Spiele für Online und Mobile erweitern das Portfolio, sind aber durch Personal- und Technikkosten ebenfalls schwer refinanzierbar. Beide Produktionslinien sind trotzdem unverzichtbar um für die Zukunft gerüstet zu sein. Dies belegen auch die neuesten Daten der AGF, die im März 2019 erste Zahlen ermittelte. Danach beträgt die durchschnittliche youtube-Sehdauer für jeden Erwachsenen 33 Minuten pro Tag. Das ist enorm - auch im Vergleich zu den 2 Minuten, die für die Mediatheken aller deutschen Sender zusammen ermittelt wurden. Und auch Streamingdienste wie Netflix, Hopster, AppStore und AmazonPrime werden für das Seriengeschäft einen immer größeren Stellenwert erhalten, da sie im Gegensatz zu den TV-Sendern keine Beschränkung ihrer Sendeplätze haben. Gerade in diesem Geschäft wäre ein eigenes Portal für deutsche Produzenten, wie es vom ITFS und Scopas Medien AG unter dem Namen Animation.TV geplant war, ein wichtiger Schritt um auf dem Weltmarkt sichtbar zu werden, direkt an den Konsumenten zu gelangen und Geld zu verdienen.

Leider sieht es so aus, als ob diese Initiative bereits in ihren Anfängen an der Finanzierung gescheitert ist, da sich keine öffentliche Förderung dafür finden ließ. Dies mag daran liegen, dass die öffentlichen Förderungen in Deutschland immer noch an den öffentlich-rechtlichen Rundfunk gekoppelt sind, der sich aus verständlichen Gründen keine Konkurrenz schaffen möchte. Aus demselben Grund scheiterten bislang auch Förderungen für Projekte mit Streaming-Plattformen und privaten oder ausländischen TV-Sendern. Eine Entkopplung der Filmförderung von Film und Fernsehen scheint jedoch für die Zukunft der Produzenten unabdingbar.

⁵ <https://www.youtube.com/channel/UCOgPGtSnFR6GM-AkzCnxqMQ>
https://www.youtube.com/user/filmbilder/videosyoutube_und_tv/
 • Studios Soi, FILM BILDER, M.A.R.K.13, Seufz



© credit: Studio FILM BILDER Ich kenne ein Tier © Mentor / Film Bilder

Beispiel 3: Studio Seufz, Stuttgart



Gründung:

2017

Gründer:

Stefan Michel, Anselm Pyta, Benedikt Hummel

Projekte:

Lucky Tower of Murder, The Longing, Good Night Everybuds, Fields of Rape, First Kiss, The Feastible Guy, u.v.a.m.

Auszeichnungen:

Annie Award-Nominierung, Auszeichnungen und Preise zahlreicher Festivals

Mit dem Erfolg von Studio FILM BILDER ist auch das von Absolventen der Filmakademie gegründete Studio Seufz verknüpft. Zum einen fand das Start-Up einen günstigen Raum als Untermieter von Studio FILM BILDER, zum anderen arbeitete Stefan Michel auch an der Serie „Ich kenne ein Tier“ mit, und konnte so erste Schritte außerhalb der Hochschule machen.

Mit teils preisgekrönten Kurzfilmen und vor allem dem Internet-Game „Lucky Tower of Murder“, das weltweit 50 Millionen mal im Web gespielt wurde, hat sich Studio Seufz in kürzester Zeit einen Namen gemacht. Derzeit arbeitet die Crew an dem von der MFG mitfinanzierten Game „The Longing“, das demnächst auf einer der führenden Game-Plattformen STEAM verbreitet wird. Laut Michel funktioniert die Vernetzung zwischen Filmakademie BW und der MFG für Start-Projekte der

Absolventen gut. Studio Seufz bekam Start-Förderungen für insgesamt vier Projekte. Aber allein mit Förderung ist es auch in diesem Fall nicht getan.

Stefan Michel fasst die Situation der Animations-Szene in klare Worte: „Der Standort muss mit IPs und Schulen glänzen, dann wird er international angenommen. Kontinuität kommt von international bekannten IPs und langfristigen Aufträgen. Je mehr Gründungen es gibt, desto besser für alle. Wo viele Firmen und Projekte sind, gibt es auch Kunden. Und Kunden bringen wiederum neue Projekte. Kontinuität kommt mit langfristigen Aufträgen und bekannten IPs. Daher ist eine Anschubförderung nur die halbe Miete.“ Die Rahmenbedingungen in der Region müssen dafür aber teilweise noch geschaffen oder verbessert werden: Infrastruktur wie Studio-Räume und Wohnungen für die Artists sind Mangelware, die Vernetzung innerhalb der Region funktioniert noch nicht, speziell zwischen Stuttgart und Ludwigsburg gibt es „eine zu große Hürde“.

So lange sich Absolventen ohne langfristig geklärte Finanzausstattung außerhalb von integrierten Gründerzentren mit Mentoren und Beratern für die an der Hochschule zu kurz kommenden Bereiche Vertragswesen, Finanzierung und Controlling in den heutigen Markt stürzen, kann man ihnen nur Glück wünschen und hoffen, dass der erste Rückfluss ihrer Investitionen nicht länger als ein, zwei Jahre dauert. Zu glauben, diese kreativen Gründer könnten es im hart umkämpften Animationsmarkt heute noch mit handwerklichem Talent und tollen Ideen alleine aus sich selbst heraus schaffen, ist reine Augenwischerei.



© credit: Studio Seufz, Good Night Everybuds



© 2017 Studio 100 Media. Studio B Animation

Beispiel 4: Studio M.A.R.K.13, Stuttgart



Gründung:

1999

Gründer:

Holger Weiss, Dominique Schuchmann, Claudius Brodmann (alle Absolventen der Filmakademie Ludwigsburg)

Projekte:

Biene Maja (neue 3D-animierte Filme und Serie), Ritter Rost, Wickie (3D), Pettersson und Findus 2, Werbe- und Imagefilme für Daimler, IBM, Audi, ZF Friedrichshafen u.v.a.m.

Auszeichnungen:

Goldener Löwe, Cannes: 2008 mit BBDO Stuttgart Promo Lion für „FIRST IMPRESSION“, 2011 mit Jung von Matt PR Lion für „TRAMP A BENZ“, New York Festivals 2009 3 x Gold und 1 x Bronze und Mobius Awards 2008 für „BEING FIRST“ u.a.

M.A.R.K.13 betrat als eines der ersten Studios in Stuttgart neben der klassischen Animation in Form von Trailern und Kurzfilmen für Festivals, Musikvideos sowie Film- und Serienentwicklungen konsequent den Weg als Service-Provider für Industrie- und Werbefilmkunden einerseits und große internationale Film- und Serienproduktionen andererseits. Das Studio bietet von der Konzeption bis zur Postproduction alle gefragten Produktionstechniken wie Live-Action, 3D Character Animation, Visual Effects und Motion Graphics. Die Vorteile liegen auf der Hand: Große Industriekunden sind finanzkräftig und pünktlich zahlende Auftraggeber, verlangen dafür aber technisch auf dem neuesten Stand agierende Studios, die immer wieder große Investitionen stemmen müssen.

2015 wurde M.A.R.K.13 in zwei spezifischere Firmen umgewandelt: Die M.A.R.K.13-COM GmbH & Co. KG, die sich weiter auf die Produktion von Werbefilmen konzentriert und darüber

© credit: M.A.R.K.13 MayaMovie2_PR(01)

hinaus auch im Entertainmentbereich als Produzent eigener IPs auftreten wird, und die M.A.R.K.13-STUDIOS GmbH & Co.KG, die als Serviceproduktion im Animations- und VFX-Bereich tätig ist und Filme wie BIENE MAJA und RITTER ROST für andere Produzenten herstellt.

Das Dienstleistungsgeschäft hat auch seine Tücken: Als Koproduzent internationaler Film- und Serienprojekte muss der Produzent immer damit rechnen, dass der Workflow durch andere Beteiligte ins Stocken kommt und man dadurch zeitlich und finanziell in eine Abhängigkeit gerät, die ein kleineres Studio an den Rand seiner Existenz bringen kann. In diesem Feld bewegt man sich zwischen Konkurrenten aus aller Welt wie Kanada, Frankreich etc., die durch wirtschaftliche Förderung wie Tax-Systeme in ihren Ländern begünstigt sind. Denn neben der Leistung zählt auf diesem Sektor vor allem der Preis, den man in der Lage ist anzubieten. Daher strebt auch M.A.R.K.13 zusätzlich die Entwicklung eigener IPs an, um sich aus diesen Abhängigkeiten zu befreien. Die gerade bei Cartoon vorgestellte und weltweit beachtete Serie „Minus Drei“ mit dem ZDF ist ein wichtiger Schritt in diese Richtung.

Alle vorgestellten Studiobetriebe sind auf ihre Art einzigartig und haben sich auf ihren unterschiedlichen Gebieten bereits einen Namen gemacht. Sie sind Beispiele für einen Prozess, der zukunftsweisend für die Animations-Industrie in Baden-Württemberg ist und der aufzeigt, wohin sich dieser Industriezweig entwickeln kann und muss und welche Richtungen dabei eingeschlagen werden können. Die Rahmenbedingungen, die dafür geschaffen werden müssen, sind vielfältig und Ergebnis dieser Studie.

Quellen:

- www.statista.com/statistics/193140/revenue-of-the-walt-disney-company-by-operating-segment/
- www.dwdl.de/nachrichten/71288/erstmalig_vergleichbare_nutzungsdaten_fuer_youtube_und_tv/
- Studios Soi, FILM BILDER, M.A.R.K.13, Seufz

Baden-Württembergs Animationslandschaft im nationalen und internationalen Wettbewerbsvergleich

Hier stehen wir und können nicht anders, oder vielleicht doch?



Von Dittmar Lumppp

Das Land Baden-Württemberg hat sich angesichts seiner pietistischen Historie lange Zeit mit den Themen Film, Fernsehen und schon gar mit dem Thema Animation (sprich Zeichentrickfilm) sehr schwer getan.

Noch in den 1990er Jahren hat die konservative Landesregierung unter Ministerpräsident Teufel mit Hinweis auf diese Tradition durchaus gegebene Chancen zur Ansiedlung - heute im Übrigen sehr erfolgreicher - Privatfernsehsender nicht weiterverfolgt.

Unter diesen Umständen ist die gelungene Entwicklung des Standortes Stuttgart / Baden-Württemberg zu einem weltweit wahrgenommenen Animationsstandort fast schon miraculös. Das Geheimnis dieser Entwicklung ist aus heutiger Sicht, dass sie offenbar gerade keiner Strategie oder gar einer entschiedenen Medienpolitik bedurft hat.

Das Wunder im Ländle

Der Animations-Glücksfall war 1991 unbestritten die Gründung der Filmakademie Baden-Württemberg als Ausgangspunkt einer in der Folge spürbaren Etablierung einer vielfältigen Animations-Ausbildung in vielen Hochschulen und sonstigen Ausbildungseinrichtungen des Landes. Daran anschließend gelang auch die Ansiedlung kleiner Studios, die von den ersten Absolventen im Anschluss an das Studium in Baden-Württemberg gegründet wurden.

Die Filmakademie Baden-Württemberg hat von Anfang an einen Schwerpunkt auf die digitale Bildgestaltung gelegt. Die technische Ausstattung war auf diesem Gebiet weltweit führend, was sich auch sehr schnell in den Studieninhalten und den produzierten Filmen niederschlugen hat.

Letztlich hat die im Vergleich zu anderen Filmhochschulen etwa der dffb Berlin oder der Filmhochschule Babelsberg auf modernstem Niveau digital ausgestattete Filmakademie Baden-Württemberg dem Land Baden-Württemberg einen jah-

relangen Wettbewerbsvorteil verschafft. Die Investitionsentscheidungen hierzu wurden an der Filmakademie ab 1992 getroffen.

Dieser Umstand hat zusammen mit anderen Rahmenbedingungen, wie den sich zu weltweit wahrgenommenen Ereignissen entwickelnden Animations-Events Internationales Trickfilmfestival Stuttgart ITFS und den Branchentreffen FMX und den Animation Production Days, dem Aufbau einer Filmförderung des Landes durch die MFG ab 1995 und einem schon sehr früh, nämlich 1996 erreichten Academy Award (Oscar) für die technischen Effekte im Film „Independence Day“ durch Studenten der Filmakademie Baden-Württemberg zu einem außerordentlich positiven Image der Animation / VFX im Lande Baden-Württemberg beigetragen.

Parallel zu dieser Entwicklung hat sich die für die Animation benötigte Technik sehr dynamisch entwickelt und als heute unersetzlicher Bestandteil in vielen wirtschaftlichen Bereichen etabliert. Wir sprechen heute von Industrie 4.0, und meinen damit die Digitalisierung nahezu sämtlicher Bereiche der Wirtschaft, der Kommunikation und des täglichen Lebens basierend auf der der Animation zu Grunde liegenden Technik.

Verschmelzung von Kunst und Wirtschaft zu einer neuen Wirtschaftskultur oder „The Times they are a changin“

Glückhafter Weise ist Baden-Württemberg mit seinem Ausbildungsschwerpunkt im Bereich bewegtes Bild / Animation für viele Anforderungen der heutigen Wirtschaft gut gerüstet. Allerdings ist die Animationsbranche selbst weltweit in einem sehr dynamischen Prozess, große amerikanische Konzerne arbeiten seit vielen Jahren an den digitalen Konzepten für morgen und übermorgen. Um in diesem Konzert mitzuspielen benötigt die Animations-Branche in Baden-Württemberg die bestmöglichen Rahmenbedingungen von Seiten der Politik, der Wirtschaft, der Ausbildung und der notwendigen Infrastruktur.

In Baden-Württemberg ist die Filmförderung bis heute eine kulturelle Aufgabe und wird daher konsequenter Weise auch vom Ministerium für Wissenschaft und Kunst verantwortet. Teile der Medienpolitik werden auch vom Staatsministerium Baden-Württemberg wahrgenommen. Mit diesem historisch gewachsenen Verständnis von kultureller Filmarbeit hat sich die Animation in Baden-Württemberg im Bereich Ausbildung und Festivals hervorragend entwickelt.

Um aber die Animations-Branche in Baden-Württemberg zu einem wichtigen wirtschaftlichen Player entwickeln zu können, bedarf es jetzt einer sehr konsequenten Umorientierung in der Landespolitik. Dabei muss dem wirtschaftspolitischen Ansatz künftig eine viel größere Rolle als bisher eingeräumt werden. Und dringlichst vor allem Anderen: Baden-Württemberg muss schneller werden und sich der rasenden weltweiten Entwicklung stellen.

Die Filmkonzeption II aus dem Jahr 2008 ist bis heute nicht evaluiert oder gar fortgeschrieben. Und dabei ist die Konkurrenz auf diesem Gebiet übergroß, sie beginnt schon in Deutschland selbst. Bundesländer wie Bayern oder Nord-

rhein-Westfalen haben in den letzten Jahren ganz entschieden „digital aufgerüstet“, mit der Folge dass der einst erzielte Vorsprung des Landes Baden-Württemberg beim Thema Animation inzwischen nicht mehr gegeben ist.

Der Wettbewerb mit anderen Bundesländern am Beispiel von Bayern und Nordrhein-Westfalen:

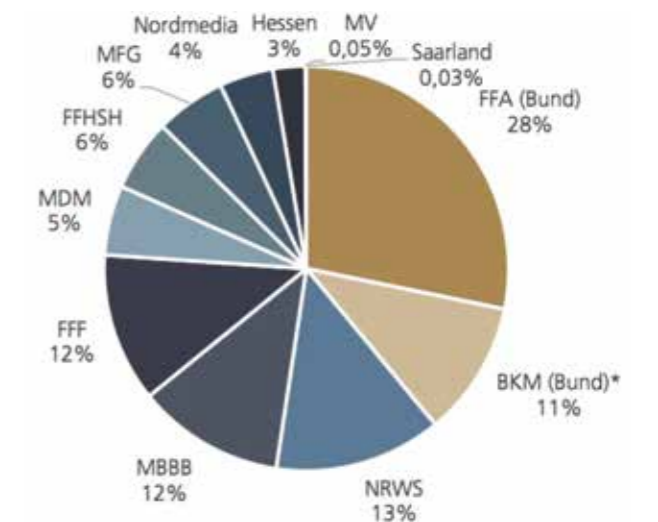
1. Bayern

- Die neue Landesregierung unter Ministerpräsident Söder hat die Themen Digitalisierung und Künstliche Intelligenz stark aufgewertet und ein neues Ministerium für Digitales, Medien- und Filmwirtschaft direkt beim bayerischen Staatsministerium angesiedelt.
- Die Förderung der Games-Produktion des Landes Bayern ist bundesweit führend.
- Die Bayerische Politik ist als erstes Bundesland offen für auf Steuergutschriften basierende Filmförderungen (Tax-System).

2. Nordrhein-Westfalen

- Sender WDR, Super RTL, RTL, ZDF (im benachbarte Land Rheinland-Pfalz)
- Ausbildung in 2D und 3D ca. 10 Ausbildungsstätten u.a. Filmhochschule Köln, Folkwang Essen, Dortmund, etc.
- Animation als Wirtschaftsfaktor in Dortmund und Essen statt Bergbau erwünscht und gefördert
- Film- und Games-Förderung stark ausgebaut auf jährlich 45 Mio. Euro
- VFX / Animations-Förderung für Fritzi, Rabe Socke, Peterchens Mondfahrt u.v.a.m.
- GamesCom als Treiber der Games-Industrie
- Beispielhaftes Gründerzentrum für Games- und Animations-Start-Ups in Köln

Kulturwirtschaftliche Förderung von Bund und Ländern 2015 (Haushaltsansätze in Mio. EUR)



FFA – Filmförderungsanstalt / BKM – Beauftragte der Bundesregierung f. Kultur u. Medien / FFF – FilmFernsehFond Bayern / NRWS – Filmstiftung Nordrhein-Westfalen / MBB – Medienboard Berlin-Brandenburg / FFHS – Filmförderung Hamburg Schleswig-Holstein GmbH / MFG – Medien- u. Filmgesellschaft Baden-Württemberg / MDM – Mitteldeutsche Medienförderung / MV – Mecklenburg-Vorpommern / * ohne DFFF
Quelle: HMS auf Basis des SPIO-Jahrbuchs, 2016, S. 74, und eigener Recherche

Der Wettbewerb mit anderen EU-Ländern

Europaweit sind Länder wie Frankreich, England, Irland, Belgien, Spanien und sogar Luxemburg effektiver und klarer positioniert als Deutschland. Daher sind Firmen aus diesen Ländern auch von den deutschen Sendern als Koproduktionspartner oder Zulieferer bevorzugt. Von Amerika mit seinen weltweit agierenden Medienkonzernen oder China mit seiner von der Staatsmacht vorangetriebenen Animationsproduktion ganz zu schweigen.

Der internationale Wettbewerb im Bereich Animation und VFX findet auf vielen Gebieten statt. Noch immer ist die beste kreative Idee die beste Voraussetzung um im internationalen Wettbewerb eine Rolle spielen zu können! Stimmt diese Aussage aber tatsächlich und – ebenso spannend! – braucht diese beste kreative Idee nicht auch ein sattes Feld und einen starken Gärtner, um reifen und sich entwickeln zu können?

Es geht auch um Strukturen, besser gesagt um wirtschaftliche Strukturen mit denen der Kampf um die besten Köpfe geführt und entschieden wird. Damit nähern wir uns dem Kernproblem der deutschen Animations-Branche: Im Bereich künstlerische Animationsfilme bestehen in Deutschland vor allem Klein- und Kleinunternehmen, es gibt nur ganz wenige mittelständisch strukturierte Animationsproduzenten.

Diese Produzenten treffen im internationalen – ungleichen – Wettbewerb auf viel besser aufgestellte Mitbewerber aus Frankreich (neben der staatlichen Förderung auch vom Quotensystem des Landes begünstigt) und England (mit der seit Jahren im Animationsbereich durch Budgets und Sendeplätze begünstigten BBC, und den Europazentralen der großen weltweit agierenden Medienkonzerne wie Disney, Cartoon Network und Nickelodeon/Turner mit weltumspannenden Sendernetzen) aber auch aus Irland, Spanien, Belgien und Luxemburg. Dazu kommt, dass z.B. in Frankreich und England die nationalen Sender mit den einheimischen Produzenten auskömmlich kalkulierte Serien und Langformate mitproduzieren.

Traditionell unterschiedliche Strukturen innerhalb Europas

Die öffentlich-rechtlichen Sender in Deutschland haben sich seit vielen Jahren fast vollständig aus der Zusammenarbeit, besser gesagt als Auftraggeber von eigenständigen, die nationalen kulturellen Werte transportierenden Serien-Produktionen zurückgezogen, da es an wirtschaftspolitischer Lobby, Budgets und Sendeplätzen mangelt. Stattdessen werden sogar die, ja speziell in den öffentlich-rechtlichen Sendern Kika, ARD und ZDF vorhandenen Animations-Sendeplätze oft mit ausländischer Dutzendware oder durch kleine finanzielle Beteiligungen günstig zu erwerbenden europäischen und weltweiten Koproduktionen gefüllt. Das ZDF darf sogar als treibende Kraft hinter dem Erstarken des Animationsstandorts Indien bezeichnet werden.

Das Stichwort vom stupiden deutschen Sendergeld macht die Runde!

Zu den unterschiedlichen Ausgangssituationen tragen auch

die unterschiedlichen Fördersysteme in den konkurrierenden europäischen Ländern im Vergleich zu Deutschland bei:

- In Deutschland und Baden-Württemberg wird die Filmförderung als eine vorwiegend kulturelle und nicht als Aufgabe mit zumindest angestrebtem wirtschaftlichem Effekt verstanden. Die Vergabe der Fördermittel erfolgt über ein aufwändiges Antragsverfahren in dem ein Gremium/Jury nach inhaltlichen und kulturellen Kriterien über die Vergabe entscheidet. In diesen Gremien sitzen oft Experten aus dem Film- und Kulturbetrieb, selten jedoch ausgewiesene animationsaffine Vertreter. Für den Produzenten ist dieses Verfahren sehr arbeitsintensiv bei gleichzeitig bestehendem Risiko des ungewissen Ausgangs.

- Dem gegenüber stehen in den wichtigsten im Film- und Animationsbereich konkurrierenden Ländern steuergetriebene Fördersysteme (Steuerergutschriften wie Film Tax Relief in England), die für den Produzenten den Vorteil der Planbarkeit und Berechenbarkeit haben und wesentlich weniger Bewerbungsaufwand benötigen.

Studien zeigen sehr überzeugend, welche großen wirtschaftlichen Effekte mit einem solchen auf Steuerergutschriften basierenden Film Tax Relief oder Tax Shelter verbunden sind (Spi / olsberg etc.).

Im Bereich VFX / Virtual Effects-Dienstleistung gibt es in Baden-Württemberg und Deutschland mittelständische Unternehmen, die sich dem internationalen Wettbewerb erfolgreich stellen können.

Entgegen den Erwartungen und Vermutungen innerhalb Baden-Württembergs ist das Image des Animations-Standortes Baden-Württemberg in der internationalen Szene eher gering ausgebildet.

Bisher sind aus Baden-Württemberg nur wenige im Bereich künstlerischer Animationsfilm tätige Firmen wie Studio FILM BILDER, M.A.R.K. 13, Studio Soi auf internationalen Märkten wie MipJunior, kidscreen Summit, CartoonForum und CartoonMovie etc. präsent.

Die Filmakademie Baden-Württemberg wird weltweit als eine der führenden Ausbildungseinrichtungen im Bereich Animation, VFX und Virtual Effects gesehen. Die Hochschule der Medien HdM in Stuttgart hat den Anschluss ebenfalls geschafft. Andere Medien-Ausbildungsstätten aus Baden-Württemberg dagegen werden international kaum wahrgenommen.

Die internationale Szene nimmt in Baden-Württemberg vor allem das Internationale Trickfilm Festival ITFS, die Animation Production Days und die FMX wahr, was zu dem teilweise feststellbaren Missverhältnis des insgesamt positiven Standort-Images im Bereich Animation, bei eher überschaubarem Produktionsvolumen im Land führt. Ein Grund hierfür ist auch der Umstand, dass die Animations-Branche in Baden-Württemberg keine strukturierte und mit einem strategischen Ziel versehene Marketingbotschaft nach außen kommuniziert. Diese Aufgabe kann nicht von den Einzelfirmen der Animations-Branche übernommen werden.

Table 1 Überblick über bestehende steuerliche Anreizsysteme in Europa, Stand 31. Dezember 2014

| # | System | | | | Abgedeckte Bereiche | | | |
|----|--------|--|------------------------------------|------|---------------------|----|--------------|-----------|
| | ISO | Bezeichnung | Art | Jahr | Film | TV | Video-spiele | Sonstige |
| 1 | AT | FISA | Zuschuss | 2010 | X | - | - | - |
| 2 | BE | Steuerergünstigungen (Tax Shelter) | Steuerergünstigungen (Tax Shelter) | 2003 | X | X | - | - |
| 3 | CZ | FISP (Film Industry Support Programme) | Zuschuss | 2010 | X | X | - | - |
| 4 | DE | DFFF | Zuschuss | 2007 | X | - | - | - |
| 5 | ES | Steuerergutschrift | Steuerergutschrift | 2004 | X | X | - | - |
| 6 | FR | SOFICA | Steuerergünstigungen | 1985 | X | X | - | - |
| 7 | FR | Crédit d'impôt cinéma | Steuerergutschrift | 2004 | X | - | - | - |
| 8 | FR | Crédit d'impôt audiovisuel | Steuerergutschrift | 2005 | - | X | - | - |
| 9 | FR | Crédit d'impôt jeux video | Steuerergutschrift | 2009 | - | - | X | - |
| 10 | FR | Crédit d'impôt international (C2i oder TRIP) | Steuerergutschrift | 2009 | X | X | - | - |
| 11 | GB | Film Tax Relief | Steuerergutschrift | 2007 | X | - | X | - |
| 12 | GB | High-End Television Tax Relief | Steuerergutschrift | 2013 | - | X | - | - |
| 13 | GB | Animation Programme Tax Relief | Steuerergutschrift | 2013 | - | X | - | [1] |
| 14 | GB | Video Games Tax Relief | Steuerergutschrift | 2014 | - | - | X | - |
| 15 | HR | Filmförderung (Cash Rebate) | Zuschuss | 2012 | X | X | - | - |
| 16 | HU | Indirekte Beihilfe | Steuerergünstigung | 2004 | X | - | - | - |
| 17 | IE | Section 481 | Steuerergünstigung ^[2] | 1997 | X | X | - | - |
| 18 | IS | Kostenerstattung | Zuschuss | 1999 | X | - | - | - |
| 19 | IT | Tax credit esterno | Steuerergünstigung | 2009 | X | X | - | - |
| 20 | IT | Tax credit interno | Steuerergutschrift | 2009 | X | X | - | Web Video |
| 21 | IT | Tax credit estero | Steuerergutschrift | 2009 | X | X | - | - |
| 22 | LT | Filmförderung | Steuerergünstigung | 2014 | X | - | - | - |
| 23 | MK | Förderung der Filmproduktion | Zuschuss | 2014 | X | - | - | - |
| 24 | MT | Filmförderung (Cash Rebate) | Zuschuss | 2008 | X | - | - | - |
| 25 | NL | Programm zur Förderung der niederländischen Filmproduktion | Zuschuss | 2014 | X | - | - | - |
| 26 | SK | Filmförderung (Cash Rebate) | Zuschuss | 2014 | X | - | - | - |

[1] Animation Tax Relief für die Ausstrahlung von Animationsprogrammen über andere Medien wie OTT-Provider; Steuererleichterungen für Realfilme für das Kinderfernsehen wurden in der Herbstmitteilung angekündigt; Dezember 2014; Erleichterungen sind auch für Theater und Orchester angekündigt worden. [2] Ab Januar 2015 Steuerergutschrift
Quelle: SPI

Der Aufbau eines Standort-Images im Bereich Animation ist eine übergeordnete wirtschaftspolitische Aufgabe, die entsprechende personelle und finanzielle Ressourcen voraussetzt.

Das bei der MFG angesiedelte Animation Media Cluster Region Stuttgart AMCRS ist dafür sowohl personell, finanziell als auch vom Selbstverständnis her, nicht der richtige Ansprechpartner. Gleichwohl ist an dieser Stelle der Grundgedanke des amcrs als richtig und hilfreich zu begrüßen. Die MFG hat mit dem AMCRS ein Alleinstellungsmerkmal im Bereich der Animation geschaffen um den das Land BW von anderen Marktteilnehmern beneidet wird. Die Clustermanagement-Beauftragte Stefanie Larson hat es mit einer ganzen Reihe von Initiativen geschafft, zumindest die Mitglieder des AMCRS in einem Netzwerk zu versammeln in dem die gemeinsamen Interessen der Branche betont und nach außen gegenüber den Ansprechpartnern in der Politik und gegenüber der Förderung artikuliert werden.

Die organisatorische und formale Anbindung des AMCRS an die MFG ist Stärke und Schwäche des Clusters zugleich: Einerseits konnten über diese Konstruktion in den vergangenen Jahren mehrere Förderinitiativen die zur Ausweitung der Animationsförderung bei der vom Ministerium für Wissenschaft und Kunst betreuten MFG geführt haben, erfolgreich hinterlegt werden.

Das Cluster AMCRS als nächster Schritt hin zu einer Animationsindustrie Baden-Württemberg

Andererseits behindert diese AMCRS-Struktur die dringend notwendige übergeordnete Etablierung der berechtigten wirtschaftlichen Animations-Notwendigkeiten in der Landespolitik bzw. in den Ministerien Wirtschaft und Arbeit und im für die Digitalisierung zuständigen Innenministerium.

Die Clustermanagerin hat einen bezahlten Arbeitsumfang einer Teilzeitstelle. Sie ist Einzelkämpferin ohne wesentliche Budgets oder auch sonstige Ressourcen und Zugriffsmöglichkeiten.

Zur Unterstützung der nationalen und internationalen wirtschaftlichen Wettbewerbsfähigkeit der Animationsbranche in Baden-Württemberg ist dringend ein übergeordnetes Kompetenzzentrum Animation mit ausreichend finanzieller Ausstattung, personellem Knowhow und Durchsetzungskompetenz zu etablieren.

Um Animationsproduktion für Produzenten, Kreative und Verwerter wirtschaftlich planbar zu machen ist die Einführung von Steuergutschrift-Fördersystemen (Tax Relief, Tax Shelter etc.) auch in Baden-Württemberg zu prüfen und einzuführen.

Table 2 Geschätzte Mittelausstattung der Regelungen

| Land: | System | geschätzte Mittelausstattung pro Jahr |
|-----------------------|-------------------------------------|---------------------------------------|
| Belgien | Steuervergünstigungen (Tax Shelter) | EUR 60 Mio. |
| Kroatien | Filmförderung (Cash Rebate) | HRK 20 Mio. (EUR 2,6 Mio.) |
| Tschechische Republik | FISP | CZK 800 Mio. (EUR 32 Mio.) |
| Frankreich | CIC & CIA ^[1] | EUR 210 Mio. |
| Frankreich | CIJV | EUR 14 Mio. |
| Frankreich | TRIP | EUR 110 Mio. |
| Frankreich | SOFICA | EUR 37,1 Mio. ^[2] |
| Ungarn | Indirekte Beihilfe | HUF 23 Mrd. (EUR 76 Mio.) |
| Irland | § 481 Tax Shelter | EUR 35 Mio. |
| Irland | § 481 Tax Credit | EUR 45 Mio. |
| Italien | 3 Systeme ^[3] | EUR 110 Mio. |
| UK | FTR | GBP 340 Mio. (EUR 392,5 Mio.) |
| UK | HETR (HETV) | GBP 70 Mio. (EUR 80,8 Mio.) |
| UK | ATR (Animationsfilm) | GBP 15 Mio. (EUR 17,3 Mio.) |
| UK | VGTR (Videospiele) | GBP 35 Mio. (EUR 40,4 Mio.) |

[1] Die Budgets für CIC und CIA sind in den EU-Beihilfeunterlagen als ein Betrag ausgewiesen [2] Für SOFICA liegt keine Schätzung vor; Wert entspricht dem 10-Jahresdurchschnitt [3] Die italienischen Systeme teilen sich ein Budget.

Quelle: SPI

Das Wachstum im kommerziellen Animationsfilm und warum Deutschland von der Seitenlinie aus zusieht



von Prof. Andreas Hykade und Susanne Schosser

1) Was passiert momentan international?

Im Animationsfilmmarkt hat sich im letzten Jahrzehnt ein atemberaubendes Potenzial realisiert: In den Jahren 2008-2018 fanden sich unter den zehn international erfolgreichsten Filmen eines jeden Jahres im Durchschnitt jeweils knapp ein Drittel Animationsfilme (siehe Box Office Charts 1-11 im Anhang). Unter den zwanzig international erfolgreichsten Animationsfilmen aller Zeiten sind alleine siebzehn in den letzten 10 Jahren entstanden. Jeder dieser Filme hat international im Durchschnitt ca. 1 Milliarde US Dollar eingespielt (siehe Abb. 1).

Als am letzten Wochenende des Jahres 2018 „Spiderverse“ und „Wreck-it Ralph II“ blitzschnell die 200 Mio. / 350 Mio. US Dollar-Marke knackten, stahl ihnen der in Paris produzierte „The Grinch“ mit einem Zwischenergebnis von 450 Mio. US Dollar sogar noch die Show. Die Fachpresse sprach an jenem Wochenende einmal mehr von „Animation Domination“¹. Der animierte Langfilm ist ohne jeden Zweifel eines der weltweit kommerziell erfolgreichsten Erzählformate. Dies wirtschaftlich zu übersehen ist fahrlässig.

Streaming-Plattformen wie Netflix, AmazonPrime, Hulu, Apple etc. haben in der Analyse ihrer Abonnenten die enorme Nachfrage verstanden und den Grund klar formuliert: **Es gibt keine Angebote die ansatzweise so konsequent alle Altersstufen und Territorien durchdringen können wie Animationsfilme.** „Repeated viewing“² ist ein weiterer Aspekt. Die traditionellen Anbieter (Disney, Pixar, Illumination etc.) kennen einen weiteren guten Grund, ihr Animationsangebot auszubauen: Lizenzierung und Merchandising verdoppeln und verdreifachen im Animationsfilm oft die Gewinne einer Kinoauswertung.

Die Streaming-Dienste agieren seit zwei Jahren entsprechend, sie bauen - wie Netflix - riesige eigene Animationsstudios³, füllen die Auftragsbücher der unabhängigen Studios von London bis Kapstadt⁴ und ziehen international massiv Talent aus einem ohnehin ziemlich ausgelasteten Arbeitsmarkt (siehe Video „Drawing Netflix“⁵). So entsteht seit zwei Jahren

All Time Worldwide Animated Box Office

See also: All Time Animated Domestic - All Time Animated International

Other Worldwide Cumulative records: All Time Worldwide - All Time Single Market - All Time Sequel Worldwide - All Time Non-Sequel Worldwide - Top 2018 Worldwide - Top 2019 Worldwide

This chart contains the top 100 animation movies based on the cumulative worldwide box office.

| Rank | Released | Movie | Worldwide Box Office | Domestic Box Office | International Box Office |
|------|----------|------------------------------------|----------------------|---------------------|--------------------------|
| 1 | 2013 | Frozen | \$1,272,469,910 | \$400,738,009 | \$871,731,901 |
| 2 | 2018 | Incredibles 2 | \$1,242,532,436 | \$608,581,744 | \$633,950,692 |
| 3 | 2015 | Minions | \$1,160,336,173 | \$336,045,770 | \$824,290,403 |
| 4 | 2010 | Toy Story 3 | \$1,068,879,522 | \$415,004,880 | \$653,874,642 |
| 5 | 2017 | Despicable Me 3 | \$1,034,822,373 | \$264,624,300 | \$770,198,073 |
| 6 | 2016 | Finding Dory | \$1,021,215,193 | \$486,295,561 | \$534,919,632 |
| 7 | 2016 | Zootopia | \$1,019,704,348 | \$341,268,248 | \$678,436,100 |
| 8 | 1994 | The Lion King | \$986,214,868 | \$421,785,283 | \$564,429,585 |
| 9 | 2013 | Despicable Me 2 | \$975,216,835 | \$368,065,385 | \$607,151,450 |
| 10 | 2004 | Shrek 2 | \$937,008,132 | \$441,226,247 | \$495,781,885 |
| 11 | 2003 | Finding Nemo | \$936,429,370 | \$380,529,370 | \$555,900,000 |
| 12 | 2016 | The Secret Life of Pets | \$886,767,422 | \$368,384,330 | \$518,383,092 |
| 13 | 2012 | Ice Age: Continental Drift | \$879,765,137 | \$161,321,843 | \$718,443,294 |
| 14 | 2009 | Ice Age: Dawn of the Dinosaurs | \$859,701,857 | \$196,573,705 | \$663,128,152 |
| 15 | 2015 | Inside Out | \$854,235,992 | \$356,461,711 | \$497,774,281 |
| 16 | 2007 | Shrek the Third | \$807,330,936 | \$322,719,944 | \$484,610,992 |
| 17 | 2017 | Coco | \$798,020,225 | \$209,726,015 | \$588,294,210 |
| 18 | 2010 | Shrek Forever After | \$756,244,673 | \$238,736,787 | \$517,507,886 |
| 19 | 2012 | Madagascar 3: Europe's Most Wanted | \$746,921,271 | \$216,391,482 | \$530,529,789 |
| 20 | 2013 | Monsters University | \$743,588,329 | \$268,488,329 | \$475,100,000 |

Abb. 1: All Time Worldwide Animated Box Office

ein Bieterkrieg zwischen den sogenannten „Streamern“ und den traditionellen großen Studios. Die Folge sind in Amerika sprunghaft gestiegene Gehälter in der Trickfilmproduktion und eine große Nachfrage nach Talent und Content.

2) Welche Rolle spielt Europa derzeit?

Europa ist als Content-Anbieter wie auch als Produktionsstätte sowohl für Studios als auch für die Streamer von großem Interesse: Paramount, Skydance und Dreamworks lassen komplette Filme in Paris und Madrid produzieren⁶. Sony hat

letztes Jahr eine eigene Finanzierungs- und Verleihschiene für nicht-amerikanische Produktionen gegründet⁷. Netflix, Hulu und Apple lassen momentan originäre Stoffe in England, Frankreich, Irland und Kanada entwickeln und produzieren. Europäische Autorenfilmer wie Garth Jennings und Chris Butler u.v.a. führen bei amerikanischen Großprojekten Regie⁸ und der Branchenprimus Illumination („Despicable Me“ / „Sing!“) produziert seine Filme komplett in Paris, mit einem weitestgehend europäischen Team inklusive Regie⁹.

1 <https://www.cartoonbrew.com/box-office-report/ralph-breaks-the-internet-and-the-grinch-set-to-make-box-office-history-this-weekend-167609.html>
<https://www.cartoonbrew.com/box-office-report/global-animation-domination-continues-grinch-tops-450m-ralph-350m-spider-verse-200m-168413.html>
 2 Repeated Viewing (engl.) - Wiederholtes Anschauen (auch über lange Zeitspannen und durch mehrere Generationen, da der visuelle Look nicht aus der Mode kommen kann.
 3 <https://www.theverge.com/2018/11/6/18068736/netflix-animated-childrens-shows-disney-moana-finding-dory>
 4 <https://www.irishtimes.com/culture/film/netflix-commissions-new-animation-from-kilkenny-s-cartoon-saloon-1.3691279> <https://www.irishtimes.com/business/media-and-marketing/apple-buys-animated-film-from-kilkenny-based-cartoon-saloon-1.3625369>
<https://www.oregonlive.com/business/2018/10/guillermo-del-toro-will-make-h.html>
<https://variety.com/2018/film/awards/glen-keane-direct-animated-movie-over-the-moon-1202689347/>
<https://www.cartoonbrew.com/feature-film/netflix-produce-henry-selicks-wendell-wild-starring-key-peelee-157267.html>
 5 <https://www.youtube.com/watch?v=NRMZaf6RMC>
 6 Paramount: Paramount Animation Teases 'Wonder Park' Produced at Ilion Studios in Spain
<https://www.awn.com/news/watch-paramount-animation-teases-wonder-park>
<https://variety.com/2015/film/markets-festivals/paramount-animation-animations-studio-1201519483/>
 Skydance:
<https://deadline.com/2017/03/skydance-animation-studio-launch-ilion-animation-studios-1202044553/>
<https://www.awn.com/news/skydance-media-forms-partnership-spains-ilion-animation-studios>
<https://www.hollywoodreporter.com/heat-vision/john-lasseter-lead-animation-skydance-1174878>
 Dreamworks:
<http://www.mikrosimage-animation.eu/en/project/captain-underpants/>
 7 Das von Shrek-Produzent Aron Warner geleitete neue Label wurde letztes Jahr in Annecy vorgestellt und optioniert gerade Projekte aus aller Welt.
https://www.artlink.co.za/news_article.htm?contentID=44752
<https://variety.com/2017/film/festivals/annecy-base-fx-wish-dragon-work-in-progress-1202465769/>
 8 https://www.imdb.com/name/nm2752098/?ref_=tt_ov_dr
 9 https://www.imdb.com/title/tt6467266/?ref_=adv_li_tt
https://www.imdb.com/title/tt3470600/?ref_=adv_li_tt
https://www.imdb.com/title/tt3469046/?ref_=adv_li_tt
https://www.imdb.com/title/tt1690953/?ref_=adv_li_tt
https://www.imdb.com/title/tt2293640/?ref_=adv_li_tt
https://www.imdb.com/title/tt1323594/?ref_=adv_li_tt

https://www.awn.com/news/watch-paramount-animation-teases-wonder-park
<https://variety.com/2015/film/markets-festivals/paramount-animation-animations-studio-1201519483/>
 Skydance:
<https://deadline.com/2017/03/skydance-animation-studio-launch-ilion-animation-studios-1202044553/>
<https://www.awn.com/news/skydance-media-forms-partnership-spains-ilion-animation-studios>
<https://www.hollywoodreporter.com/heat-vision/john-lasseter-lead-animation-skydance-1174878>
 Dreamworks:
<http://www.mikrosimage-animation.eu/en/project/captain-underpants/>
 7 Das von Shrek-Produzent Aron Warner geleitete neue Label wurde letztes Jahr in Annecy vorgestellt und optioniert gerade Projekte aus aller Welt.
https://www.artlink.co.za/news_article.htm?contentID=44752
<https://variety.com/2017/film/festivals/annecy-base-fx-wish-dragon-work-in-progress-1202465769/>
 8 https://www.imdb.com/name/nm2752098/?ref_=tt_ov_dr
 9 https://www.imdb.com/title/tt6467266/?ref_=adv_li_tt
https://www.imdb.com/title/tt3470600/?ref_=adv_li_tt
https://www.imdb.com/title/tt3469046/?ref_=adv_li_tt
https://www.imdb.com/title/tt1690953/?ref_=adv_li_tt
https://www.imdb.com/title/tt2293640/?ref_=adv_li_tt
https://www.imdb.com/title/tt1323594/?ref_=adv_li_tt

Auf dem ITFS und der FMX in Stuttgart fehlt seit Jahren keines der großen Studios. Auf dem ehemals beschaulichen jährlichen Animationstreffen in Annecy geben plötzlich die Streaming-Dienste exklusive Empfänge und umwerben das europäische Talent.

Man sucht und findet in Europa verlässliche Dienstleister, aber vor allem wird mit Nachdruck nach Inhalten, IPs, Projekten und Talent gesucht. Anders als im VFX-Bereich gilt hier das Interesse nicht einzig dem Dienstleister mit den momentan großzügigsten Fördertaschen - ein Wettkampf um Aufträge, den man verliert, sobald man im Wetttrüsten der Tax Breaks gerade mal nicht mehr der Höchstbietende ist. Eine Repräsentantin des U.S. Studios „Dreamworks“ fasste es letztes Jahr in Annecy zusammen: **„Anders als bei den VFX-Anbietern wird Content und Talent im Animationsbereich in einem „Seller's Market“ gehandelt: Die Nachfrage nach Qualität ist deutlich größer als das Angebot.“**

3) Chancen für Deutschland

Im Rahmen der oben beschriebenen Situation kann man aus künstlerischer und wirtschaftlicher Sicht zwei Kernaspekte des Animationsfilms gar nicht klar genug herausstellen:

- Die Filmbranche sucht händierend nach Talenten und international verwertbaren Stoffen. Das Talent ist hierzulande zweifelsohne vorhanden – man muss nur die Liste an internationalen Auszeichnungen betrachten, die Animationsfilme aus Deutschland und mit deutscher Beteiligung im Nicht-Langfilmbereich in den letzten Jahrzehnten kontinuierlich erringen. Was Stoffe angeht, sitzt man hierzulande ebenfalls auf einem unendlichen Schatz an weltweit geliebten Geschichten, von den Gebrüdern Grimm bis zum in 20 Sprachen übersetzten Erich Kästner, oder Michael Ende (35 Mio. verkaufte Exemplare in 40 Sprachen), Judith Kerr (10 Mio. Exemplare in 20 Sprachen), Ottfried Preussler (50 Mio. Exemplare in 55 Sprachen), Cornelia Funke (20 Mio. Exemplare in 37 Sprachen) usw. Mit dem richtigen Anspruch kann jede dieser Geschichten großes, internationales Kino sein. Oder man setzt darauf, dass die junge Generation ihre eigenen Narrative entwickelt und neue Stoffe mit internationalem Potenzial entwickelt. Egal wie: **In Deutschland gibt es zuhauf Talente und Geschichten.**
- Animation ist eine der wenigen (die einzige?) kommerziellen Produktionssparten, in der ein deutscher Film **international keinerlei inhärenten Standortnachteil** hat: Die Stärke des Animationsfilms ist der Ausdruck einer universell verständlichen visuellen Sprache. Anders als im szenischen Film muss ein deutscher Animationsfilm in der Regel nicht „deutsch“ aussehen. Per se herrscht visuell und erzählerisch erst einmal Chancengleichheit gegenüber den außer-deutschen Produktionen: Der Zuschauer hat keine Möglichkeit (und oft auch kein Interesse) zu sehen dass „Sherlock Gnomes“ (Intl. Box Office 90.3 Mio. UDS) in London, „Captain Underpants“ (126 Mio. USD) in Montreal und „Sing!“ (634 Mio. USD) in Paris produziert wurden: Beim Animationsfilm haben wir - was das Herkunftsland angeht – ausnahmsweise ein „Level Playing Field“, von dem z.B. der deutsche szenische Film nur träumen kann. 2015 brachte die Europäische Kommission im Rah-

men der von ihr in Auftrag gegebenen Studie „Focus on Animation“ diesen Aspekt auf den Punkt¹⁰: **„In terms of audience, animation is one of the branches of the audiovisual sector with the greatest potential in export.“**

Grundsätzlich haben deutsche Produktionen also hervorragende Vorbedingungen, dieses Alleinstellungsmerkmal des Animationsfilms für sich zu nutzen: Deutschland besitzt eine ernstzunehmende Förderlandschaft, herausragende Ausbildungsstätten, einen dementsprechenden Fluss an Kreativtalent und Fachkräften sowie technisch durchaus konkurrenzfähige Produktionspipelines in einigen der größeren Studios. Die Möglichkeit internationaler Voice Casts gibt bzgl. Vermarktbarkeit den letzten Schliff.

4) Spielt Deutschland im Internationalen Animationsfilmgeschäft mit?

Nein. Im Gegenteil. Deutsche Produktionen funktionieren nur innerhalb Ihres eigenen, insularen Geschäftsmodells (25 deutsche Animationslangfilme von 2007-2017, Gesamtfördersumme ca. 56 Mio. Euro, Box Office Deutschland ca. 79 Mio. Euro)¹¹. Sie hinterlassen - anders als Projekte aus Großbritannien, Frankreich, Irland, und Spanien - im internationalen Animationsmarkt so gut wie keine Spuren, was Markendurchsetzung, Licensing oder selbst Rezeption angeht, und bei genauerer Prüfung verlieren auch die veröffentlichten internationalen Box Office Results deutscher Animationslangfilme schnell ihren Glanz:

Realistisch betrachtet tut sich zumindest das Gros der heimischen Animationsfilme Jahr für Jahr schon „zu Hause“ schwer, ein nennenswertes Publikum zu finden. Dies gilt selbst für diejenigen Projekte, die nur für diesen Markt produziert wurden. Der internationale Vertrieb deutscher Projekte findet zu einem großen Teil durch sog. „Bundledeals“ (dtsch. Paket-Deals) statt. Kinobetreiber bekommen beliebte US-Produktionen nur, wenn sie auch ein, zwei deutsche Trickfilme in ihren Häusern spielen. Die aus solchen Vertriebsformen generierten Einspielergebnisse sind mit Vorsicht zu genießen. Wer über „Bundledeals“ den eigenen Film in bis zu 120 entlegenste Abnehmerländer drückt, wird - trotz auf den ersten Blick wohlklingendem internationalem Box Office - schlussendlich merken, dass der Film in jedem dieser teilweise eher exotischen Territorien für sich gesehen trotzdem kein rauschender Erfolg war. In der internationalen Wahrnehmung verpuffen diese Filme komplett. **Im internationalen Wettbewerb mit den Majors spielen deutsche Produktionen keine Rolle.**

Der Lizenzierungs- und Merchandising-Markt ist im Animationsgeschäft zum einen seit jeher „very big business“ (siehe „Minions“ in Frankreich produziert, „Shawn das Schaf“ in England produziert) zum anderen aber ist er ein verlässlicher Indikator für das Marktvertrauen in ein animiertes Property: Animierte Spielfilme aus Deutschland finden hier praktisch nicht statt. Einzige Ausnahmen: Remakes altbekannter Marken bei denen es primär um Lizenzierung geht und spürbar erst danach um ein qualitativ hochwertiges Angebot für junge Zuschauer.

Anders als beispielsweise in Frankreich oder England entsteht in Deutschland aus der heimischen Ausbildungslandschaft und einer international prämierten und seitens Ausbildung und Förderern mit viel Geduld und Bedacht herangezogenen Kurzfilm-Szene keine nennenswerte Langfilm-Szene. Das ist seltsam. Die langjährigen Erfolge der traditionsreichsten Studios

im europäischen Ausland - beispielsweise Aardman (UK) oder Folimages (FR) - basieren seit jeher auf deren sorgsamer Nachwuchsarbeit. So hat z.B. Folimages gar eine eigene Post-Graduierten-Schule für Regie, die renommierte „La Poudrière“ gegründet. Eine nachhaltige Zusammenarbeit zwischen den hiesigen Langfilmproduzenten und dem durchaus existierenden Pool an jungen Regietalenten gibt es im deutschen Animationsfilm so gut wie nicht. Statt Talente behutsam an die schwierige „Königskategorie“ des Langfilms heranzuführen, setzt man junge (= preiswerte) Regisseurinnen und Regisseure oft alleine direkt auf Langfilmprojekte und schaut dann zu, wie sie früh „verbrennen“. International beachtete Regiepersönlichkeiten haben deutsche Produzenten seit 20 Jahren nur in verschwindend geringen Ausnahmefällen aufgebaut. Gleichzeitig führte Filmakademie-Absolvent Saschka Unseld als erster Deutscher beim US Branchengiganten Pixar Regie, die britische Produktionsfirma Magic Light Films schaffte es unter der Regie der deutschen Filmakademie-Absolventen Max Lang, Jakob Schuh und Jan Lachauer zu kommerziellem Erfolg und drei Oscar-Nominierungen! **Die Talente sind da.**

Jenseits der Frage von Regie und Autorenschaft sieht die Lage bei den Fachkräften und „Handwerkern“ der Branche, den Animatoren, Storyboardern und CG-Artists ähnlich bedrückend aus, besonders wenn man bedenkt was gleichzeitig am Arbeitsmarkt im Ausland passiert: Die AG Animationsfilm, der Bundesverband der Animationsfilmbranche, veröffentlichte Anfang vergangenen Jahres eine weit angelegte Studie zur Situation der Animationsbranche in Deutschland in den Jahren 2010 – 2015¹².

Der Großteil der Befragten war hauptsächlich für Kinoproduktionen tätig, einem im Ausland hochdynamischen Arbeitsfeld. Mehr als ein Drittel (38%) der Befragten musste mit einem Minimaleinkommen unter 16.500 Euro jährlich auskommen. 31% der Befragten gaben an, von ihrer Tätigkeit nicht den Lebensunterhalt bestreiten zu können. Frauen waren dabei deutlich schlechter gestellt. Dort lagen sogar 57% in der untersten Einkommensklasse - unter 16.500 Euro Jahreseinkommen. Der Großteil der Befragten gab Brutto-Stundenhonorare von 10 bis 30 Euro an. 42% der Befragten gaben an, über keine Altersvorsorge zu verfügen.

68% der Befragten gaben an, sich Gedanken über einen Branchenausstieg gemacht zu haben. Als Gründe für die negative Perspektiveinschätzung wurden genannt: 56% „schwierige Arbeitsbedingungen“, 55% „keine Möglichkeit für kontinuierliche Arbeit“, 54% „zu geringen Verdienst“ und 42% „zu wenig Aufträge“.

¹⁰ <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/challenges-and-opportunities-european-animation-industry> <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/challenges-and-opportunities-european-animation-industry>
¹¹ <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/focus-animation> <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/focus-animation>
¹² <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/europes-animation-industry-how-do-we-build-scale> <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/europes-animation-industry-how-do-we-build-scale>
¹³ http://ec.europa.eu/information_society/newsroom/image/document/2016-26/mapping_the_animation_industry_in_europe_16280.pdf http://ec.europa.eu/information_society/newsroom/image/document/2016-26/mapping_the_animation_industry_in_europe_16280.pdf

¹¹ Liste der 25 deutschen Animationsfilme von 2007-2017 im Anhang
¹² https://www.ag-animationsfilm.com/wp-content/uploads/2018/04/AGAnimationsfilm_Studie-zur-Situation-des-Animationsfilms_2542018.pdf, ab Seite 30

Interessant hierbei ist: 45% der Befragten waren regelmäßig als Auftragnehmer im Ausland tätig, dabei hauptsächlich für Auftraggeber aus den USA, Großbritannien, der Schweiz und Frankreich. Das heißt: **Wir bilden hierzulande mit großem Aufwand sehr gutes Personal aus, das aber nach dem Studium kein tragbares Produktionsumfeld findet. Und so lassen wir uns das teuer ausgebildete Talent rauben.**

5) Warum lässt man sich in Deutschland solche Chancen entgehen?

Warum entstehen in Deutschland - trotz hervorragender Marktsituation und solider heimischer Rahmenbedingungen - weder international relevante Projekte noch ein Feld an Produzenten, das die günstigen Rahmenbedingungen in eine konkurrenzfähige Szene formt?

Am Talent kann es nicht liegen, die Ausbildung in Ludwigsburg, Stuttgart, Kassel und Berlin ist mehr als solide, bei den Recruitern der US-Studios sind die deutschen Absolventen außerordentlich beliebt, und alleine das Animationsinstitut der Filmakademie brachte eine ganze Reihe im Ausland sehr erfolgreicher Animationsregisseure sowie Legionen von im Ausland arbeitenden CG-Artists und Animatoren hervor.

In Gesprächen mit den deutschen Talenten hört man eins immer wieder: Es sei weder die kalifornische Sonne, noch die deutlich größeren Budgets die deutsche Talente ins Ausland treiben. **Entscheidend seien vielmehr „Produktionsbedingungen“, die es wahrscheinlicher machten einen guten Film zu machen: Mit Bedacht zusammengestellte Teams, ernsthaftere Bucharbeit, mehr Bereitschaft, das zur Verfügung stehende Budget auch wirklich in die Filme zu stecken und - ganz oft genannt - die „Einheit des Produktionsstandortes“: Keine Reibungsverluste, funktionierender Knowledge-Transfer, professionellere Arbeitsabläufe.** Die Kehrseite derselben Medaille hört man von den heimischen CG-Artists, Animatoren etc., die es leid sind, sich aus Fördergründen andauernd ummelden zu müssen.

6) Wieso macht man in Deutschland alles anders?

Animation ist ein komplexes, ungewöhnlich kollaboratives Medium mit einer relativ flachen Lernkurve: Fachmannschaft braucht hier viele Jahre und viele Lehrmeister. Der Erfolg amerikanischer Studios basiert seit jeher auf genau dieser Erkenntnis: Man holt traditionell schon immer die begabtesten Köpfe an einen Ort, baut auf Kontinuität, fördert Knowledge-Transfer und vermeidet in ohnehin komplexen Produktionsabläufen um jeden Preis Reibungsverluste. In Deutschland passiert das Gegenteil: Animationsproduktionen werden - selbst wenn sie keine außerdeutschen Koproduzenten haben - aufgrund des föderalen Fördersystems in eine Unmenge an Produktionsstandorten zerpfückt, Ländereffekte verleiten die Produzenten dazu, Teammitglieder nicht nach Qualität sondern nach Meldeadresse zusammenzustellen. Im Endergebnis landet durch diesen Reibungsverlust ein nicht unerheblicher Teil des Budgets nicht in den Filmen und viel Wissen wird nicht weitergegeben, was beides sowohl den Filmen als auch dem jeweiligen Standort schadet.

Warum hält sich ein eher ineffizientes System so beständig? Weil es an wichtigen Anfangs- und Endpunkten funktioniert: Förderer können gegenüber der Politik als Erfolgsbilanz hohe Ländereffekte verzeichnen, und Produzenten

können relativ risikofrei produzieren: Sie leben und sterben - anders als die internationalen Player - nicht mit dem Erfolg ihrer Filme. Die Firmen finanzieren sich zu einem relativ hohen Teil aus den Budgets statt aus den Rückflüssen, und die Förderer fördern oftmals unabhängig von Qualität oder Einspielergebnissen weiter. **Nur die Industrie, die das alles mal schaffen sollte, die entsteht nicht.**

7) Was müsste getan werden?

Ausbildung: In der Ausbildung gibt es Nachholbedarf was die künstlerisch-handwerklichen Aspekte betrifft: Anders als im Ausland gibt es hierzulande noch immer keine wirkliche Ausbildung zum „Character Animator“. Dies führt dazu, dass der arbeitsintensive und ökonomisch in hohem Maß ertragreiche Bereich Character-Animation im Augenblick fast ausschließlich im Ausland umgesetzt wird. Dasselbe gilt für die magische Zutat in der Produktion internationaler Animationsstoffe: Storyboarding. Eine der wichtigsten Kreativschritte beim Animationsfilm wird in Deutschland (anders als z.B. in Dänemark und Frankreich) weder begriffen noch unterrichtet. Internationale Animationsfilme werden maßgeblich von „Story Artists“ entwickelt und mitgeschrieben. In Deutschland denkt man (wie im szenischen Film) es gehe nur um das Planen der Kameraarbeit.

In den **Fördergremien** müsste erkannt werden, dass Animationsfilme nicht primär „Filme für Kinder“ sind, an die man niedrigere inhaltliche Bedingungen stellt als an den szenischen Film. Denn das Gegenteil ist der Fall: Erfolgreiche Animationsfilme, die sich gleichzeitig auf verschiedensten Ebenen an Kinder, Teenager und Eltern wenden, sind - was Buch, Regie und Design angeht - handwerklich meist sehr komplexe Arbeiten. Das heißt, dass ambitionierte Animationsprojekte wie Langfilme in besonderem Maß Entwicklungsarbeit benötigen, was bei der Ausrichtung der Förderstrukturen bedacht werden sollte. Darüber hinaus fehlt in den Fördergremien, was diese Sparte angeht, vielleicht manchmal auch einfach eine gewisse Fachmannschaft, auf die man bei Neubesetzungen achten sollte. In diesem Sinn sollte auch die Reputation des künstlerischen Kernteams einer Produktion ein Hauptkriterium bei den Förderentscheidungen sein. Dabei kann die Liste der internationalen Auszeichnungen, die das künstlerische Kernteam mitbringt, einen „Gradmesser“ darstellen. Wenn Filme nämlich wiederholt so aussehen, als wären sie nicht für den Erfolg an der Kasse, sondern eher für die abzuschöpfenden HUs¹⁴ produziert worden, dann sollten Förderer hier deutlich kritischer hinsehen: Besser weniger mit der Gießkanne, und stattdessen gezielter fördern. Bottomline: Förderer sollten anspruchsvoller sein.

Produzenten müssen belohnt werden, wenn sie nachhaltig auf hohem Niveau arbeiten, haltbare Strukturen aufbauen, Talente binden und mit diesen Stoffe entwickeln. Sollte dies beinhalten, dass Künstlerinnen und Künstler in der Entwicklungsphase teilweise auf eine entsprechende Bezahlung verzichten müssen, so sollten diese nachhaltig an den eventuellen späteren Erlösen beteiligt werden (ein Beispiel aus eigener - Andreas Hykades - Erfahrung: Bei der Entwicklung und Realisierung der von mir erfundenen Animationsserie „TOM & das Erdbeermarmeladebrot mit Honig“ habe ich über viele Jahre die Hälfte meines Gehalts zurückgestellt, bin aber dadurch zu einem relevanten Teil an der Auswertung der IP beteiligt).

Das Wetttrüben bei den **Regionaleffekten** müsste dringend überdacht werden: Die in der Branche oft geforderte „Einheit des Produktionsstandorts“ als Qualitätskriterium müsste stattdessen begriffen und gefördert werden: Talente im Land behalten, Knowledge-Transfer fördern, auf Kontinuität achten. Eine „Effektenbörse“ in der man Förderdarlehen innerhalb Deutschlands tauschen könnte, wäre evtl. ein erster echter Ansatz.

Sender müssten dringend Formate entwickeln, die es hiesigen Regietalenten erlauben, sich organisch vom eigenen Kurzfilm zu professionelleren, an längere Formate heran zu arbeiten. Vom Diplomkurzfilm direkt zum Feature endet meist mit einer Bauchlandung. Der britische und französische Markt, in dem beispielsweise der „Halbstünder“ ein klassisches Premium-Fernsehformat darstellt, ist hier das ideale Beispiel. Deutsche Sender beteiligen sich zwar mit großem Erfolg finanziell an diesen ausländischen Produktionen, eigene Formate dieser Art werden hierzulande aber nicht entwickelt und in Auftrag gegeben.

8) Fazit

Mit Blick auf den Aufbau einer eigenständigen Industrie in einem hochlukrativen Markt in dem es für Deutschland viel zu gewinnen gäbe, lässt sich Folgendes sagen: Guter Mainstream ist immer Herz und Anker einer ernstzunehmenden Unterhaltungsindustrie. Mittelmäßiger Mainstream ist langfristig sehr gefährlich. Wo auch immer hierzulande qualitativ das Mittelmaß befördert wird, müsste deutlich kritischer hingesehen werden. Und: wo immer sich die Chance ergibt, qualitativ wirklich Hochwertiges zu produzieren, sollte dies gezielter befördert werden. **Schlussendlich lohnt sich immer nur Qualität.**

14 HU: Handlungskosten sind ein pauschalierter Betrag für alles, was der Produzent für eine Produktion selbst zu zahlen hat: Assistenten, Flüge, Büro, Telefon und ähnliches sowie Gagen für Producer und Herstellungsleiter. Aus einem nicht wirklich zu ermittelnden Grund wird dieser Betrag mit 6-7,5 % kalkuliert und gezahlt.
Quelle: <http://www.filmrecht.com/produzent.html>

Armin Pohl, Mackevision – Digitaler Unternehmer und Visionär

Im Interview mit Susanne Schosser



Armin Pohl
CEO Mackevision

Geschäftsbereiche: Mackevision zählt zu den Weltmarktführern für Computer Generated Imagery (CGI). Das Unternehmen produziert unter Einsatz modernster Digitaltechnik wie Computer Generated Imagery (CGI), Visual Effects (VFX) sowie Augmented und Virtual Reality (AR/VR) kreative und emotionale Bildinhalte und verwandelt so Daten in virtuelle Anwendungen und immersive Produkterfahrungen. Seit 2018 ist Mackevision Teil von Accenture Interactive.

Kunden: Das Unternehmen steht für Technologie, Kreativität und Innovation – und das global und für die unterschiedlichsten Industriezweige und Kunden auf der ganzen Welt: Konzerne, mittelständische Unternehmen, Agenturen und Filmproduktionen wie z.B. Daimler, Audi, Porsche, Fiat-Chrysler, Netflix, Lidl, Peta u.v.a.m.

Standorte Mackevision: Stuttgart (Headquarter), Hamburg, München, Birmingham, Florenz, Detroit, Los Angeles, New York, Peking, Seoul, Tokio, Singapur

Mitarbeiter: Weltweit mehr als 630 Mitarbeiter aus 30 Nationen. Insgesamt 280 Mitarbeiter in Stuttgart, davon alleine im VFX-Bereich 50 Festangestellte und bis zu 35 Freelancer.

Weltweiter **Umsatz** im Geschäftsjahr 2017/18: 58 Millionen Euro

Herr Pohl, wie sind Sie zu einem der größten Unternehmer in der baden-württembergischen Digitalwirtschaft aufgestiegen?

Ich hatte den Unternehmergeist und das entsprechende Gen aus der Familie, machte eine Ausbildung zum Grafiker, Fachabitur im Aufbaustudium und weil ich das Thema spannend fand und unbedingt etwas erreichen wollte, habe ich von Anfang an 100% gegeben. Ich hatte immer Spaß an Technologie, Auto und Gestaltung – bis heute. Als Grafiker habe ich noch ohne Computer angefangen, in Werbeagenturen gejobbt. Wahnsinn, wenn man sich das vorstellt: Heu-

te werden im Grafik-Geschäft derartige Mengen an Layouts erzeugt, das war damals unvorstellbar. Als ich dann Ende der 80er Jahre die ersten PC-Systeme gesehen habe, da dachte ich „huijui, das ändert alles“. Es folgte Bewegtbild beim SAT1-Regionalfernsehen - voll super! 1990 habe ich zum ersten Mal ein 3D-Programm in die Hand genommen, Crash-Kurs in Paris. Plötzlich musste man anstatt Stiften und Papier ein komplexes Werkzeug nutzen, das sich ein Programmierer ausgedacht hatte und das ganz andere Möglichkeiten aber auch ganz andere Limitierungen brachte. Nach dem Kinoerlebnis „Terminator 2“ war ich komplett frustriert. Es war offensichtlich, dass die ganz andere Programme nutzten als wir. Für mich war sofort klar, ich muss nach L.A., ich muss am Puls dieser Industrie arbeiten. Damals gab es so gut wie keine „Piloten“ für Compositing- und 3D-Systeme, es gab ja keine Ausbildung, nur Quereinsteiger, die sich selber die Programmkenntnisse angeeignet hatten, meistens über unbezahlte Praktika, da die Investitionen in solche Systeme für die Unternehmen enorm waren. Daher waren auch solche Praktikumsplätze heiß umkämpft. Und wer wie ich eine visuelle Grundausbildung vorweisen konnte, hatte gute Startbedingungen. Nach zwei Jahren habe ich mich selbständig gemacht und konnte bei sogenannten Postproduction-Häusern die teuren Systeme für Kundenprojekte bedienen.

Wie war der Firmenstart, was waren die wichtigen Entwicklungsschritte der Firma bis zum Eintritt eines US-Investors?

1995 habe ich als Freelancer mit Mackevision zusammen ein erstes Compositing-System angeschafft. Die Firma entwickelte sich gut dank dieser und weiterer gemeinsamer Investitionen und ich wurde im Jahr 2000 mit 35% Miteigentümer. Wir waren „Underdogs“, haben einiges ausprobiert, Firmen gegründet und sie wieder schließen müssen. Letztendlich lernten wir aus unseren Fehlern, sammelten jede Menge Erfahrungen und sind unseren Weg gegangen. Damals, während der Lehman-Brothers-Krise 2009, hat die Bundesregierung unter Frau Merkel sehr schnell, pragmatisch und goldrichtig reagiert. Die Politik hat die deutsche Wirtschaft unterstützt und wesentlich dazu beigetragen, dass sie auf dem Weltmarkt dort steht wo sie heute ist. Mit ein paar wenigen Formeln zu Kurzarbeit und der positiven Fortführungsprognose für angeschlagene Firmen wurde viel Schaden von der deutschen Volkswirtschaft abgewendet. Das hat auch uns damals gerettet.

Und eins muss man ganz klar sagen: Ohne die Automobilindustrie, allen voran Daimler, wäre Mackevision nicht das geworden, was es heute ist. Man muss erst mal einen Kunden finden, der den gleichen Führungsanspruch formuliert und der bereit ist, in einen Partner zu investieren und mit ihm ein Benchmark zu entwickeln! Heute sind wir Weltmarktführer bei Automobil-Konfigurationen und haben eine der angesagtesten VFX-Abteilungen. Ich denke, wenigstens in den TOP 5 wenn nicht TOP 3 der VFX-Häuser in Deutschland sind wir eine feste Größe.

2018 sind wir Teil von Accenture geworden, einem amerikanischen Beratungs- und Kommunikationskonzern mit ca. 500.000 Mitarbeitern weltweit. Die haben Skalierungsmus-

keln im Hintergrund, die so schnell kein anderes Unternehmen zur Verfügung hat. Das ist eine ganz bewusste, strategische Allianz, bringt einen Mehrwert für den Kunden und sichert unsere Marktstellung. Was wir gemeinsam anbieten können, gibt es vergleichsweise kein zweites Mal auf dem Markt. Wir gehören zu Accenture Interactive, das ist jetzt schon die größte Digitalagentur der Welt.

Ein Beispiel für ein gemeinsames Projekt ist ein Film für horolride GmbH, einem Start-up von Audi Electronics in Kooperation mit Disney. Auf der Rückbank eines Audi e-tron sitzt eine junge Frau, die sich die zunächst langweilige Reisezeit durch ein Virtual Reality Spiel versüßt. Der Film demonstriert die perfekte Verbindung von Fahrzeugdaten mit den Inhalten des Spiels: Jede physikalische Fahrbewegung beeinflusst das Erlebnis in der virtuellen Realität, einer bunten Fantasiewelt, die z.B. von blau-weißen Küken bevölkert ist. Mackevision hat mit der Digitalagentur SinnerSchrader zusammen den Pilotfilm umgesetzt, Disney war als Content-Partner mit am Start. Die erwarten sich eine komplett neue Plattform auf der sie ihren Content in einer Game-Umgebung verwenden können. Bei Zukunftsprojekten wie diesem sind wir natürlich in erster Reihe mit dabei. Wir können und wollen die Brücke zwischen Automobilwirtschaft und Hollywood sein!

Animation und Automobil-Industrie – wie passt das zusammen?

85% unseres Geschäfts kommt von unseren weltweiten Automobilkunden wie z.B. Daimler, FCA, BMW, Hyundai, Porsche u.a. Das Hauptgeschäft sind Konfiguratoren, da ist sehr viel technologisch getrieben. Der Anteil von Film mit VFX liegt bei 10% - in Stuttgart sind es 20%. Aber wenn Sie sich die Presseberichterstattung anschauen, scheint es genau anders herum zu sein. Das liegt daran, dass die Bedeutung von VFX, sehr schnell verstanden wird, das sind immer Highlight-Themen. Während Fahrzeug-Konfiguratoren oder Web-Applikationen meist komplexer in der technischen Erklärung sind und in Presseartikeln einfach nicht ganz so sexy rüber kommen.

Dass wir heute VFX als Aushängeschild führen können und dass Mackevision für die Region ein Aushängeschild ist, das verdanken wir Daimler, denn ohne die hätten wir nicht die Größe entwickelt, um den VFX-Bereich aufbauen zu können. Es war ein wirtschaftliches Risiko, die VFX-Abteilung aufzubauen. Den Ersteinvest (Jahr Eins) hätte keine Bank unterstützt, völlig ausgeschlossen. Das wäre einem klassischen Geldinstitut nach der damaligen Marktlage viel zu riskant gewesen. Wir haben uns aber ganz bewusst für dieses Investment entschieden. Denn in der Krise lag unsere Chance zu einem Einstieg. Und: für uns ist VFX nicht nur ein zusätzlicher Markt. VFX lädt unsere Marke emotional auf. Das alles geschah zu einer Zeit, als wir zunehmend gute Mitarbeiter verloren haben, weil sie einfach das Profil der Firma Mackevision zu industriell und zu langweilig fanden. Es war ein echter Balance-Akt, den emotionalen Teil zu stärken, ohne das Kerngeschäft dabei inhaltlich geringer zu würdigen. Heute hat niemand bei Mackevision das Gefühl, das ein Bereich wertiger wäre als der andere. Alle Kollegen sind stolz auf alles was die Firma am Markt erreicht.



Aber klar ist auch: VFX ist ein schwankungsanfälliges Geschäft, man muss hier das Wachstum sehr besonnen gestalten. Durch uns und Pixomondo hat Stuttgart eine gewisse Schwerkraft entwickelt und so sind Projekte hier gelandet. Mit der vor zwei Jahren eingeführten Line Producer-Förderung der MFG Baden-Württemberg - zwingend notwendig um im internationalen Wettbewerb zu bestehen - siedeln sich mehr Firmen an und es gibt eine größere Chance, dass die Absolventen der Hochschulen keinen Druck haben, irgendwo anders hinzugehen. Das ist ein Potential. Heute ist unser VFX-Bereich sehr gut aufgestellt und wird durch Heiko Burkardsmaier extrem gut geführt, hier muss nicht querfinanziert werden. Wir beschäftigen extrem gute und talentierte Leute.

Stichwort Förderung – ohne die geht das große Filmgeschäft nicht?

Förderung ist leider eine Grundvoraussetzung um Wettbewerbsgleichheit herzustellen. Aber es ist allerhöchstens die halbe Miete. Der wichtigste Part in diesem Geschäft ist das Personal. Wir haben es praktisch nie geschafft, ein großes Projekt zu akquirieren, bis wir es uns leisten konnten, mit einem Mal ein komplettes Team inkl. bestehender Referenzen einzustellen. Wir sprechen von Leuten, die von L.A. hier her gezogen sind, weil sie in diesem Team mitarbeiten wollten. Wir haben eine ganz hohe Density (Dichte) an wirklich hochdekorierten Veteranen, die Emmys und Visual Effects Awards und sogar Oscars gewonnen haben. Wenn man ein Top-Team hat, mit Top-Themen, das zieht weitere Top-Leu-

te an und diese Spirale nach oben, die pflegen wir natürlich auch. Ansonsten ist das wahnsinnig mühselig: Hat man die Referenz nicht, bekommt man den Job nicht. Und wenn du die Referenz und das Projekt nicht hast, bekommst du auch die guten Leute nicht.

Also allein mit den Absolventen aus der Region ging das nicht?

Es glaubt einem erst einmal keiner, dass man das kann. Man muss wirklich Leute an Bord haben, die das schon mal geliefert haben. Es war großes Glück, dass wir in der VFX-Krise vor ungefähr 5 Jahren ein komplettes Team für uns gewinnen konnten, die die Marktverbindung, die Referenzen und die Reputation bereits hatten – aber auch hier hat es sich zum größten Teil um Absolventen der Filmakademie oder der HdM gehandelt, die nach Jahren im Ausland wieder nach Hause wollten. Wir haben dann glücklicherweise 2013 mit der vierten Staffel von „Game of Thrones“ gestartet und gleich mit unseren Shots 2014 einen Emmy gewonnen. Das war natürlich ein Katapult. Wir sind jetzt von „Game of Thrones“ wirtschaftlich komplett unabhängig. Man kann das ja offen sagen: beim ersten Durchgang haben wir kein Geld verdient, das hat mich privat Geld gekostet. Wie viel sage ich nicht, aber Mackevision konnte es sich bei einem Jahresumsatz von ca. 20 Mio. Euro damals glücklicherweise leisten. Da gab's keine Unterstützung von irgendeiner Stelle, das war mein privates Geld, das ich rein gesteckt habe um diese Reputation zu bekommen. Dann haben wir den Emmy gewonnen - und dann stand die Politik plötzlich vor der Tür.

© credit: AUDI_A8/www.mackevision.com

Werden Sie den VFX-Bereich in der Zukunft noch ausbauen?

Im VFX-Bereich sehen wir deutlichen Wachstumsbedarf, da es sehr viele Streaming-Dienste als Auftraggeber gibt. Daher wird unser VFX-Bereich innerbetrieblich im gleichen Umfang gefördert wie die anderen Bereiche. Wir schauen da mit wachen Augen drauf, da ist klassische mittelständische Geschäftssteuerung gefragt, denn es wird zu Pleiten, Konsolidierungen, Überkapazitäten und Preiskämpfen kommen. Die Frage ist, wie viel Wachstum, wie viel Risiko und wie viel Zukunftssicherheit habe ich, damit wir die Balance halten.

Welche Unterstützung braucht es auf Dauer tatsächlich oder sagen Sie, wir sind jetzt durch und schaffen das alleine?

Grundsätzlich ist es so, dass wir die ersten wären, die unterschreiben würden, wenn alle Förderungen für Dienstleister im Bereich VFX und Animation weltweit fallen würden. Unter diesen Voraussetzungen wären wir im Wettbewerb erstklassig aufgestellt. Aber die Realität sieht so aus, dass sehr viele Regionen (Kanada, Australien, UK, Belgien, Neuseeland, etc.) weltweit versuchen im Hinblick auf den digitalen Wandel die Branche durch massive Förderungen an sich zu binden oder anzusiedeln. Z.B. Quebec (Kanada) und zuletzt Australien in der Region Adelaide haben den wirtschaftlichen, technologischen und kreativen Effekt von Animation Media erkannt und setzen sehr viel dafür ein diesen Bereich weiter auszubauen im Hinblick auf den digitalen Wandel. Auch gehen wir davon aus, dass in UK nach dem Brexit die Summen erhöht werden und bürokratische Hürden fallen.

Wir sind hier in Baden-Württemberg durch die MFG und Animation Media Cluster Region Stuttgart (AMCRS) derzeit sehr gut aufgestellt. Der DFFF2 ist auch ein sehr gutes Instrument, momentan mit Startschwierigkeiten weil die bürokratischen Hürden doch recht hoch sind – aber wir hoffen, das mit der FFA und dem BKM bald in den Griff zu bekom-

men. Auch wäre eine Öffnung für High-End-Serien und Streaming beim Bund sehr wichtig. Wenn wir hier beim digitalen Wandel eine wichtige Rolle spielen wollen muss die Politik die MFG weiter unterstützen, damit diese auch ein Wachstum aushalten kann. Durch den Zuzug der anderen Firmen und unser eigenes Wachstum in der Region stoßen die Mittel der MFG sicher auch bald an ihre Grenzen. Wenn man im internationalen Wettbewerb bestehen will, wäre eine automatische oder dauernde Förderung vom Land und/oder Bund wie z.B. in Kanada, die budgetär nicht limitiert ist, natürlich top.

Gibt es aus Ihrer Sicht noch andere Rahmenbedingungen neben einer rein finanziellen Förderung, die den Animationsstandort Stuttgart nachhaltig auf dem Weltmarkt verankern könnten? Ich denke da an Ausbildung von Talenten, Forschung und Entwicklung, infrastrukturelle Maßnahmen. Wo sehen Sie Chancen und Risiken?

Viele unserer Mitarbeiter kommen von den hiesigen Hochschulen, vor allem der Filmakademie, der HdM und auch aus Furtwangen. Es kommen inzwischen auch eine ganze Reihe von Top-Leuten aus dem Ausland, für die Stuttgart kein „No-Go“ mehr ist. Das liegt vor allem daran, dass wir unsere Leute pünktlich bezahlen und eine gute Büro-Atmosphäre haben, was wiederum unserem Hauptkunden Daimler zu verdanken ist. Das hochschulische Umfeld in der Region ist schon sehr gut, und die Unterstützung von den Institutsleitern und der Austausch mit ihnen ist hervorragend, das ist echt Top. Aber klar, ausbaufähig ist es immer. Wenn die Institutsleitungen einfach nur wach bleiben, ist das ein guter Weg. Man muss agile Weiterbildungsmöglichkeiten schaffen, dicht am Markt bleiben und da das Geld reinstecken. Insgesamt darf man jetzt nicht nachlassen und bloß nicht sparen. Man muss daran denken, dass jede Investition auch wieder in Form der Absolventen in der Region bleibt.



© credit: Daimler_A_CLASS_BEAUTYMOTIVE_INTERIEUR/www.mackevision.com



Es hat sich viel gewandelt: Ende der 90er Jahre gab es für Mackevision aus Baden-Württemberg keinerlei Unterstützung. Stattdessen haben uns die Hochschulen Konkurrenz gemacht und mit den Studenten für lächerliches Geld Projekte für den Markt produziert. Für die Studenten waren wir die „Industrieheinis“ und das geflügelte Wort lautete: „Für die arbeiten wir nicht, denn ich bin ja auf der Filmakademie und nicht auf der Industriefilmakademie“. Die sind dann alle stolz nach L.A. gegangen und hier ist groß gefeiert worden, dass die Absolventen so begehrt sind, dass sie sogar nach Hollywood gehen. Ich dachte mir damals, super, ich zahle Steuern, die machen mir Konkurrenz mit billigen Projekten und ich muss mich noch schmähen lassen!

Bei Forschung und Entwicklung haben wir enge Kontakte zum Fraunhofer Institut, da gehen wir mit Pilotthemen rein. Die haben gezielt Forschungsaufträge und entwickeln Dinge, die sie am Markt platzieren wollen. Fraunhofer hat einen echt gesuchten Ansatz, das gefällt mir sehr gut. Denn immer wenn Steuergelder am Markt einen Mehrwert bringen, finde ich das großartig. Ich bin kein Freund von Kulturförderung weil ich denke, da wird oft nur eine Elite bedient. Wenn ich Steuergelder von allen einsetze, dann sollte ein Mehrwert für die steuerzahlende Gemeinschaft zurück fließen, so dass man sagen kann, wir haben hier irgendeine Art von infrastruktureller Investition ermöglicht, durch die etwas besser wird. Wenn Politik stärker mit wirtschaftlich nachhaltigem Denken verbunden wäre, wäre das gesund für alle, nicht nur in der Region sondern in ganz Deutschland. Jeder Steuer-Euro sollte so eingesetzt werden, dass er nachhaltig für die Zukunft des Standortes nützlich ist. Da ist die Politik gut beraten, den Firmenkern und den Institutsleitern zuzuhören. Das Fraunhofer Institut wird von Herrn Bauernhans! großartig geführt. Das ist spektakulär, weil er das politische Netzwerk sehr gut spielt und sehr unternehmerische Entscheidungen trifft, so dass nachher auch etwas Wertbares rauskommt. Ein großartiges Beispiel wie so etwas gehen kann!

Stichwort Start-Ups und neue Entwicklungen – wo sehen Sie Stuttgart in diesem Bereich?

Alles wächst zusammen, wir können nicht mehr nur in Film oder in Entertainment denken sondern wir müssen in Lösungen, in systemischer Integration denken. Wie kommuniziere ich mit meinen Mitmenschen, wie entsteht Content, wie spreche ich User an. Der künstlerische Einsatz ist nur ein Teil und ganz viel davon sind technologische Umsetzungen. Da sind wir ganz schnell beim Thema Start-Ups und Start-Up-Finanzierung. Was in anderen Ländern an Kapital zur Verfügung steht, ist unglaublich. China ist multimilliardenschwer unterwegs, die platzieren Industrien, die fördern, die schotten den Markt ab, die kaufen Firmen international - das ist alles regierungsseitig geprägt, eine Maschine. Davor muss man als Gesamt-EU mit den Hosenbeinen schlottern. Dankenswerterweise bin ich privat in der Situation, dass ich mich an Start-Ups beteiligen kann. Ich sehe einige junge Leute, die brillante Ideen haben und gehe als Teilhaber mit rein. In keinem Fall habe ich eine aktive Management-Funktion, sondern ich finanziere sie zu einem Grad wie sie das brauchen und versuche, sie mit meiner Erfahrung und meinem Netzwerk beratend zu begleiten.

Ich erinnere mich an meine eigenen ersten Finanzierungsrunden, da hieß es von Seiten der Banken: „Oje, schwieriges Business, mit „Werbung“ das ist aber instabil...“. Da war praktisch kein Knowhow über die Medienbranche vorhanden und schon gar nicht über unser sehr spezielles Nischengeschäft. Damals ging das nur mit vollem persönlichen Risiko des Unternehmers. Es hing dann zudem immer an einzelnen Personen der Banken, die das persönliche Vertrauen zum Unternehmer hatten. Das wurde dann durch immer schärfere Regulierungen immer schwieriger und strategisches Wachstum war kaum finanzierbar. Die Ersten, die mir dabei entscheidend geholfen haben, waren die KSK Ludwigsburg mit ihrer Wagnis-Kapitalgesellschaft zusammen mit der MBG. Das war klassisch mittelständisch. In der Lehman-Brothers-Krise sind die dann mit uns auch durch

sehr schwere Zeiten gegangen, haben aber das Vertrauen nicht verloren, wofür ich heute noch sehr dankbar bin. Im jetzigen Finanzumfeld wäre das so wahrscheinlich kaum noch möglich und die jungen Unternehmer haben es noch schwerer über klassische Bankenfinanzierung einen Businessplan umzusetzen.

Wie bewerten Sie die Entwicklungen im Bereich der Künstlichen Intelligenz?

In Richtung KI stellt sich die Frage, was es bedeutet, wenn Maschinen kreativ werden. Da sind die Chinesen sogar viel weiter als die Amerikaner. Allen voran die Internetgiganten, die den Markt bereits dominieren und jetzt anfangen, ihn von hinten aufzurollen. Als Ingenieursgetriebenes Land muss man sich schon fragen, ob wir noch eine Zukunft haben? Da kommt eine Welle an Veränderungen in den Kernindustrien auf uns zu. Was bedeutet das für uns in unserer kleinen Kulturbubble? Macht man sich da nicht ein wenig blind für die Herausforderungen der Zukunft? Und mit welchen Mitteln muss man als Land oder Firma Start-Ups finanzieren? Wie sieht es denn in Berlin aus, dem HotSpot für Start-Ups, wo mit Abstand die meisten Gründungen stattfinden? Was tut Stuttgart dafür? Wieso sind denn alle jungen Leute zu Tausenden nach Berlin gezogen? Die Mieten waren noch günstig und es gab Platz. So ist das in vielen anderen Regionen auch. Ich betrachte die Situation im saten Stuttgart und denke mir, wo ist denn da noch der Entwicklungsfreiraum, wo kann ich hier mit schmaler Tasche leben?

Ich denke im Start-Up-Bereich brauchen Sie heute privates Geld. Die Start-Ups von heute sind die Rockstars aus den 70er Jahren. Wer ein gutes Start-Up hingestellt und einen guten Exit gefahren hat, der wird bewundert von den jungen Leuten. Da gibt es einen gewissen kulturellen Konsens, dass erfolgreiches Unternehmertum wert geschätzt wird, das finde ich schon interessant und positiv. Das war lange nicht besonders verbreitet, es gab eigentlich nur Neid wenn der Unternehmensaufbau geklappt hat, und eine gewisse Häme wenn es schief gelaufen ist. Furchtbar! Das hat sich meiner Wahrnehmung nach gewandelt und ich persönlich

bin da mittlerweile auch komplett schmerzbehaftet und lebe und erkläre meinen Erfolg gerne. Warum auch nicht, warum sollst du nicht erklären, wie das für dich funktioniert hat und wie es nicht funktioniert hat, auch welche finanziellen Risiken man eingegangen ist und was einem das danach gebracht hat?

Welchen Rat können Sie den Start-Ups mit auf den Weg geben?

- Da gibt es ein paar unternehmerische Grundregeln, die ich immer sofort als erstes hinschreiben würde, und erst im Nachgang habe ich gesehen, dass einige davon auch schon der Kollege Bosch nannte:
- Fangt bloß nichts an nur aus dem Geldgedanken heraus, das erfüllt dich auf Dauer nicht. Das Thema muss einen ziehen und zu einem passen.
 - Wartet nicht auf Förderung! Förderung bekommen ist nützlich, aber das darf nicht die Grundlage für eine Firma sein.
 - Gebt euch eine klare persönliche Vision und eine genauso klare für euer Unternehmen. Diese müssen zusammenpassen.
 - Ohne Risiko geht es nicht! Eins muss dabei aber klar sein: Wenn man den Weg geht, gibt es bei vollstem Einsatz trotzdem keine Garantie, dass es auch über das Minimal-einkommen hinaus reicht. Aber wenn es funktioniert, dann kann man wirtschaftlich deutlich mehr erreichen, als in einem Angestelltenverhältnis.
 - Es lohnt sich immer, guten Leuten hinterher zu laufen. Um hoch gesteckte Ziele zu erreichen, braucht ihr sie. Chef-Attitude ist fehl am Platz.
 - Ihr müsst ein Team haben, das die Vision teilt und das bedingungslos mitgeht, denn alleine kommt man nicht ans Ziel.
 - Seid ehrlich und geht mit Mitarbeitern, Geschäftspartnern und Kunden fair um. Lügt sie nicht an und bescheißt sie nicht, das hat eventuell einen kurzfristigen Effekt, aber damit baut man keine langfristigen Beziehungen auf. Vertrauen ist so wichtig, es ist die Grundlage für jedes nachhaltige Business!

© credit: Lost-in-Space-image/www.Mackevision.com

© credit: mackevision_jimknopf-before



Was ich damit sagen will, der kulturelle Unterbau in einem Unternehmen ist der Schlüssel zum Erfolg. Wenn sie eine Wertegemeinschaft haben, die durch die Inhalte getrieben ist, dann werden sie auch durch Krisen durchkommen. Wenn sie eine Firmenkultur haben, die durch Geld getrieben ist, werden sie Lug, Betrug, Bestechung und Selbstbereicherung erleben und in der Krise werden sie scheitern. Denn eine Söldnertruppe geht nie die Extrameile wenn es nötig ist. Das habe ich in dieser Firma gelernt, als es mal wirklich sehr schwierig wurde. Der Kern war im Gegensatz zu anderen Firmen extrem stabil weil alle wussten, dass wir eine Vision haben und wenn es wieder was zu verteilen gibt, dann wird auch jeder etwas davon haben.

Wohin geht die Reise für Mackevision, wie sieht Ihre Zukunft aus?

Insgesamt haben wir noch große Pläne. Es gibt riesige Felder im Thema Digitalisierung der Vertriebswege in allen industriellen Branchen und Landschaften. Hier sind Solutions gefordert, die nicht nur bestehende Produkte bebildern, sondern auch den Prozess der Produktentstehung begleiten, bzw. Consumer-driven steuern. Da werden wir noch viel sehen in den nächsten Jahren.

Wir sehen zudem neue, noch völlig unerschlossene Möglichkeiten Entertainment-Content erlebbar zu machen. Das Projekt holoride, die Kooperation zwischen Audi, Disney, für die wir zusammen mit SinnerSchrader einen ersten Vorgeschmack geben konnten, ist ein super Beispiel dafür, wie filmische Entertainment-Expertise mit Game-Engine- und Automotive-Kompetenz zu einem völlig neuen Anwendungsbereich geführt hat. Oder nehmen wir ein Beispiel, bei dem wir basierend auf unserer Visualisierungskompetenz in für uns ganz neue Felder im Engineering vorstoßen: Wir arbeiten mit Bosch an einem Pilotprojekt zur Unterstützung der Sensorenentwicklung für autonome Fahrzeuge. Dazu erstellen wir Simulationsumgebungen, in denen eine reale Welt nachgestellt wird. Ein autonomes Fahrzeug braucht ja erst mal die Fähigkeit, seine Umgebung umfänglich wahrzunehmen. Die dafür notwendige Sensorik muss normalerweise Milliarden von realen Testkilometern gefahren sein, damit die autonome Steuerung möglichst viele Umstände und Situationen gelernt hat. Diese Entwicklungszeit verkürzen wir dramatisch, indem wir diese Situationen virtualisiert simulieren. Dies sind nur zwei Beispiele dafür, wie durch die Verknüpfung von Kreativität und Technologie Innovationen mit enormem Wachstumspotential geschaffen werden.

Und wie sollte die Politik diesen Zukunftsprozess steuern? Welches Verständnis braucht es für das Thema Animation/VFX?

Ein starker Wirtschaftsstandort hat automatisch die Power und kann andere Themen befördern. Diese Region lebt von der Industrie. Aber die Rahmenbedingungen werden mit einseitigen Verboten verkompliziert oder erschwert, die Verkehrsinfrastruktur wird weiter eingeschränkt obwohl sie bereits unterdimensioniert ist, Großprojekte werden jahrzehntelang debattiert und nur unter größten Konflikten reduziert umgesetzt. Nach außen zeigt sich die Region damit nicht zukunfts-fähig, sondern eher wachstumsavers und technologiefeindlich. Das kann man im Ausland nicht erklä-

ren! Ich kenne einige Unternehmer, die sagen, ich komme nicht nach Stuttgart, weil das die Staustadt Nummer Eins ist.

Ich wundere mich, mit welcher fast schon masochistischen Hingabe Schlüsselindustrien kaputt geredet werden und denke, vielen ist nicht klar was es bedeutet, wenn das hier mal nicht mehr so läuft. Dann kann kein Fördertopf – die es dann auch nicht mehr zu verteilen gibt – eine neue Industrie aufbauen. Wir brauchen einen Standort, der insgesamt wirtschaftlich stark ist und dessen Rahmenbedingungen grundsätzlich gesund bleiben. In London ist es noch das Finanzwesen, das die Stadt am Leben erhält, in Kanada eine radikal aggressive Förderung. Wenn hier die Automobilindustrie mit der Zulieferung in die Krise kommt, dann gibt's hier keinen Hotellerie-Bedarf mehr und auch sonst nichts mehr. Das sind Multimilliarden, die hier jeden Monat durchlaufen. Wie will ich das dann mit VFX allein kompensieren?

Wenn in den nächsten fünf Jahren alles richtig gemacht wird, kann unsere Position noch weiter ausgebaut werden, so dass die Unternehmen in der Region Stuttgart selbstverständlich berücksichtigt werden, wenn große VFX-Themen zu vergeben sind. Trotzdem darf man nicht unterschätzen, dass es in dieser Region nur miteinander funktionieren wird! Gesamtökonomisch gesehen nervt es mich kolossal, wenn immer so getan wird als ob das Auto das Böse ist und alles andere ist gut. Das ist grober Unfug! Mein Gefühl ist, dass da keine klaren Ziele sondern Ideologien verfolgt werden. Das muss man rationaler sehen und wenn das zu spät bemerkt wird, werden die Folgen nicht mehr umkehrbar sein. An dieser Stadt gehen Milliardeninvestitionen vorbei, große Firmen mit signifikanten Investitionen ziehen nach München, oder siedeln sich hier erst gar nicht an. In der Region Stuttgart scheint es eher der Generation 50/60 plus recht gemacht zu werden. Dabei muss Zukunft für die Leute gebaut werden, die jetzt 15 bis 20 sind. Die werden nicht gehört, nicht eingebunden und die werden ihre Entscheidung dann womöglich gegen die Region treffen, denn sie haben andere Möglichkeiten und wenn es hier nicht läuft, gehen sie halt. Dann wird es nicht mehr möglich sein an diesem Standort auf dem Niveau von heute im internationalen Wettbewerb mitzugestalten.

Ich ziehe das Bild an der Stelle viel größer: Es geht nicht darum, dass das alles morgen gelöst wird. Aber es geht um die Frage, ob wir groß genug sind, ein Ziel anzusteuern, das vielleicht in unserer Legislaturperiode nicht mehr erreichbar ist. Ich will damit den Blick auf die globale Wettbewerbssituation lenken, in der wir uns als Kultur- und Wirtschaftsgemeinschaft befinden: Wir stehen als Europäer im Wettbewerb mit konsequent ihre Ziele verfolgenden Nationen wie z.B. China, das in 100-Jahres-Dimensionen denkt und handelt. Brutal! Darauf haben wir derzeit keine Antwort. Wir sehen noch nicht einmal die Fragen, die sich für uns daraus ergeben, sondern fummeln unentwegt in kleinsten Details von Nebensächlichkeiten. Da komme ich zu einer der vorhin genannten Unternehmerweisheiten: Wir brauchen eine Vision für die Region, die sich mit der Vision für die Menschen der kommenden Generation deckt. Dann können wir etwas Großartiges und dabei Nachhaltiges schaffen. Noch ist alles da, was es dazu braucht.



Game of Thrones

Bild oben/Schiffe:

In einem imposanten 180-Grad-Shot von Euron Graufreud's Langschiff werden die Stärken von Mackevision in der Wassersimulation deutlich. Der 36-sekündige Shot startet mit einer Nahaufnahme des Bugs und den sich daran brechenden Wellen. Anschließend schwenkt die Kamera sanft entlang der rechten Flanke und endet mit einem einmaligen Blick auf den Roten Bergfried.

4er Serie/Soldaten:

Komplexe Massenanimationen, auch Crowds genannt, sind für TV-Produktionen eher untypisch, doch Game of Thrones setzt hier wieder einmal neue Maßstäbe. Tausende von Mackevision digital erzeugte Soldaten erstürmen die Burg Casterlystein. Das Visual Effects Team von Mackevision entwickelte für jeden einzelnen Soldaten einen umfassenden, individuellen Bewegungsablauf. Erst durch diese komplexe Individualität, die mit Maya von Autodesk in Kombination mit der Software Golaem fast 70% handanimiert ist, wirken diese Shots so realistisch.

© credit_mv_got7_stille_before + after / www.mackevision.com

Die Games-Branche in der Region Stuttgart und Baden-Württemberg – spielend leicht in eine goldene Zukunft?



von Patrick Wachowiak

Animation in Spielen

Animation ist ein integraler Bestandteil von Spielen. Durch die wachsenden technischen Möglichkeiten und die dadurch verbundene Qualitätssteigerung in der Darstellung steigt die Bedeutung der Animation als Ausdrucks- und Marketingmittel seit Jahren stark an. Zusammen mit der grafischen Gestaltung bildet die Animation den ersten Berührungspunkt mit der Klientel. Nicht verwunderlich ist es da, dass die "Art Creation" - die Erstellung von Konzept, Zeichnungen, Modellierung, Texturierung, Rigging und Animation - einen großen Anteil des Produktionsbudgets ausmachen. Bei grafiklastigen Spielen kann dieser bis zu 70% betragen.

Ein zugegebenermaßen extremes Beispiel der jüngsten Zeit hilft dabei, das Gewicht und die wirtschaftliche Bedeutung von Animation in Games zu verdeutlichen: Die Entwicklungskosten von "Red Dead Redemption 2" (Rockstar, Hauptsitz USA/UK) belaufen sich laut Schätzungen¹ auf insgesamt 640 Mio. US-Dollar. Damit ist diese Spieleproduktion die bis dato weltweit teuerste. Alleine die Erstellung der über 300.000 Motion-Capture Animationen (aufgenommen mit über 1.200 Schauspielern) und der Anteil an Grafik belaufen sich dabei auf beeindruckende 300-400 Mio. US-Dollar.

Im Vergleich dazu typische Budgets²

- Triple A (AAA) 50 - 200 Mio. US-Dollar (Beispiele: Assassins Creed - Ubisoft/Frankreich, Call of Duty Activision/USA, Diablo III - Blizzard/USA)
- Top Mobile Games 5 - 20 Mio. US-Dollar (Beispiele: Clash of Clans - Supercell/Finnland, Candy Crush - King/UK, Pokemon Go - Nintendo/Japan)
- Indiegames reichen von 100.000 - 2 Mio. US-Dollar aufwärts (Beispiele: Thomas was alone - Mike Bithell, Terraria - Re-Logic/USA, Minecraft - Mojang/Schweden)

Hauptaufgaben von Animation in Games

- Feedback: Die Reaktion des Spiels auf Eingaben ermöglichen dem Spieler, seine Handlungen zu bewerten und Entscheidungen zu treffen. Beispielsweise signalisiert eine mit den Armen rudende Spielfigur ein drohendes Abstürzen, und warnt den Spieler so visuell und auf natürliche Weise vor einer Gefahr.
- Juice: Die Animation von Spielelementen erhöht den Spaß an der Interaktion mit ihnen. Dieses Phänomen lässt sich am Besten bei Mobile Games wie "Candy Crush" beobachten: Hier bestätigt jeder Knopf die Spielereingabe mit einem leichten Wackeln oder Blinken. Der Spieler empfindet unterschwellig eine Befriedigung bei der Benutzung dieser Elemente und ist dadurch animiert, weiterhin mit dem Spiel zu interagieren.
- Atmosphäre: Eine lebendige Umgebung ist anregender als eine statische Szenerie und fördert zugleich die Immersion, da die Umgebung erst durch Animation wirklich glaubhaft erscheint.

Anwendungsbereiche von Animation in Games

Character Animation

- Die weitaus bekannteste Anwendung von Animation. Die Charaktere auf dem Bildschirm werden durch verschiedene Techniken (siehe unten) zum Leben erweckt. Einerseits ist dies wichtiges Feedback für den Spieler, andererseits werden so Emotionen transportiert und Empathie mit der Spielfigur ermöglicht. Die Bandbreite reicht hier von einfachsten Pixelanimationen eines "Pacman" bis hin zu den hyperrealistischen Gesichtsanimationen in "Hellblade".

Animation der Spielumgebung und interaktiver Spielelemente

- Um eine glaubwürdige Spielwelt zu schaffen ist auch die Animation der Spielumgebung notwendig. Geschieht dies nicht, riskiert der Spieleentwickler den "Suspension of dis-

belief" zu verlieren - die Illusion einer in sich funktionierenden und lebendigen Welt.

- Auch Gegenstände, mit denen der Spieler interagiert, müssen entsprechend animiert werden, um diese Illusion zu wahren und deren Funktion zu unterstreichen. Ein Beispiel sind die Bedienelemente zum Herunterlassen einer Zugbrücke: Diese müssen dem Spieler Hinweise auf die Funktion liefern, indem z.B. das Drehrad mit einer entsprechenden Animation blockiert, solange der Sperrhebel nicht umgelegt wurde.

Effekt Animation

- Bedrohliche Explosionen, sanft dahin plätschernde Wasserfälle, lodernde Fackeln oder mächtige Zaubereien. All diese Effekte dienen einerseits der Schaffung einer Spielatmosphäre, andererseits dem Spieler-Feedback (z.B. Funkenschlag beim Treffen einer interagierbaren Stelle).

GUI Animation

- Eine in Mobile Games verstärkt eingesetzte Technik, um den Spielen mehr Feedback und "Juice" zu verleihen, ist die Animation der grafischen Bedienoberfläche ("GUI"). In ihrer Grundform bietet die GUI Animation ein einfaches Bedienungs-Feedback: "Habe ich den Knopf gerade erfolgreich gedrückt oder liege ich daneben?". Gezielt und nuanciert eingesetzt, verleiht die GUI Animation dem Spiel außerdem einen höheren Production Value / eine höhere Wertigkeit. Das Spiel "fühlt" sich für den Spieler "einfach besser" an.

Techniken, Verwendung und deren Bedeutung

Jedes Spielgenre hat verschiedene Ansprüche an die Art der Animation. Außerdem bestimmt das Produktionsbudget über deren Umfang und Verwendung.

2D Frame by Frame / Cell Animation

- Reine Frame by Frame Animation wie man sie aus Zei-



© credit: Cuphead (Studio MDRH): <https://www.igdb.com/games/cuphead/preskit>



chentrück Filmen kennt, finden in Spielen kaum noch Anwendung. Meistens ist eine Mischform anzutreffen, bei der die Frame by Frame Animation mit Hilfe von Deformationen (über ein Skelett-System) und Keyframe Animation angereichert wird, um möglichst weiche Bewegungsabläufe darzustellen. Häufig anzutreffen ist diese Technik bei Plattformern bzw. Jump&Run-Spielen wie "Ori and the Blind Forest", "Rayman Origins" oder "Cuphead". Die Technik erzeugt außerdem einen gewollten Retro-Charme, da die Spieler an Animationsfilme aus ihrer Kindheit erinnert werden.

- Ein Grund für den Rückgang dieser Technik ist einerseits auf den hohen Aufwand zurückzuführen (es ist schwierig hier erfahrene Animatoren zu bekommen) und andererseits der beschränkten Einsatzmöglichkeit (die Beschränkung auf den zweidimensionalen Raum) geschuldet.
- Im Games Bereich werden Frame by Frame Animationen in den Grafikspeicher geladen und an den entsprechenden Stellen des Spiels dann Bild für Bild abgespielt. Das Problem ist hier ganz klar ein erhöhter Speicherbedarf und das Fehlen von Zwischenbildern.

Keyframe Animation

- Eine sehr häufig angewandte Technik. Prinzipiell beschreibt Keyframe Animation den manuellen Prozess der Gestaltung von Bewegungsposen über die Zeit. Die Übergänge werden mittels Interpolation ergänzt, was sehr flüssige Bewegungen ermöglicht. Grundlage hier ist zumeist das sogenannte "Rigging", welches das zu animierende Modell für die Animation vorbereitet. Ähnlich einer Armatur aus Metall in einer Stop Motion Animationspuppe erlaubt es dem Animator die Charaktere zu deformieren und zu bewegen.
- Dem künstlerischen Ausdruck sind kaum Grenzen gesetzt, auch der Speicherbedarf ist im Vergleich zu Frame by Frame Animation wesentlich geringer. Außerdem lässt sich die Keyframe Animation leicht mit anderen Techniken kombinieren.
- Nachteile liegen hier im hohen Aufwand bei der Produktion, da Keyframe Animation reine Handarbeit bedeutet. Ein Animator für 3D Feature Filme schafft nach Schätzungen³

1-2 Sekunden Animation am Tag. In einem AAA-Game Titel können 5h und mehr an Animationen zusammenkommen.

Motion Capture

- Bekannt aus dem Filmbereich, hält Motion Capturing auch im Games Bereich immer weiter Einzug. Dabei werden mithilfe von optischen oder magnetischen Sensoren Bewegungsabläufe von Menschen und sogar Tieren aufgenommen, die später auf die Modelle im Spiel übertragen werden.
- Vorteil dieser Technik: Die möglichst realistische Animation von Charakteren, eine schnellere und kostengünstigere Produktion bei vielen Charakter-Animationen und Zwischensequenzen. Ein Spiel wie "Red Dead Redemption 2" wäre ohne Motion Capturing nicht möglich.
- Die Nachteile dagegen: Hohe Einrichtungskosten (Motion Capture Studio), und für saubere Ergebnisse sind technisches Knowhow und ein sog. Cleanup Prozess der Capture-Daten unabdingbar.

Physikalisch basierte Animation

- Damit sind Gegenstände oder Charaktere gemeint, die anhand einer Physiksimulation bewegt werden. Dieses Verfahren eignet sich weniger für die eigentliche Charakteranimation. Es kommt jedoch häufig zum Einsatz, um "Ragdolls" (leblose Körper, die sich physikalisch korrekt verhalten), fallende Steine oder umherfliegende Fahrzeuge nach einer Explosion zu animieren.
- Die Animation muss zwar nicht im Vorfeld erstellt werden, es ist aber ein stabiles Physik-Setup notwendig, welches je nach Komplexität viel Zeitaufwand und Optimierung erfordert. Die eigentliche Animation wird dann in Echtzeit auf dem Spielgerät des Spielers berechnet.
- Die Einsatzmöglichkeiten sind zwar sehr beschränkt, aber bei häufig vorkommenden Ereignissen, die auf das Spielgeschehen reagieren und stets anders wirken sollen, eine sehr gute und etablierte Lösung.

Synthetische Animation

- Bezeichnet eine nicht-handgemachte Animation, die mittels künstlicher Intelligenz in Echtzeit erstellt wird. Eingesetzt werden solche Systeme schon in Spielen wie "GTA 4" oder "Star Wars: The Force Unleashed". Mit zunehmenden

© credit: The Inner World (Studio Fizbin): <https://www.igdb.com/games/the-inner-world/presskit>

der Rechenleistung und Machine- / Deep-Learning-Algorithmen werden solche ergänzenden Systeme zu Motion Capture oder Keyframe Animation in Zukunft immer interessanter.

Prozedurale Animation

- Die Technik ist weniger für den Ausdruck von Charakteren geeignet, dafür eine großartige Ergänzung für bestehende Animationen. Es werden Teile der bestehenden Animation zur Laufzeit anhand der Umgebung oder der Spielereingaben verändert. Beispiele hier wären die Kopfausrichtung der Spielfigur abhängig von der Blickrichtung des Spielers, oder auch die Fuß-/Beinstellung aufgrund der Bewegung über unebenes Terrain. Außerdem ist diese Technik gut geeignet, um situationsabhängige Sekundäranimationen zu generieren (häufig in Kombination mit physikalischer Animation), wie z.B. der Umhang einer Spielfigur beim Springen über ein Hindernis. Wäre dieser Umhang im Vorfeld animiert, würde er sich bei jedem Sprung exakt gleich verhalten. Durch die Berechnung dieser Animation zur Laufzeit kann der Umhang nun auch auf die Geschwindigkeit des Spielers oder die Höhe des Hindernisses reagieren und wirkt somit glaubwürdiger.

Die Games-Branche in Deutschland und Baden-Württemberg Überblick Deutschland

Ungefähr 1.300 Unternehmen in Deutschland entwickeln und vertreiben Games. Insgesamt beschäftigt die Games-Branche ca 28.000 Mitarbeiter, davon entfallen 12.000 auf die 580 im Kerngeschäft als Entwickler und Publisher tätigen Unternehmen. In Deutschland werden rund 3 Mrd. Euro Umsatz⁴ mit Games und zugehöriger Hardware erzielt. Der Umsatzanteil deutscher Produktionen⁵ ist rückläufig und liegt hier lediglich bei -5% (-120 Mio. Euro). Trotz dieser rückläufigen Umsätze zeigen aber Beispiele wie "Elex" (Piranha Bytes) oder "The



© credit: Anno 1800 (Blue Byte): <https://www.igdb.com/games/anno-1800/presskit>

Surge" (Deck 13), dass Games aus deutscher Produktion durchaus Potenzial zum Welterfolg haben.

Auch bei der Games-Förderung hat Deutschland im internationalen Vergleich Aufholbedarf⁶: In den UK und Frankreich gibt es Steuerbegünstigungen, und in Kanada werden Lohnkosten vom Staat subventioniert. Die von der Bundesregierung in Aussicht gestellten 50 Mio. Euro Games-Förderung⁷ für 2019 sind hier ein guter Schritt.

Dabei ist nicht nur die reine Fördersumme wichtig, sondern auch das ideelle Zugeständnis an die Games-Branche, nicht mehr nur Unterhaltung zu sein, sondern ein ernstzunehmender Wirtschaftsfaktor und Zukunftsperspektive im Zeitalter der fortschreitenden Digitalisierung und Automatisierung.

Die Bandbreite deutscher Spieleentwickler ist groß: Sie reicht vom international renommierten AAA Studio über Mobile/Browser-Giganten bis hin zum Lonewolf Indie-Entwickler. Einige herausragende Projekte:

- Anno 1800: Ubisoft Bluebyte (Düsseldorf)
- Homefront: Revolution - Koch Media (München/Hamburg)
- Iron Harvest - King Art (Bremen)
- Trüberbrook - bit/Headup Games (Düren)
- Hunt: Showdown - Crytek (Frankfurt)
- Farming Simulator 19 - Astragon (Mönchengladbach)
- Tribal Wars 2 - Innogames (Hamburg)

Mit der "Gamescom" in Köln beherbergt Deutschland die weltweit größte Verbrauchermesse im Games-Bereich. Mit ihrer Signalwirkung und jährlich steigenden Besucherzahlen (2018: 370.000 Besucher⁸) ist sie somit das größte "Entertainment-Event" der Welt.

Das Lohnniveau⁹ in der Games-Branche ist generell niedriger als in anderen Branchen. Daher laufen deutsche Entwickler

studios Gefahr, erfahrene Mitarbeiter an andere Branchen oder das Ausland zu verlieren.

Des Weiteren ist die Games-Branche, ähnlich wie die Filmindustrie, ein "Hit Driven Business". D.h. nicht jedes Projekt spielt die erwarteten Umsätze ein. Ein Überschuss an Einnahmen ist meist gefolgt von finanziellen Durststrecken. Diese Finanzierungslücken sind schwer zu puffern, und Entwicklerstudios benötigen hier finanzielle Unterstützung und Sicherheiten.

Im Speziellen: Baden-Württemberg

Im innerdeutschen Vergleich ist Baden-Württemberg im Hinblick auf Umsatz sogar noch etwas abgeschlagener¹⁰ als andere Bundesländer. Das Entwickler-Umfeld erscheint weniger attraktiv als Berlin, München oder NRW, und auch gemessen an den Umsätzen hat Baden-Württemberg hier noch großen Aufholbedarf. Des Weiteren betreibt auch keines der großen ausländischen Unternehmen (Nintendo, Sony, EA, Ubisoft) in Baden-Württemberg eine Niederlassung.

Laut Schätzung des game Verbandes sind in Baden-Württemberg 63 Unternehmen (Entwickler & Publisher) mit 824 Beschäftigten ansässig. Unter Einbeziehung aller Marktakteure (Bildungseinrichtungen, Dienstleister, Institutionen etc.) erhöht sich diese Zahl auf 128 Unternehmen und 1.810 Beschäftigte.

Genauere Marktdaten liegen bis dato leider nicht vor. Um einen besseren Überblick über die Branche zu erhalten, wird eine Erhebung vom game Verband in Zusammenarbeit mit der "Hamburg Media School" als Service angeboten. Dieser wird allerdings noch nicht in jedem Bundesland in Anspruch genommen.

Dennoch kann auch Baden-Württemberg mit einigen herausragenden Entwicklern und Projekten aufwarten:

- Nonstop Chuck Norris - Flaregames (Karlsruhe)
- Guardians of Ember - Gamesforge (Karlsruhe)



- Fade to Silence - Black Forest Games/THQ Nordic (Offenburg)
- The Inner World - Fizbin (Ludwigsburg)
- Good Company - Chasing Carrots (Stuttgart)

Vorteile des Standorts Baden-Württemberg:

- Einer der führenden Standorte der Digital- und Medienwirtschaft.
- Bietet ein attraktives Lebensumfeld, kulturelles Angebot, starke Wirtschaft, Nähe zu Frankreich und der Schweiz.
- Verfügt über ein breites und vielseitiges Spektrum der Games-Branche mit vielen kleinen bis mittleren Unternehmen, die in unterschiedlichsten Betätigungsfeldern aktiv sind (Agenturen, Crossmedia Studios, Vermarkter von exklusiven Retail-Games, Forschung, Serious Games uvm.).
- Mit einer Gesamtfördersumme von 600.000 Euro ist die MFG (Medien- und Filmgesellschaft Baden-Württemberg) ein starker Partner für Startups und kleinere/mittlere Studios, wenn es um Fragen der Förderung (Konzept, Prototypen, Produktion und Vertrieb) geht.

Herausforderungen:

- Abwanderung von Kreativen, da "Leuchtturm-Projekte" und finanzielle Anreize fehlen.
- Die Gamesförderung in Baden-Württemberg von 600.000 Euro ist im Vergleich zu NRW¹¹ (3 Mio. Euro), Bayern¹² (1,9 Mio. Euro), Berlin-Brandenburg¹³ (1,2 Mio. Euro) niedrig angesetzt.
- Durch die infrastrukturelle Breite gilt Baden-Württemberg als Flächenland, welches die Vernetzung innerhalb der Branche erschwert.

Notwendige Weiterentwicklungsschritte

Parallel zu den offiziellen Forderungen der Regionalvertretung des game Bundesverbandes (deren Veröffentlichung noch bevorsteht), möchte ich hier einige Punkte ansprechen/vorwegnehmen, die aus meiner Sicht am sinnvollsten erscheinen, um

eine nachhaltig erfolgreiche Games-Entwicklung in Baden-Württemberg zu ermöglichen:

Förderung

Vorschläge:

- Fördersummen sollten, vergleichbar mit denen führender Förderer, erhöht werden.
- Die Anschlussfähigkeit zur kommenden Bundesförderung muss gegeben sein, um keine Konkurrenzsituation entstehen zu lassen.

Förderung für Gründer

Stipendien-Angebote sind an Hochschulen gebunden (EXIST, Berlin Startup Stipendium) und richten sich nur an Absolventen von staatlichen Hochschulen. Für Quereinsteiger, Absolventen der privaten Hochschulen und Gründer aus der Arbeitswelt existiert keine Unterstützung.

Vorschläge:

- Unterstützung für Gründer, die sich aus großen Unternehmen ausgründen oder Quereinsteiger mittels unabhängiger Stipendien oder Programmen der Landesbanken.

Vernetzung und Austausch

Vorschläge:

- Finanzielle Ausstattung für eine gemeinsame Plattform als Anlaufstelle.
- Mediale und finanzielle Unterstützung für einzelne, kommerziell oder kulturell erfolgversprechende "Leuchtturm Projekte", um die Präsenz auf der nationalen und internationalen Ebene zu stärken.

Etablierung von Game Hubs

Gute Vorbilder für Synergien durch Vernetzung innerhalb der Games- und Medienbranche liefern sog. Game Hubs. Das öffentlich geförderte "Cologne Game Haus" in NRW (mit über 15 Firmen im Gründungsjahr 2018) oder das "Kokolores" in Ludwigsburg, ein privat durch Studio Fizbin initiiertes Co-Working Space, bündeln sehr erfolgreich Kompetenzen aus verschiedenen Bereichen. Sie sind Anlaufstellen für verwandte Branchen, teilen sich Büros, Veranstaltungsräume und Service, und versuchen so gemeinsam, ihre Ziele zu verwirklichen.

Vorschläge:

- Gründung von Game-Hubs in Ballungsgebieten (wie z.B. Karlsruhe, Stuttgart, Freiburg) mit Förderung durch das Land: Ermöglichung günstiger und sicherer Mieten (Landesimmobilie), attraktiver Lage, Finanzierung von Personalstellen.

Ausbildung

Wir verfügen in Baden-Württemberg über einige im nationalen und internationalen Vergleich hervorragende Hochschulen. Mangels interessanter Jobs/Studios/Projekte wandern die gut ausgebildeten Abgänger oftmals ins Ausland oder andere Bundesländer ab.

Vorschläge:

- Ausbildung stärker mit der Wirtschaft verzahnen, um Talente z.B. der HdM oder Filmakademie im Land zu halten
- Schaffung von unbürokratischen Möglichkeiten, Produktions-Erfahrung in einem Entwicklerstudio zu sammeln
- Die Games-Branche hat einen hohen Bedarf an qualifizierten Softwareentwicklern, Animatoren und Grafikern. Die



Anforderungen der Games-Entwicklung unterscheiden sich jedoch in einigen Punkten fundamental von denen des Film- oder Informatikbereichs. Eine game-spezifische Komponente der Ausbildung kann den Berufseinstieg von Studienabgängern erleichtern.

- Außerdem kann Vernetzung, Gründerförderung, Errichtung von Game Hubs und die Förderung von etablierten Studios dazu beisteuern, Talente zu binden

Finanzielle Förderung für größere und etablierte Studios

Etablierte Studios mit weit sichtbaren Projekten sind der Schlüssel, um die Abwanderung von Kreativen zu verhindern. Während die Förderung der MFG eher auf kleine und mittlere Studios zugeschnitten ist, haben größere Studios anders gelagerte Bedürfnisse.

Vorschläge:

- Steuermodell und/oder Subventionen, um dem "Hit Driven Business" gerechter zu werden nach dem Vorbild Frankreichs oder Kanadas.
- Subventionierte Löhne, um das Lohnniveau zu heben und so langfristig die Abwanderung von Entwicklern zu verhindern.
- Finanzierungsmöglichkeiten mit Rückendeckung des Landes, um längerfristig zu investieren.

Quellen

- 1 <https://venturebeat.com/2018/10/26/the-deanbeat-how-much-did-red-dead-redemption-2-cost-to-make/>
- 2 <https://venturebeat.com/2018/01/23/the-cost-of-games/>
- 3 <https://www.animatorisland.com/how-fast-should-you-animate>
- 4 Quelle: https://www.game.de/wp-content/uploads/2017/02/2019_Guide-to-the-German-Games-Industry_web.pdf
- 5 Quelle: <https://www.game.de/marktdaten/umsatzanteile-deutscher-spieleentwicklungen-am-deutschen-games-markt-2017/>
- 6 <http://spielerecht.de/miniserie-games-foerderung-3-ueber-den-tellerrand-geschaut/>
- 7 <https://www.game.de/blog/2018/11/08/bundeshaushalt-enthaelt-erst-mals-50-millionen-euro-fuer-games-foerderung/>
- 8 Quelle: <https://www.gamescom.de/teilnahme-und-planung/fuer-aussteller/gamescom-report/gamescom-report.php>
- 9 Quelle: https://projektzukunft.berlin.de/fileadmin/user_upload/Gamesstudie_2018.pdf
- 10 Quelle: Oliver Castendyk & Jörg Müller-Lietzkow "Die Computer- und Videospieleindustrie in Deutschland" K.I.4.Umsätze der Unternehmen nach Bundesländern
- 11 <https://www.gameswirtschaft.de/politik/nrw-games-foerderung-2019/>
- 12 <https://www.gameswirtschaft.de/politik/games-foerderung-fff-bayern-2018/>
- 13 <https://www.medienboard.de/presse/aktuelles/aktuelles/News/das-medienboard-foerdert-neue-mobile-und-pc-gamesvr-und-ar-experiences-spielerisch-zu-rueck-ins-mit/>

Games in der Forschung und Digitalisierung für Kultureinrichtungen



von Prof. Dr. Sabiha Ghellal

Serious Games (englisch für ernsthafte Spiele) beschreiben digitale Spiele, die nicht primär oder ausschließlich der Unterhaltung dienen, wohl aber derartige Elemente enthalten können. Ähnlich wie bei Lernspielen ist das Anliegen von Serious Games, Information und Bildung zu vermitteln; dies sollte in einem möglichst ausgeglichenen Verhältnis zu Unterhaltungsaspekten geschehen.

„Serious Games fördern soziales Engagement, Kreativität, Bedeutung und Identifikation“

Gamification ist die Übertragung von spieltypischen Elementen und Vorgängen in spielfremde Zusammenhänge mit dem Ziel der Prozessoptimierung – insbesondere der Motivationssteigerung und Verhaltensänderung der Benutzer. Interaktionen neu gestalten mit kreativen, logischen Ansätzen ist die große Stärke der Games-Branche. Games fördern zudem das soziale Engagement, schärfen die Kreativität und erzeugen eine höhere Bedeutung und Identifikation. Insbesondere bei komplexen oder aber monotonen Abläufen wurde Gamification z.B. im Life Science Kontext bereits erfolgreich aufgezeigt: sei es zur Therapiebegleitung im Bereich Diabetes-Care, Demenz oder Parkinson oder als interaktives Werkzeug für komplexe Forschungsprobleme der Proteinfaltung.

Serious Games, Gamification und der Einsatz von immersiven Spielewelten, mit dem Zweck neue Produkte zu entwickeln, gewinnen im Wirtschaftsraum Baden-Württemberg immer mehr an Bedeutung. So z.B. im Fall von Virtual Reality-Umgebungen welche in handelsüblichen Game-Engines wie Unity entwickelt werden, um die Zukunft des autonomen Fahrens zu simulieren und zu evaluieren.

Forschungsbeispiele am Institut für Games (IFG) der Hochschule für Medien (HdM)

Am Institut für Games an der Hochschule der Medien sind momentan folgende Forschungsthemen relevant: Games in der Medizin, für Pharma-Unternehmen, Mixed Reality (Virtual and

Augmented Reality), in der Industrie (Architektur, Ingenieurwesen/Konstruktion, Medizin, Archäologie sowie Film/Entertainment/Games), Digitalisierung & Museen, Digitalisierung/Gamification an Schulen.

• Games in der Medizin und für Pharma-Unternehmen

Geplantes ITF: Institute für Games Forschungsprojekt BMBF Projekt Rehabilitation Games: Closed-loop Softwaresystem zur Neurorehabilitation nach Schlaganfall durch personalisiertes EEG/EMG-Hirnzustand-gesteuertes VR Paradigma mit den Partnern Universitätsklinikum Tübingen, Max Planck Institut für Neurologie, VtPlus GmbH sowie das Institut für Games der HdM.

• Games in der Pharma Industrie

Abgeschlossenes Forschungs-/Förderproject des IFG : Institut für Games und der Fraunhofer Gesellschaft IAF BioGamesLab: Komplexität in hochregulierten Laboren spielend beherrschbar machen. Höhere Reproduzierbarkeit, geringere Fremdeinflüsse, mehr Durchsatz bei gleichzeitigem Erhalt der Laborflexibilität sowie anspruchsvolle sterile und zertifizierte Umgebungsbedingungen: Dies sind nur einige der Anforderungen, die bei der Entwicklung von Automatisierungslösungen in den Life Sciences gestellt werden. Das Innovationsforum BioGamesLab bietet mit dem Blickwinkel der Gamification für die Life Sciences einen komplett neuartigen und innovativen Ansatz. Gamification ist die Übertragung von spieltypischen Elementen und Vorgängen in spielfremde Zusammenhänge mit dem Ziel der Prozessoptimierung – insbesondere der Motivationssteigerung und Verhaltensänderung der Benutzer. Interaktionen neu gestalten mit kreativen, logischen Ansätzen ist die große Stärke der Games-Branche. Dies soll im BioGamesLab kombiniert werden. Spielerisch kann man beispielsweise nachweislich bessere Lernergebnisse erzielen. Games fördern zudem das soziale Engagement, schärfen die Kreativität und erzeugen eine höhere Bedeutung und Identifikation. Es können außerdem durch spielerisch-technische Elemente erweiterte Prozessdaten gewonnen werden, die zu tiefgreifenden Analysen verhelfen können. Dies alles senkt die Kosten und optimiert die Prozesse. Virtuelle Realität bietet darüber hinaus die Möglichkeit, Arbeitsabläufe in einer realitätsnahen Umgebung zu trainieren und Fehler zu erkennen und zu vermeiden. Insbesondere bei komplexen oder aber monotonen Abläufen wurde Gamification im Life Science Kontext bereits erfolgreich aufgezeigt, sei es zur Therapiebegleitung im Bereich Diabetes-Care, Demenz oder Parkinson oder als interaktives Werkzeug für komplexe Forschungsprobleme der Proteinfaltung.

• Mixed Reality (Virtual and Augmented Reality) in der Industrie (Architektur, Ingenieurwesen)

Mark Miles: "VR makes it possible for engineers and manufacturers to experience their creations before they're built". Lean/Agile Development mit dem Fokus auf Experience Design und einem interdisziplinären, iterativen menschenzentrierten Design-Ansatz. Veränderung der Workflows durch VR-Simulationen z.B. fotorealistische Echtzeit-Anwendungen, um neue Produkte zu konzipieren und zu testen. Wie es zum Beispiel bei Arena 2036 oder auch bei lokalen Agentu-

ren wie zum Beispiel Lightshape oder Mackevision für die Zukunftsvision für Autonomes Fahren praktiziert wird. Hierfür werden herkömmliche Game Engines, wie z.B. Unity, genutzt um immersive, fotorealistische VR-Prototypen für Testzwecke in einem menschenzentrierten Design-Prozess zu entwickeln.

• Digitale Wege ins Museum II:

Existierendes Forschungsprojekt: Gemeinsam mit der Staatsgalerie Stuttgart und dem Naturkundemuseum Stuttgart erarbeiten wir im Rahmen des Förderprogramms „Digitale Wege ins Museum II“ digitale Strategien und Anwendungen zur Erweiterung musealer Erfahrungen. Unser Fokus liegt dabei auf einer bedeutungsvollen Museumserfahrung, welche durch gamifizierte, mobile oder locationbasierte Anwendungen von Mixed Reality (Virtual Reality, Augmented Reality) bis hin zur festen Medieninstallation vermittelt wird. Im Zentrum steht neben digitaler Kunst oder neuartigen Vermittlungsebenen für Naturkunde auch die Gestaltung ganzheitlicher Erfahrungen. Diese können vor, während und nach dem Museumsbesuch entstehen und sollen zu einer neuen gestalterischen Kodierung und Dekodierung digitaler Inhalte einladen.

• Digitalisierung/Gamification in Schulen:

Existierendes ehrenamtliches Forschungsprojekt: Digitalisierung in Schulen ist ein oft diskutiertes Thema, aber was sind neben der Vermittlung von digitalen Kompetenzen eigentlich die Vorteile von digitalen Inhalten während des tatsächlichen Unterrichts? Zwei Projekte sind im Rahmen dieser Forschung (ohne Förderung) entstanden: „Abgetaucht“ ist ein Fisch-Lernspiel, welches in Kollaboration mit dem Ludwig Uhland Gymnasium in Kirchheim Teck und der Hochschule der Medien in Stuttgart entstand. Das Spiel wurde gezielt für eine Biologie-Unterrichtseinheit konzipiert und anhand eines Player-Centered-Design entwickelt. Durch kurze Animationssequenzen wird dabei Wissen über die Anatomie und den Lebensraum von Fischen vermittelt und im weiteren Spielverlauf durch unterschiedliche Minigames angewendet und mit Quiz-Elementen überprüft. Im Zentrum der Gestaltung des Spiels steht die Balance zwischen Spaß am Spiel und Wissensvermittlung. In Zukunft ist geplant, das Spiel zusammen mit einem kurzen Unterrichtskonzept Biologie-Lehrer*innen zur Verfügung zu stellen und die Lernergebnisse des Spiels in einer größeren Nutzerstudie zu evaluieren. Die GameZone des ITFS diskutiert mit der Initiative „EdutainMe“ schon seit 2016 Games im Schulunterricht. Die Vermittlung von digitalen Kompetenzen spielte in den vergangenen vier Jahren hierbei immer eine wichtige Rolle. Einfache Gameengines, also Spieleentwicklungssoftware wie z.B. Construct 3, erlauben auch mit wenig Entwicklungskompetenz Spiele zu entwickeln. Mit dem Projekt „Games von Schülern für Schüler“ haben wir, die Hochschule der Medien, gemeinsam mit dem Ludwig Uhland Gymnasium in Kirchheim Teck einen Seminar-Kurs mit dem Thema „Didaktische Spieleentwicklung - Entwicklung und Einsatz von Spielen im Unterricht“ mit Themenschwerpunkten aus der Biologie und Geografie ins Leben gerufen. Die Ergebnisse der Schüler sind auf der GameZone Kids ausgestellt.

Zentrale Herausforderungen für die künftige Politik im Bereich Digitalität und Digitalisierung

Die o.g. positiven Beispiele dürfen jedoch nicht darüber hinweg täuschen, dass wir schon seit einiger Zeit eine starke Abwanderung der lokalen, kreativen Talente in andere Bundesländer sehen. Oper, Theater und Museen in Stuttgart vermitteln gleichermaßen Wissen wie Werte und werden durch Förderprogramme wie z.B. „Digitale Wege in Museen“ unterstützt. Auch bei Projekten, welche aus den lokalen Bildungseinrichtungen stammen, finden Absolventen im Anschluss an das Studium oft Arbeitsmöglichkeiten, z.B. durch Förderprogramme der MFG, besonders wenn sie technologische Innovation oder außergewöhnliche Autorenschaft thematisieren. Kreativität kennt jedoch keinen Business Plan: Oftmals steht auch bei diesen Förderprogrammen das wirtschaftliche Potenzial im Vordergrund und nicht die größere Aufgabe, die kreative Branche der Region zu fördern. Leider scheint die freie Szene Probleme zu haben, in Stuttgart langfristig Fuß zu fassen. Hierfür gibt es meiner Meinung nach zwei mögliche Hauptfaktoren:

- Kreative brauchen einen kreativen Nährboden. Hierzu gehört es auch, Subkultur zu fördern, wie das zum Beispiel mit Gründerzentren schon seit längerem der Fall in anderen Bundesländern ist.
- Mieten und Infrastruktur in Stuttgart sind so teuer, dass nur die Start-Ups, die von Beginn an entweder durch Aufträge von lokalen Großunternehmen, Aufnahme in geförderten Projekten oder durch Zugriff auf die Infrastrukturen ihrer ehemaligen Bildungseinrichtungen, es sich leisten können in der Innenstadt einen kreativen Schaffensraum zu finden. Allen anderen bleibt nur die Abwanderung in andere – besser ausgestattete - Bundesländer. So kann sich keine freie Kreativindustrie entwickeln.

„Dringend gesucht: Freiheit & Diversität“

Deshalb sehe ich als eine zentrale Herausforderung die Notwendigkeit, digitale kulturelle Kompetenzen zu vermitteln und Freiräume zu schaffen, in welchen „Freiheit & Diversität“ und nicht nur kommerzielle Erfolge im Bereich Digitalität in der Region im Vordergrund stehen. Neben den existierenden Förderungen von kulturell relevanten Projekten ist es auch wichtig, die Abwanderung von Kreativen in andere Bundesländer zu thematisieren und für den Standort neuen kreativen Nährboden zu schaffen. Subventionierte Co-Working Spaces für digitale Kunst, Games und audiovisuelle Experimente im Herzen Stuttgarts mit erschwinglichen Mieten und der notwendigen Infrastruktur könnten Non-Profit Start-Ups und Künstlern helfen, in der Innenstadt Fuß zu fassen und gleichzeitig mit „Freiheit & Diversität“ die freie Kunst in Stuttgart zu fördern und so das Stadtbild zukunftsfähig weiterzuentwickeln.

Nachhaltige Games-Forschung benötigt Struktur und Verlässlichkeit:

Aus akademischer Sicht wäre zudem der Ausbau und die Förderung von Praxis-based Research bzw. Design-based Research wünschenswert. Immer häufiger werden im Ausland so-

genannte Praxis-based bzw. Design-based-Doktoranden-Programme ins Leben gerufen. Bei diesen Doktoranden-Programmen stehen die Design-Forschungsfragen im Vordergrund und werden in empirischen Studien in interdisziplinären Forschungsgruppen untersucht. Durch die einmalige Zusammensetzung der Professoren des IFG wäre es möglich, ein Game Design Doktorandenprogramm an der Hochschule der Medien zu etablieren welches einmalig in Deutschland wäre und somit als Vorreiter fungieren könnte.

Games in der Region Stuttgart und Baden-Württemberg: Ausbildung, Kennzahlen, Förderung und Branche



von Jens Gutfleisch

Die Verbindung von Animation und Games wird an separater Stelle in dieser Veröffentlichung aufgezeigt. Das folgende Kapitel soll einige Fakten zur Games-Branche im Sinne von Computer- und Videospielen in Baden-Württemberg darstellen. Das Kapitel soll einen Überblick über die aktuellen Strukturen in Ausbildung, den vorliegenden Kennzahlen zu Unternehmen, die Förderung und allgemeine Informationen zur Games-Branche in Baden-Württemberg darstellen.

Games in Baden-Württemberg: Ausbildung

Die Berufsbilder in der Games-Branche sind sehr vielfältig und meist hoch spezialisiert. So kümmern sich in der Spieleentwicklung beispielsweise Game Designer um die Umsetzung einer Idee in ein Spielprinzip, während Game Producer Organisation, Finanzen und Abgabetermine im Auge behalten. Auch Komponisten, Programmierer, Grafik- oder Leveldesigner sind Berufe, die im Entwicklungsbereich zu finden sind. Außerhalb der Entwicklung von Spielen werden Fachkräfte in den Bereichen Vertrieb, Finanzen, Marketing und Kommunikation benötigt. Alle Berufsbilder finden sich in unterschiedlichen Facetten, Überschneidungen und Bezeichnungen innerhalb der Branche wieder¹:

- Community Manager
- Game Designer
- Game Producer
- Grafikdesigner
- Komponist
- Leveldesigner
- Localisation Manager
- Product Manager
- Programmierer
- PR, Marketing und Kommunikation
- QA Manager
- Sound/FX Designer
- Technical Artist
- Vertrieb
- Writer/Storyteller

Ausbildungen in der Games-Branche sind auf verschiedenen Wegen möglich. So kann über öffentliche und private Hochschulen, Akademien etc. eine Karriere angestrebt werden. Es lassen sich Abschlüsse für bestimmte Zweige, zum Beispiel in Game-Design oder Game-Programmierung, erwerben. Auch mit einer dualen Ausbildung, wie Mediengestaltung oder einer kaufmännischen Ausbildung kann man in der Games-Branche tätig werden, einige Games-Unternehmen bilden in diesen Sparten auch aus. Es gibt jedoch keine spezifizierte duale Ausbildung im Games-Bereich, der Fokus des Angebots liegt deutlich auf den Hochschulen.

In Baden-Württemberg gibt es circa sechzehn private und öffentliche Hochschulen, an denen eine Ausbildung mit dem Fokus auf Games angestrebt werden kann. Diese Studiengänge sind in Ausrichtungen, Abschlüssen und Spezialisierungen unterschiedlich aufgebaut, alle ermöglichen es jedoch in der Games-Branche tätig zu werden.

So reicht das Ausbildungsspektrum im öffentlichen Hochschulbereich von Medienkunst an der Staatlichen Hochschule für Gestaltung Karlsruhe über den Diplomstudiengang Interaktive Medien an der Filmakademie Baden-Württemberg bis hin zu Angewandte Informatik, Profil Spiele der Dualen Hochschule Baden-Württemberg in Ravensburg.

Im privaten Hochschulsektor bietet zum Beispiel die Hochschule Macromedia an verschiedenen Standorten in Baden-Württemberg Games-Studiengänge an, während sich die SRH Hochschule Heidelberg mit Virtuelle Realitäten mit Schwerpunkt Game Development auf den Bereich Virtual Reality spezialisiert.

Die Studiengänge bei privaten Hochschulanbietern und Akademien kosten monatlich zwischen 500 und 1.000 Euro, an öffentlichen Hochschulen werden keine Gebühren verlangt. In der Regel dauern die Ausbildungen drei Jahre mit Bachelorabschluss. Das Masterstudium ist mit zwei Jahren veranschlagt. Für Diplomstudiengänge wie in Karlsruhe und Ludwigsburg sind zwischen vier und fünf Jahre vorgesehen.

Hochschulische Ausbildungsmöglichkeiten in Baden-Württemberg²:

Aalen

Hochschule Aalen: Medieninformatik (B. Sc.)

Freiburg

Hochschule Macromedia – Campus Freiburg: Game Design (B. A.) / New Media Design (B. A.)

Furtwangen

Hochschule Furtwangen: Medieninformatik (B. Sc. / M. Sc.) / Online Medien (B. Sc.) / Medienkonzeption (B. A.) / Design interaktiver Medien (M. A.) / Musikdesign (B. Mus.) / MusicDesign (M. A.) / Zertifizierung für Digital Games (studiengangübergreifend)

Heidelberg

SRH Hochschule Heidelberg: Virtuelle Realitäten mit Schwerpunkt Game Development (B. Sc.) / Crossmedia Design (B. A.)

Heilbronn

Hochschule Heilbronn: Software Engineering, Schwerpunkt Games Engineering (B. Sc.)

Karlsruhe

Staatliche Hochschule für Gestaltung Karlsruhe: Medienkunst (Diplom)

Ludwigsburg

Filmakademie Baden-Württemberg: Interaktive Medien (Diplom) / Animation & Vertiefungen (Diplom)

Ravensburg

Duale Hochschule Baden-Württemberg - Ravensburg: Mediendesign (B. A.)

Stuttgart

Hochschule der Medien: Medieninformatik (B. Sc.) / Mobile Medien (B. Sc.) / Computer Science and Media (M. Sc.) / Audiovisuelle Medien (B. Eng. / M. Eng.)

Hochschule Macromedia, Campus Stuttgart: Game Design (B. A.)

Macromedia Akademie Stuttgart: Game Design and Development (B.Sc. Hons)

Media Akademie Hochschule Stuttgart: Game Design (B. A.) / Animation Design (B. A.)

Merz Akademie: Gestaltung, Kunst und Medien (B. A.)

SAE Institute Stuttgart: Game Art Animation (B. A./B. Sc., Hons) / Games Programming (B. Sc., Hons)

Offenburg

Hochschule Offenburg: Medien und Informationswesen (B. Sc.) / Mediengestaltung und Produktion (B. A.) / Medien und Kommunikation (M. Sc.)

Weingarten

Hochschule Ravensburg-Weingarten: Angewandte Informatik, Profil Spiele (B. Sc.) / Informatik, Profil Spiele (M. Sc.) / Mediendesign und digitale Gestaltung (B. Sc.)

Erwähnenswert ist zudem das Institut für Games der Hochschule der Medien Stuttgart. Es bündelt die Aktivitäten und Studiengänge rund um das Thema Games an der Hochschule und dient als Plattform für Games-affine Studierende, Entwickler, Publisher-Studios, Hersteller, Verbände und wissenschaftliche Einrichtungen. Das Animationsinstitut der Filmakademie Baden-Württemberg³ richtet die FMX - Conference on Animation, Effects, Games and Immersive Media aus und ist in den Bereichen Lehre, Forschung, Drittmittel und digitale Postproduktion tätig. Zudem ist dort mit VR Now eine projektbezogene Talentförderinitiative im Bereich Virtual Reality (u.a. mit Games) angesiedelt. Absolventinnen und Absolventen baden-württembergischer Hochschulen bzw. Institutionen des tertiären Bildungsbereichs können sich mit Konzepten für eine Prototypentwicklung am Animationsinstitut bewerben. Das Game Lab der Hochschule für Gestaltung Karlsruhe beschäftigt sich hingegen mit dem Medium Spiel und der zeitgenössischen Spielkultur.

Generell lässt sich sagen, dass die Ausbildungsmöglichkeiten 2019 in Baden-Württemberg im Bereich Games vielfältig angelegt sind. Bei der entsprechenden Suche nach einem Ausbildungsplatz sollte aber zwischen privaten und öffentlichen Hochschulen unterschieden werden, da im privaten Bereich dementsprechend höhere Ausbildungskosten entstehen können. Baden-Württemberg ist im Hochschulbereich quantitativ mit Studiengängen zum Thema Games gut aufgestellt. Qualitativ sind Bereiche wie Animation, Design oder Programmierung abgedeckt, jedoch gibt es zum Beispiel keine spezialisierte Ausbildung für Game Producer. Auch fehlen duale Ausbildungsmöglichkeiten abseits eines Studiums, was aber ein bundesweites Manko ist und kein spezifisches Merkmal für Baden-Württemberg darstellt.

Games in Baden-Württemberg: Kennzahlen

Der folgende Teilabschnitt behandelt die Themen Umsätze, Unternehmens- und Beschäftigungsanzahl in der Games-Branche Baden-Württembergs. Als Grundlage dienen hierfür, neben einigen anderen Quellen, die zwei aktuellen Studien: Die Kultur- und Kreativwirtschaft in Baden-Württemberg im Auftrag des Ministeriums für Wirtschaft, Arbeit und Wohnungsbau Baden-Württemberg von Janna Axenbeck, Dr. Daniel Erdsiek und Dr. Jörg Ohnemus (2018) sowie der Abschlussbericht zur Studie Die Computer- und Videospiegelindustrie in Deutschland von Prof. Dr. Oliver Castendyk und Prof. Dr. Jörg Müller-Litzkow (2017). Die beiden Studien sollen hier nicht miteinander verglichen werden, sondern zeigen verschiedene Zahlen auf, die auf die Games-Industrie bezogen, hier wiedergegeben werden.

Für die Studie Die Kultur- und Kreativwirtschaft in Baden-Württemberg wird die Wirtschaftszweigklassifikation Software- und Games-Industrie der Definition der elf Teilmärkte der Kultur- und Kreativwirtschaft aus der Wirtschaftsministerkonferenz 2009 hinzugezogen⁴. Diese Klassifikation, mit der die statistischen Landesämter und das Bundesamt für Statistik arbeitet, lässt sich nicht trennscharf zwischen Games-Branche und Softwareindustrie aufteilen, da hier folgende Wirtschaftszweige zusammengefasst werden: Verlegen von Computerspielen, Verlegen von sonstiger Software, Entwicklung und Programmierung von Internetpräsentationen, Sonstige Softwareentwicklung und Webportale.⁵

„Die Software- und Games-Industrie bildet den elften Teilmarkt der Kultur- und Kreativwirtschaft gemäß der in diesem Bericht (Die Kultur und Kreativwirtschaft in Baden-Württemberg – Anm. des Verfassers) verwendeten Definition der Wirtschaftsministerkonferenz (2009) ab. Eine Aufteilung oder alleinige Berücksichtigung der Games-Branche (bzw. eine nicht Berücksichtigung der Software-Industrie) ist aufgrund der nicht weiter differenzierten Wirtschaftszweigklassifikation, und damit der in diesem Bericht verwendeten Daten, leider nicht möglich.“⁶

Dieser Umstand erschwert es Aussagen zu treffen, jedoch zeigen die folgenden Zahlen auch die Notwendigkeit einer weiteren Differenzierung der Wirtschaftszweigklassifikationen im Hinblick auf die Vielfältigkeit der Software- und Games-Branche. Auch im internationalen Vergleich führt zum Beispiel die fehlende Möglichkeit einer Einteilung für Unternehmen, die ausschließlich in der Spiele-Entwicklung tätig sind, dazu, dass die Games-Branche in amtlichen Statistiken nicht ausreichend dargestellt werden kann.⁷

Stand 2018 gibt es in Deutschland 524 Unternehmen, die im Bereich Games tätig sind. Davon sind 368 Unternehmen reine Entwicklungsstudios, 118 Unternehmen sind als Entwickler und Publisher (Herausgeber) tätig und 38 Unternehmen sind reine Publisher von Computer- und Videospiele.⁸ Nicht berücksichtigt werden dabei Dienstleister, Einzelhandel, Institutionen, Bildungseinrichtungen etc.

Der Bundesverband Game betreibt die Gamesmap, ein nach Kriterien filterbares Onlineverzeichnis der Games-Branche in Deutschland. Dort können sich Games-Unternehmen, Dienstleister, Einzelhändler, Bildungseinrichtungen, Institutionen etc. selbstständig eintragen. Für Baden-Württemberg werden 66

Unternehmen gelistet, die im Bereich Entwicklung und Publishing tätig sind.⁹

Laut der Studie Die Computer- und Videospiegelindustrie in Deutschland gab es 2015 47 Games-Unternehmen in Baden-Württemberg. Damit stand Baden-Württemberg an sechster Stelle im nationalen Vergleich hinter Berlin (138 Unternehmen), Nordrhein-Westfalen (127), Bayern (116), Hamburg (87) und Hessen (50).¹⁰

In der Publikation Games BW – Games made in Baden-Württemberg der Medien- und Filmgesellschaft Baden-Württemberg von 2018 sind 44 baden-württembergische Games-Unternehmen gelistet. Diese werden in verschiedene Bereiche aufgeteilt: 28 Unternehmen sind rein in der Spieleentwicklung tätig, zwei als Publisher/Distributor, zwei im Bereich technische Services, kein Unternehmen ausschließlich im Bereich Business Services und zwölf Unternehmen sind in zwei oder mehr der genannten Bereiche tätig.¹¹

Zieht man die Studie Die Kultur- und Kreativwirtschaft in Baden-Württemberg hinzu, werden hier unter dem Begriff Software-/Games-Industrie knapp über 5.000 Unternehmen genannt.¹² Hier erkennt man die bereits erwähnte fehlende Differenzierung zwischen Software- und Games-Industrie, beziehungsweise würden sich amtlich belegte Zahlen an einer Statistik mit an der Games-Branche orientierten Wirtschaftszweigklassifikationen entnehmen lassen.

2015 beträgt der Umsatz von in Deutschland ansässigen Unternehmen in der Games-Industrie laut Die Computer- und Videospiegelindustrie in Deutschland rund 2,9 Milliarden Euro. Hierbei sind auch Umsätze ausländischer Konzerne mit Niederlassungen in Deutschland inkludiert.¹³ Der Entwicklungsumsatz rein deutscher Spiele-Entwicklungen beträgt 549 Millionen Euro.¹⁴ Die Umsätze in den einzelnen Bundesländern werden in dieser Studie in Kategorien (unter 100 Millionen Euro, 100 bis 250 Millionen Euro etc.) angegeben. Baden-Württemberg fällt in die Gruppe der Bundesländer, in denen unter 100 Millionen Euro Umsatz erwirtschaftet wird.¹⁵

Eine weitere Zahl für den Gesamtumsatz baden-württembergischer Games-Unternehmen liefert in diesem Zusammenhang die Studie „Die Kreativwirtschaft in Baden-Württemberg“. Dort ist der Umsatz der Software- und Games-Industrie in Baden-Württemberg 2017 mit schätzungsweise 9,8 Milliarden Euro beziffert. Jedoch ist die Differenzierung zwischen Games-Branche und Software-Industrie aufgrund der Datenlage durch Wirtschaftszweigklassifikationen nicht möglich. So fließt zum Beispiel unter anderem der Umsatz des Softwareunternehmens SAP mit schätzungsweise 3,3 Milliarden Euro in die Umsatzzahl mit ein.¹⁶ Somit fehlen Umsatzzahlen zur Games-Industrie in Baden-Württemberg, die dringend für weitere Statistiken, Studien und Maßnahmen erforderlich sind. Ähnliche markante Unterschiede ergeben sich aus den Datenlagen zu den Beschäftigungszahlen. 2018 liegt die gesamtdeutsche Beschäftigungszahl in der Games-Industrie im Bereich Entwicklung und Publishing bei rund 11.700. Weitere rund 17.000 Beschäftigte bei Dienstleistern, im Handel, bei Bildungseinrichtungen, Medien und im öffentlichen Sektor mit Bezug zur Games-Branche.¹⁷

Einer Schätzung des Bundesverband Game zufolge, gibt es in Baden-Württemberg ca. 800 Beschäftigte im Bereich Game-Entwicklung und Publishing. Mit der Erweiterung auf

Dienstleistung, Einzelhandel, Bildungseinrichtungen und Institutionen sind es rund 1.800 Beschäftigte.¹⁸

Aus der Datengrundlage für Baden-Württemberg von 2017 ergibt sich durch die unzureichende Klassifizierung von Wirtschaftszweigen der Software- und Games-Industrie die weit aus höhere Zahl von 73.026 Kernerwerbstätigen (Freiberufler und Selbständige über 17.500 Euro Jahresumsatz und sozialversicherungspflichtig Beschäftigte) sowie 5.010 geringfügig Beschäftigte¹⁹ und 5.547 sogenannte Mini-Selbständige (unter 17.500 Euro Jahreseinkommen).²⁰

Schätzungsweise gibt es in Baden-Württemberg zwischen 60 und 70 Games-Unternehmen mit ca. 800 Beschäftigten, die in den Kernbereichen Entwicklung und Publishing tätig sind und einen Umsatz von unter 100 Millionen Euro erwirtschaften. Diese Datenlage ist jedoch unzureichend, da sie zum Teil aus nicht gesicherten Selbstauskünften der Unternehmen besteht (Gamesmap) und keine präzisen Zahlen zum Beispiel hinsichtlich von Umsatzzahlen vorgewiesen werden können. Generell wäre eine weitere Differenzierung von Wirtschaftszweigklassifikationen wünschenswert. Dadurch würden sich präzisere Angaben, auch im Hinblick auf Umsätze, Beschäftigungszahlen, Beschäftigungsverhältnisse und weiteren Kennzahlen zur Games-Branche in Baden-Württemberg erschließen. Zudem wäre eine weitere Differenzierung nach Landkreisen und Regionen hilfreich. Mittels dieser Datenlage könnten Maßnahmen, neben der Bundes- und Länderebene, auch auf regionaler und kommunaler Ebene initiiert, umgesetzt und überprüft werden.

Eine weitere Alternative oder Ergänzung um Kennzahlen zur Games-Branche in Baden-Württemberg zu erfassen, besteht in der fortlaufenden, jährlichen Befragung von Unternehmen. Eventuell lässt sich an die hier erwähnte erste bundesweite Studie „Die Computer- und Videospiegelindustrie in Deutschland“ anknüpfen.

Games in Baden-Württemberg: Förderung

Die Medien- und Filmgesellschaft Baden-Württemberg (MFG) unterstützt und fördert mit dem Digital Content Funding²¹ seit 2011 Games-Produktionen ohne Plattformbeschränkung. Hinzu kommen noch Anwendungen in den Bereichen Virtual- und Augmented Reality sowie Apps. Die Förderkriterien beinhalten qualitativ hochwertige, pädagogisch wertvolle, innovative und mit Marktpotenzial ausgestattete, skalierbare Spiele und Anwendungen. Für den Digital Content Funding stellt die MFG die Gesamtfördersumme von 600.000 Euro zur Verfügung. Es können in und für vier verschiedene Projektstadien Fördersummen beantragt werden:

- Konzeptentwicklung, bis zu 10.000 Euro
- Prototypenentwicklung, bis zu 100.000 Euro
- Produktion, bis zu 200.000 Euro
- Vertrieb, bis zu 100.000 Euro

Alle Beiträge können jeweils als erlösbedingte rückzahlbare, zinslose Darlehen beantragt werden.

Im deutschen Vergleich 2018 liegt Baden-Württemberg mit 600.000 Euro Gesamtfördersumme hinter Nordrhein-Westfalen (3 Millionen Euro)²², Bayern (1,9 Millionen Euro)²³ und Berlin-Brandenburg (1,5 Millionen Euro)²⁴. Gleichauf mit der Mitteldeutschen Medienförderung (MDM) Sachsen, Sachsen-Anhalt und Thüringen (ca. 580.000 Euro)²⁵ und vor Niedersachsen und Bremen, zusammengeschlossen als Förderinstitution

Nordmedia (ca. 350.000 Euro)²⁶. MDM und Nordmedia haben jedoch keine Deckelung der Gesamtfördersummen, hier variieren die Beträge je nach Antragstellungen. Zudem sollte erwähnt werden, dass Bayern das einzige Bundesland mit einer reinen Games-Förderung ist. Alle anderen Institutionen fördern digitale Inhalte, die neben Games auch Apps, interaktive Anwendungen etc. im nicht-spielerischen Kontext sein können.

Im internationalen Vergleich sollte man die Betrachtung auf ganz Deutschland richten. Hier ist, Stand 2017, die Konzept- und Prototypenförderung der Bundesländer, auch mit der finanziellen Ausstattung, durchaus mit Ländern wie Frankreich oder Großbritannien vergleichbar. Im Bereich der Produktionsförderung hingegen sind die Fördervolumina noch weit entfernt von Ländern wie Frankreich (12 Millionen Euro), Großbritannien (44,5 Millionen Euro) oder Kanada, Bundesstaat Québec (110 Millionen Euro)²⁷, was sich jedoch in absehbarer Zeit voraussichtlich ändern wird. 2019 sind erstmals 50 Millionen Euro für eine Games-Förderung in den Bundeshaushalt eingestellt worden.²⁸ Ein Förderprogramm auf Bundesebene wird derzeit entwickelt. Zudem sollte noch hinzugefügt werden, dass zahlreiche weitere Faktoren in den Vergleich von Förderungen von Games im internationalen Bereich einwirken.²⁹

Der Deutsche Computerspielpreis ist das wichtigste Förderinstrument für die deutsche Games-Branche und wird seit 2009 verliehen. Im April 2019 wurden Preisgelder in Höhe von insgesamt 590.000 Euro in 15 Kategorien vergeben. Fünf von insgesamt 19 dotierten Auszeichnungen wurden an Games aus Baden-Württemberg verliehen³⁰:

- „Unforeseen Incidents“ von Application Systems Heidelberg und Backwoods Entertainment, Bochum, Kategorie: Bestes Jugendspiel, Dotierung: 75.000 Euro, Point-and-Click-Adventure im grafischen Stil rund um die Aufklärung einer Seuche
- „A Juggler’s Tale“ von Steffen Oberle, Enzo Probst, Dominik Schön, Sven Bergmann, Filmakademie Baden-Württemberg, Ludwigsburg.
 1. Platz Nachwuchspreis – Prototyp, Dotierung: 35.000 Euro, Interaktives Puzzle Game in einer märchenhaft-düsteren Welt
- „Orbital Bullet“ von Yves Masullo, Robin Mächtel und Corinna Benz, SRH Hochschule Heidelberg
 2. Platz Nachwuchspreis – Prototyp, Dotierung: 15.000 Euro, 360°-Action-Plattformer mit rasanten Levels über einen Kopfgeldjäger im All
- „Sonority“ von Madeline Reinaldo Mendoza, Willi Schorrig und Elisa Schorrig, Hochschule der Medien Stuttgart
 2. Platz Nachwuchspreis – Konzept, Dotierung: 15.000 Euro Musikalisches Rätsel-Abenteuer in einer Fantasiewelt
- „BCON – The Gaming Wearable“ von CapLab aus Karlsruhe, Kategorie: Beste Innovation, Dotierung: 40.000 Euro Neues Interface zur Steuerung von Computerspielen am Hand- oder Fußgelenk.

Games in Baden-Württemberg: Weitere Förderung

In Baden-Württemberg existieren zahlreiche weitere Formate, um die Games-Branche abseits von monetären Zuwendungen zu fördern:

- So gibt es einen von der MFG organisierten baden-württembergischen Gemeinschaftsstand auf der Gamescom, der eu-

ropäischen Leitmesse zur Spielekultur.

- Fortbildungen zu wechselnden kreativwirtschaftlichen Themen können über die MFG Akademie wahrgenommen werden.
- Zudem kommen weitere Institutionen auch auf regionaler und kommunaler Ebene zum Tragen. Das mehrmals im Jahr stattfindende Netzwerktreffen Open Stage Games BW wird von der MFG, dem K³ Kultur- und Kreativwirtschaftsbüro Karlsruhe, dem CyberForum, der Film Commission Region Stuttgart und dem Game Baden-Württemberg organisiert. Auch Netzwerktreffen aus der Branche heraus wie Talk & Play oder das Game Developer Meetup Stuttgart fördern den Austausch zwischen den Games-Schaffenden.
- Hinzu kommen Veranstaltungen wie verschiedene Game Jams (Entwickler und Interessierte kreieren in kurzer Zeit Spiele) oder die Bizplay, eine jährlich stattfindende Konferenz zum Thema Gamification in Karlsruhe.
- Erwähnenswert ist zudem das Internationale Trickfilm-Festival Stuttgart mit der GameZone als Plattform für unterschiedliche Formate zum Thema Games und der Verleihung des Animated Games Award Germany. Der Preis zeichnet das beste deutsche Computer- und Videospiele aus, das sich durch die visuelle Gestaltung und Ästhetik abhebt.
- Die international renommierte FMX - Conference on Animation, Effects, Games and Immersive Media bietet Masterclasses, Workshops und viele weitere Formate im Crossmedia- und Games-Bereich an.

Games in Baden-Württemberg: Branchenbeispiele und Erfolge

Betrachtet man die Gründungsjahre der heute am Markt agierenden Unternehmen (mit einigen wenigen Ausnahmen), fällt auf, dass die Games-Branche in Baden-Württemberg im Vergleich mit anderen Kultur- und Kreativbranchen (Architekturmarkt, Werbemarkt etc.) eine relativ junge Historie hat. Jedoch lassen sich beachtliche Erfolge in Verkaufszahlen und Preisen vorweisen.

Beispielsweise wurde das Karlsruher Unternehmen Gameforge 2003 gegründet. Sie bieten Free-to-play Online-Games an, kostenfreie Spiele bei der eine Monetarisierung über kostenpflichtige Zusatzinhalte erfolgt. Prominente Beispiele hierfür sind OGame (veröffentlicht 2002, vor der Gründung von Gameforge), Metin2 (2006) oder aktuell Guardians of Ember (2019). Insgesamt werden die Angebote von Gameforge von rund 450 Millionen registrierten Spielern in über 75 Ländern gespielt³¹, Gameforge hat circa 300 Mitarbeiter.³²

Black Forrest Games entwickeln seit 2012 in Offenburg mit 60 Mitarbeitern Spiele für verschiedene Plattformen. Den Anfang machte 2012 Giana Sisters: Twisted Dreams, dessen Erweiterung Giana Sisters: Rise of the Owlverlord 2013 den Deutschen Entwicklerpreis für das Beste Jugendspiel gewann.³³ Bis heute hat sich das Spiel über eine Million Mal verkauft.³⁴ Vier Jahre später folgte Rogue Stormers (2016) und das aktuelle Projekt Fade to Silence kommt im April 2019 auf den Markt. Seit 2017 ist Black Forrest Games Teil von THQ Nordic, einem der größten europäischen Publisher.³⁵

Bei der thematischen Verbindung von Animation und Games sollen auch noch zwei Unternehmen aus der Region Stuttgart erwähnt werden. Bei ihnen spielt Animation nicht nur im technischen Sinne eine herausragende Rolle, sondern schlägt sich auch in den unverwechselbar animierten Charakteren der je-

weiligen Spiele nieder.

Studio Fizbin hat sich aus dem Umfeld der Filmakademie Baden-Württemberg heraus 2011 in Ludwigsburg gegründet und landete mit The Inner World (2013) prompt einen Hit. Ausgezeichnet mit dem Deutschen Entwicklerpreis für das Beste Familienspiel 2013 und mit dem Deutschen Computerspielpreis 2014 für das beste deutsche Computerspiel, folgte 2017 der Nachfolger The Inner World: Der letzte Windmönch. Dazwischen gewann Studio Fizbin mit Spiel des Friedens (2015) in der Kategorie Beste Innovation erneut beim Deutschen Computerspielpreis.³⁶

Chasing Carrots ist ein unabhängiges Game-Studio aus Stuttgart. Gegründet 2011 wurde 2013 das Rennspiel Pressure veröffentlicht. Die überarbeitete und erweiterte Version Pressure Overdrive kam 2017 auf den Markt. 2014 gewann die Weltraum-Handelssimulation Cosmonautica (2014) den Deutschen Entwicklerpreis für die Beste Simulation.³⁷ Aktuell wird das Spiel Good Company entwickelt, welches 2019 erscheinen wird.

Games in Baden-Württemberg: Fazit

Im Hochschulbereich ist Baden-Württemberg mit vielfältigen Studiengängen sowohl im öffentlichen als auch im privaten Bereich mit ausreichender Anzahl gut vertreten. Qualitativ würden sich weitere, vertiefende Spezialisierungen im Games-Bereich durchaus positiv auf den Fachkräftemarkt auswirken. Auch duale Ausbildungen, die speziell für den Games-Markt ausgerichtet sind, wären ein wichtiger Schritt.

Die Kennzahlen mit 60 bis 70 Games-Unternehmen, die mit circa 800 Beschäftigten einen Umsatz von unter 100 Millionen Euro in Baden-Württemberg erwirtschaften, weisen auf eine dringende Verbesserung der Datengrundlage hin. Für die Erhebung und Verwertung von Unternehmenskennzahlen wäre es wünschenswert, mehr und genauere Wirtschaftszweigklassifikationen einzuführen. Auf diesem Wege ließe sich die Games-Branche in Baden-Württemberg (und eventuell deutschlandweit) erheblich einfacher abbilden. Daten wie Unternehmensanzahl, Umsätze, Beschäftigungszahlen etc. könnten über das statistische Landesamt bezogen werden, um auf dieser Basis fortlaufende Statistiken zu erstellen. Alternativ sind fortlaufende, jährliche Befragungen der Games-Unternehmen eine weitere Möglichkeit Kennzahlen zu erfassen. Zudem ist eine weitere Differenzierung der Zahlen und Ergebnisse auf regionaler und kommunaler Ebene erstrebenswert. Mit diesen Daten könnten Maßnahmen, Initiativen und Projekte überprüfbar, sinnvoll und ergebnisorientiert auf allen Ebenen (Bund, Länder, Regionen, Kommunen) initiiert, gegebenenfalls verknüpft und miteinander ergänzt werden.

Die Förderung für digitale Inhalte inklusive Games ist in Baden-Württemberg mit 600.000 Euro Gesamtfördersumme angesetzt. Im direkten Ländervergleich wäre eine Aufstockung der Fördermittel angebracht. Die Aufteilung in Konzept-, Prototypen-, Produktions- und Vertriebsförderung entspricht einer starken, ganzheitlichen Projektförderung. Die Konzeption einer Förderung auf Bundesebene durch die Bereitstellung von 50 Millionen in den Bundeshaushalt 2019 wird derzeit erstellt. Ob und wie Bundes- und Landesförderung verknüpft, kombiniert und ergänzt werden können, bleibt abzuwarten. Eine Komplementärförderung wäre jedoch wünschenswert. Hinzu kommen zahlreiche weitere Veranstal-

tungs-, Fortbildungs- und Vernetzungsformate für die Games-Branche in Baden-Württemberg.

Trotz der vergleichsweise jungen Historie, haben die Games-Unternehmen in Baden-Württemberg spürbare Erfolge vorzuweisen. Millionenfach verkaufte Spiele, zahlreiche Auszeichnungen und aktuelle Spieleentwicklungen zeigen, dass die Branche in Baden-Württemberg beständig, aktiv und lebendig ist. Um diese Aktivität auch in Zukunft zu gewährleisten, werden talentierte Fachkräfte, auf Games-Unternehmen abgestimmte Rahmenbedingungen sowie belastbare Kennzahlen benötigt.

Quellen:

- 1 zum Teil aus: [https://www.game.de/themen/berufsbilder/abgerufen am 03.03.2019](https://www.game.de/themen/berufsbilder/abgerufen%20am%2003.03.2019)
- 2 Darstellung zu Teilen aus: Medien- und Filmgesellschaft Baden-Württemberg: Games BW – Games made in Baden-Württemberg (2018) und [https://www.ausbildungskompass-games.de/abgerufen am 04.03.2019](https://www.ausbildungskompass-games.de/abgerufen%20am%2004.03.2019)
- 3 [https://animationsinstitut.de/de/vrnow/bewerbung/info/abgerufen am 09.03.2019](https://animationsinstitut.de/de/vrnow/bewerbung/info/abgerufen%20am%2009.03.2019)
- 4 Axenbeck, Erdsieck, Ohnemus (2018), „Die Kultur- u. Kreativwirtschaft in BW“, ZEW, Kapitel 1.2, S. 8
- 5 Axenbeck, Erdsieck, Ohnemus (2018), „Die Kultur- u. Kreativwirtschaft in BW“, ZEW, Kapitel 5.1, S. 57
- 6 Axenbeck, Erdsieck, Ohnemus (2018), „Die Kultur- u. Kreativwirtschaft in BW“, ZEW, Kapitel 2.2, S. 13
- 7 vgl. dazu Castendyk, Müller-Litzkow (2017), „Die Computer- u. Videospieleindustrie in Deutschland“, HH Media School, Kapitel D.IV. Exkurs: Das Problem mit der amtlichen Statistik
- 8 Game – Verband der deutschen Games-Branche: Jahresreport der deutschen Games-Branche (2018), S. 23
- 9 [https://www.gamesmap.de/abgerufen am 15.03.2019](https://www.gamesmap.de/abgerufen%20am%2015.03.2019)
- 10 Castendyk, Müller-Litzkow (2017), „Die Computer- u. Videospieleindustrie in Deutschland“, HH Media School, Kapitel K.I.2., S. 174-175
- 11 Medien und Filmgesellschaft Baden-Württemberg : Publikation Games BW – Games made in Baden-Württemberg (2018), S. 6-7
- 12 Axenbeck, Erdsieck, Ohnemus (2018), Kapitel 5.1, S. 50
- 13 Castendyk, Müller-Litzkow (2017), „Die Computer- u. Videospieleindustrie in Deutschland“, HH Media School, Kapitel E.III.1., S. 90
- 14 Castendyk, Müller-Litzkow (2017), „Die Computer- u. Videospieleindustrie in Deutschland“, HH Media School, Kapitel E.III.5., S. 94
- 15 Castendyk, Müller-Litzkow (2017), „Die Computer- u. Videospieleindustrie in Deutschland“, HH Media School, Kapitel K.I.4., S. 179-180
- 16 Axenbeck, Erdsieck, Ohnemus (2018), „Die Kultur- u. Kreativwirtschaft in BW“, ZEW, Kapitel 2.3, S. 16
- 17 Game – Verband der deutschen Games-Branche: Jahresreport der deutschen Games-Branche (2018), S. 24
- 18 Bei der Erhebung der Daten zur Gamesmap werden auch Zahlen zu den Beschäftigten des sich eintragenden Unternehmens erhoben.
- 19 Axenbeck, Erdsieck, Ohnemus (2018), „Die Kultur- u. Kreativwirtschaft in BW“, ZEW, Kapitel 5.1, S. 51-52
- 20 Axenbeck, Erdsieck, Ohnemus (2018), „Die Kultur- u. Kreativwirtschaft in BW“, ZEW, Kapitel 2.6, S. 30
- 21 [https://dcf.mfg.de/ und dazugehörige Merkblätter bzgl. Digital Content Funding abgerufen am 10.03.2019](https://dcf.mfg.de/und%20dazugehörige%20Merkblätter%20bzgl.%20Digital%20Content%20Funding/abgerufen%20am%2010.03.2019)
- 22 [https://www.filmstiftung.de/news/nordrhein-westfalen-schafft-neue-moeglichkeiten-der-gamesfoerderung/abgerufen am 11.03.2019](https://www.filmstiftung.de/news/nordrhein-westfalen-schafft-neue-moeglichkeiten-der-gamesfoerderung/abgerufen%20am%2011.03.2019)
- 23 [https://www.fff-bayern.de/de/foerderung/foerderbereiche/games.html abgerufen am 11.03.2019](https://www.fff-bayern.de/de/foerderung/foerderbereiche/games.html/abgerufen%20am%2011.03.2019)
- 24 [https://www.medienboard.de/nc/foerderung-new-media/interaktives-und-innovatives/ abgerufen am 11.03.2019](https://www.medienboard.de/nc/foerderung-new-media/interaktives-und-innovatives/abgerufen%20am%2011.03.2019)
- 25 [https://www.mdm-online.de/uploads/media/MDM_GB_2018_Statistik_Web.pdf abgerufen am 11.03.2019](https://www.mdm-online.de/uploads/media/MDM_GB_2018_Statistik_Web.pdf/abgerufen%20am%2011.03.2019)
- 26 [https://www.nordmedia.de/pages/foerderung/vergabeentscheidung/vergabeentscheidung_games/subpages/ die_aktuellen_games-foerderentscheidungen/index.html abgerufen am 11.03.2019](https://www.nordmedia.de/pages/foerderung/vergabeentscheidung/vergabeentscheidung_games/subpages/die_aktuellen_games-foerderentscheidungen/index.html/abgerufen%20am%2011.03.2019)
- 27 Castendyk, Müller-Litzkow (2017), „Die Computer- u. Videospieleindustrie in Deutschland“, HH Media School, Kapitel I.V.4, S. 168
- 28 [https://www.game.de/blog/2018/11/08/bundeshaushalt-enthaelt-erst-mals-50-millionen-euro-fuer-gamesfoerderung/ abgerufen am 12.03.2019](https://www.game.de/blog/2018/11/08/bundeshaushalt-enthaelt-erst-mals-50-millionen-euro-fuer-gamesfoerderung/)
- 29 vgl. dazu Castendyk, Müller-Litzkow (2017), „Die Computer- u. Videospieleindustrie in Deutschland“, HH Media School, das Kapitel Games-Förderung
- 30 [https://www.mfg.de/newsdetail/1245-games-aus-baden-wuerttemberg-raeu-men-ab/ abgerufen am 11.04.2019](https://www.mfg.de/newsdetail/1245-games-aus-baden-wuerttemberg-raeu-men-ab/)
- 31 [https://corporate.gameforge.com/ueber-uns/ abgerufen am 04.04.2019](https://corporate.gameforge.com/ueber-uns/)
- 32 [https://de.linkedin.com/company/gameforge abgerufen am 04.04.2019](https://de.linkedin.com/company/gameforge)
- 33 [http://deutscherentwicklerpreis.de/giana-sisters-twisted-dreams-rise-owlverlord abgerufen am 05.04.2019](http://deutscherentwicklerpreis.de/giana-sisters-twisted-dreams-rise-owlverlord/abgerufen%20am%2005.04.2019)
- 34 [https://www.engadget.com/2014/03/14/giana-sisters-twisted-dreams-shifts-one-million-copies/ abgerufen am 05.04.2019](https://www.engadget.com/2014/03/14/giana-sisters-twisted-dreams-shifts-one-million-copies/)
- 35 [https://black-forest-games.com/about-us/ abgerufen am 04.04.2019](https://black-forest-games.com/about-us/)
- 36 [https://www.studio-fizbin.com/presskit/ abgerufen am 04.04.2019](https://www.studio-fizbin.com/presskit/)
- 37 [http://deutscherentwicklerpreis.de/cosmonautica abgerufen am 05.04.2019](http://deutscherentwicklerpreis.de/cosmonautica/abgerufen%20am%2005.04.2019)

Angewandte Animation in Baden-Württemberg



von Robin Wenk

1. Von Entertainment über Werbung zu Industrie

Wir leben in einer Welt, in der die „neuen Medien“ mittlerweile gar nicht mehr so „neu“ sind, sondern längst in so vielen Bereichen in unserem Alltag Einzug halten, dass wir es gar nicht mehr realisieren. Ihre massenhafte Verbreitung lieferte die Grundlage für ein immens gestiegenes Bedürfnis nach Animationen. Kamen diese früher hauptsächlich aus dem Entertainment-Bereich um Fiktionen zum Leben zu erwecken, begegnen sie einem heute schon ganz alltäglich in Fahrzeugdisplays, auf dem eigenen Smartphone, oder bei der Arbeit. Sie erregen Aufmerksamkeit in der Werbung oder sind behilflich, indem sie uns komplexe Sachverhalte auf anschauliche Art und Weise vermitteln.

Die Werbebranche hatte als erstes erkannt wie man im großen Stil die Technologien aus den Spezialeffekten der Kinoproduktionen einsetzen kann um Menschen zu begeistern, und damit die Produkte ihrer Kunden bestmöglich in Szene zu setzen. Bereits damit wurde ein Wissens- und Kreativtransfer vom Entertainment zur Werbung eingeleitet, der sich mit dem Aufkommen der interaktiven Medien fortgesetzt hat, und Menschen die Möglichkeit gab neue Welten nach ihren eigenen Vorstellungen zu erschaffen und mit ihnen über die physischen Limitierungen hinweg interagieren zu können.

In beiden Bereichen wurden bereits zukünftige Konzepte erdacht und angepriesen wie unsere Welt aussehen könnte, wenn die Technologie es schaffen sollte dorthin aufzuschließen. Damit wurde der Grundstein für eine Vielzahl von selbsterfüllenden Prophezeiungen gelegt, denen wir uns heute schrittweise nähern.

Was noch vor wenigen Jahren nach Science-Fiction aussah, ist heute bereits zu einem nicht unerheblichen Teil Realität. Kostenintensive Entwicklungsschritte, wie z.B. Prototypenbau aus der Fahrzeugindustrie oder dem Maschinenbau, die früher einen hohen Aufwand an Arbeitszeit und materiellen Ressourcen bedeuteten, werden heute zunehmend digital am Computer oder sogar mittels einer Datenbrille in der Virtuellen Realität evaluiert.



Abb. 1: Porsche 911 Web Special – Quelle: lightshape

Als eine der führenden Industrienationen ist Deutschland in technischen Bereichen traditionell stark. Baden-Württemberg mit seiner Vielzahl an Technologie- und Weltmarktführern kommt in diesem Kontext eine besondere Bedeutung zu, weshalb es gerade für das Land der Tüftler immens wichtig ist, diese neuen Medien zu beherrschen um mit ihrer Hilfe die Effizienz der etablierten Industrie weiter zu steigern.

a) Dienstleister

Einige der ersten Firmen die diese Schnittstelle erkannt hatten, waren Dienstleister mit industriellem Fokus aus dem CGI-, bzw. Animationsbereich. Auf Grund ihrer Fähigkeiten und thematischen Nähe, konnten sie sich schnell auf die neue Nische einstellen. Einige Beispiele hierfür sind Firmen wie Lightshape, Unexpected oder Wurzel Medien, die bereits das Vertrauen ihrer Industriekunden genossen, und diese von den neuen Einsatzmöglichkeiten überzeugen konnten. Mit den neuen Aufgaben wachsend, entwickelten sich einige dieser Firmen zunehmend vom reinen Animationsstudio hin zum Technologie-Dienstleister.

Aber auch einige Start-Ups erkannten die Chance für sich und nutzten die Gelegenheit Kunden von ihrer Innovationskraft zu überzeugen. So sind beispielsweise aus dem Umfeld des Karlsruher Instituts für Technologie (KIT) Firmen wie R3DT mit Fokus auf Maschinenbau gegründet worden. Diese Start-Ups sind in der Regel mit einem soliden Fundament im Ingenieurwesen gestartet und eigneten sich dann die nötigen Animationsfähigkeiten an. Im Prinzip nähern sich diese Firmen der Nische zwischen etablierter Industrie und neuen Medien von der anderen Seite wie die aus dem Animationsbereich stammenden.

b) Anwender

Auch die Anwenderseite glänzt mittlerweile im internationalen Vergleich in diesem Bereich. Zum Beispiel stellt Daimler als weltweit erster Hersteller seinen Käufern eine Augmented Reality Cockpit Funktion (MBUX) zur Verfügung, die erstmals mit der neuen A-Klasse ausgeliefert wird. Dabei wird im Kombi-Instrument das Kamerabild mit Navigationsinformationen überlagert.

Ein weiteres Beispiel ist das Bahnprojekt Stuttgart-Ulm, welches bereits Anfang 2016 in einer Weltpremiere erstmals öffentlich eine großflächige Virtual Reality Installation nutzte, um die Bürger über den zukünftigen Durchgangsbahnhof von S21 zu informieren.

2. Interaktive Medien

Katalysiert durch das Internet in Kombination mit kostengünstiger Hardware und vor allem der massenhaften Verbreitung von mobilen Endgeräten, sind die interaktiven Medien und damit eine Vielzahl von Animationen nahezu überall präsent. Die Aufgaben für Animatoren können hier vielschichtig sein und sie, bedingt durch die derzeit bestehenden technischen Restriktionen, vor große Herausforderungen stellen. Nachfolgend sind einige Beispiele hierfür aufgelistet:

a) Web

Bereits in den 90er Jahren wurden erste Animationen auf Webseiten eingesetzt. Zunächst noch hauptsächlich mit 2D-Elementen, später über Kombinationen aus vorgerechneten 3D-Elementen, die zumindest einen 3D-Eindruck vermittelten. Zwischenzeitlich gehören Echtzeit-3D-Animationen mit interaktiven 3D-Objekten im Web zum Standard. Vor allem Fahrzeughersteller bieten ihren Interessenten nicht nur die Möglichkeit ihre Produkte zu konfigurieren, sondern liefern auch gleich einen Vorgeschmack, diese in Aktion zu erleben, oder deren technische Vorzüge lebendig darzustellen. Ein Beispiel hierfür ist das Web Special mit dem Porsche 2016 den neuen 911er vorstellte. Eine Reihe von Objekt- und Effekt-Animationen wurden in Kombination eingesetzt um die neuen Feinheiten des Fahrzeugs in Szene zu setzen. (siehe Abb: Porsche 911 Web Special)

Limitiert durch die Bandbreite des Internets, sowie die Rechenkapazität der Nutzer zuhause, müssen sich Animatoren der Herausforderung stellen kreative Konzepte zu erstellen, die auch unter den bestehenden Einschränkungen das bestmögliche Ergebnis erzielen. Im Unterschied zu den

nachfolgenden Einsatzmöglichkeiten, besteht bei Webanwendungen die Möglichkeit den Blick der Nutzer zu steuern. Nicht immer ist es gewünscht den Nutzern alle Freiheiten in der Betrachtung zu überlassen. Geführte Kamerafahrten werden von Animatoren eingesetzt um das Produkt möglichst vorteilhaft zu präsentieren. In der Regel ist hier Fingerspitzengefühl gefordert, wie diese Kamerafahrten gestaltet werden, und wie sie konzeptionell eingebettet werden.

b) Virtual Reality (VR)

Die virtuelle Realität bezeichnet eine nicht existente, aber dennoch für den Betrachter gegenständlich wahrgenommene Welt. Häufig werden dafür VR-Brillen, sogenannte Head Mounted Displays (HMD) verwendet, welche den Betrachter von der Außenwelt komplett abschotten.

Virtual Reality fand bereits in den 90er Jahren Einzug in Forschung und Industrie, war aber über viele Jahre nur Firmen und Einrichtungen vorbehalten, die über entsprechende Mittel verfügen konnten. Erst seit 2012/2013, mit dem Erscheinen kostengünstiger HMDs, gepaart mit der parallelen Entwicklung leistungsfähiger und erschwinglicher Grafikleistung, konnte sich diese Technologie einen Massenmarkt erschließen. Lag der Fokus ursprünglich auf dem Spielesektor, erkannten Werbung und vor allem Industrie schnell die Möglichkeiten die sich damit erschlossen.

Vor allem in der Technik-Kommunikation fanden VR-Installationen schnell Einzug, da sie, im Gegensatz zu Anwendungen aus der Produktion und Entwicklung, viel weniger von komplexen Firmenprozessen abhängen. In der Technik-Kommunikation, ebenso wie bei Schulungsanwendungen, ist eine ganzheitliche Betrachtungsweise bei der Anwendungskonzeption erforderlich. Dies steht im Gegensatz zum klassischen Film, bei dem der Blick des Betrachters automatisch geführt wird, und der Fokus auf der vor der Kamera befindlichen Handlung liegt. Nachfolgend sind einige Beispiele mit ihren Schwerpunkten in Bezug auf Animation aufgeführt.

- **Technik-Kommunikation & -Marketing**

- **Bsp. Porsche VR Experience**

- (Siehe Abb. 2: Porsche VR Experience Panamera 4E Hybrid – Quelle: lightshape)

- Zum klassischen Bedarf in dem Bereich gehören eine Reihe von Objektanimationen, die technisch korrekt dargestellt werden müssen. Im Beispiel der Porsche VR Experience, welche die Markteinführung des Panamera E-Hybrids begleitete, fallen darunter bewegliche Teile, wie Türen, Heckspoiler, Heckklappe aber auch Effekt-Animationen die dazu dienen, die Strömungslinien zu visualisieren oder beispielsweise die Ladeverteilung eines E-Antriebs darzustellen. Die Herausforderung ist hierbei einen an sich komplexen Sachverhalt möglichst einfach zu kommunizieren.

- Hervorzuheben sind in dem Kontext auch der Gebrauch und die teilweise Animation grafischer Elemente und Bedienoberflächen in Verbindung mit Sound, welche die Aufmerksamkeit des Benutzers lenken.

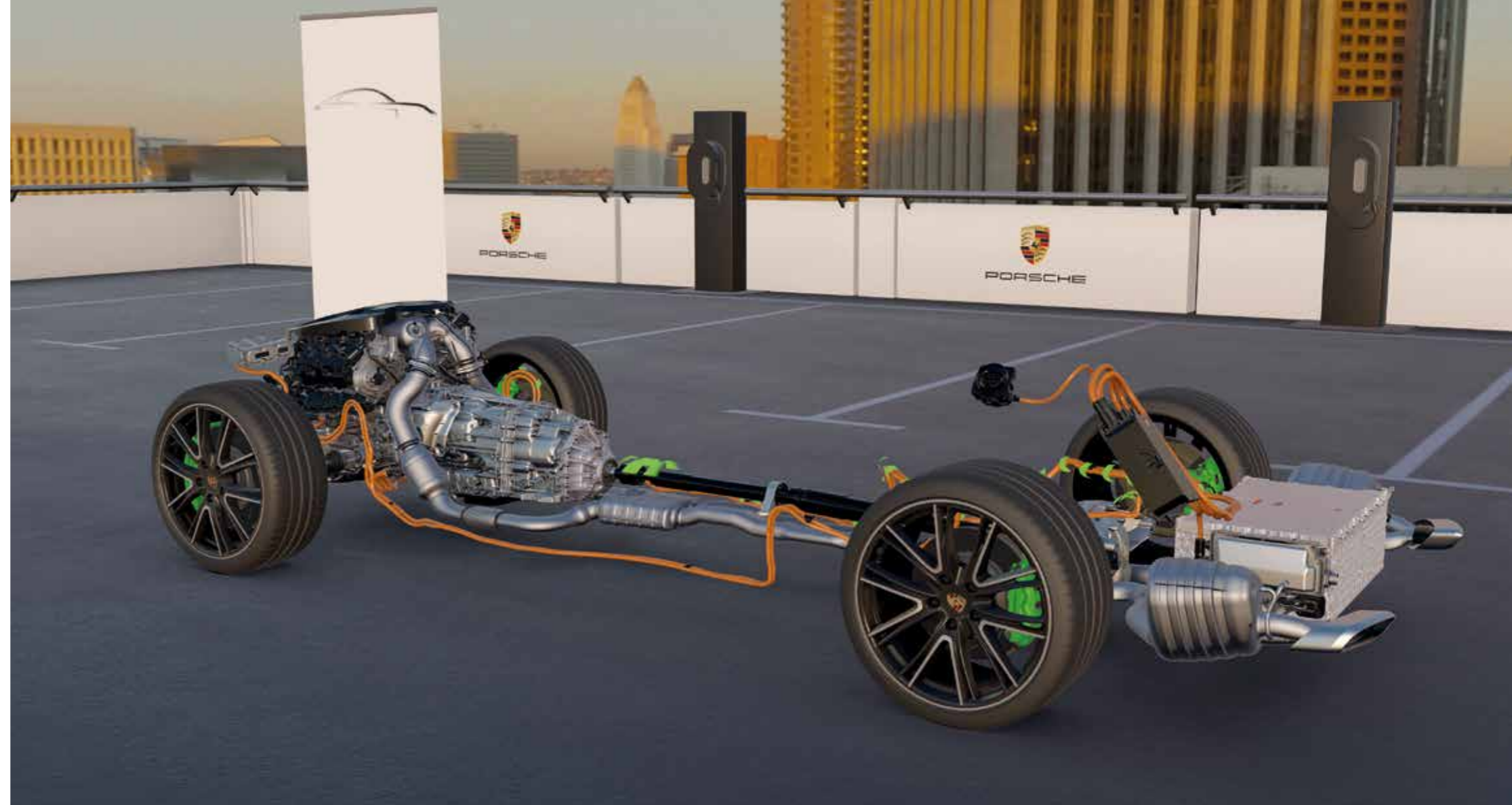


Abb. 2: Porsche VR Experience Panamera 4E Hybrid – Quelle: lightshape

- **Schulungen**

- **Bsp. Harro Höfliger Fachpack**

- (Siehe Abb. 5: Harro Höfliger Fachpack Installation – Quelle: lightshape)

- Im Schulungsbereich kommt VR eine besonders große Bedeutung zu, welche erwartungsgemäß künftig noch weiter zunehmen wird. Untersuchungen haben belegt, dass Menschen in VR genauso gut lernen wie in der Realität. Tatsächlich haben VR-Schulungen sogar einige Vorteile. Da der Lernende von der Außenwelt abgeschottet ist, gibt es keine Ablenkung von außen. Zudem finden die Schulungen in einer völlig flexiblen, Ressourcen sparenden und absolut sicheren Umgebung statt, mit denen Szenarien erprobt werden können, welche anderweitig entweder gar nicht oder nur sehr kostenintensiv umgesetzt werden können. Die Aufgaben für Animatoren decken sich hier im Grunde mit denen aus der Technik-Kommunikation.

- Die Bewegungsabläufe kompletter Maschinenanlagen können dargestellt werden, und so z.B. Werkern oder Auszubildenden vermitteln wie sie eine Maschine korrekt bedienen müssen. Auch Animationen von Menschmodellen können hier gefordert sein, um ideale Bewegungsabläufe oder die Zusammenarbeit mit anderen darzustellen. Ebenso wie bei der Technik-Kommunikation können Techniken, wie z. B. Motion Capturing zum Einsatz kommen, wie man

sie bereits aus der Filmindustrie kennt.

- **Konstruktion & Entwicklung**

- **Bsp. Audi DKM Holodeck**

- (Siehe Abb3: Audi DKM Holodeck – Quelle: lightshape)

- In der Konstruktion, ebenso wie in der Entwicklung, werden Animationen und die damit verbundenen Technologien eingesetzt. Verwendet werden hier sowohl animierte Bedienoberflächen, als auch Objektanimationen um Bewegungsabläufe und ihre beanspruchten Räume zu verstehen. Aber auch Ergonomie-Studien mit animierten Menschmodellen oder Motion Capturing um Nutzerverhalten in virtuellen Räumen zu untersuchen sind machbar. Ein Beispiel für diesen Bereich ist das AUDI DKM Holodeck, in dem mehrere Ingenieure u.a. virtuelle Prototypen von Fahrzeugen evaluieren.

- **c) Mixed & Augmented Reality (MR & AR)**

- Häufig werden diese Begriffe als Synonyme verwendet. Bei der Augmented Reality handelt es sich aber lediglich um einen Teilbereich der Mixed Reality. Befindet sich die Virtual Reality, also die komplette virtuelle Welt auf der einen Seite des Spektrums, und die reale Welt auf der gegenüberliegenden Seite, sind alle Mischformen dazwischen Teile der Mixed Reality. Ein Beispiel wäre das Projizieren

eines 3D-Modells in den realen Raum. Bei der Augmented Reality handelt es sich um einen dieser Teilbereiche, bei dem die Realität durch zusätzliche Informationen angereichert wird, z.B. eine textliche Überlagerung, welche im Raum verortet wird.

Der Verlauf und die Anforderungen sind denen der Virtual Reality in Bezug auf Animation ähnlich. Grundsätzlich bedient man sich hier derselben Mittel, allerdings sind die technologischen Restriktionen noch etwas größer, weshalb MR & AR in vielen Punkten der Virtual Reality hinterherhinken. Viele Experten glauben aber daran, dass MR & AR künftig noch eine größere Rolle spielen werden als VR.

- **Konstruktion und Entwicklung**

- Zumeist findet die Bildberechnung entweder auf einem mobilen Endgerät oder auf einer kleinen Recheneinheit in der Brille statt, wie man es z.B. von der Hololens kennt. Die Rechenleistung ist allerdings noch so gering, dass 3D-Modelle wie sie in der Industrie üblich sind, kaum verwendet werden können. Im Industrie-Kontext liegt der Schwerpunkt für Animatoren derzeit noch auf animierten Grafikelementen, nicht selten begleitet von eingeblendetem Bild- oder Filmmaterial.

- Hardwareseitig steht man hier kurz vor einem Paradigmenwechsel. Die ersten Produkte sind bereits angekündigt,

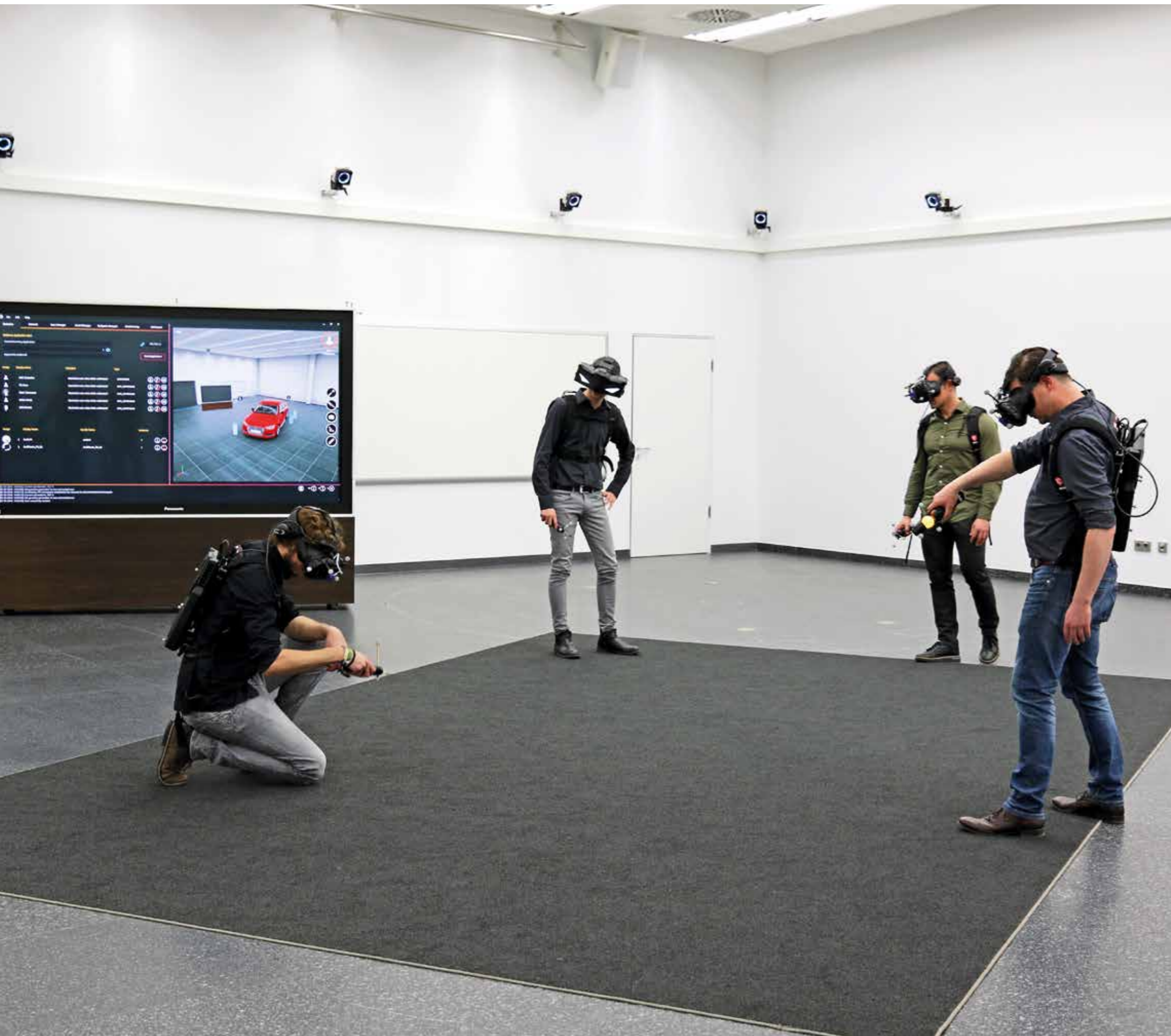


Abb. 3: Audi DKM Holodeck – Quelle: lightshape

welche eine nahezu latenzfreie, externe Bildberechnung versprechen. Damit werden die Einsatzmöglichkeiten der Animation in diesem Bereich deutlich ansteigen.

- **Fernwartung**

MR & VR spielen bereits eine große Rolle bei der Wartung von Maschinen, Anlagen etc. In der Praxis bedeutet dies allerdings derzeit hauptsächlich eine Verbindung mit einem Servicemitarbeiter, der über eine Kamera an der Brille oder einem mobilen Endgerät die Sicht des Benutzers mitverfolgen kann, um das jeweilige Problem nachzuvollziehen. Über eine Audioverbindung in Kombination mit diversen Einblendungen auf der Brille oder dem mobilen Endgerät, wird der Benutzer bei der Vor-Ort-Problemlösung somit unterstützt. Die Einsatzmöglichkeiten für Animationen sind in diesem Bereich gering.

- **Technik-Kommunikation & -Marketing**

In der Technik-Kommunikation, ebenso wie im -Marketing, ist die Bedeutung der Animation mit der Verbreitung der mobilen Endgeräte gewachsen. Im Gegensatz zu den schweren 3D-Daten aus der Entwicklung und Konstruktion, scheut man hier den Aufwand nicht, die Modelle so zu reduzieren, dass auch ein Einsatz mit geringer Rechenleistung möglich ist. Animatoren bedienen sich dabei der Konzepte die sie bereits aus den Anfängen der 3D-Webanwendungen kennen, wo mit allerlei Tricks gearbeitet werden musste, um mit den kapazitiven Restriktionen des Internets umgehen zu können. Hier können alle der zuvor genannten Animationsformen zum Einsatz kommen. Ebenfalls spielen Bedienelemente und Benutzerführung eine große Rolle.

In den Anfängen waren gängige MR-Anwendungen, dass 3D-Modelle mit einem mobilen Endgerät auf eine Grafik dreidimensional in den Raum projiziert wurden. Mittlerweile gibt es auch einige 3D-fähige MR-Brillen wie die Hololens, welche die Modelle direkt im Sichtfeld darstellen. Die meisten dieser Anwendungen, welche man aus den Medienkanälen kennt, und die den Eindruck vermitteln als wären sie direkt aus einem High-Tech-Entwicklungsumfeld entnommen, sind tatsächlich immer noch Marketinganwendungen oder Prototypen, welche im realen Betrieb so noch nicht eingesetzt werden, weil die technischen Hürden und auch die Prozessintegration bei Firmen noch nicht ganz soweit ist. Wie zuvor beschrieben, wird sich das aber in sehr absehbarer Zeit ändern.

(Siehe Abb. 4: VAUDE AR Experience – Quelle: lightshape)

Ein Beispiel für diesen Bereich ist die Hololens Messeanwendung von VAUDE, welche dem Benutzer die Nachhaltigkeit der VAUDE Produkte näherbringt.

- **d) Gamification**

Mit Gamification wird eine spezielle Form von spielerischer Vermittlung bezeichnet, wie sie über alle interaktiven Medien hinweg, besonders in Verbindung mit Schulungen und Technik-Kommunikation eingesetzt wird. Häufig steht dies in Verbindung mit einem Wettbewerb unter den Nutzern, oder zumindest mit einem oder mehreren virtuellen Gegenspielern. Der direkte Transfer aus der Gaming Industrie ist

offensichtlich, und die Nachfrage in dem Bereich ist derzeit riesig. Ein Ende ist momentan noch nicht in Sicht. Alle vorgegangenen Formen von Animationen können hierbei zum Einsatz kommen.

Ein Beispiel hierfür ist die VR-Installation von Harro Höfliger, welche der Verpackungsmaschinenhersteller nutzt um mehrere seiner neuen Maschinen in einem aufregenden Weltraumzenario zu präsentieren.

(Siehe Abb5: Harro Höfliger Interpack Installation – Quelle: Lightshape)

3. Wirtschaftlicher Status Quo und notwendige Schritte in Baden-Württemberg

Die Rahmenbedingungen in diesem Bereich sind in Baden-Württemberg im Ländervergleich zunächst sehr gut. Wichtige Faktoren hierfür sind:

- Eine extrem marktfähige Wirtschaftsstruktur mit starker Wachstumsrate gepaart mit einem hohen Innovationsdrang bedingen eine hohe Nachfrage in dem Bereich.
- Innovative und kreative Dienstleister haben ihren Sitz in Baden-Württemberg, die die Nachfrage bedienen können.
- Es gibt zahlreiche Bildungseinrichtungen, die qualifizierte Nachwuchskräfte ausbilden.
- Das Land beherbergt Forschungsreinrichtungen, die Pionierarbeit in dem Bereich leisten.

Dennoch gibt es einige Rahmenbedingungen die nachdenklich stimmen:

Jedes Erfolgsmodell läuft Gefahr irgendwann träge zu werden. Gerade diese neuen Technologien unterliegen aber einer immensen Dynamik und fordern permanente Flexibilität und Innovationskraft, welche auf die festen Strukturen im Land

Abb. 4: VAUDE AR Experience – Quelle: lightshape



treffen. Das birgt ein hohes Risiko, vor allem im internationalen Vergleich zurückzufallen.

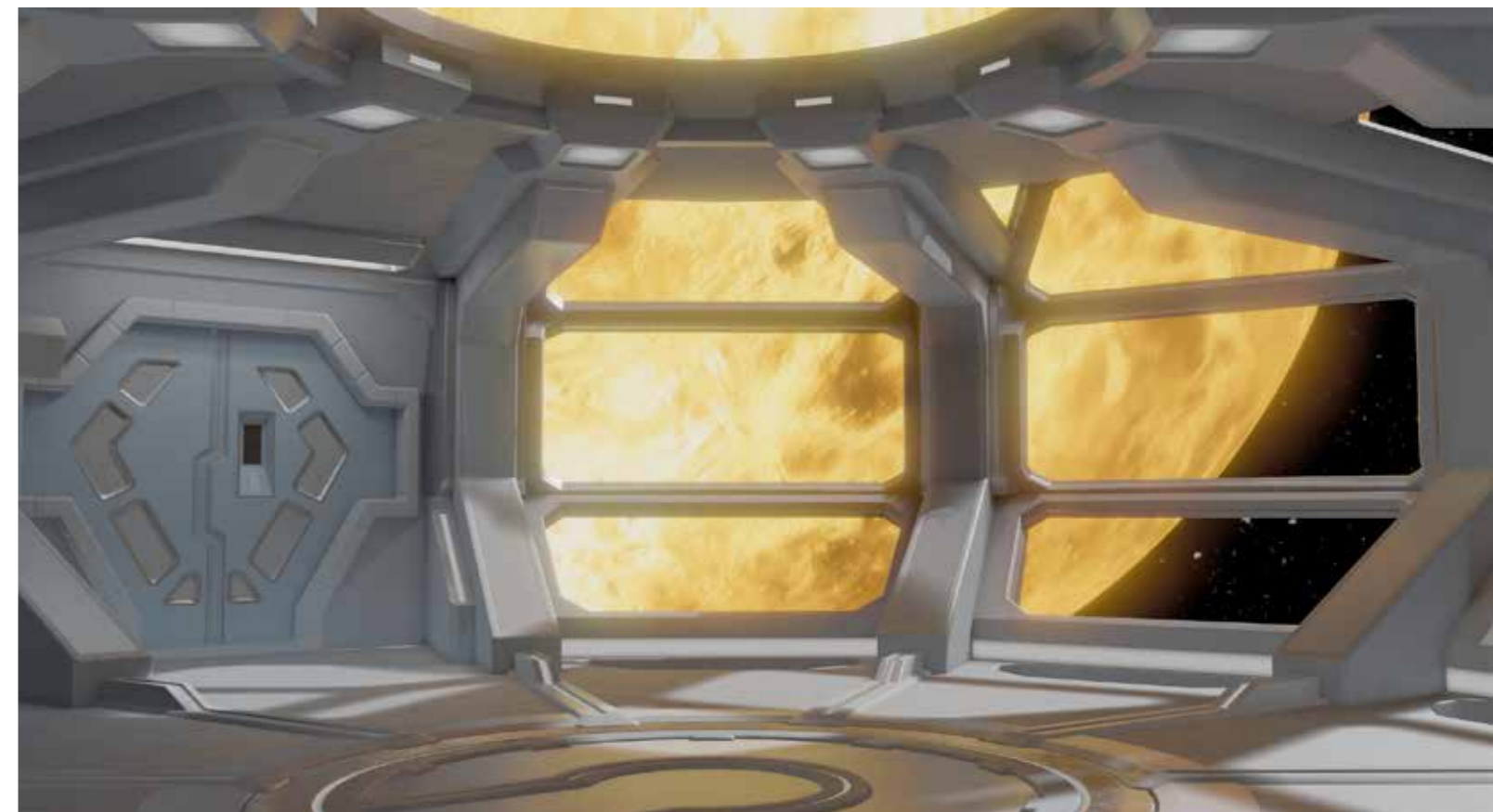
• Plattformen

Zunächst ist es wichtig sicherzustellen, dass die oben aufgeführten Tugenden auch im Land bleiben und dort weiter kultiviert werden. Um dies gewährleisten zu können, sind Plattformen nötig, welche den Austausch zwischen diesen Parteien fördern. Eine Instanz in dem Bereich ist das Virtual Dimension Center Fellbach (VDC). Der VDC hat sich mittlerweile als Deutschlands führendes Kompetenznetzwerk für virtuelles Engineering einen Namen gemacht, und sich der Aufgabe verschrieben, den Austausch zwischen Herstellern, Dienstleistern und Anwendern in diesem Segment zu fördern. In regelmäßigen Veranstaltungen mit unterschiedlichen Schwerpunkten, wird über neue Technologien oder aktuelle Problemstellungen im jeweiligen Kontext informiert bzw. diskutiert. Außerdem tritt der VDC als Netzwerk auf, welches zwischen den Parteien vermittelt.

Zwischenzeitlich zu einer weiteren Instanz gereift ist die seit 2017 jährlich in der Landeshauptstadt Stuttgart stattfindende XR Expo, welche ebenfalls vom VDC zusammen mit unserem Medien- und IT-Unternehmen Lightshape ins Leben gerufen wurde. Auf dem Tech-Event treffen Fachpublikum und Industrie zusammen. Die XR Expo bietet eine Plattform, auf der sich Anwender mit Dienstleistern und Technologieanbietern über professionelle Anwendungen und Einsatzmöglichkeiten austauschen können.

• Nachwuchskräfte

Zwar werden Nachwuchskräfte zum großen Teil gut ausgebildet, aber die erforderliche Zahl hinkt der Nachfrage deutlich hinterher. Auf dem Arbeitsmarkt konkurrieren die Global Player mit ihren eigenen Dienstleistern und kleineren Firmen in der Region, was die Entwicklung an beiden



(Abb. 5: Harro Höfliger Fachpack Installation – Quelle: lightshape)

Seiten hemmt. Diese kleineren Firmen und Dienstleister sind wichtig für das wirtschaftliche Ökosystem, da sie sich schneller auf den wandelnden Markt einstellen können. Die Wirtschaft benötigt eine sinnvolle Symbiose zwischen diesen Beteiligten um sowohl national als auch international wettbewerbsfähig zu sein.

Der Arbeitskräftemangel zieht sich allerdings auch über andere Branchen hinweg, dementsprechend scheint es erforderlich zu sein, Anreize für weitere qualifizierte Arbeitskräfte aus dem In- und Ausland zu schaffen. Besonders Software Entwickler, UI/UX-Designer, Konzepter, Informatiker und Realtime 3D Artisten sind derzeit hoch gefragt. Von Vorteil ist, dass die Ausbildungsbasis innerhalb dieser Berufe grundsätzlich ähnlich ist, was eine Adaption an die regionalen Bedürfnisse begünstigen würde.

• Möglichkeiten für junge Unternehmen

Kleineren und vor allem jungen Unternehmen mangelt es häufig an Möglichkeiten, ihre Entwicklungskosten und Ressourcen abzufedern und somit erhöht sich ihr unternehmerisches Risiko. Ein gewisses Maß an Investitionen in diese Bereiche ist jedoch essentiell, denn es ist gleichzeitig der Boden auf dem überlebensfähige Geschäftskonzepte entstehen.

Generell mangelt es an der Investitionskultur im Land um jungen Unternehmen und Start-Ups den für sie erforderlichen Rahmen zu bieten. Zwei Dinge sind essentiell für diese Firmen: Zum einen benötigen sie ausreichend liquide Mittel um neue Geschäftsmodelle erschließen zu können, und zum anderen benötigen sie den Marktzugang um sich dort nachhaltig zu positionieren.

Das Land Baden-Württemberg ist grundsätzlich bemüht seine ansässigen Firmen zu unterstützen. Es gibt etliche Angebote in Form von Förderungen und auch Informationsmöglichkeiten. Hier mangelt es aber bislang an Durchschlagskraft. Besonders für kleine und mittlere Unternehmen ist der bürokratische Aufwand hoch, und das System verfügt über eine Trägheit, welche es diesen Unternehmen schwer macht, die Vorteile daraus zu ziehen.

Es scheint noch nicht der richtige Weg gefunden zu sein, wie staatliche Unterstützung effizient in Förderprojekte fließen kann. Viele Ressourcen bleiben auf der Strecke, welche anderweitig gut eingesetzt werden könnten. Der politische Wille allein reicht nicht aus. Sofern Politiker und Beamte, die nicht über eigene unternehmerische Erfahrung verfügen, über die Zuteilung von öffentlichen Geldern entscheiden, fehlt ihnen häufig das Verständnis für die Empfänger und den marktwirtschaftlichen Druck, effizient sein zu müssen, bzw. diese Effizienz von der Verwaltung einzufordern.

Die große Herausforderung ist es eine effektive Kombination aus marktwirtschaftlichen Komponenten und politischem Willen zu finden, die sich auch mit unseren gesellschaftlichen Prinzipien vereinbaren lassen.



**Aktuelle Rahmenbedingungen
für die Animation
in der Region Stuttgart und
Baden-Württemberg**

Übersicht über Modelle der Filmförderung und ihre Effekte im Vergleich



von Christian Hünemörder

MFG Filmförderung mit Schwerpunkt Animation, VFX, Games und interaktive Medien

Seit Gründung der **Filmakademie Baden-Württemberg** im Jahr 1991 und der **MFG Filmförderung** im Jahr 1995 hat sich das Thema **Animation** als wichtige Säule der Kreativwirtschaft in Baden-Württemberg etabliert.

Die MFG Filmförderung¹ fördert die Produktion von Kino- und Fernsehfilmen. Hinzu kommen die Förderbereiche Drehbuch, Produktionsvorbereitung, Verleih, Vertrieb und Kino. Flankiert wird dies von Beratungs- und Betreuungsangeboten für Filmschaffende. Wichtige Schwerpunkte der Filmförderung sind die Bereiche VFX und Animation. Dazu gehört auch die Unterstützung des **Animation Media Clusters Region Stuttgart (AMCRS)**.

Animation schließt in dieser Studie den künstlerischen Animationsfilm, die Visual Effects, die Herstellung von Games sowie die angewandte Animation, sprich Virtual Reality, Augmented Reality und weitere, interaktive Medien mit ein.

2009 wurde die **Clusterinitiative Animation Media Cluster Region Stuttgart (AMCRS)** gegründet. Sie vertritt aktuell 26 Mitglieder². Die Line Producer Förderung wurde 2014 als Maßnahme zur gezielten Förderung von VFX-Dienstleistern etabliert und erstmals in 2015 für zwei Projekte bewilligt.

Im Jahr 2018 wurden für insgesamt 300 (Film-)Projekte Fördermittel bewilligt. Dies entspricht ungefähr dem Wert des Vorjahrs. Davon wurden ca. 20 Animationsprojekte mit einem Volumen von knapp 4,3 Mio. Euro gefördert.

Außerdem wurde die **Weiterentwicklung** des Filmstandortes mit Standortpräsentationen, Preisvergaben, Professionalisierungsmaßnahmen, Vernetzung und Fachtagungen, Markterschließungs- oder begleitenden Vermarktungsmaßnahmen vorangetrieben.

Das **Jahresbudget** der MFG Filmförderung 2018 wird auf **15 Mio. Euro** beziffert. Davon wurden mit ca. 10,2 Mio. Euro **52 Filmprojekte** in der Herstellung unterstützt, ähnlich wie im Vorjahr 2017 mit 50 Projekten und 9,7 Mio. Euro.

Für die sonstigen Maßnahmen wurden ca. 1,3 Mio. Euro für insgesamt **54 Filmprojekte** aufgewendet (Drehbuchentwicklung, Produktionsvorbereitung, Postproduktion, Verleih und Vertrieb), gleich viel wie im Vorjahr, aber mit einem Volumen in 2017 von 1,5 Mio. Euro.

Die Grundlagen für die einzelnen Förderarten werden in der **Vergabeordnung**³ vom 13.10.2014 geregelt.

Die Projekte werden teilweise von baden-württembergischen und teilweise von Produzenten außerhalb Baden-Württembergs mit oder ohne Zweigniederlassungen in Baden-Württemberg durchgeführt.

Geförderte Projekte in Baden-Württemberg 1995-2009 und 2014-2018

In den ersten 15 Jahren der MFG Filmförderung wurden laut Broschüre „**Animation Media**“⁴ aus 2010 ca. 100 Animationsfilme und -serien mit einer Fördersumme von rund 6 Mio. Euro gefördert:

| Jahr | Drehbuch-förderung | | Projekt-entwicklung | | Produktions-förderung | | Vertriebs-förderung | | gesamt | |
|------|--------------------|-----|---------------------|-----|-----------------------|-------|---------------------|-----|--------|-------|
| | P | T€ | P | T€ | P | T€ | P | T€ | P | T€ |
| 1995 | 1 | 3 | 0 | 0 | 3 | 103 | 0 | 0 | 4 | 106 |
| 1996 | 1 | 10 | 1 | 8 | 1 | 23 | 0 | 0 | 3 | 41 |
| 1997 | 0 | 0 | 1 | 37 | 6 | 602 | 0 | 0 | 7 | 639 |
| 1998 | 2 | 11 | 0 | 0 | 3 | 304 | 1 | 4 | 6 | 319 |
| 1999 | 0 | 0 | 0 | 0 | 4 | 135 | 1 | 15 | 5 | 150 |
| 2000 | 1 | 20 | 1 | 15 | 7 | 151 | 0 | 0 | 9 | 186 |
| 2001 | 1 | 12 | 1 | 51 | 5 | 114 | 0 | 0 | 7 | 177 |
| 2002 | 1 | 12 | 0 | 0 | 4 | 285 | 0 | 0 | 5 | 297 |
| 2003 | 1 | 23 | 1 | 70 | 9 | 902 | 0 | 0 | 11 | 995 |
| 2004 | 2 | 47 | 2 | 118 | 1 | 7 | 0 | 0 | 5 | 172 |
| 2005 | 1 | 16 | 0 | 0 | 8 | 735 | 0 | 0 | 9 | 751 |
| 2006 | 1 | 23 | 2 | 190 | 4 | 88 | 1 | 7 | 8 | 228 |
| 2007 | 0 | 0 | 2 | 78 | 4 | 341 | 2 | 118 | 8 | 537 |
| 2008 | 0 | 0 | 1 | 60 | 2 | 270 | 0 | 0 | 3 | 330 |
| 2009 | 0 | 0 | 1 | 40 | 3 | 364 | 1 | 50 | 5 | 954 |
| ges. | 12 | 177 | 13 | 587 | 64 | 4.924 | 6 | 194 | 95 | 5.882 |

Pro Jahr wurden somit in den einzelnen **Förderarten** wie folgt Fördermittel investiert:

| | |
|----------------------|---------------------------|
| Drehbuchentwicklung | ca. 12.000 Euro pro Jahr |
| Projektvorbereitung | ca. 40.000 Euro pro Jahr |
| Produktionsförderung | ca. 330.000 Euro pro Jahr |
| Vertriebsförderung | ca. 13.000 Euro pro Jahr |

Die MFG Filmförderung⁵ verfügte nach einer finanziellen Aufstockung im Jahr **2000** über 7,21 Mio. Euro Filmfördermittel, nach Einsparungen in **2007** lediglich nur noch über 4,3 Mio. Euro Fördermittel. **2010** lag das Gesamtbudget der MFG bei ca. 15 Mio. Euro, wovon ca. knapp 10 Mio. Euro für den Bereich der Filmförderung zur Verfügung standen.

In den Jahren **2014** bis **2018** hat sich die Fördersituation⁶ wie folgt entwickelt (siehe Abbildung 1, S.86)

Übersicht MFG Filmförderung Verleih- und Vertriebsförderung *) 01.04.19

| Quelle: Pressemitteilungen | Eingereicht | Gesamt-volumen | Gesamtanzahl Projekte | Anteil Animation an Förderzusagen | Verleih/Vertrieb inkl. Referenzmittel | |
|----------------------------|-------------|----------------|-----------------------|-----------------------------------|---------------------------------------|-----------|
| | | | | | Anz | Betrag |
| 181126 | 2018 | 240.000 € | 8 | 60,42% | 3 | 145.000 € |
| 180726 | 2018 | 152.500 € | 7 | 0,00% | 0 | - € |
| 180320 | 2018 | 150.500 € | 6 | 29,90% | 1 | 45.000 € |
| 171128 | 2017 | 250.000 € | 7 | 12,28% | 1 | 30.700 € |
| 170808 | 2017 | 210.000 € | 9 | 0,00% | 0 | - € |
| 170322 | 2017 | 80.000 € | 8 | 62,50% | 1 | 50.000 € |
| 161123 | 2016 | 180.000 € | 11 | 0,00% | 0 | - € |
| 160726 | 2016 | 170.000 € | 9 | 0,00% | 0 | - € |
| 160323 | 2016 | 160.000 € | 11 | 0,00% | 0 | - € |
| 151119 | 2015 | 170.000 € | 9 | 0,00% | 0 | - € |
| 150730 | 2015 | 150.000 € | 6 | 20,00% | 1 | 30.000 € |
| 150324 | 2015 | 197.000 € | 9 | 0,00% | 0 | - € |
| 141128 | 2014 | 165.000 € | 6 | 21,21% | 1 | 35.000 € |
| 140723 | 2014 | 240.000 € | 11 | 18,68% | 1 | 44.842 € |
| 140326 | 2014 | 121.000 € | 7 | 0,00% | 0 | - € |
| | | 2.636.000 € | 124 | 15,00% | 9 | 380.542 € |
| Durchschnitt pro Jahr | | 527.200 € | 24,8 | | 1,8 | 76.108 € |

*) Quellen: Pressemitteilungen der MFG Filmförderung Baden-Württemberg

Pro Jahr wurden demnach im Zeitraum der letzten fünf Jahre in den einzelnen Förderarten wie folgt Fördermittel vergeben:

| | |
|----------------------|---|
| Drehbuchentwicklung | ca. 23.000 Euro pro Jahr |
| Projektvorbereitung | ca. 180.000 Euro pro Jahr |
| Produktionsförderung | ca. 3.580.000 Euro pro Jahr inkl. der Filme mit hohem VFX-Anteil, abzüglich der Line Producer Förderung für Visual Effects-Dienstleister mit ca. 300.000 € und durchschnittlich knapp zwei Projekten pro Jahr |
| Vertriebsförderung | ca. 75.000 Euro pro Jahr |

Der Anteil am Gesamtbudget von ca. 53 Mio. Euro innerhalb der letzten fünf Jahre für Animationsfilme (Künstlerischer Animationsfilm und VFX - ohne Digital Content Funding) liegt bei der Produktionsförderung bei ca. einem Drittel und stellt somit einen wichtigen Schwerpunkt der Filmförderung dar.

Übersicht über die Förderbereiche in Baden-Württemberg

Schaut man sich einzelne Bereiche an, so zeigt sich folgendes Bild:

- Im Bereich der **Produktionsförderung**, sprich der Förderung des künstlerischen Animationsfilms inkl. Filme mit hohem VFX-Anteil und der Förderung reiner VFX-Dienstleistungen durch die Line Producer Förderung, hat sich eine deutliche Budgetsteigerung ergeben. In 2018 wurden ca. 12 Produktionsförderungen bewilligt. Line Producer Förderungen gab es keine.

| Quelle: Pressemitteilung | Ereignis | Gesamtvolumen | Gesamtanzahl Projekte | Anteil Animation an Fördersummen | anteiliges Volumen für den Bereich Animation | Drehbuchförderung | | Projektvorbereitung | | Produktionsförderung künstlerischer Animationsfilm (inkl. Filme mit hohem VFX-Anteil) | | Produktionsförderung Line Producer Förderung | |
|--------------------------|----------|---------------------|-----------------------|----------------------------------|--|-------------------|------------------|---------------------|------------------|---|---------------------|--|--------------------|
| | | | | | | Anz | Betrag | Anz | Betrag | Anz | Betrag | Anz | Betrag |
| 190129 | 2018 | 4.900.000 € | 20 | 46,94% | 2.300.000 € | 0 | - € | 0 | - € | 5 | 2.300.000 € | 0 | - € |
| 181008 | 2018 | 3.700.000 € | 23 | 41,49% | 1.535.200 € | 1 | 15.200 € | 2 | 140.000 € | 5 | 1.380.000 € | 0 | - € |
| 180424 | 2018 | 3.400.000 € | 22 | 12,94% | 440.000 € | 0 | - € | 1 | 130.000 € | 2 | 310.000 € | 0 | - € |
| 180124 | 2017 | 3.500.000 € | 16 | 33,43% | 1.170.000 € | 0 | - € | 1 | 100.000 € | 4 | 1.070.000 € | 0 | - € |
| 171016 | 2017 | 3.700.000 € | 28 | 42,31% | 1.565.384 € | 0 | - € | 1 | 100.000 € | 4 | 1.145.000 € | 2 | 320.384 € |
| 170427 | 2017 | 3.400.000 € | 21 | 1,18% | 40.000 € | 0 | - € | 0 | - € | 1 | 40.000 € | 0 | - € |
| 170206 | 2016 | 2.900.000 € | 17 | 52,06% | 1.509.645 € | 0 | - € | 1 | 75.000 € | 2 | 650.000 € | 5 | 784.645 € |
| 161005 | 2016 | 3.300.000 € | 26 | 21,74% | 717.500 € | 1 | 27.500 € | 1 | 90.000 € | 2 | 600.000 € | 0 | - € |
| 160510 | 2016 | 3.600.000 € | 25 | 38,89% | 1.400.000 € | 0 | - € | 0 | - € | 4 | 1.400.000 € | 0 | - € |
| 160122 | 2015 | 3.000.000 € | 16 | 25,58% | 767.250 € | 1 | 17.250 € | 0 | - € | 1 | 750.000 € | 0 | - € |
| 151008 | 2015 | 4.000.000 € | 23 | 42,50% | 1.700.000 € | 1 | 30.000 € | 1 | 70.000 € | 4 | 1.600.000 € | 0 | - € |
| 150429 | 2015 | 3.450.000 € | 19 | 36,88% | 1.272.485 € | 0 | - € | 1 | 92.755 € | 3 | 729.730 € | 2 | 450.000 € |
| 150127 | 2014 | 3.200.000 € | 16 | 59,38% | 1.900.000 € | 0 | - € | 1 | 100.000 € | 4 | 1.800.000 € | 0 | - € |
| 140919 | 2014 | 2.800.000 € | 15 | 26,64% | 746.000 € | 1 | 25.000 € | 0 | - € | 2 | 721.000 € | 0 | - € |
| 140507 | 2014 | 3.700.000 € | 17 | 50,00% | 1.850.000 € | 0 | - € | 0 | - € | 4 | 1.850.000 € | 0 | - € |
| | | 52.550.000 € | 304 | 35,46% | 18.913.464 € | 5 | 114.950 € | 10 | 897.755 € | 47 | 16.345.730 € | 9 | 1.555.029 € |
| Durchschnitt pro Jahr | | 10.510.000 € | 61 | | 3.782.693 € | 1 | 22.990 € | 2 | 179.551 € | 9,4 | 3.269.146 € | 1,8 | 311.006 € |

*) Quellen: Pressemitteilungen der MFG Filmförderung Baden-Württemberg

Abbildung 1

- Die **Entwicklung** von Animationsfilmen, sprich die Schaffung von immateriellen Vermögenswerten – Intellectual Properties (IPs)⁷ vergleichbar mit Patenten - hat sich nicht weiterentwickelt. In 2018 wurde lediglich ein Projekt bewilligt.
- Das **Packaging** - vergleichbar mit einer Prototypenentwicklung in der produzierenden Industrie sowie auf dieser Basis die Akquise von Finanzierungsmitteln und -partnern hat sich fast nicht weiterentwickelt. In 2018 wurden insgesamt ca. drei Projekte für Maßnahmen in der Produktionsvorbereitung gefördert.
- Der **Verleih/Vertrieb** - insbesondere regionales, nationales und internationales Marketing - hat sich fast nicht weiterentwickelt. Ca. 4 Projekte wurden für Verleih- und Vertriebsmaßnahmen gefördert.

Übersicht über die Förderarten

Produktionsförderung

Die lt. Filmfacts 01.2019 in 2018 verausgabten **10,2 Mio. Euro Produktionsfördermittel** (Dokumentarfilm, Spielfilm, Animation) sollen einen wirtschaftlichen Effekt in Baden-Württemberg von ca. 23 Mio. Euro auslösen, was einem Prozentsatz von ca. 230% entspricht. 120% werden lt. Vergabeordnung in der Regel gefordert. Andere Landesfilmförderungen liegen zwischen 100% und 150%.

Laut Bericht des **Rechnungshofes** Baden-Württemberg aus

2018⁸ ergibt sich bei der Rückzahlung von Filmfördermitteln der Produktionsförderung im Zeitraum von 2003-2013 eine **Tilgungsquote von nur 2%** der Filmfördermittel, d.h. dass die erfolgsbedingt rückzahlbaren Filmförder-Darlehen nahezu ausschließlich als Zuschüsse eingestuft werden müssen.

Die MFG kann Kinofilme je nach Höhe der deutschen Herstellungskosten von **50% bis max. 70%** als bedingt rückzahlbares Darlehen bis **max. 1 Mio. Euro** finanzieren. Im Ausnahmefall kann auch ein Zuschuss mit max. **50%** und **max. 250.000 Euro** bzw. mit **max. 30%** und **max. 600.000 Euro** gewährt werden. Bei reinen **Fernsehproduktionen** sind **max. 30%** und im Ausnahmefall ein Zuschuss in Höhe von **max. 20%** bzw. **max. 150.000 Euro** möglich. Bei Vorhaben, bei denen sich die **Nachwuchsförderung** in besonderem Maß realisieren lässt, kann das Darlehen bis zu **max. 70%** betragen. Die Förderungszusage erlischt in der Regel, wenn die vollständige Finanzierung nicht **innerhalb von 12 Monaten** nach dem Zeitpunkt der Bewilligung nachgewiesen wird. Grundsätzlich ist vom Produzenten / von den Koproduzenten (ausgenommen TV-Sendern) ein **Eigenanteil von mind. 5%** zu erbringen. Bei Nachwuchsprojekten können Ausnahmen gemacht werden.

Line Producer Förderung

Der Effekt bei der sogenannten **Line Producer Förderung** für Kinofilme oder internationale Fernsehproduktionen, mit der insbesondere VFX-Dienstleister unterstützt werden, ist noch deutlich höher als bei der Produktionsförderung:

2018 wurden zwei Projekte mit insgesamt 200.000 Euro gefördert, mit zwei Projekten deutlich weniger als im Vorjahr, aber mit einem Baden-Württemberg-Effekt in Höhe von 1.000.000 Euro. Als **Line Producer** gelten Firmen, die aufgrund eines Dienstleistungsvertrags von einer auftraggebenden Filmproduktionsfirma mit der Realisierung definierter Produktionsabschnitte, -teilbereiche und/oder -gewerke beauftragt sind und in Bezug auf deren (Teil-)Herstellungskosten wirtschaftlich und organisatorisch einem Koproduzenten vergleichbar verantwortlich zeichnen und diese selbst durchführen und/oder durch Dritte durchführen lassen.

Vergleichbar ist dieses Modell mit weltweit bestehenden **Anreizmodellen**, die mittlerweile im internationalen Wettbewerb dazu dienen, Großproduktionen in die jeweiligen Produktionsregionen zu locken, um die bestehenden Strukturen (Personal, Technik, Studios, Dienstleistungen) auszulasten und das Knowhow sowie das Produktionsvolumen auszubauen.

Drehbuchförderung

Für die Herstellung von Drehbüchern kann ein erfolgsbedingt rückzahlbares Darlehen beantragt werden, das im Falle der Verfilmung des Drehbuchs an die Filmförderung zurückgezahlt wird. Antragsberechtigt sind Autorinnen/Autoren und Produzentinnen/Produzenten. Die Voraussetzungen für die Förderungen entsprechen im weitesten Sinne denen der Produktionsförderung. Die Förderart soll die Drehbuchentwicklung für die Genres Spielfilm, Serie, Animationsfilm und Kurzfilm ermöglichen.

Projektvorbereitungsförderung

Für vorbereitende Maßnahmen zur Herstellung von Kino- und Fernsehfilmen kann ein erfolgsbedingt rückzahlbares Darlehen auf Basis eines bereits erstellten Drehbuchs beantragt werden, das im Fall der Verwertung zurückzuzahlen ist. Antragsberechtigt sind Produzentinnen/Produzenten. Die Voraussetzungen für die Förderungen entsprechen im weitesten Sinne denen der Produktionsförderung. Von den Gesamtvorbereitungskosten können **max. 80%** der Gesamtkosten und **max. 150.000 Euro** gefördert werden.

In Ausnahmefällen kann für die **Entwicklung mehrerer Kino- und/oder Fernsehprojekte** und/oder für Bewerbungen/Wettbewerbe um TV Auftragsproduktionen Projektvorbereitungsförderung gewährt werden (**Incentive Funding**).

Verleih- und Vertriebsförderung

Gefördert werden können Verleih- und Vertriebsmaßnahmen für Filme und für besondere weiterführende Maßnahmen im Bereich Verleih und Vertrieb. Die Förderung wird als bedingt rückzahlbares Darlehen gewährt. Sie kann in der Regel bis zu **50% der Verleihvorkosten oder Vertriebsvorkosten** betragen, **höchstens jedoch 150.000 Euro**. Die Rückzahlung des Darlehens erfolgt in der Regel aus allen Erlösen nach Abzug bzw. Refinanzierung der jeweils nach Maßgabe des jeweiligen Förderungsvertrages anerkannten Positionen. Die Verleih-/

Vertriebsunternehmen können innerhalb eines bestimmten Zeitraums die von ihnen zurück gezahlten Beträge als **Referenzmittel** für den Verleih oder Vertrieb eines neuen Projektes nach Maßgabe der Regelungen des jeweiligen Förderungsvertrages beantragen.

Digital Content Funding

Die MFG Baden-Württemberg unterstützt mit dem DCF die Entwicklung und Vermarktung **interaktiver digitaler Projekte** mit dem Ziel, die Games-Branche in Baden-Württemberg zu stärken.

Die Entwickler beantragen beim DCF für ihr Game, ihre VR-, AR- oder mobile Anwendung **bis zu 20.000 oder bis zu 200.000 Euro**, abhängig von der Phase ihres Projekts. Sie erhalten die Fördersumme als erlösbedingt rückzahlbares, zinsloses Darlehen (und selten als Zuschuss). Förderfähig sind interaktive digitale Inhalte, zum Beispiel anspruchsvolle Computer- und Videospiele. Die Projekte müssen unter anderem kulturellen Mehrwert, Innovation und Marktpotenzial aufweisen.

2018 wurden mit dem Förderprogramm DCF – **Digital Content Funding⁹** – Projekte im Bereich Games, Apps, Mobile Virtual und Augmented Reality mit einem Gesamtfördervolumen von ca. 600.000 Euro gefördert. Dazu kamen noch ca. 220.000 Euro Sondermittel aus der Digitalisierungsstrategie des Landes Baden-Württemberg für Virtual Reality Projekte.

Übersicht des Gesamtvolumens der geförderten Projekte in 2018¹⁰:

| | |
|-----------------------|--------------|
| Konzeptförderung: | 8.000 Euro |
| Produktionsförderung: | 509.000 Euro |
| Prototypenförderung: | 349.816 Euro |

Vorrangiges Ziel des DCF ist die **Generierung digitaler Intellectual Property (IP)**. Die Akteure sollen mit der Förderung dabei unterstützt werden, eigenen Content zu entwickeln und diesen eigenständig und unabhängig verwerten zu können.

Darüber hinaus bietet die MFG Baden-Württemberg unter dem Label **Games BW** Veranstaltungen für die Gamesbranche an wie z.B. den Gemeinschaftsstand baden-württembergischer Games-Unternehmen auf der Gamescom und die Veranstaltungsreihe Open Stage Games BW.

Die Ausstattung mit Filmfördermitteln im Vergleich der Bundesländer

Filmstiftung NRW¹¹

„Mit **35,86 Mio. Euro** förderte die **Film- und Medienstiftung NRW** im Jahr 2018 insgesamt 376 Projekte zur Entwicklung, Produktion und Verwertung von Film, Serien, Games und Online-Content. Davon gingen 21,4 Mio. Euro an 59 Kinofilme und 7,9 Mio. Euro an 13 Serien und TV-Events, rund 529.000 Euro gingen in Drehbuch- und Projektentwicklung sowie Entwicklungsstipendien, 1,7 Mio. Euro an Verleih und Vertrieb, 1,7 Mio. Euro in innovative Förderprogramme, 26 Games- bzw. Forma-

tentwicklungen. Außerdem wurden 27 Festivals, Filmpräsentationen und Standortprojekte mit 892.000 Euro unterstützt. Für Aus- und Weiterbildung konnte die Filmstiftung darüber hinaus 1,06 Mio. Euro bereitstellen, knapp 1,79 Mio. Euro Förderung kamen über das Creative Europe-Programm nach NRW. Nachdem das Land NRW seine Mittel für die Film- und Medienstiftung bereits Anfang 2018 um 2,5 Mio. Euro gegenüber dem Vorjahr erhöht hatte, beträgt die Landesbeteiligung ab 2019 nun 17,5 Mio. Euro, die höchste seit der Gründung der Filmstiftung im Jahr 1991.“

FFF FilmFernsehFonds Bayern¹²

„Der **FFF Bayern** ist die zentrale Anlaufstelle für die Film- und Gamesförderung in Bayern. Mit einem Fördervolumen von etwa **37 Millionen Euro** jährlich stärkt der FFF eine gewachsene Film- und Gamesindustrie an einem der führenden Medienstandorte Deutschlands. Mit einer Gesamtsumme von **36,9 Mio. Euro** förderte der FFF Bayern im vergangenen Jahr neue Projekte. Dies ist die zweithöchste in seiner Geschichte. Von den Fördermitteln flossen 22,5 Mio. Euro, das heißt mehr als 60 Prozent der Gesamtsumme in die Produktion von Kinofilmen. Fünf FFF-geförderte Produktionen wurden Besuchermillionäre. Mit knapp 2 Mio. Euro wurden 24 Games gefördert und damit deutlich mehr als bisher.“

Medienboard Berlin-Brandenburg¹³

„ (...) Die Filmbranche ist ein starker Wirtschaftsmotor für die Region, von dem auch Handwerksbetriebe, Logistikunternehmen, Gastronomie, Hotellerie - und der Filmtourismus profitieren. Der Regionaleffekt hat sich in 15 Jahren von 260% auf heute 500% fast verdoppelt: Führten im Gründungsjahr 23,3 Mio. Euro Filmförderung zu Investitionen in Höhe von 60,5 Mio. Euro, lösen 2018 **31,6 Mio. Euro** Rekordförderersumme Ausgaben von knapp 150 Mio. Euro in der Region aus.

Die aktuelle Produzentenstudie bestätigt: Berlin ist Filmstandort Nr. 1, hat das höchste Kino-Produktionsvolumen und ist Deutschlands attraktivster Standort. 8 aktuelle Oscar-Nominierungen sprechen für sich. Kein Wunder also, dass der Serienboom hier voll eingeschlagen hat: Rund 10 neue HighEnd Serien, die im vergangenen Jahr in der Hauptstadtregion entstanden sind, lassen die Drehzahl in die Höhe schnellen. (...) In den 15 Jahren seit **Medienboard**-Gründung 2004 hat der Geschäftsbereich Filmförderung knapp 374 Mio. Euro an 3.373 Projekte vergeben. (...) Die geförderten Filmproduktionen haben insgesamt 1,6 Mrd. Euro und damit mehr als das Vierfache des Förderbetrags in der Region ausgegeben.“

MDM Mitteldeutsche Medienförderung¹⁴

„Mit über **15,8 Mio. Euro** hat die **Mitteldeutsche Medienförderung** im 20. Jahr ihres Bestehens die Entwicklung, Produktion und Auswertung von insgesamt 174 Film- und Medienprojekten in der Region gefördert. Fast elf Millionen Euro hiervon bewilligte der MDM-Vergabeausschuss für die Produktion von 54 Kino- und Fernsehfilmen. Den mehr als 15 Mio. Euro Fördergeldern stehen Ausgaben von rund 30 Mio. Euro in Sachsen, Sachsen-Anhalt und Thüringen gegenüber. Der Regional-

effekt lag damit erneut bei fast 200 Prozent. (...) Zu den Förderschwerpunkten gehörten auch 2018 starke deutsche Spielfilme und Serien, internationale Koproduktionen, Dokumentar- und Animationsfilme sowie Projekte im Bereich der Neuen Medien.“

Filmförderung Hamburg – Schleswig-Holstein¹⁵

„Ca. **12,5 Mio. Euro** hat die **Filmförderung Hamburg Schleswig-Holstein** im Jahr 2018 in die Förderung von Film- und Fernsehproduktionen gesteckt. Insgesamt 173 Zusagen verstecken sich hinter den 12.536.000 Euro Fördermitteln. Die Zusagen gab es für alle Schritte des Filmmachens: Vom ersten Drehbuchentwurf über die Produktion des Films bis hin zu Verleih, Vertrieb und Festivalpräsentation des fertigen Werks. Drei Viertel der Fördermittel fließen in die Produktion von Kinofilmen. In Zahlen ausgedrückt sind das 9.618.000 Euro und 48 Kinofilme, die sich wie folgt aufteilen: 30 Spielfilme, 10 Dokumentarfilme, 6 Kurzfilme, 2 Experimentalfilme.“

Hessische Filmförderung¹⁶

„(...) Im Jahr 2017 standen den Filmschaffenden und hessischen Filminstitutionen zehn Mio. Euro an Fördermitteln zur Verfügung. In diesem Jahr (Anm: 2018) haben wir die Förderung auf **11,5 Mio. Euro** aufgestockt, um noch mehr Filmproduktionen, Kinos und Festivals unterstützen zu können (...)“

Nordmedia¹⁷

„(...) Die nordmedia Film- und Mediengesellschaft hat auch in 2018 wieder maßgeblich dazu beigetragen, dass dieser kollektive Traum in Niedersachsen und Bremen einen kraftvollen Nährboden findet. Dafür stehen nicht nur 225 Projekte und insgesamt 9,46 Mio. Euro Fördermittel. Auch 62 Preise für 30 Projekte belegen die besondere Qualität der geförderten Film- und Fernsehproduktionen.“

„Deutliche Unterschiede bei der Priorisierung einer Zukunftsbranche innerhalb der Bundesländer“

NRW, Bayern und **Berlin** nehmen somit die Spitze der Länderförderungen ein mit deutlich über 30 Mio. Euro Fördervolumen pro Jahr. Mit ungefähr 10-15 Mio. Euro Jahresetaz nehmen die **MDM**, die **MFG**, die **HESSENFILM** und die **FFHS** das Mittelfeld ein. Die MFG konnte sich somit vom Schlusslicht in 2007 in eine mittlere Position bringen. Im unteren Drittel mit unter 10 Mio. Euro Fördervolumen liegt die **Nordmedia** für Niedersachsen und Bremen.

Im Vergleich steht Baden-Württemberg mit 15,1% an dritter Stelle beim **Bruttoinlandsprodukt 2017**. Nordrhein-Westfalen steht an erster Stelle mit 21,2% und Bayern an zweiter mit 18,2%. Hessen steht an fünfter Stelle mit 8,6%, Rheinland-Pfalz mit 4,4% an sechster und Berlin mit 4,2% an siebter Stelle.

Vergleich 2007-2018

| | 2007 ¹⁸ (nur Produktionsförderung) | 2018 (all Förderarten) |
|--|--|--|
| Filmstiftung Nordrhein-Westfalen | 29,0 Millionen Euro | Kino: 21,4 Mio Serie/TV-Event: 7,9 Mio Entwicklung: 529 T Euro Verleih/Vertrieb: 1,7 Mio Euro |
| FilmFernsehFonds Bayern | 23,5 Millionen Euro | Kino: 22,5 Mio Int. Co-Prod: 5,6 Mio Line Producer: 1,6 Mio Serie/TV-Event: 4,5 Mio Nachwuchs: 1,6 Mio Online: 248 T Euro Games: 2 Mio |
| Medienboard Berlin-Brandenburg | 23,2 Millionen Euro | Kino: ca. 12 Mio Int. Co-Prod: 7,4 Mio Serie/TV-Event: 5,2 Mio Nachwuchs: 2,6 Mio Entwicklung: 703 T Euro Verleih/Vertrieb: 2,3 Mio New Media: 2,9 Mio |
| Mitteldeutsche Medienförderung | 14,2 Millionen Euro | Kino: ca. 7 Mio Nachwuchs: 2 Mio Entwicklung: 942 T Euro Verleih/Vertrieb: 1,234 Mio New Media: 582 T Euro Paketförderung: 850 T Euro |
| Nordmedia | 9,2 Millionen Euro | Kino: ca. 7 Mio Entwicklung: 530 T Euro Verleih/Vertrieb: 393 Mio New Media: 172 T Euro |
| Filmförderung Hamburg Schleswig-Holstein | 7,7 Millionen Euro | Kino: 9,6 Mio TV: 455 T Euro Entwicklung: 687 T Euro Nachwuchs: 900 T Euro Verleih/Vertrieb: 719 Mio |
| MFG Medien- und Filmgesellschaft BW | 4,3 Millionen Euro | Kino/TV: 10,2 Mio Entwicklung/Verleih/Vertrieb: 1,3 Mio New Media: 820 T € |

Quelle: Pressemitteilungen und Jahresberichte der Länderförderungen

Laut Landtagsanfrage¹⁹ aus 2009 wurden 2009 die Fördermittel um 3 Mio. Euro aufgestockt. In 2010 sei eine Aufstockung um weitere 5 Mio. Euro geplant. Laut Landtagsanfrage²⁰ aus 2011 lag die Höhe der Produktionsförderung in 2010 bei **10,342 Mio. Euro** und 2011 bei **9,37 Mio. Euro**. **2015** wurden die Fördermittel für die Produktionsförderung²¹ um rund 1 Mio. Euro auf **10,4 Mio. Euro** mit Fokus auf den Animationsbereich aufgestockt.

Die Höhe der Produktionsförderung ist somit **seit knapp 8 Jahren nahezu gleichbleibend**.

Internationaler Vergleich von Anreizmodellen mit dem Schwerpunkt Animation

In der EU gibt es unterschiedliche Fördermechanismen, die in der Studie „Wirtschaftliche Bedeutung der Filmindustrie“²² aus 2017 aufgeführt werden und aus der wir zum Thema „Anreizmodelle“ in der folgenden Passage auszugsweise zitieren:

- Klassische Filmförderung (u.a. MFG Filmförderung, FFA Filmförderanstalt)
- Anreizmodelle (u.a. Deutscher FilmFörderFonds)
- Staatliche Bürgschaften
- Verpflichtungen von TV-Veranstaltern zur Investition bzw. Ausstrahlung von Filmen

Das Hauptziel der Anreizmodelle ist, **nationale** und **internationale** Produktionen an den jeweiligen Standort zu holen. Des-

halb sind die Förderbedingungen stark an die Art und Höhe der **Produktionskosten**, die vor Ort ausgegeben werden („regional spend“), gebunden. Für die klassische Filmförderung sind vorrangig andere Kriterien wie u.a. die kulturelle Bedeutung oder der inhaltliche Bezug zum Standort ausschlaggebend.

Anreizmodelle wurden erstmalig in Kanada 1995 und zwei Jahre später in Großbritannien eingeführt. Ihre Einführung hatte weltweit eine verstärkte Konkurrenz zwischen Filmproduktionsstandorten zur Folge. Ein wichtiger Faktor bei der Nutzung solcher Modelle ist, dass sich diese sowohl kurz- als auch langfristig **selbst finanzieren**.

Klare Vorteile für die Produzenten sind die Berechen- und Planbarkeit aufgrund der automatisierten Förderbedingungen und der Unabhängigkeit von Jury-Entscheidungen. In einzelnen Ländern können diese **wirtschaftlichen** Förderungen mit **kulturellen** Förderungen und **weiteren Anreizmodellen** kombiniert werden.

Die **wirtschaftlichen Auswirkungen** dieser Anreizmodelle, die nur zum Teil auf steuerbasierte Systeme bauen, sind vielfältig und finden gleichzeitig auf mehreren Ebenen statt:

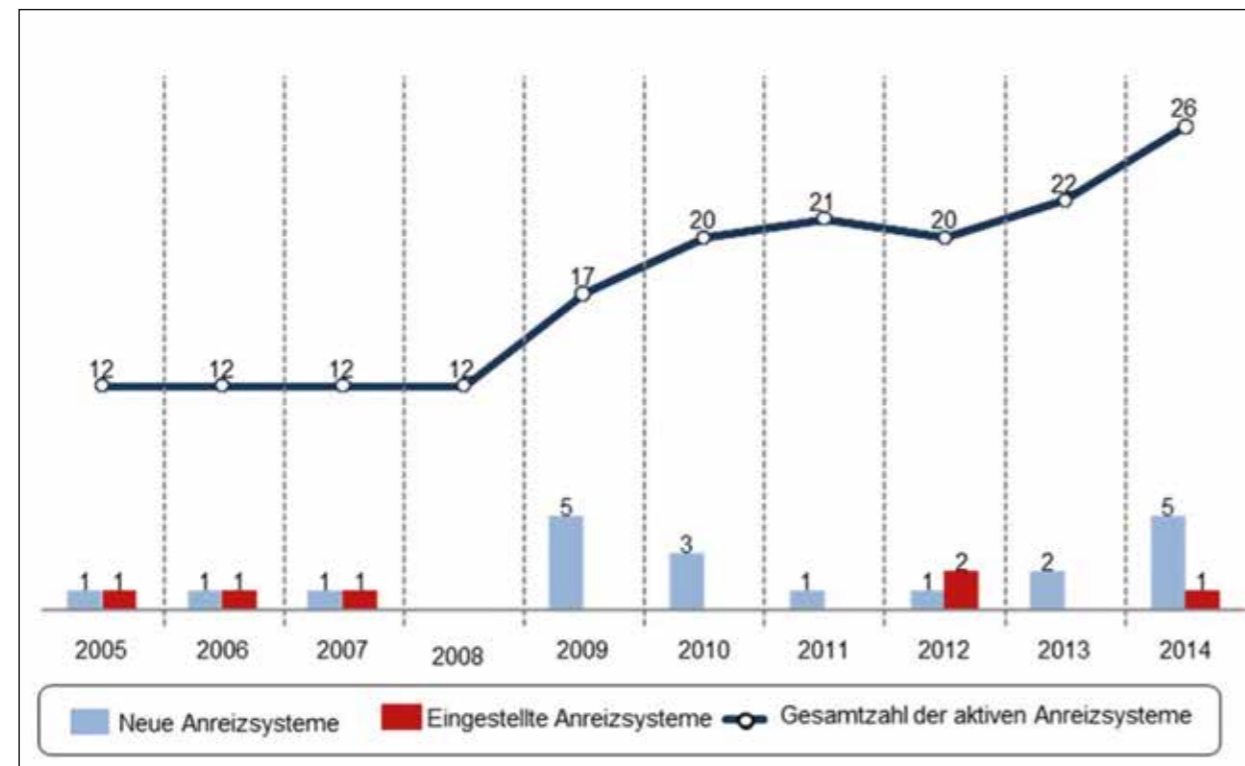
- Anstieg des Produktionsvolumens und der Beschäftigung
- Anziehung von Fachkräften aus dem Ausland
- Vollausslastung der Infrastruktur
- Rückholung von z.B. nach Asien, Australien oder Amerika outgesourceten Projekten

- Professionalisierung des Knowhows inkl. Übernahme zusätzlicher Funktionen (u.a. vom Service Provider zum Entwickler, Produzenten und Vertrieb)
- Weiterentwicklung der (geförderten) Filmstandorte (u.a. Dynamisierung der Gründerkultur, Investitionen)
- Verhinderung von Abwanderung lokaler Produktionen
- Ansiedlung ausländischer Produktionsstätten
- Hebeleffekte der verausgabten Kosten als indirekte Effekte auf die gesamte Volkswirtschaft
- Nebeneffekte auf Tourismus und Export

„Durch die Studie von Olsberg SPI²³ wurden Ende 2014 insgesamt 26 Anreizsysteme in 17 Ländern der EU identifiziert, u.a. in Frankreich, im Vereinigten Königreich und in Italien. Allein 2014 wurden in vier europäischen Ländern – in Litauen, in der ehemaligen Jugoslawischen Republik Mazedonien, in den Niederlanden sowie in der Slowakei – steuerliche Anreize eingeführt. 2016 folgten u.a. Programme in Serbien, Estland und Norwegen. Polen plant ein Steueranreizprogramm für 2017.“

„Seit dem Jahr 2005 haben sich die Anreizmodelle für die Filmproduktion mehr als verdoppelt, und die Tendenz ist weiter steigend. Dabei lässt sich bei den jüngeren Modellen ein Trend in Richtung **Zuschuss-Modell** ablesen. Von den zwölf in Europa zwischen 2010 und 2014 eingeführten Regelungen beruhen acht auf Zuschüssen, drei auf Steuergutschriften und nur eine auf Steuervergünstigungen“. Zudem wurden verschiedene bestehende Modelle inhaltlich erweitert (bspw. auf **Videospiele** und **Animation** wie beim Tax

Figure 1 Entwicklung steuerlicher Anreizsysteme in Europa von 2005-2014



Quelle: SPI

Relief 2013 in **Großbritannien**) oder in ihrer Systematik grundlegend geändert (wie in **Irland**, wo die bis Ende 2014 bestehenden Steuervergünstigungen zugunsten eines Steuergutschrift-Modells abgelöst wurden und sich seitdem signifikant erhöht und als üblichste Form der Förderung etabliert haben). Im April 2015 wurde in **UK** ein neuer „Tax Credit“ für **Kinderfernsehen**²⁴ eingeführt. Der „Animation Tax Relief“ hatte 2017/2018 ein Budget von ca. **70 Mio. Euro**. Somit verfügt UK als einziges Land in Europa über ein Steuererleichterungsmodell im Animationsbereich.

Frankreich hat mit der „TRIP“-Regelung (crédit d'impôt international) eine spezielle Regelung für internationale „inbound“-Produktionen geschaffen. Die bisher übliche Obergrenze von 4 Mio. EUR pro Produktion wurde hier auf 20 Mio. EUR erhöht. Von den fünf aktiven Systemen enthält dort lediglich nur eines keine Unterstützung für Animation (Videogames Tax Credit).

Deutschland steht im europäischen Vergleich der Anreizprogramme mit dem DFFF hinter Großbritannien, Frankreich, Italien, Ungarn und Belgien an sechster Stelle und ist durch die stärkere Kappung zusätzlich benachteiligt.

Laut der Studie²⁵ „Mapping the Animation Industry in Europe“ aus 2015 wird als Erfolgsindex fiskalischer Maßnahmen der „Return of Investment“ (ROI) genannt. Als Beispiel wird Frankreich genannt, wo der Effekt pro **1 Euro** Investition aus Incentives in Höhe von **12,80 Euro** veranschlagt wird. In UK wird aufgezeigt, dass pro **1 britischen Pfund** Steuererleichterung **12 britische Pfund** Bruttowertschöpfung generiert wurden. In diesem Zusammenhang wird Unternehmer Oli Hyatt²⁶ (Animation UK and Blue-Zoo) zitiert, dass das aktuelle Volumen an Animationsfilmen/-serien für das Kinderfernsehen bei ca. 100 Millionen Pfund läge. Im Jahr vor der Einführung der „tax credit incentives“ in UK sei das Volumen bei lediglich 40 Millionen gelegen. Die Systeme sind somit einerseits nicht nur **selbsttragend**, sondern generieren zusätzliche **Gewinne** für den Fiskus.

In der Studie wird insbesondere darauf hingewiesen, dass im Zuge der Abnahme von Finanzierungsbeiträgen von öffentlich-rechtlichen Sendern und durch das wachsende Angebot an digitalen Kanälen und Online-Verwertern fiskalische Maßnahmen immer wichtiger werden, um die Kosten für die Akquisition von Content zu decken, der von unabhängigen Produzenten entwickelt und produziert wird. Allerdings seien die fiskalischen Maßnahmen nicht das Ende der Fahnenstange. Im Rahmen einer EU-Harmonisierung der Förderungshöhen der „Tax Credits“ beispielsweise werden diejenigen Produktionen Erfolg haben, die die besseren **Drehbücher** und **Designs** haben. Cathal Gaffney²⁷ als Managing Director von Brown-BagFilms betont an dieser Stelle die „Notwendigkeit sich zuerst auf den **Content** zu fokussieren.“ Oli Hyatt²⁸ ergänzt, dass „Wettbewerb der Länder nach einer internationalen Angleichung der fiskalischen Maßnahmen auf Basis der **Talente** stattfinden wird“.

Aus einer Pressemeldung der BLICKPUNKT FILM²⁹ vom 09.10.2018 zitieren wir den britischen Schatzkanzler Philip Hammond zum „UK Tax Relief“: „Unsere Kreativindustrien sind ein Grundpfeiler des reichen Kulturschatzes Großbritanniens. Gleichzeitig sind sie wichtiger Teil einer florierenden Wirtschaft und ein Schlüsselement unseres globalen Handels. Die Regierung ist entschlossen, unsere innovativen Kreativindustrien weiter mit Steueranreizen zu unterstützen. Ich bin überzeugt davon, dass sie weiter wachsen werden, dass sie für starke Beschäftigungseffekte stehen werden - und dass sie auch in Zukunft weltweites Aushängeschild britischer Kultur sein werden.“

Kulturministerin Margot James ergänzt: „Die fantastischen Zahlen zeigen, dass das Investment in unsere Bewegtbildindustrie boomt und dass unsere Regierung keinen Zweifel daran lässt, den anhaltenden Erfolg über Steueranreize und eine moderne industrielle Strategie zu unterstützen, die dem kreativen Sektor schon jetzt helfen, immer stärker zu werden.“

Beispiele für fiskalische Auswirkungen³⁰

| Country | Scheme | Stated Impact |
|----------------|-----------------------|---|
| Belgium | Tax Shelter | EUR 1.21 in tax return for each EUR 1 sheltered |
| Croatia | Cash Rebate | HRK 1.26 in government earnings for each HRK 1 of incentive disbursed |
| Czech Republic | FISP | Between CZK 1.5 and CZK 1.625 of return to the state for each CZK 1 of FISP received by productions |
| France | Crédit d'impôt cinéma | EUR 4 in taxes and social revenues for each EUR 1 of incentive granted |
| France | TRIP | EUR 2.1 in taxes and social revenues for each EUR 1 of incentives granted |
| Hungary | Indirect Subsidy | HUF 1.25 in net tax benefit for each HUF 1 sheltered |
| Ireland | Section 481 | EUR 0.51 in fiscal return for each EUR 1 in tax foregone |
| Italy | Foreign Tax Credit | EUR 1.4 in VAT and income taxes for each EUR 1 in incentive granted |
| UK | Film Tax Credit | GBP 12 in GVA return for each GBP 1 of relief, generating GBP 498 million in tax returns |

Source: Impact Analysis of fiscal incentive schemes supporting film and audiovisual production in Europe.

ANLAGE - Beispiele für Anreizmodelle im Ausland

Großbritannien ³¹

„Der Filmsektor in Großbritannien ist stark marktorientiert und wird zu einem Großteil mit **Privatkapital** finanziert. Die britische Filmpolitik steht somit dem US-amerikanischen Modell

näher als den europäischen Ausprägungen der Filmförderung. Das Modell der Kinofilmförderung in Großbritannien ist im Vergleich zu anderen europäischen Ländern insgesamt durch **alternative Finanzierungsformen** gekennzeichnet, die die öffentliche Förderung ergänzen und komplettieren.

Das **Gesamtbudget**³⁵ öffentlicher Förderung inkl. Steuererleichterungen, Lotterieförderung und Subventionen des DCMS betrug 2008/2009 geschätzte **256 Millionen Pfund.**“

Das **Gesamtbudget**³⁵ öffentlicher Förderung inkl. Steuererleichterungen, Lotterieförderung und Subventionen des DCMS betrug 2008/2009 geschätzte **256 Millionen Pfund.**“

Großbritannien ³¹

| Förderung: | Alternative Finanzierungsformen: | Steuererleichterungen: |
|---|---|---|
| British-Film Institute (BFI) ³² | | Anlaufstelle: British Film Institute (BFI) |
| Förderungen durch BFI (Einnahmen aus nationaler Lotterie, staatliche Zuschüsse des DCMS ³³ (Department of Culture, Media and Sport), Förderungen durch nationale und regionale Fonds | Förderung durch nationale Filmagenturen mit Förderangeboten für die jeweilige Region – private Initiativen, Wohltätigkeitsorganisationen (z.B. Welcome Trust) | Steuervergünstigung (Film Tax Relief); zuständig: HM Revenue and Customs (HMRC ³⁴) Steueranreize und Steuergutschriften: Für Filmproduktionen gilt: 20 % Steuererleichterung für die lokalen Ausgaben, wenn der Aufwand insg. unter £20 Millionen liegt, und 25%, sofern er über dieser Grenze liegt. |
| | Plattformen für Crowdfunding; | |
| | Sponsorship | |

Irland ³⁶

„Neben der öffentlichen Förderung durch das Irish Film Board wird die Filmförderung insbesondere durch **Steuerbegünstigungen** - „Tax Sheltering“ angekurbelt. Paragraph 481 des Steuerkonsolidierungsgesetzes von 1997 sieht für Filmproduktionen besondere Steueranreize bzw. Steuerrückvergütungen vor. Diese ermöglichen Steuererleichterungen bis zu 28% auf die Produktionskosten von Spielfilmen, kreativen Dokumentationen, Drama- und Animationsfilmen im Fernsehen. Auch die Kosten für ein EU-Ensemble, das in Irland arbeitet, sind inbegriffen. Voraussetzung ist allerdings, dass es einen

irischen Koproduzenten gibt, der für alle mit der Filmproduktion zusammenhängenden Aktivitäten, der Auswahl des Produktionsortes, der Kostenplanung, der Auswahl der Crew usw. für die Dauer des Produktionsprozesses die Verantwortung trägt.

Die Ausgabengrenze für Aufwendungen je Film wurde von 35 Mio. Euro auf 50 Mio. Euro angehoben. Projekte können mit einem Zuschuss von 28% ihrer förderungsfähigen Auslagen rechnen. So wurden im Jahr 2013 (...) rund 170 Mio. Euro erhoben (d.h. mit diesem Gesamtbetrag wurden Filmprojekte bezuschusst). Im letzten Jahrzehnt konnten Finanzierungsmittel für rund 175 Produktionen in Irland auf diese Weise geschaffen werden.

Im Januar 2015 wurde aus dem „Tax Shelter“ ein „Tax Credit“-System, das bei inzwischen 32% der in Irland verausgabten Produktionskosten liegt. Die Anträge können jederzeit vor Fertigstellung des Projekts eingereicht werden. Mittlerweile kommt ca. ein **Drittel der Filmschaffenden in Irland aus dem Ausland.**“

Irland ³⁶

| Förderung: | Alternative Finanzierungsformen: | Steuererleichterungen: |
|----------------------------|----------------------------------|---|
| Irish Film Institute (IFI) | | Anlaufstelle: Irish Film Board. |
| Öffentliche Mittel | Produzentenentschädigung | Section 481; zuständig: Revenue Commissioners/Department of Arts, Heritage and the Gaeltacht Steueranreize: 32 % Steuererleichterung auf Produktionskosten |

Frankreich ³⁷

„In der französischen Kinofilmförderung gibt es fast keine direkten Hilfen aus dem Staatshaushalt. Die Finanzierung erfolgt zu fast einem Drittel aus den **Eigenmitteln der Hersteller** und zu einem weiteren Drittel aus den **TV-Senderbeteiligungen**. Fundament für die Filmförderung ist eine **generelle Abgabe auf Kinokarten** und eine Abgabe auf **Video- und Multimediaprodukte**. Diese verpflichtende Abgabe der Filmverwerter (Kinos, Fernsehsender und Videoproduzenten) unterstützt die Filmbranche.

Außerdem sind die **Fernsehanstalten** in Frankreich durch gesetzlich festgelegte Ausstrahlungsquoten verpflichtet, französische und europäische Produktionen zu unterstützen: 60% der gezeigten Filme müssen aus europäischer und davon etwa 40% aus französischer TV-Produktion stammen.

In Frankreich gibt es zudem eigene **Filmbanken**, wie das halbstaatliche Institut pour le financement du Cinéma et des Industries Culturelles (IFCIC ³⁸) - oder Les Sociétés de financement de l'industrie cinématographique et de l'audiovisuel (SOFICA). Die Förderung besteht in einer Art Vorkasse auf die einzuspielenden Einnahmen, die über steuerlich geförderte private Fonds von Kapital-Investmentgesellschaften im Bereich kinematographischer und audiovisueller Produktionen (Sofica ³⁹) laufen.

Seit 2009 gewährt Frankreich zudem auch internationalen Filmen ausländischer Provenienz **Steuervorteile**, sobald ein Teil der Produktion in Frankreich stattfindet. Zu **alternativen Finanzierungsinstrumenten** in Frankreich zählen auch Plattformen und Initiativen, die über Crowdfunding die Mittel für eine Filmproduktion generieren.

Die französische Filmförderung setzt sich aus Steuern bzw. Abgaben (TSA, taxe speciale additionelle) der verschiedenen Bereiche der Filmwirtschaft zusammen. Im Jahr 2009 verfügte das CNC über einen Fonds in Höhe von **540,65 Mio. Euro**. Dieser beinhaltete Steuern und sonstige Abgaben.⁴⁰

Durch die eingesetzten Mittel konnte in einem Zeitraum von 2004 bis 2013 ein Wachstum an Arbeitsplätzen im Filmsektor in Höhe von ca. 38% und im TV Sektor von 27% erzielt werden. Darüber hinaus weist der CNC darauf hin, dass die Auswirkungen des International Tax Credit (TRIP or C2I) besonders den **Animationsproduktionen** zu verdanken ist, die in 2013 über 86% der geschaffenen FTEs (Full Time Equivalents) ausmachten.“

Frankreich ³⁷

| Förderung: | Alternative Finanzierungsformen: | Steuererleichterungen: |
|---|----------------------------------|---|
| Centre National de Cinématographie - CNC | | |
| 1/3 Eigenmittel der Hersteller +1/3 Senderbeteiligung +Abgabe auf Kinokarten | Crowdfunding | Steuergutschriften für Film/TV/Videospiele; zuständig CNC |
| | Product Placement | Steuernachlass für internationale Produktionen; zuständig CNC |
| Auf nationaler Ebene wird die Filmindustrie durch nationale und lokale Einrichtungen gefördert. | | Tax Shelter über Filmfonds SOFICA; zuständig: verschiedene |
| | | Audiovisual Tax Credit - „Crédit d'impôt audiovisuel“ (CIA) and Cinema Tax Credit - „Crédit d'impôt“ (CIC) für Produzenten, d.h. 25% der anerkannten Gesamtausgaben steuerlich absetzbar. Unterscheidung mehrheitl. franz. Produktionen (CICA) und internationalen Koproduktionen/International Tax Credit (TRIP/C2I) - Erstattungsfähige Steuererleichterung in Höhe von 30 % (seit 2016) für die lokalen Ausgaben einer Filmproduktion. |

Kanada⁴¹

„Die Filmindustrie in Kanada ist ein boomender Wirtschaftszweig. Die als „Hollywood North“ bezeichnete Region mit ihren großen Filmstudios in Toronto und Vancouver haben Kanada und insbesondere Vancouver zum angeblich **drittgrößten Filmproduktionsstandort der Welt** gemacht. Auch das National Film Board Canada NFB (französisch: Office national du film Canada – ONF) hat hieran seinen Anteil. Das NFB ist als **Bundesbehörde** öffentlicher Produzent und Verleiher von Kinofilmen und betreibt Filmstudios, Animationsfilmstudios und Archive. Seit seiner Gründung im Jahr 1939 sind durch das NFB über 13.000 Produktionen entstanden, wurden über 5.000 Preise erzielt, darunter 12 Oscars.

Kanada ⁴¹

| Förderung: | Alternative Finanzierungsformen: | Steuererleichterungen: |
|--|---|--|
| Canadian Media Production Association (CMPA) – Canadian Film Centre (CFC) | | |
| Öffentliche und private Förderungen | unabhängige Produktionsfonds | Steuerkredite: Production Services Tax Credit (PSTC) als erstattungsfähiger Kredit zur „Brückenfinanzierung“ |
| | Sponsorship – Productplacement – Werbestrategien wie: „Native Advertisement“ – „Brand-centric Original Content“ – „Affinity Content“ / Affinitäts-Inhalte | Steuerrückvergütung für Produktionskosten |

Belgien⁴²

„Das belgische **Tax Shelter Verfahren** ist ein von der Regierung in 2003 eingeführtes System der **Steuervergünstigung**, das Produktionsanreize für die belgische audiovisuelle Industrie schafft. Das System ist für belgische Produktionen und internationale (meist europäische) Koproduktionen mit belgischen Partnern anwendbar.

Es stellt eine Win-Win-Win-Situation für die drei beteiligten Parteien dar: Dem **Produzenten** eröffnet es eine attraktive Finanzierungsmöglichkeit für seine Projekte, der **Investor** erhält für seine risikofreie Investition eine Steuervergünstigung, der **belgische Staat** profitiert von den wachsenden ökonomischen Aktivitäten und den damit verbundenen Ausgaben. Um Investoren und Produzenten ein effizientes und transparentes System zu bieten, ist das belgische Tax Shelter System überarbeitet worden. Seit dem 1. Januar 2015 wird keine Unterteilung in Kredit, Eigenkapital und Verkaufsoption mehr gemacht. Diese werden durch das **Tax Shelter Zertifikat** ersetzt: Investoren wird eine Steuerbefreiung geboten, die auf Grundlage der anrechenbaren audiovisuellen Ausgaben in Belgien berechnet wird. Qualifizierte Produzenten müssen von der Regierung als solche zertifiziert werden. (...)

Aber auch andere positive Rahmenbedingungen begünstigen die Filmproduktion in Kanada. Hierzu gehören die Vorteile eines lukrativen **Steuersystems** sowohl auf Bundes- als auch auf Landesebene und einer hierfür geschaffenen Gesetzgebung, die einen erstattungsfähigen **Steuerkredit** vorsieht ebenso wie die Vielzahl verfügbarer **öffentlicher** wie **privater Fonds**, mit deren Hilfe Zwischen- und Ausfallfinanzierungen gesichert werden können.

Der Erfolg der kanadischen Filmindustrie wird maßgeblich auf das **Steuerkreditsystem** zurückgeführt. So ist es in Kanada möglich, 30 – 50% eines Filmprojektes mit diesem Steuerkreditsystem zu finanzieren, da der „Production Services Tax

Credit (PSTC)“ als erstattungsfähiger Kredit angelegt ist. Der Steuerkredit für Filme stellt eine Art „Brückenfinanzierung“ zwischen der Zeit der Planung eines Filmprojektes, dessen Durchführung und letztendlich seinem finanziellen Erfolg dar.

Der kanadische Film erfährt aber auch **institutionelle Unterstützung** durch das Canadian Film Centre (CFC) oder die Canadian Media Production Association (CMPA). Die CMPA ist die führende Handelsorganisation für unabhängige Produzenten mit Vertretungen und Experten nicht nur in den Zentren Ottawa, Toronto und Vancouver, sondern auch in den Provinzen, die aktive Lobbyarbeit betreibt.“

Wenn wir das Beispiel einer Produktion mit 1 Mio. Euro anrechenbarer audiovisueller Kosten in der Eurozone nehmen, ergibt sich daraus, dass Tax Shelter Zertifikate bis zu einem Wert von 70% (im vorliegenden Beispiel 700.000 Euro) verkauft werden können. 90% dieser Ausgaben (630.000 Euro) müssen in Belgien als anrechenbare audiovisuelle Kosten ausgegeben werden, wovon wiederum mindestens 70% (441.000 Euro) als direkte Produktions- oder Verwertungskosten für das audiovisuelle Werk ausgegeben werden müssen. Der Produzent geht die Verpflichtung ein, diese Kosten innerhalb von 18 Monaten (oder 24 Monaten im Fall eines animierten Spielfilms) nach Unterzeichnung des Rahmenabkommens aufzuwenden. Um die optimale Investitionsrate zu erreichen (48,387%), kauft der Investor das Zertifikat mit einem Wert von 700.000 Euro anrechenbarer Ausgaben für einen Betrag von 338.709 Euro. Im Gegenzug kommt der Investor in den Genuss der temporären steuerlichen Freistellung für alle erzielten und zu versteuernden Gewinne bis zu 310% des investierten Betrags, in diesem Fall also 1.049.998 Euro. Dies beschert ihm einen fiskalischen Vorteil von 18.185 Euro. (...).“

Quellen:

- https://mwk.baden-wuerttemberg.de/fileadmin/redaktion/mmwk/intern/bilder/Themen/Geschäftsbericht_2018-19.pdf
- Filmfacts 01.2019
- https://film.mfg.de/files/02_MFG_Filmfoerderung/PDF/141013_Vergabeordnung-2014-MFGFilmfoerderung.pdf
- https://film.mfg.de/files/Publikationen/PDFs/animation_medie_bw_broschuere.pdf
- <https://slidex.tips/download/empfehlungen-der-arbeitsgruppe-filmkonzeption-baden-wrttemberg>
- Quelle: Pressemeldungen der MFG Filmförderung
- Intellectual Property (engl.) = Geistiges Eigentum
- <https://www.rechnungshof.baden-wuerttemberg.de/de/veroeffentlichungen/denkschriften/320933/320958.html>
- <https://dcf.mfg.de>
- <https://dcf.mfg.de/gefoerderte-projekte/>
- <https://www.filmstiftung.de/news/film-und-medienstiftung-nrw-die-foerderung-2018/>
- <https://www.fff-bayern.de>
- <https://www.medienboard.de/nc/presse/aktuelles/aktuelles/News/15-jahre-medienboard-dank-derherausragenden-filmemacherinnen-ist-berlin-brandenburg-der-fuehrende/>
- https://www.mdmonline.de/index.php?id=9&tx_ttnews%5Btt_news%5D=1973&cHash=7523547b70c0e673e88ada385ed0dde1
- https://www.fhsh.de/download/97_Sonstiges/Spot_On_Jahresbericht_1819_digital.pdf
- <https://wissenschaft.hessen.de/pressearchiv/pressemitteilung/land-hessen-foerdert-filme-und-serien-mit-rund-3-millionen-euro>
- https://www.nordmedia.de/pages/presse/publikationen/subpages/ct_94257/index.html
- [https://www.yumpu.com/de/document/view/4741707/filmkonzeption-baden-wuerttemberg-ministerium-furwissenschaft-\(Seite-12\)](https://www.yumpu.com/de/document/view/4741707/filmkonzeption-baden-wuerttemberg-ministerium-furwissenschaft-(Seite-12))
- https://www.landtag-bw.de/files/live/sites/LTBW/files/dokumente/WP14/Drucksachen/4000/14_4019_D.pdf
- https://www.landtag-bw.de/files/live/sites/LTBW/files/dokumente/WP15/Drucksachen/0000/15_0744_D.pdf
- <https://film.mfg.de/service/presse/details/352-erfolgreiches-jahr-2015-fuer-die-mfg-filmfoerderung/>
- https://www.bmw.de/Redaktion/DE/Publikationen/Studien/bedeutungfilmindustrie.pdf?__blob=publicationFile&v=16 (z.T. mit aktualisierten Zahlen)
- <https://rm.coe.int/steuerliche-anreize-und-ihre-auswirkung-auf-die-produktion-von-filmen-/16808e4505>
- http://ec.europa.eu/information_society/newsroom/image/document/2016-26/mapping_the_animation_industry_in_europe_16280.pdf (Seite 116/117)
- http://ec.europa.eu/information_society/newsroom/image/document/2016-26/mapping_the_animation_industry_in_europe_16280.pdf
- <http://www.ukscreenalliance.co.uk/profile/Oli-Hyatt>
- <https://www.brownbagfilms.com/about/our-people/cathal-gaffney>
- <http://www.ukscreenalliance.co.uk/profile/Oli-Hyatt>
- <http://beta.blickpunktfilm.de/details/434120>
- http://ec.europa.eu/information_society/newsroom/image/document/2016-26/mapping_the_animation_industry_in_europe_16280.pdf
- <https://www.bundestag.de/resource/blob/410216/0aab77787c3920cd-64d4c1e39a6d5281/WD-10-063-14-pdffdata.pdf> (gekürzt)
- <https://www.bfi.org.uk>
- <https://www.gov.uk/government/organisations/department-for-digital-culture-media-sport>
- <https://www.gov.uk/government/organisations/hm-revenue-customs>
- <https://www.bundestag.de/resource/blob/412106/68c74ec212e9e87a6c-7831636ab229d5/WD-10-154-10-pdffdata.pdf> (Seite 27)
- <https://www.bundestag.de/resource/blob/410216/0aab77787c3920cd-64d4c1e39a6d5281/WD-10-063-14-pdffdata.pdf> (die Zahlen wurden teilweise aktualisiert)
- <https://www.bundestag.de/resource/blob/410216/0aab77787c3920cd-64d4c1e39a6d5281/WD-10-063-14-pdffdata.pdf>
- <http://www.ifcic.fr>
- https://www.cnc.fr/professionnels/aides-et-financements/multi-sectoriel/production/les-sofica_759536
- <https://www.bundestag.de/resource/blob/412106/68c74ec212e9e87a6c-7831636ab229d5/WD-10-154-10-pdffdata.pdf> (Seite 21)
- <https://www.bundestag.de/resource/blob/410216/0aab77787c3920cd-64d4c1e39a6d5281/WD-10-063-14-pdffdata.pdf>
- http://www.ostbelgienmedien.be/PortalData/39/Resources/dokumente/Das_belgische_Tax_Shelter_System_ein_Ueberblick_fuer_Filmschaffende.pdf

Schritte in Richtung einer Vision für die Animations- und Medienschaffenden in der Region Stuttgart und Baden-Württemberg



von Susanne Schosser und Stefanie Larson

Im Zuge der Clusterbewegung Mitte der 2000er Jahre, die branchensynergetisch eine Internationalisierung beflügeln sollte, wurde im Dezember 2009 das Animation Media Cluster Region Stuttgart (AMCRS) als Initiative der MFG Medien- und Filmgesellschaft mbH Baden-Württemberg anfänglich finanziert mit EU-Mitteln zur Stärkung der Animations- und Medienbranche gegründet. Knapp 10 Jahre später hat das Cluster mehr als 25 Mitglieder: Studios, die im Bereich Animation, Visual Effects, Games, Interactive als auch den derzeit stark gesuchten Bereichen VR/AR arbeiten. Vier dem Cluster angehörige Hochschulen kümmern sich um die Nachwuchsförderung und tragen auch bis in die internationale Ebene Wesentliches im Bereich Research & Development bei. Die Film- und Medien Festival gGmbH, ebenfalls Mitglied im AMCRS, bietet der Branche nach außen als Veranstalterin des Internationalen Trickfilmfestivals Stuttgart ein international weit beachtetes Schaufenster.

Seit August 2016 wird das Cluster von Stefanie Larson als Clustermanagerin geleitet und sowohl intern als auch extern interdisziplinär ausgebaut. Das AMCRS ist in die MFG Filmförderung formal und organisatorisch eingegliedert.

Das Mission Statement des AMCRS beschreibt dabei, was die Branche in Baden-Württemberg anstrebt:

„Baden-Württemberg wird eine zentrale europäische Region für Animation Media auf höchstem kreativen, künstlerischen und technischem Niveau. Durch höchste kreative und technische Qualität, starke regionale Unterstützung und Zusammenarbeit für verschiedene Branchen, erstellen die Mitglieder des AMCRS Eigen- und Auftragsproduktionen, sowie Dienstleistungen auf Weltklassenniveau in allen Branchen, von Animation über VFX bis zu Games.“



Die aktuellen Arbeitsschwerpunkte des Clusters werden den jeweiligen zeitlichen und thematischen Bedürfnissen der Clustermitglieder angepasst:

- Taskforce „Recruiting“
- Taskforce „Research & Development“
- Expertenrunden zu beispielweise Rechtsthemen und Förderneugigkeiten
- Taskforce „Kommunikationsmaßnahmen“ (extern und intern)
- Delegationsreisen je nach anliegenden Schwerpunkten im Cluster
- Viermaliger Pre-Fixe mit dem Schwerpunkt Animations-Medien vor dem Jourfixe der MFG
- „Serious Talks“, mehrmals im Jahr, in denen die Mitarbeiter von Clusterunternehmen bei psychischen und daraus resultierenden gesundheitlichen Themen unterstützt werden, gegenseitig Hilfestellung leisten und bei Bedarf an professionelle Einrichtungen weitergeleitet werden.

Ausbaubare Schwerpunkte zur Stärkung des Cluster-Gedankens:

1. Technologische Neuerungen sind ein Schlüssel für die Weiterentwicklung des Standorts. Das AMCRS kann im Bereich Forschung und Entwicklung übergreifend initiieren, bekannt machen und unterstützen. Das hierfür unterstützende und stärkende Format, 2017 etabliert, die sogenannten „TechTalks“, zeigen, dass es ein großes Bedürfnis in der Branche gibt, sich auszutauschen und zu vernetzen. Aufgrund der immer größer werdenden Teilnehmerzahl musste der Veranstaltungsort bereits einmal gewechselt werden und findet derzeit im „Gutbrod“ statt. In einem derzeit dreimaligen Turnus pro Jahr berichten Experten über neueste technische Entwicklungen, treffen Forscher auf Produzenten und wird bestehende Kompetenz ausgetauscht und vermehrt. Initiiert wurden die „TechTalks“ vom AMCRS, Partner sind das Media Solution Center Baden-Württemberg, die Hochschule der Me-

dien HDM Stuttgart, die Filmakademie Baden-Württemberg und die Film Commissions Baden-Württemberg. „TechTalks“ hat eine eigene Facebook-Seite und alle Vorträge, die aufgrund des internationalen Publikums zum größten Teil auf englisch stattfinden, können auf einem eigens dafür gegründeten youtube-Kanal nachgehört und weit außerhalb Stuttgarts verbreitet werden.

Stuttgart ist der Technologie-Standort seit 1886, als Gottlieb Daimler das Patent für den Motor anmeldete. Heute entwickeln UX-Labs¹, oder andere ausgegründete GmbHs großer Mittelständler oder in Baden-Württemberg ansässiger Konzerne neue Produkte für die Digitalwirtschaft, um in der rasanten Bewegung der Digitalisierung mitzuhalten. Je mehr Forschungsergebnisse geteilt werden, bestenfalls aber Forschung sogar übergreifend und interdisziplinär entwickelt wird, desto größer sind die Chancen synergetisch in neue Auftragslagen einzusteigen. Das Knowhow der teilweise hochqualifizierten Mitarbeiter der Cluster-Unternehmen kann sehr wohl eine Vernetzung zu verschiedensten Themen unterschiedlichster Wirtschaftsbereiche eingehen. Dies ist beispielsweise derzeit im Bereich der Virtual Reality sichtbar, die nicht nur Einsatzmittel für Entertainmentparks oder Games abdeckt, sondern auch zur Schulung von Bedienung komplexer Maschinen eingesetzt wird, oder räumliche Welten in einer beispielsweise komplexen Architektur für Nutzer vorab erlebbar macht.

2. Betriebswirtschaftliches Knowhow ist ebenfalls ein zentraler Baustein für eine weitere positive Entwicklung der Cluster-Firmen. Die oft verbreitete Tatsache, dass vor allem bei Absolventen, die direkt nach dem Studium eine Selbstständigkeit anstreben, nur eine projektbezogene und eventuell sogar allein kreativgetriebene Sicht auf die Dinge herrscht, erschwert den gesunden Aufbau einer Existenzgründung. Den

¹ User Experience (Abk. UX, dt. wörtlich Nutzererfahrung, besser Nutzererlebnis oder Nutzungserlebnis oder Anwendererlebnis) umschreibt alle Aspekte und Erfahrungen eines Nutzers bei der Interaktion mit einem Produkt, Dienst, einer Umgebung oder Einrichtung.

Unternehmern fehlt es häufig an einem finanziellen und strukturellen Rahmen Projekte wirtschaftlich sinnvoll zu steuern. Innerhalb des AMCRS wurden im Laufe der letzten zwei Jahre diverse Taskforces eingesetzt, um Schwachstellen aktiv und schnell zu beheben. Diese Taskforces bestehen aus einer Gruppe von 4 bis 10 Personen. Für das zu etablierende betriebswirtschaftliche Knowhow ist ein weiterer Expertenkreis in Planung, in dem Ansprechpartner etablierter Studios für die Start-Ups beratend zur Seite stehen.

Im Sommer 2018 wurde das Wissen um das Urheberrecht in einer Expertenrunde durch einen Juristen innerhalb des AMCRS erweitert. Diese Form der Expertenrunde im AMCRS ist sehr gefragt und erfolgreich und erspart den Mitgliedern eine eigene, teure Recherche oder gar einen studioeigenen Experten, der oft das Budget sprengt.

3. Das Schaffen von Synergien innerhalb der Branche aber vor allem branchenübergreifend und somit interdisziplinär mit potentiellen Kunden und Anwendern soll ab Herbst 2019 in einem sogenannten „Salon“ verstärkt und intensiviert werden. Hierbei wird nicht nur die branchenübergreifende Verknüpfung unterschiedlicher Player interessant sein, sondern auch die Möglichkeit, einzelne Firmen für größere, komplexere Aufträge zu vereinen. Für den ersten Salon strebt das AMCRS das Motto „heimliche Marktführer aus Baden-Württemberg“ an. Ein „Salon“ besteht aus maximal zwölf Personen, drei bis vier Clustermitgliedern, acht bis neun eingeladenen Unternehmen oder Geschäftsführern größerer mittelständischer Unternehmen, die immer zu einem speziellen Thema an diesem Abend einen intensiven Austausch finden. Zuerst sind ca. zwei Stunden Input von Seiten der anwesenden Clusterunternehmen geplant, danach eine Fragerunde durch die anwesenden Unternehmen und im Anschluss ein gemeinsames Vesper an einem großen Tisch. Abgesehen von dem vielversprechenden

direkten Austausch kommt hier durch die kleine Gruppe auch eine deutlich stärkere Vernetzung zustande.

4. Existenzgründer allein finanziell zu fördern und durch Experten zu unterstützen, reicht in einer Region wie Stuttgart nicht aus. Eine Plattform räumlicher Art wie verbilligter Gewerberaum in Existenzgründungszentren sind von absoluter Priorität. Hier kann zum einen ein Austausch innerhalb der Firmen und ein gemeinsames Arbeiten stattfinden, noch wichtiger ist jedoch, dass diese wesentlich kostengünstigeren Räume helfen, von Anfang an konkurrenzfähig zu sein. Momentan werden die wenigen Co-Working-Spaces, die es in der Region gibt, von Automobilherstellern und deren Zulieferern etc. für deren Kreative gebraucht, die weder in Untertürkheim noch in Böblingen sitzen wollen. In dieser sogenannten externen LAB-Kultur, verdrängen diese Platzhirsche kleine Kreative, die dann lieber nach Berlin, Köln oder München abwandern. Um diese Kreativen hier in Stuttgart zu binden, braucht es darüber hinaus weitere unterschiedlichste Komponenten, die deren Alltag, Portemonnaies und Familien entgegen kommen (bezahlbarer Wohnraum, bezahlbare und verlässliche Kinderbetreuung, ein gut ausgebautes öffentliches Verkehrsnetz um nur einige zu nennen).

5. Das Standort-Marketing für das AMCRS und die zu gewinnenden noch außerhalb Deutschlands ansässigen Seniors der Branche soll bis Frühjahr 2020 wesentlich verbessert und verbreitet werden. Eine derzeit sehr stark engagierte „Taskforce Recruiting“ arbeitet gemeinsam unterschiedlichste Maßnahmen aus:

- Zurückholen von Seniors aus dem Ausland nach Baden-Württemberg. Gerade wenn bei den Artists die eigene Familienplanung ansteht, bzw. vielleicht schon begonnen hat, ist eine pädagogische Infrastruktur ein guter Anreiz für eine mögliche



© credit: Pettersson & Findus / MARK13



© credit: MARK13 / MB_Motorsport_Morph_01

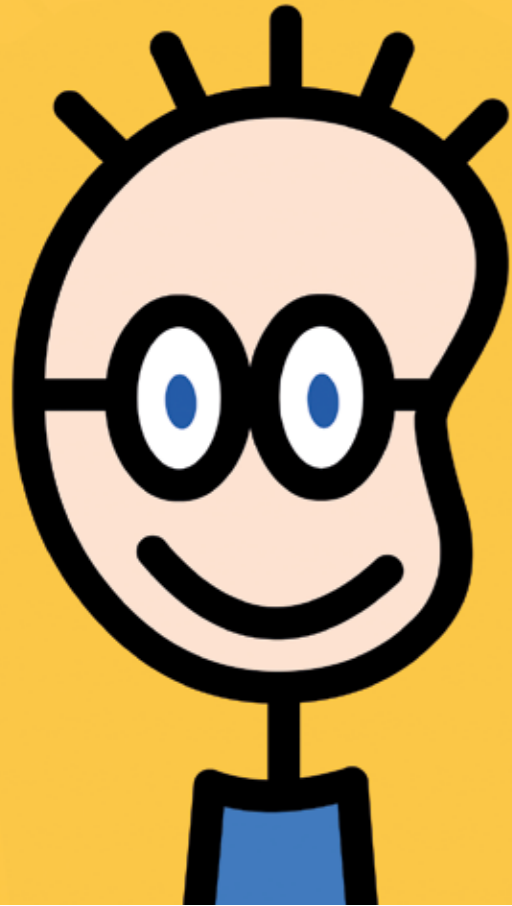
che Rückkehr. Großeltern, verlässliche staatliche Kindergärten und Schulen, Krankenversicherungen sind nicht in allen Standorten die Norm. Auch die Brexit-Diskussion kann ein Argument für die Rückkehr sein. Daher ist ein Start des Projekts direkt in London derzeit für Oktober 2019 geplant.

- Derzeit laufen Gespräche des Clustermanagements die üblichen Arbeitsgenehmigungen und Aufenthaltsgenehmigungen in den Mangelberufen der Animations- und Medienbranche aufheben zu können, wenn es sich um Bewerber aus nicht-europäischem Ausland handelt. Da in Stuttgart wesentlich mehr Artists gebraucht werden als zur Verfügung stehen, ist es wichtig diesen Knoten lösen zu können. (Stand März 2019: 78 nicht besetzte Stellen in Clusterunternehmen).
- Eigene der Webseite angegliederte Datenbank mit Inhalten zu „Alltag“, „Jobs“ und „Projekten“ sowie ein Cluster-internes Kompendium für alle täglichen Belange des Alltags, das allen Mitarbeitern von Clusterunternehmen zugänglich gemacht wird, damit diese in unterschiedlichsten Fällen wissen wo sie Hilfe finden (Ärzte, Makler, Kindergärten, Freizeitgestaltung). Durch die Tatsache, dass sich die Clusterunternehmen aus Kostengründen keine Relocation-Manager leisten können wenn sie neue Mitarbeiter aus dem Ausland oder auch anderen großen Städten in Deutschland einstellen, ist ein solches Werkzeug für eine gelungene Eingliederung und dadurch eine effektive Arbeitsintegration wichtig. Die angegliederte Datenbank wird gemeinsam mit der Hochschule für Medien, HdM, entwickelt und betrieben.
- Interessanter Weise spielt das Thema Fremd- und Selbstbild eine große Rolle: extern wird das AMCRS europaweit sehr positiv betrachtet und auch mit Respekt behandelt. Das

Clustermanagement pflegt mit zahlreichen europäischen Regionen, die ebenfalls Standorte im Animations- und Medienbereich sind, intensiven Austausch und hat bereits eine Vielzahl von Delegationen aus Dänemark, Tschechien, Georgien, Polen und Frankreich betreut und informiert. Intern hat sich in den letzten zwei Jahren innerhalb des Clusters viel verändert und die Mitglieder haben verstanden, dass eine Gruppe mit gemeinsamem Anliegen mehr bewirken kann, als einzelne Unternehmen. Die Sichtweise bzw. Wahrnehmung in andere regionale oder nationale Branchen hinein ist dennoch nicht genügend gegeben. Maßnahmen wie der geplante Salon, oder die immer größer werdenden TechTalks werden hier sicherlich das regionale oder nationale Selbstbild helfen zu verändern. Was bei den Gesprächen mit anderen Delegationen sehr stark mitschwingt und bewundernd betrachtet wird, ist die herausragende Arbeit der Filmakademie Baden-Württemberg und der Hochschule der Medien HdM. Wichtig wäre es an dieser Stelle, noch schneller in die Ausbildungsstätten hinein zu spiegeln und zu implementieren, welche Anforderungsprofile auf dem Markt und von den Unternehmen tatsächlich gebraucht werden.

Fazit:

Die Region Stuttgart und Baden-Württemberg hat ein sehr gutes Fundament für den Ausbau und das Erreichen des Mission Statements des AMCRS. Was hierfür aber wichtig ist, ist eine viel intensivere Vernetzung innerhalb der Branche und auch mit anderen Branchen, einen viel größeren Austausch innerhalb der Ministerien und geförderte Case-Studies, die einen Nachahmungseffekt haben könnten und somit ein Schneeballprinzip auslösen könnten. Die Vision hier größer, besser und interdisziplinärer als anderswo zu werden oder endlich zu sein, benötigt mehr Player auf unterschiedlichsten Ebenen, die bereit sind etwas anzustoßen was Innovation, Gründer-



geist, Konkurrenzfähigkeit, Standortvorteil und Freude am Wachsen und Entstehen vereint. Natürlich sind unter Standortvorteil nicht nur die bereits etablierten und ansässigen Unternehmen und Universitäten und Hochschulen gemeint, sondern auch die Softfacts wie bezahlbarer Wohnraum, verlässliche Kinderbetreuung, ein gut ausgebautes öffentliches Verkehrsnetz, sowie Existenzgründungszentren und Förderprogramme.

Daher bleiben die vorrangigen Arbeitsschwerpunkte zur Sicherung der Wettbewerbsfähigkeit der Cluster-Mitglieder unverändert gleich und sind mit Dringlichkeit voran zu treiben:

- Sicherung der Ausbildung im Animations- und Medienbereich
- Verknüpfung der Animationsfirmen mit anderen Wirtschaftsbranchen
- Unterstützung starker, nachhaltiger IP-Gründungen
- Aufhalten und Umkehren der Talentabwanderung
- Herstellung der nationalen und internationalen Wettbewerbsgleichheit
- Etablierung der Animation Media Studios als Leuchtturm der Digitalisierung in Baden-Württemberg und darüber hinaus.

Tom © Hykade / Studio FILM BILDER

Anhang:

Zahlen und Fakten (Stand März 2019)

- Verdoppelung des Umsatzes in den letzten 3 Jahren.
- 39% Frauenquote
- 58% in BW ausgebildet (aller Mitarbeiter der Studios im AMCRS)
- 83% aller Clustermitarbeiter haben einen Hochschulabschluss

Auszeichnungen der im AMCRS Mitglieds-Studios

- 1 Academy Award
- 4 Emmys
- 8 Anecy Awards
- 3 Annie Awards
- 9 ITFS Awards
- 1 Cannes Lion Gold
- 1 Asian Film Award
- 6 Ottawa Animation Awards
- 9 VES Awards
- 2 Grimme Preise (1x online)
- 2 Deutscher Kurzfilm Preis
- 3 New York Children's Film Festival -Publikumspreis
- 2 Grand Prix für Animation, Tallinn
- 2 Deutscher Kurzfilmpreis
- Golden Zagreb Prize
- Echo Award (Musikvideo)

(über 500 Preise insgesamt)

Beispielhafte Produktionen: der letzten 3 Jahre

- Studio SOI: „Petzi“, „Trude und das Tier“, „Amazing world of Gumball“ - Auch mit Förderung durch die MFG, in viele Länder verkauft
- Studio FILM BILDER: „Ich kenne ein Tier“, „Patchwork Pals“, „Animanimals“ – Serienproduktionen für den SWR und internationale Sender mit Förderung durch die MFG
- Pixomondo „Bridge of Spies“, „Iron Sky“, „Game of Thrones“ - Lineproducer-Förderung durch die MFG
- Mackevision „Game of Thrones“, „Lost in Space“ - Lineproducer-Förderung durch die MFG
- Dienstleistungsanimationsbereich: Studio 88 „Rabe Socke“, Traffix und M.A.R.K.13 „Ritter Kokosnuss“, M.A.R.K.13 „Biene Maja 1+2“, „Wickie“, „Die Olchis“, Seru Film „Häschen Schule“
- Mackevision, Scanline, Rise FX mit „Jim Knopf und Lukas der Lokomotivführer“ 2017/2018 (bisher größtes Visual Effects-Budget Deutschlands mit ca. 8 Mio. Euro, davon ca. 2,5 Mio. Euro in Baden-Württemberg)



Animations-Studieneinrichtungen in Baden-Württemberg

Kaderschmieden für die Welt von Morgen



von Dittmar Lumppp und Christian Hünemörder

Das **Ministerium für Wissenschaft, Forschung und Kunst** führt in seinem Bericht zum Staatshaushaltsplan¹ 2018-2019 vom Oktober 2017 zum Thema Film- und Medienstandort die Schwerpunkte **Animation** (Anm: inkl. VFX), **Games** und **Interaktive Medien** auf. Anwendungsbereiche sind nicht nur die Unterhaltungsindustrie, sondern u.a. auch die Automobilindustrie und die Gesundheitswirtschaft. Der Standort wird nicht nur unter **künstlerischen**, sondern auch unter **wirtschaftlichen** Gesichtspunkten gesehen. Insbesondere wird Wert auf eine gesunde und aktive **Gründungskultur** gelegt.

Um dem Fachkräfte-Bedarf dieser Wirtschaftszweige im Bereich „Medien“ gerecht zu werden, haben sich zahlreiche Studieneinrichtungen des Landes Baden-Württemberg sowie einige private Anbieter etabliert, wobei wir letztere nicht näher betrachten.

Eine Auswahl der Landeseinrichtungen wird in drei Bereiche aufgeteilt:

- Akademien,
- Hochschulen,
- Universitäten.

Wir legen bei der Betrachtung im Rahmen der Studie einen Fokus auf Studiengänge mit einem ausgeprägten Schwerpunkt in folgenden Kategorien:

- **Animation** (künstlerischer Animationsfilm)
- **VFX** (Visual Effects)
- **Games** (Herstellung von Computerspielen)
- **angewandte Animation** (u.a. interaktive Medien, Virtual Reality, Augmented Reality, Motion Design)

¹ https://www.statistik-bw.de/shp/2018-19/pages/Epl14/epl_14.pdf

Ausbildungsstätten mit den Schwerpunkten Animation, VFX, Games und angewandte Animation (u.a. interaktive Medien)

- Animationsinstitut, Ludwigsburg
- Filmakademie Baden-Württemberg, Ludwigsburg
- Hochschule, Offenburg
- Hochschule der Medien, Stuttgart
- Hochschule für Gestaltung, Karlsruhe

Baden-Württemberg hat im Bereich Animation / Trickfilm / Visuelle Effekte im Vergleich zu anderen Bundesländern früh qualifizierte Ausbildungsplätze geschaffen.

Das hat dem Land Baden-Württemberg in Deutschland einen lange Zeit spürbaren Vorsprung auf diesem Gebiet gesichert. Diese Aussage hat allerdings im Vergleich zu Ländern wie Frankreich, England, Japan und USA keinen Bestand, da in diesen Ländern bereits deutlich früher eine Ausbildung für kreative Berufe im Bereich Bewegtbild etabliert wurde.

Tatsächlich sind die Ausbildungsstätten des Landes, insbesondere die Filmakademie Baden-Württemberg mit ihrem Animationsinstitut und die Hochschule der Medien heute als Fixpunkte einer Entwicklung zum „Animations-Cluster Baden-Württemberg“ anzusehen. Zunächst war der sich recht früh abzeichnende Erfolg der Ausbildung so überraschend, dass man abgesehen von neuen Studiengängen keinen Grund sah, die Ausbildung im Kernbereich regelmäßig den sich ändernden Rahmenbedingungen anzupassen.

Es zeigt sich aber, dass auch und gerade im Ausbildungs-Bereich ein „Weiter so!“ eher Rückschritt bedeutet. Die Ausbildungsinhalte und Studienpläne im Bereich Animation stammen im Kern vielfach noch aus den Gründerjahren der Hochschulen.

Damals war es schwer abzuschätzen, welchen Weg die künftigen Absolventen der Animationsausbildung nehmen würden. Außerhalb der Filmhochschulen war die Animationsproduktion erst in den Anfängen, die angewandte Animation war noch nicht absehbar. Games, Augmented Reality etc. war noch nicht erfunden, so blieb den Absolventen oft nur die Bewerbung bei einem der großen Studios in Amerika oder die schwierige und riskante Gründung eines eigenen Studios als Ausweg.

Heute durchdringt die Animationstechnik viele Anwendungsbereiche und entsprechend hoch ist inzwischen der Fachkräftebedarf. In vielen Interviews zu dieser Studie mit Produzenten, Firmenchefs etc. war der aktuelle Fachkräftemangel das beherrschende Thema. Ohne Übertreibung kann man sagen, dass die betriebliche Praxis heute durch einen Fachkräftemangel in sämtlichen Anwendungsbereichen der Animation gekennzeichnet ist.

D.h. das Land Baden-Württemberg muss dringend auf die neuen technologischen und inhaltlichen Herausforderungen in den Bereichen künstlerische Animation, VFX, Games und angewandte Animation reagieren und die Ausbildungsgänge und Studieninhalte entsprechend anpassen. Die Filmakademie bildet heute nach wie vor künstlerisch hervorragende Regisseure mit eigenen Ideen und technisch versierte Artists

aus. Letztere nicht unbedingt in der erforderlichen Menge und nicht in der notwendigen Konsequenz für die Mühle eines laufenden Studiobetriebes. Doch erfreulicherweise finden die Absolventen inzwischen auch in Baden-Württemberg auskömmliche Anstellungen.

Die Animationsbranche hat aber daneben einen großen Bedarf an Animation-Artists, die weniger eigene künstlerische Projekte und Gestaltungen anstreben, die aber mit dem gleichen handwerklichen Geschick an der Realisierung von Projekten im Bereich angewandter Animation arbeiten. Die Aussage eines Firmeninhabers „Wir brauchen nicht nur Häuptlinge sondern auch eine Vielzahl gut ausgebildeter Indianer“, die den Herausgebern in verschiedenen Varianten immer wieder begegnete, wirft ein Schlaglicht auf die aktuelle Situation.

Oft sind die Studienabgänger für heutige konkrete betriebliche Anforderungen nicht ausgebildet. Deshalb sind spezielle Ausbildungsschritte nach dem Studium in den Animationsbetrieben, die zur Praxisreife der Absolventen, gleichzeitig aber auch zur Bindung an bestehende Studios und Projekte in der Region führen, zu prüfen und mit neuen Modellen einer aktiven Wirtschaftsförderung zu ermöglichen.

Im Anhang der Studie (ab Seite 178) erhalten Sie einen Überblick über die **Hochschulen** in Baden-Württemberg, die weitere, **medien-orientierte Studiengänge** anbieten. Diese decken insbesondere die der Animation verwandten Bereiche Informatik, Technik, Design, Kunst und Wirtschaft ab. Außerdem beschreiben wir im Anhang der Studie die **Universitäten**, die mit eher **wissenschaftlichem Schwerpunkt** oder **einem Schwerpunkt in Informatik** im Medienbereich ausbilden.

Ausbildungsstätten mit dem Schwerpunkt „Animation“

Hierzu zählen hochspezialisierte Einrichtungen wie die **Filmakademie Baden-Württemberg** sowie das **Animationsinstitut** in Ludwigsburg. Als „klassische“ Hochschulen gehören ebenso die **Hochschule der Medien in Stuttgart**, die **Hochschule für Gestaltung in Offenburg** und die **Hochschule für Gestaltung in Karlsruhe** dazu.

1. Animationsinstitut Ludwigsburg

<https://animationsinstitut.de>

Seit 2002 gibt es an der Filmakademie Baden-Württemberg das **Animationsinstitut**. Das Institut gehört zur Weltspitze in Sachen Ausbildung in den Studienschwerpunkten **Animation** und **Interaktive Medien**.

Animation in all ihren Spielarten ist aus Kino, Fernsehen, Internet, Spielen und mobiler Unterhaltung nicht mehr wegzudenken. Animationsbasierte Workflows bilden die künstlerische und technische Grundlage der Unterhaltungsindustrie und der gesamten digitalen Kreativwirtschaft. Entsprechend breit gefächert sind die Inhalte im Studienschwerpunkt Animation. Von künstlerisch anspruchsvollen Animationsfilmen über fotorealistische visuelle Effektproduktionen bis hin zu technisch innovativen Echtzeit-Varianten ist das gesamte Spektrum vertreten.

Die Studierenden der unterschiedlichen Vertiefungen arbeiten abteilungs- und hochschulübergreifend zusammen und realisieren praxisnah Projekte in Teamarbeit. Alle Produktionstechniken stehen dabei zur Verfügung: Computeranimation, Zeichentrick, Stopptrick, Echtzeit-Animation, Realfilm und interaktive Anwendungen.

<https://animationsinstitut.de/de/studium/animation/allgemeine-informationen/ueber-das-studium/>

Der Studienschwerpunkt Animation gliedert sich in ein jeweils zweijähriges **Grund- und Projektstudium**, wobei das Grundstudium von allen Studierenden der **Filmakademie** gemeinsam und fächerübergreifend absolviert wird. Das Projektstudium am **Animationsinstitut** ermöglicht die intensive Arbeit an den eigenen Projekten sowie die Spezialisierung auf eine gewählte Studienvertiefung.

Studiengänge am Animationsinstitut Ludwigsburg

• Studiengang Animation Artist [Diplom]

<https://animationsinstitut.de/de/studium/animation/animation-artist/informationen/>

Profil: Animation Artist ist eine von vier angebotenen Studienvertiefungen im Studienschwerpunkt Animation. Studierende in der Vertiefung Animation Artist können sich als Animation Director, Concept Artist oder Character Animator spezialisieren.

• Studiengang Effects Artist [Diplom]

<https://animationsinstitut.de/de/studium/animation/effects-artist/informationen/>

Profil: Effects Artist ist eine von vier angebotenen Studienvertiefungen im Studienschwerpunkt Animation. Studierende können neben der Umsetzung von visuellen Effekten als VFX Artist, als VFX Supervisor oder auch als Effects Director an Projekten arbeiten.

• Studiengang Animation / Animation & Effects Producing [Diplom]

<https://animationsinstitut.de/de/studium/animation/animationeffects-producer/informationen/>

Profil: Animation/Effects Producer ist eine von vier angebotenen Studienvertiefungen im Studienschwerpunkt Animation. Die Studienvertiefung Animation/Effects Producer ist für den Quereinstieg ins Projektstudium ausgelegt und bietet Bewerbern die Möglichkeit direkt im 3. Studienjahr Animation einzusteigen. Voraussetzung ist, dass die Bewerber über Berufserfahrung als Producer im Bereich Bewegtbild-Medien verfügen oder einen entsprechenden Studiengang im Bereich Medien absolviert haben. Ebenfalls möglich ist die Bewerbung für Studierende im Studiengang Produktion der Filmakademie, die sich nach dem Grundstudium auf die Arbeit eines Animation/Effects Producers spezialisieren möchten. Der Animation/Effects Producer steuert die produktionstechnische Umsetzung von Animations- und Effects-Projekten, wobei im Studium das Lernen durch Projektarbeit im Zentrum steht. Zusätzlich gibt es spezielle Veranstaltungen zu Themen wie Kalkulation, Terminplanung, Projektmanagement und Teambuilding sowie eine enge Verzahnung mit anderen Lehrinhalten.

• Studiengang Animation / Technical Directing (Diplom)

Profil: Technical Director ist eine von vier angebotenen Studienvertiefungen im Studienschwerpunkt Animation. Die Studienvertiefung Technical Director ist für den Quereinstieg ins Projektstudium ausgelegt und bietet Bewerbern die Möglichkeit direkt im 3. Studienjahr Animation einzusteigen. Bewerber sollten ein erstes Studium in Informatik oder einem verwandten Fach abgeschlossen haben und sich für Animations- und VFX-Projekte interessieren. In der Vertiefung Technical Director lernen die Studierenden, ihre technischen Fähigkeiten mit künstlerischen und gestalterischen Aufgaben zu verknüpfen. Der Fokus liegt auf der praktischen Arbeit, das heißt, die TD-Studierenden arbeiten an Projekten des Animationsinstituts oder anderer Abteilungen der Filmakademie mit. Die praktische Arbeit wird ergänzt durch die Mitarbeit an den Projekten der Abteilung Forschung und Entwicklung. Dadurch können sich die TD-Studierenden aktiv in die Entwicklung neuer Anwendungen einbringen und sich an Drittmittelprojekten beteiligen.

2. Filmakademie Baden-Württemberg GmbH

<http://www.filmakademie.de>

Die Filmakademie Baden-Württemberg in Ludwigsburg gehört mit über 550 Studierenden zu den besten Filmausbildungsstätten weltweit. Das dortige Animationsinstitut ist international bekannt für seine große Kompetenz in den Bereichen Animation, Visual Effects, Games und Virtual Reality.

Seit ihrer Gründung 1991 hat sich die Filmakademie Baden-Württemberg zu einer der weltweit führenden Filmhochschulen entwickelt. Dazu hat nicht zuletzt das projektorientierte Lehrkonzept „learning by doing“ beigetragen. Betreut werden die Studierenden von über 300 hochkarätigen Fachleuten aus der Film- und Medienbranche. In Teams von Studierenden verschiedener Abteilungen entstehen jährlich etwa 250 Filme aller Genres, die auf Filmfestivals regelmäßig Preise gewinnen. Das übergeordnete Ziel der Ausbildung besteht dabei in der bestmöglichen Vorbereitung auf eine erfolgreiche Laufbahn in der Film- und Medienbranche.

Studiengänge an der Filmakademie Baden-Württemberg:

• Studiengang Interaktive Medien [Diplom]

<https://www.filmakademie.de/de/studium/studienangebote/interaktive-medien/allgemeine-informationen/ueber-das-studium/>

Profil: Der Studienschwerpunkt **Interaktive Medien** bietet eine praxisnahe Ausbildung zur inhaltlichen Konzeption, audiovisuellen Gestaltung sowie Produktion und Veröffentlichung interaktiver Medienapplikationen.

Die Studierenden entwickeln Games, Expomedien, mobile und web-basierte Applikationen oder VR-Erfahrungen, die auf Festivals weltweit besondere Anerkennung finden. Das Studium findet in enger Verzahnung mit der Lehre am Animationsinstitut statt. Ziel ist es, ein professionelles hohes Niveau in der gewählten Spezialisierung zu erreichen

und gegebenenfalls eigene Immaterielle Rechte (IPs) für die Ausgründung zu entwickeln.

Die Absolventen arbeiten in renommierten Medienunternehmen, ob Verlage, Produktionsfirmen oder Agenturen, und gründen eigene Studios.

Spezialisierungen:

<https://animationsinstitut.de/de/studium/interaktive-medien/spezialisierungen/konzept-regie/>

<https://animationsinstitut.de/de/studium/interaktive-medien/spezialisierungen/visualisierungen-interface/>

<https://animationsinstitut.de/de/studium/interaktive-medien/spezialisierungen/produktion-distribution/>

• Studiengang Motion Design [Diplom]

<https://www.filmakademie.de/de/studium/studienangebote/motion-design/informationen/>

Profil: Motion Designer/-innen verbinden Formen, Bilder und Klänge zu Bewegtbildformaten, die an der interdisziplinären Schnittstelle von Marken-, Produkt- und Themenkommunikation Wissen vermitteln, unterhalten und inspirieren. Klassisches Motion Design gestaltete vor allem Titelsequenzen. Gerade erleben wir, dass Intros für Blockbuster-Serien zu stilprägenden Ikonen der Medien- und Popkultur werden. Doch Motion Design kommt in allen Unterhaltungs-, Bildungs- und Informationsformaten vor. Das Spektrum reicht von visuellen, designbasierten Geschichten, um Wissen zu vermitteln, bis zu neuen Formaten im Netz, die Motion Design für Werbung und Marketing einsetzen. Es ist auch integraler Bestandteil fast jeder user experience (UX), weil auch unsere Apps und Computerspiele Motion Design zur Orientierung nutzen. Und Motion Design hat den Raum erobert, real und virtuell, reaktiv und interaktiv. Ob für Virtual-Reality-Anwendungen, Konzertbühnen, Messestände oder Fassadenprojektionen: Architektur, Animation und Motion Design haben sich gefunden.

• Studiengang Produktion [Diplom]

<https://www.filmakademie.de/de/studium/studienangebote/produktion/allgemeine-informationen/informationen/>

Profil: Die sich permanent verändernde Medienwelt bietet Produzenten/-innen aufregende und vielfältige Möglichkeiten und Chancen. Geprägt von digitaler Transformation, erscheint sie immer differenzierter und unübersichtlicher. Angesichts dieser Herausforderungen werden von Produzenten/-innen Innovationen, Neuerungen und deren Umsetzung erwartet. Für diese Aufgaben müssen sie gewappnet sein.

3. Hochschule Offenburg

<https://www.fh-offenburg.de>

Studiengänge an der Hochschule Offenburg:

• Studiengang mediengestaltung produktion film animation grafik interaktion [Bachelor]

<https://mi.hs-offenburg.de/studium/bachelor-studienangebote/medien-gestaltung-und-produktion/>

Profil: Im AV-Studiogebäude mit moderner Architektur werden Spiel- und Dokumentarfilme mit professionellem Equipment produziert. In den Animationsstudios werden Animationsfilme in 2D, 3D und Stop Motion, Visual Effects und Virtual Reality (z.B. Zeichentrick, Puppentrick, 3D-Maya, VFX-Nuke, Game/VR-Unity- und Unreal-Engine) gestaltet. Es werden interaktive Medieninstallationen und Performances im öffentlichen Raum (z.B. Bangalore, Kairo, Freiburg) konzipiert und präsentiert. Sounds und Filmmusik werden gemischt, Drehbücher geschrieben und aktuelles Grafik- und Online-Design entwickelt.

4. Hochschule der Medien Stuttgart

<https://www.hdm-stuttgart.de>

Studiengänge an der Hochschule der Medien:

• Studiengang Audiovisuelle Medien [Bachelor & Master]

https://www.hdm-Hochschule der Medien Stuttgart stuttgart.de/studieninteressierte/studium/bachelor/steckbrief?sgang_ID=550035

Profil: Computeranimierte Filme, Hörspiele oder visuelle Effekte für PC-Spiele entwickeln Studenten der Audiovisuellen Medien. Denn mit Medien arbeiten heißt auch Technik beherrschen, Inhalte gestalten und Produktionen organisieren. Deshalb vermittelt der Studiengang in Theorie und Praxis alle Schritte, die auf dem Weg von der Idee bis zum fertigen Medienprodukt nötig sind.

5. Staatliche Hochschule für Gestaltung Karlsruhe

<https://www.hfg-karlsruhe.de>

Die Staatliche Hochschule für Gestaltung Karlsruhe wurde 1992 eröffnet und hat mit ca. 400 Studierenden die Aufgabe, die Ergebnisse der Entwicklungen und Forschungen des Zentrums für Kunst und Medien Karlsruhe (ZKM) so in die Lehre umzusetzen, dass eine Verbindung der klassischen Künste mit der Medientechnologie ermöglicht wird. Die HfG Karlsruhe bietet vier Praxisstudiengänge an (Ausstellungsdesign und Szenografie, Kommunikationsdesign, Medienkunst, Produktdesign) sowie den Theoriestudiengang Kunstwissenschaft und Medienphilosophie.

Studiengang an der Hochschule für Gestaltung Karlsruhe:

• Studiengang Medienkunst [Diplom]

<https://www.hfg-karlsruhe.de/studium/fachgruppen-und-studiengange/medienkunst/>

Profil: Der Fachbereich Medienkunst ist mit den Fachrichtungen Digitale Kunst/InfoArt, Film, Fotografie und Moving Image das künstlerische Kernstück der HfG. Ergänzt wird dieses umfassende Angebot durch den Bereich Sound und 3DProduktionen.

Transfermechanismen der Hochschule der Medien HdM – Anwendung im Bereich Animation/Visualisierung



von Prof. Dr. Alexander Roos

1. Ausgangssituation und Spezifika im Bereich Animation/Visualisierung

Transfer ist eine wichtige Aufgabe für Hochschulen. Es gilt, die Verwertung von Wissen und die Nutzbarmachung für Dritte zu ermöglichen, und damit Innovation, d.h. die wirtschaftlich erfolgreiche Nutzung von Wissen und Erfindungen zu ermöglichen. In Bezug auf Visualisierung, Animation, Gaming und angrenzende Gebiete geht es dabei natürlich um neue Technologien und deren Anwendung im Medienbereich für Animationsfilme und allgemein für Bewegtbild-Produktionen. Diese Technologien finden aber auch Anwendung in anderen Branchen, die sich massiv verändern. Haupttreiber der gravierenden wirtschaftlichen Veränderungen ist die Digitalisierung von Wirtschaft und Gesellschaft, welche disruptive Veränderungen für viele Branchen bedeutet. Die wichtigsten Fragestellungen im Rahmen der Digitalisierung sind:

- Was sind die neuen Geschäftsmodelle? Unternehmertum bedeutet heute primär das Design und die Realisierung neuer Geschäftsmodelle.
- Wie verändern sich Mediennutzungsverhalten und Verhalten von Kunden und Mitarbeitern? Die Generation der Digital Natives¹ zeichnet sich durch deutlich erweiterte Mediennutzung und andere Schwerpunktsetzungen in der Arbeitswelt wie z.B. Work-Life-Integration aus.
- Was bedeutet das Internet der Dinge? Laut Schätzungen werden 20 Milliarden „smarte“ Gegenstände 2020 mit dem Internet verbunden sein und Daten produzieren². Smart Homes, Fahrzeuge, Medizinimplantate, Drohnen, Verkehrsleitsysteme und vieles mehr gehören dazu.
- Was wird der zentrale Rohstoff der Wirtschaft? Data is the new Oil, die Data Driven Society wird Realität. Technologien wie Data Science³, Künstliche Intelligenz, Cloud computing⁴, Machine learning⁵, Location-based services⁶, Gamification⁷, Animation und Visualisierung helfen, mit diesen Datenmengen umzugehen. Dadurch werden auch Aspekte wie Accessibility⁸, Digitale Ethik (ethics by design)⁹, Security i.S.v. Informationssicherheit, Intellectual Property¹⁰

und Open data¹¹ noch mehr Bedeutung erlangen.

- Wie produzieren wir in Zukunft? Die Industrie 4.0 wird sich durch selbstorganisierende Prozesse, Roboter, additive Fertigung, individualisierte Produkte und eine verstärkte Bedeutung von Mensch-KI-Interaktion und User Experience¹² auszeichnen.

Die Bereiche Animation, VFX, Visualisierung, Games, VR und AR spielen in diesen Veränderungsprozessen für die Kernbranchen Baden-Württembergs eine wichtige Rolle und sind dabei in ihren Technologien und Anwendungsbereichen nicht mehr scharf zu trennen. Für die Hochschule der Medien (HdM) mit ca. 5.000 Studierenden ist dies ein Vorteil, da sie alle notwendigen technologischen und gestalterischen Voraussetzungen „unter einem Dach“ vereint. Als staatliche Hochschule der Medien sieht die HdM ihre Aufgabe in Lehre und Weiterbildung, umsetzungsorientierter Forschung und Transfer. Zwingend notwendig zur Erfüllung dieser Aufgaben sind auch die Fähigkeit zur Medienproduktion und die Internationalisierung. Im Bereich der Internationalisierung arbeitet die Hochschule der Medien mit US-Hochschulen wie Oregon, California State und Syracuse zusammen.

Die Studiengänge Audiovisuelle Medien, Medieninformatik und Computer Science and Media sowie die zugehörigen Master mit ihren derzeit ca. 260 Absolventen pro Jahr bilden selbstverständlich nicht nur für Animation, VFX und Gaming (insbesondere Serious gaming) aus, aber in diesen Studiengängen sind relevante Ausbildungsinhalte und Vertiefungsmöglichkeiten vorhanden.

Das statistische Landesamt ermittelt regelmäßig den Verbleib von Absolventinnen und Absolventen, für alle Studiengänge. Die vorliegenden Daten lassen den Schluss zu, dass ein weit überwiegender Teil der Absolventinnen und Absolventen in Baden-Württemberg arbeitet.

2. Branchenbezüge von Animation und Visualisierung

Die Animations- und Medienbranche besteht typischer Weise aus kleinen und kleinsten (micro-enterprises) Unternehmensgrößen sowie vielen Mitarbeitern, die auf Freelancer-Basis arbeiten.

Animation und Visualisierung sind wichtige Bestandteile und Anwendungsfelder verschiedener Branchen wie zum Beispiel:

- Die Filmbranche, die besonderen wirtschaftlichen Rahmenbedingungen unterliegt und durch verschiedenartige Subventionen weltweit immer wieder mit Wettbewerbsverzerrungen leben muss. Die Animationsfirmen sind meist starken Schwankungen ihrer Geschäftslage unterworfen, da das Filmgeschäft stark von Großprojekten abhängt. Insgesamt wird der Bewegtbild-Medienbereich an Bedeutung gewinnen. Um im Bewegtbild-Bereich ein starker Medienstandort zu sein, sind VFX- und Animationsfirmen unbedingt notwendige Schlüsselunternehmen. Die mediale Wahrnehmung im Bereich Film und Fernsehen sowie sozialen Medien auf Bewegtbildbasis (z.B. youtube) ist ein wichtiger Faktor für den Standort Baden-Württemberg, so dass die Bedeutung dieser Branchen deutlich über die reine Arbeitsplatzzahl hinausgeht. Zur Förderproblematik und Bedeutung führt die Landtagsdrucksache BW16/3100 vom 01.12.2017 (Filmförderung und Kreativ-

wirtschaft in Baden-Württemberg) aus: „Die Filmwirtschaft Baden-Württemberg gewinnt durch Formate wie das Internationale Trickfilm Festival (ITFS) zunehmend an Ansehen. Die Förderung durch die Medien- und Filmgesellschaft Baden-Württemberg mbH (MFG) hat dem Großraum Stuttgart in Kreisen der Animationsbranche insgesamt zu einem international anerkannten Ruf verholfen.“

- Kultureinrichtungen wie z.B. Museen sind eine wichtige Anwendungsbranche, wenn es um die Digitalisierung dieser Einrichtungen in Hinblick auf die virtuelle Darstellung von Funktionsweisen musealer Gegenstände, Vermittlungsaspekte und verbesserte Zugänglichkeit durch Digitalisierung geht.
- Didaktik und Wirtschaft, die ohne Anwendungen von Animationen und Visualisierungen in vielen Teilbereichen nicht denkbar ist. Dieser Aspekt wird im Rahmen des Internet der Dinge (IoT) dramatisch an Bedeutung gewinnen und eine Schlüsseltechnologie für neue Geschäftsmodelle (in Verbindung mit Data Science, Künstlicher Intelligenz und Serious Gaming (z.B. in der Medizintechnik) sein. Fahrzeug- und Maschinenbau sowie die Medizintechnik werden in Zukunft stark datengetriebene Geschäftsmodelle haben, welche nur mit Hilfe dieser Technologien beherrscht werden können. Animationsfirmen, welche im Filmbereich und in diesen Schlüsselbranchen für Baden-Württemberg tätig sind, werden eine kontinuierliche Auslastung leichter sicherstellen können.
- Die Kreativ- und Kulturwirtschaft beinhaltet mit dem wichtigen Bereich Animation eine Hochtechnologiebranche mit starken gestalterisch-kreativen Anteilen. Die Bedeutung wird auch vom Wirtschaftsministerium hervorgehoben: „Die Produkte, Prozesse und Geschäftsmodelle der Kultur- und Kreativwirtschaft stehen oft am Beginn von Wertschöpfungsketten und spielen damit eine Schlüsselrolle für andere Wirtschaftsbranchen. Insgesamt gilt die Kultur- und Kreativwirtschaft als Innovationstreiber hin zu einer wissensbasierten Informations- und Dienstleistungswirtschaft“¹³. Diese Sicht wird auch in der Drucksache 15/8110 vom 16.04.2016 des Landtags Baden-Würt-

¹ Digital Native = Person die mit digitalen Technologien aufgewachsen und mit ihrer Benutzung geübt ist.

² <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/537093/umfrage/anzahl-der-vernetzten-geraete-im-internet-der-dinge-iotweltweit/>

³ Data Science = Systeme, Methoden und Algorithmen zur Auswertung großer Datenmengen durch das Erkennen von Mustern und Korrelationen

⁴ Cloud computing = Das Bereitstellen von Speicher und IT-Infrastrukturen als Dienstleistung über das Netz

⁵ Machine learning = beschreibt das Lernen unter Nutzung einer großen Zahl von Beispielen (inklusive deren Verallgemeinerung) mit Hilfe von Methoden der künstlichen Intelligenz

⁶ Location-based services = mobile IT-Services, welche positionsabhängig sind (z.B. durch Nutzung von GPS-Daten)

⁷ Gamification = Die Anwendung typischer Elemente aus Computerspielen in anderen Umgebungsbedingungen um z.B. Nutzungsanreize wie in Spieleumgebungen zu schaffen

⁸ Accessibility = barrierefreier Zugang zu Informationen z.B. durch Regeln des barrierefreien Webdesigns

⁹ Digitale Ethik (ethics by design) = Die Digitale Ethik ist eine Erweiterung der allgemeinen Medienethik. Sie versucht, Verhalten im digitalen Leben auf seine Verantwortbarkeit hin zu untersuchen.

¹⁰ Intellectual Property = Geistiges Eigentum

¹¹ Open data = (Unternehmens-)daten, die zur Verwendung durch Dritte offengelegt werden

¹² User Experience = Alle Aspekte der Erfahrungen eines Nutzers bei der Interaktion mit einem (IT-)Produkt oder Service

¹³ <https://wm.baden-wuerttemberg.de/de/innovation/ausgewaehlte-branchen/kultur-und-kreativwirtschaft/oder-einer-kuenstlichen-intelligenz.ux-benoetigt-daher-kennnisse-in-psychologie-informatik-und-design.>

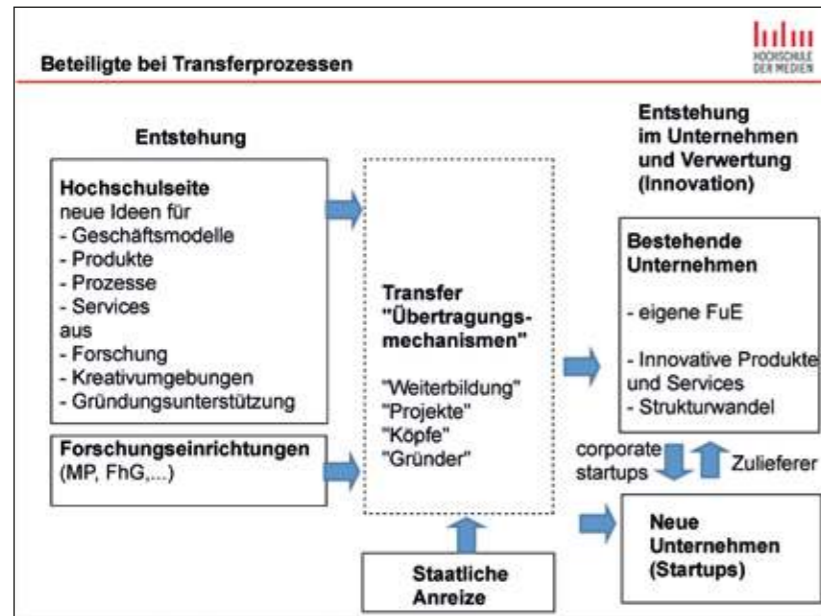


Abb. 1: Stakeholder im Technologietransfer

temberg (Kulturwirtschaft in Baden-Württemberg) aufgegriffen: „Bedeutsam ist darüber hinaus weiterhin eine stärkere Sichtbarmachung des Potenzials der Kultur- und Kreativwirtschaft als Innovationstreiber für die Gesamtwirtschaft.“

3. Technologietransfer

Hochschulen haben eine wichtige Funktion bei Technologietransfer (vgl. Abb. 1 und folgendes Kapitel).

In der Vergangenheit haben Markteintrittsbarrieren die Innovationsgeschwindigkeit reduziert, Markteintritte haben sehr lange gedauert, globale Wissensstände und Realisierungskompetenzen waren sehr unterschiedlich. Globale Produktionsmöglichkeiten für digitale Produkte, globaler Informationszugang und machine learning Prozesse haben eine ortsungebundene Produktion und hohe Innovationsgeschwindigkeiten notwendig und möglich gemacht. Innovationen beziehen sich nicht mehr nur auf Produkte und Dienstleistungen, sondern auch auf Prozesse und Geschäftsmodelle.

Die Instrumente und Mechanismen des Technologietransfers sind nachfolgend beschrieben.

4. Transfermechanismen

4.1 Transfer durch Lehrprojekte

Kooperative Projekte unter Einbeziehung von Studierenden ermöglichen häufig den Transfer von Ideen in die Berufspraxis (und in der Wechselwirkung ein verbessertes Verständnis für benötigte Skills). Eine wichtige Funktion solcher Projekte kann auch die Entwicklung von Vorstellungsvermögen für Anwender sein, welcher Bedarf eigentlich in Kenntnis technologischer Möglichkeiten besteht. So wäre das erste Smartphone sicherlich kaum durch eine konventionelle Anforderungsanalyse beim Kunden entstanden.

4.2 Transfer durch Weiterbildung

Bedingt durch eine limitierte Verfügbarkeit von Personal auf Grund des demografischen Wandels, und eine extrem schnell-

le technische Entwicklung wird die Weiterbildung immer wichtiger. Die HdM bietet daher über ihr Weiterbildungszentrum ein sich laufend vergrößerndes Spektrum an Weiterbildungsmöglichkeiten (Kontaktstudienangebote, Weiterbildungsstudiengänge) im Bereich der Digitalisierung. Im Gegensatz zu Studiengangs-Lehrinhalten können sehr rasch aktuelle Entwicklungen (wie z.B. green shooting) in Lehrinhalte umgesetzt werden. Die Hochschule der Medien ist als Bildungseinrichtung im Sinne des Bildungszeitgesetzes Baden-Württemberg (BzG BW) anerkannt.

4.3 Transfer durch Absolventinnen und Absolventen

Ein wesentlicher Aspekt des Transfers ist es, dass neues Wissen durch Absolventinnen und Absolventen, bzw. auch durch mit der Industrie angelegte Abschlussarbeiten, in die Unternehmen gelangt.

4.4 Transfer aus Forschungsprojekten

Ein traditioneller Weg des Transfers ist der, über gemeinsame und teilweise industriell oder öffentlich geförderte angewandte Forschungsprojekte zu industriellen Innovationen zu kommen. Dies geschieht entweder direkt oder durch entsprechende Fachveröffentlichungen und Erwerb von Intellectual Property-Rechten wie z.B. Patenten.

Wichtig ist dabei die Existenz von effizienten organisatorischen Strukturen, in denen die Forschung und die Forschungsförderung (z.B. durch die MFG) stattfindet. An der HdM ist eine solche Forschungsstruktur vor allem das kooperative Promotionskolleg „digital Media“ im Bereich der Computeranimation/Computer generated Imagery bzw. Visualisierung mit den Universitäten Stuttgart und Tübingen. Hier können unter sehr guten Bedingungen mit Promotionsstipendiaten Forschungsprojekte betrieben werden. Weitere Strukturen sind Netzwerkstrukturen wie das Media Solution Center, das u.a. eine Einbindung des Höchstleistungsrechenzentrums HLRS ermöglicht. Zu nennen ist auch das Animation Media Cluster Region Stuttgart AMCRS und die Möglichkeit zum Fachaustausch bei Veranstaltungen wie z.B. der FMX.

Insgesamt sind Strukturen wie Industry on campus¹⁴ für den Transfer wichtig, gemeinsame vorwettbewerbliche Aktivitäten

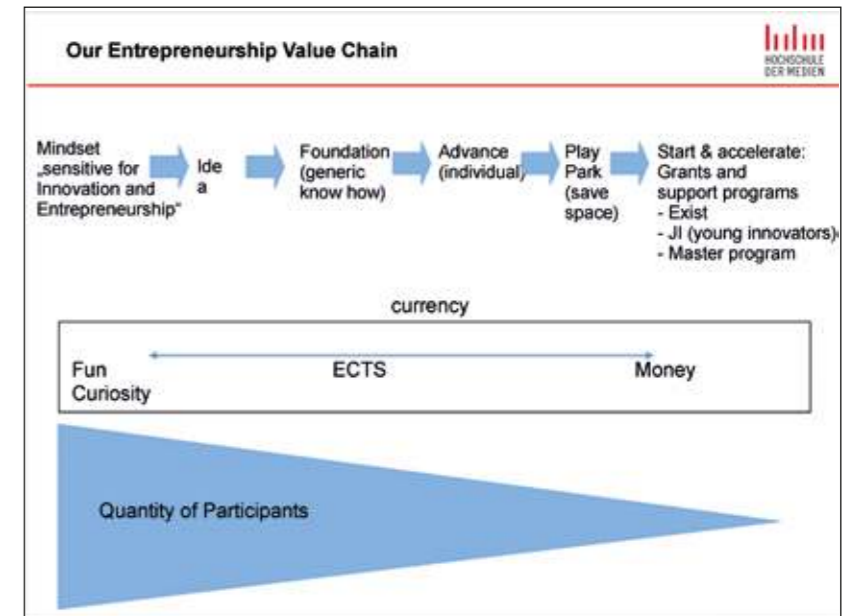


Abb. 2: Entrepreneurship Value Chain der HdM

von Unternehmen in Verbindung mit Hochschulen, und neuartige Strukturen, wie sie im angrenzenden Themenfeld User Experience durch das UUX Competence Center für KMUs von der HdM bundesweit koordiniert werden.

Die interdisziplinären Aspekte von Animation (Gestaltung & Technik, konvergierende Technikbereiche) verlangen ein Ökosystem, das einen schnellen Zugriff sowohl auf unterschiedliche Technologien (Institut für Games und KI an der HdM, Film- und TV-Bereich, IT-Grundlagentechnologien) wie gestalterisch-künstlerische Bereiche verlangt. Andererseits werden für Animation, Visualisierung, VFX oder auch Games dieselben Techniken und Verfahren entwickelt, die auch in anderen Technologiebereichen unverzichtbar sind: Medizinische Visualisierung, Bildbearbeitung und digitale Medien, Automobilsimulation und -Visualisierung, Visualisierung, Simulation und Analyse biologischer, chemischer Prozesse aber auch die visuelle Analyse und Aufbereitung großer Datensätze. Forschung und Entwicklung im Bereich der Animation/VFX ist nicht nur auf den Unterhaltungsbereich fokussiert und gestaltet sämtliche Digitalisierungsbereiche unserer Gesellschaft mit. Sie ist zentraler Baustein der Entwicklung unserer Gesellschaft und unserer Freizeit.

4.5 Transfer durch Gründung

Transfer durch Gründung ist ein Schwerpunkt der HdM-Arbeit: Grundidee ist, dass neben forschungsgetriebenen Gründungen hauptsächlich studierendengetriebene Aktivitäten (vgl. Abb. 2) zu Gründungen führen. Möglichst viele Studierende sollen möglichst früh mit dem Thema Gründung in Verbindung gebracht werden. Das Fördern von Kreativität, Planspiele, das Denken in medialen Produkten und vieles mehr gehören dazu.

Eine Startup-Kultur, ein Startup-Ökosystem mit dem Landes-accelerator für Kreativwirtschaft (gefördert vom Land Baden-Württemberg), einem Startup-Center und Möglichkeiten zur schnellen Realisierung von Ideen auf Basis einer guten technischen Ausstattung bilden die Basis für diese Aktivitäten. Das Startup-Center bietet Förder- und Beratungsangebote (z.B. Exist, Junge Innovatoren, Pitch-Wettbewerbe), Co-Working Space und Zugang zu einer Vielzahl von durch

EU, Bund und Land geförderten Aktivitäten im Bereich der Existenzgründungsunterstützung. Diese Angebote stehen teilweise auch anderen Einrichtungen offen (z.B. der Filmakademie durch einen Kooperationsvertrag).

Das Startup-Center der HdM verzeichnet insgesamt 9 Unternehmen mit 161 Mitarbeitern, die als Schwerpunkt Visualisierung / Computer Animation haben und in Stuttgart und der Region sitzen (einige der Mitarbeiter arbeiten aber in anderen Standorten,) siehe auch <https://startupcenter-stuttgart.de/startups/alumni/>.

Die HdM ist auch offen für Ideen aus Unternehmen, die teilweise aus Kapazitätsgründen unbearbeitet liegen bleiben. Gemeinsam mit der Universität Stuttgart bietet die HdM auch einen Masterstudiengang Entrepreneurship an. Die HdM ist mit allen relevanten Akteuren in der Region Stuttgart über de-Hub, Arena 2036, Förderverbände mit anderen Hochschulen der Region etc. vernetzt.

Im Bereich der AV-Medien sind relativ viele Freelancer zu verzeichnen. Für diese sind spezifische Angebote für diese Form der Selbständigkeit erforderlich: Das Advance e-school Angebot der HdM für diese Zielgruppe findet jedes Semester statt.

¹⁴ Industry on campus = Industry-on-Campus-Vorhaben sind strategische Forschungsk Kooperationen von Hochschulen und Unternehmen auf dem Campusgelände.

Förderung der Animationsbranche durch praxisnahe Ausbildung, Vernetzung und Informationsaustausch



von Prof. Jan Adamczyk

Vernetzung der Animations-Branche als notwendige Reaktion auf technologische und personelle Entwicklungen

1. Ausgangssituation: Branchenwachstum und steigender Fachkräftemangel

Die Animations-Branche rechnet auch in den nächsten Jahren mit einem weiteren Zuwachs, denn spätestens mit der Popularität der Streaming-Dienste wie Netflix oder Amazon Prime - und dem damit verbundenen Wettbewerbsdruck - steigt die Nachfrage nach qualitativ hochwertigen Film- und Serienproduktionen mit VFX- und Animationsinhalten.

„Durch die technologische Entwicklung insbesondere seit Mitte der 1990er Jahre und veränderte Zuschauererwartungen hat sich der Bereich Animation und VFX zu einem wesentlichen Wachstumsmarkt in der Film- und Fernsehbranche entwickelt. Special Effects werden in immer mehr Produktionen eingesetzt, Animationsspielfilme und -serien werden in regelmäßigen Abständen zu großen Publikumserfolgen.“¹

„Mit einer reduzierten Einstiegsschwelle für Filme mit hohem VFX-Anteil ist am 15. Oktober 2018 die neue Richtlinie zum Deutschen Filmförderfonds (DFFF) in Kraft getreten: Bereits ab zwei Millionen Euro deutscher Herstellungskosten kann künftig eine Förderung beim DFFF 2² beantragt werden. Kulturstaatsministerin Monika Grütters sieht darin ein „großartiges Signal für die weitere Stärkung der internationalen Wettbewerbsfähigkeit des Filmstandortes Deutschland. Mit der neuen Richtlinie haben wir den DFFF an aktuelle Marktentwicklungen angepasst und wollen mit niedrigeren Einstiegsschwellen beim DFFF 2 insbesondere Dienstleister für digitale Produktionen, wie zum Beispiel VFX-Unternehmen, ansprechen.“ Die Staatsministerin betonte: „Dies ist mir angesichts der galoppierenden Digitalisierung auch in der Filmbranche ein wichtiges Anliegen, zumal wir hier in Deutschland hervorragende Talente haben. Deshalb hat die Bundesregierung die

notwendige Senkung der Einstiegsschwellen mit Nachdruck gegenüber der Europäischen Kommission durchgesetzt. Allein für die wirtschaftliche Filmförderung stellen wir insgesamt 135 Millionen Euro jährlich zur Verfügung.“³

Zusätzlich verzichtet derzeit kaum ein Film auf digitale und visuelle Effekte. Belegen lässt sich dies durch die Liste der 20 umsatzstärksten Filme bis zum Jahr 2018. Alle Filme zeichnen sich durch einen hohen VFX-Anteil aus. Weiterhin findet man drei Animationsfilme in dieser Liste.

(siehe Tabelle 1, S.112)

VFX und Animation – eine Technologie, die nicht nur in der Filmindustrie gefragt ist

Der Animations- insbesondere der VFX-Bereich der Branche verzeichnet Wachstum in den folgenden Anwendungsbereichen:

- als Visualisierungstechnik im Forschungs- und Entwicklungsbereich,
- in Form eines autonomen Produkts (Effekt-, bzw. Animationsfilm),
- zur Post-Produktion jeglicher Print-, TV- und Kinowerbung,
- als Mittel zur adäquaten Präsentation von Produkten und Dienstleistungen,
- auf Messen, in Unternehmensvideos und auf interaktiven Webseiten.

„Aufgrund dieser Querschnittstechnologie ist die VFX-/Animationsbranche heute mehr denn je das Bindeglied zwischen industriellen Anwendungsfeldern einerseits und dem Bereich der Werbe- und Produktkommunikation andererseits geworden.“⁴ Die positive Folge: Die Umsätze der in Baden-Württemberg ansässigen VFX- und Animationsfirmen verzeichnen weiterhin gute Umsatz- und Mitarbeiterzahlen. Mit der starken Nachfrage rückt der Fachkräftemangel in den Mittelpunkt. Die Stuttgarter Firmen stehen vor der großen Herausforderung ausreichend qualifizierte Mitarbeiter zu finden.

2. Vernetzung als Reaktion auf Fachkräftemangel

In diesem Zusammenhang kommt auf das „Animation Media Cluster der Region Stuttgart“ (AMCRS) eine große Aufgabe zu. Denn mit dem Ziel den Standort Stuttgart mit all seinen ansässigen Unternehmen als international wettbewerbsfähigen Standort zu festigen und bei internationalen Großprojekten kooperativ zusammen zu arbeiten, wird der Bedarf an Fachkräften weiter wachsen. Derzeit sind die Unternehmen sogar gezwungen auf internationale Artists auszuweichen. Mit der Bildung einer Task Force soll der Fokus auf Nachwuchsförderung aktiv angegangen werden und die Kollaboration von Hochschulen und Wirtschaftsvertretern fördern. Durch ein gemeinsames Projekt in Zusammenarbeit mit der Hochschule der Medien HdM soll die Kommunikation und der Informationsfluss zwischen Arbeitgebern und freischaffenden Artists über eine Online-Plattform gewährleistet sein. Ziel ist es, freie Stellen bei den Unternehmen und die Verfügbarkeit/Auslastungszeiten der Artists transparenter zu machen und damit die Beauftragung der Freiberufler zu vereinfachen. Des-

weiteren soll die Plattform möglicherweise auch bei der Wohnungssuche aktiv unterstützen.

Seit einigen Semestern bietet die HdM den Mitgliedern des AMCRS und interessierten VFX- und Animationsfirmen aus Baden-Württemberg die Möglichkeit im kleinen Rahmen die fertiggestellten Semesterprojekte kennenzulernen. Die Vertreter der Animations- und VFX-Studios haben so die Möglichkeit, den Studierenden ein direktes Feedback zu ihren Produktionen zu geben. Neben dem fachlichen Austausch können die Studios die Studierenden kennenlernen (Talent Scouting).

Die Hochschule der Medien Stuttgart ist sich ihrer Aufgabe, qualifizierte Fachkräfte für die VFX- und Animationsbranche auszubilden bewusst und sehr daran interessiert, sich dieser Herausforderung zu stellen und ihren Teil dazu beizutragen, den Bedarf an Talenten nachhaltig zu decken.

3. Technologische Vernetzung

„Baden-Württemberg ist als eines der wirtschaftsstärksten Länder Deutschlands durch hohen Wohlstand, einen hohen Beschäftigungsgrad und die niedrigste Arbeitslosenquote im gesamten Bundesgebiet gekennzeichnet. Automobil- und Maschinenbau nehmen noch immer einen sehr großen Anteil an der Wertschöpfung im Land, der Zahl der Patentanmeldungen sowie der Exportquote ein. Trotz dieser, alles in allem sehr positiven volkswirtschaftlichen Bilanz des Bundeslandes, kommt Baden-Württemberg nicht umhin, die Grundlagen seiner Wettbewerbsfähigkeit permanent zu erneuern. Das Land steht in einem ständigen Wettbewerb mit anderen deutschen, europäischen und weltweiten Standorten um die besten wirtschaftlichen Standortbedingungen, wirtschaftspolitischen Konzepte, Ideen und Talente. Dazu ist es notwendig, auf neue Industrien und Technologien zu setzen.“⁵

Die „Tech Talks“ innerhalb des Clusters AMCRS können in diesem Zusammenhang eine gute Basis bilden, um die Animationsfirmen für innovative und technisch fortschrittliche Neuentwicklungen zu begeistern. So hat sich aus einem Impulsvortrag bei den Tech Talks eine weitere Zusammenarbeit der Stuttgarter Firmen, der Filmakademie Baden-Württemberg und der Hochschule der Medien HdM herausgebildet. Diese Kollaboration erörtert derzeit die Möglichkeiten, inwieweit eine gemeinsame digitale Pipeline-Lösung für die Region praktikabel und sinnvoll ist.

4. Vernetzung durch Veranstaltungen und Conferences

Von großer Bedeutung für den Animationsstandort Baden-Württemberg sind die regelmäßig stattfindenden Animations- und Fachkonferenzen. Diese Veranstaltungen bieten einen ausgezeichneten Rahmen für einen professionellen Austausch unter den Top-Talenten der Animationsbranche.

¹ Quelle: Studie zum VFX Animationsfilmstandort Baden-Württemberg Situationsanalyse und Prognose unterschiedlicher Fördermittelstrategien. Goldmedia GmbH Strategy Consulting

² DFFF 2: Nach der aktuellen DFFF-Richtlinie sind im Rahmen des DFFF 2 Produktionsdienstleister, wie beispielsweise Produktionsstudios oder VFX-Dienstleister antragsberechtigt.

³ Quelle: <https://www.bundesregierung.de/breg-de/suche/neue-richtlinie-zum-deutschen-filmfoerderfondsgruetters-wir-staerken-animationsfilme--1539922>

^{4 + 5} Quelle: Studie zum VFX/Animationsfilmstandort Baden-Württemberg Situationsanalyse und Prognose unterschiedlicher Fördermittelstrategien. Goldmedia GmbH Strategy Consulting

Weiterhin sind diese Fachkonferenzen für die Nachwuchstalente eine gute Möglichkeit sich über das Berufsfeld, die Branche und die Arbeitgeber zu informieren und mit wichtigen Vertretern der Industrie ins Gespräch zu kommen.

Die FMX hat sich seit der Gründung im Jahr 1994 zur europaweit größten Fachkonferenz für die Animationsbranche entwickelt. Aber auch kleinere VFX-Veranstaltungen entwickeln sich sehr gut. So hat die Hochschule der Medien mit dem VeGA Camp eine internationale Konferenz ins Leben gerufen, welche sich den Themen digitale Bildkunst, Technologien und Medienproduktion widmet. Alle zwei Jahre kommen VFX-Spezialisten, Animationsexperten sowie Games- und Transmedia-Talente zum VeGA Camp, um Fallstudien, modernste Werkzeuge und Arbeitsabläufe sowie Medientechnologien vorzustellen.

Alle zwei Jahre bietet die Hochschule der Medien außerdem drei Tage akademische Network Sessions, Präsentationen und Workshops, in denen die Möglichkeiten aufgezeigt werden, wie sich die vielfältigen Mediendisziplinen miteinander verzahnen lassen.

Eine weitere wichtige Veranstaltung ist die Media Night der Hochschule der Medien HdM. In dieser öffentlichen Veranstaltung präsentieren Studierende jedes Semesters alle Medien-Projekte, an denen sie gearbeitet haben. Das Spektrum der Arbeiten reicht von künstlerisch-kreativen Projekten bis hin zu innovativen oder alltagstauglichen Industrieenanwendungen.

5. Vernetzung durch Informationsaustausch

Vor allem durch das Mediencluster AMCRS stehen die Professoren der Hochschulen in einem guten und steten Kontakt mit den VFX- und Animationsstudios der Region. Um auch Studierenden einen guten Kontakt zu den Studios zu ermöglichen, sollen zukünftig in regelmäßigen Abständen Fachvorträge an der Hochschule der Medien von Mitgliedern der Studios angeboten werden. Es besteht der Wunsch zukünftig sowohl ganze Themenreihen als auch alleinstehende Präsentationen laufender Produktionen aus den Studios anzubieten.

Weiterhin ist eine Beteiligung der Firmen an kleineren Projekten und Diskussionen innerhalb der Lehrveranstaltungen erstrebenswert.

Es ist zu wünschen, dass durch die Präsenz der Firmen an den Hochschulen die Studierenden über die vielfältigen Möglichkeiten und Arbeitsplätze in der Region informiert werden, um sie nachhaltig für die Region und die Animationsbranche mit ihren vielfältigen Möglichkeiten zu gewinnen **und damit auch der Abwanderung von Talenten zu begegnen.**

Die Hochschule der Medien HdM steht bereit, ihren Teil innerhalb dieses Prozesses beizutragen.

Tab. 1: Rangliste der erfolgreichsten Spielfilme nach weltweitem Einspielergebnis

in US-Dollar, Stand 2018

Platzierung Titel Einspielergebnis

| Rank | Title | Studio | Worldwide | Domestic / % | Overseas / % | Year^ |
|------|---|--------|-----------|---------------|-----------------|-------|
| 1 | Avatar | Fox | \$2,788.0 | \$760.5 27.3% | \$2,027.5 72.7% | 2009^ |
| 2 | Titanic | Par. | \$2,187.5 | \$659.4 30.1% | \$1,528.1 69.9% | 1997^ |
| 3 | Star Wars: The Force Awakens | BV | \$2,068.2 | \$936.7 45.3% | \$1,131.6 54.7% | 2015 |
| 4 | Avengers: Infinity War | BV | \$2,048.4 | \$678.8 33.1% | \$1,369.5 66.9% | 2018 |
| 5 | Jurassic World | Uni. | \$1,671.7 | \$652.3 39.0% | \$1,019.4 61.0% | 2015 |
| 6 | Marvel's The Avengers | BV | \$1,518.8 | \$623.4 41.0% | \$895.5 59.0% | 2012 |
| 7 | Furious 7 | Uni. | \$1,516.0 | \$353.0 23.3% | \$1,163.0 76.7% | 2015 |
| 8 | Avengers: Age of Ultron | BV | \$1,405.4 | \$459.0 32.7% | \$946.4 67.3% | 2015 |
| 9 | Black Panther | BV | \$1,346.9 | \$700.1 52.0% | \$646.9 48.0% | 2018 |
| 10 | Harry Potter and the Deathly Hallows Part 2 | WB | \$1,341.7 | \$381.2 28.4% | \$960.5 71.6% | 2011^ |
| 11 | Star Wars: The Last Jedi | BV | \$1,332.5 | \$620.2 46.5% | \$712.4 53.5% | 2017 |
| 12 | Jurassic World: Fallen Kingdom | Uni. | \$1,309.5 | \$417.7 31.9% | \$891.8 68.1% | 2018 |
| 13 | Frozen | BV | \$1,276.5 | \$400.7 31.4% | \$875.7 68.6% | 2013 |
| 14 | Beauty and the Beast (2017) | BV | \$1,263.5 | \$504.0 39.9% | \$759.5 60.1% | 2017 |
| 15 | Incredibles 2 | BV | \$1,242.8 | \$608.6 49.0% | \$634.2 51.0% | 2018 |
| 16 | The Fate of the Furious | Uni. | \$1,236.0 | \$226.0 18.3% | \$1,010.0 81.7% | 2017 |
| 17 | Iron Man 3 | BV | \$1,214.8 | \$409.0 33.7% | \$805.8 66.3% | 2013 |
| 18 | Minions | Uni. | \$1,159.4 | \$336.0 29.0% | \$823.4 71.0% | 2015 |
| 19 | Captain America: Civil War | BV | \$1,153.3 | \$408.1 35.4% | \$745.2 64.6% | 2016 |
| 20 | Aquaman | WB | \$1,147.2 | \$335.1 29.2% | \$812.1 70.8% | 2018 |

Quelle: <https://www.boxofficemojo.com/alltime/world/>

aktueller Stand 10.04.2019

CHART NOTES

Grosses are in millions of dollars. ^ Indicates the movie made its gross over multiple releases.

Rentabel by Nature! Das Internationale Trickfilm-Festival Stuttgart zwischen Kultur- und Wirtschaftsförderung



von Prof. Ulrich Wegenast

Filmfestivals spielen für die Filmkultur und -wirtschaft eine zentrale Rolle. Das Trickfilm-Festival nimmt dabei in Deutschland eine Sonderrolle ein, da es in besonderem Maße technologische Innovation, Experiment und Entertainment zusammenführt. Durch die stetige Weiterentwicklung der Formate, Konzepte und Inhalte ist es trotz der Fokussierung auf Animation mittlerweile nach der Berlinale mit über 100.000 Zuschauern und ca. 6.000 Fachbesuchern das größte Publikums- und Branchenereignis für Film im deutschsprachigen Raum.

So sehr es mit Formaten wie der GameZone, dem Sprecherpreis oder der Businessplattform Animation Production Days und dem großen Open Air einen besonderen Status in der Festivallandschaft einnimmt, so sehr folgt es aber auch allgemeinen Trends von Filmfestivals, die sich nicht nur im kulturellen Zusammenhang, sondern im wirtschaftlichen Kontext bemerkbar machen: wie die meisten größeren Festivals umfasst das ITFS mit den Animation Production Days auch einen Filmmarkt, der aber nicht wie eine klassische Messe strukturiert ist, sondern eine Kommunikations- und Koproduktionsplattform für neue Animations- und Transmediaprojekte ist. So setzen die Animation Production Days wichtige Impulse für die Herstellung unterschiedlichster Animationsinhalte in Deutschland, aber auch im Ausland.

Das Internationale Trickfilm-Festival Stuttgart als Botschafter für die Animationsindustrie

Neben diesen unmittelbaren ökonomischen Effekten bei den APDs, aber auch bei der Partnerveranstaltung FMX und dem ITFS mit zahlreichen Welt- und Deutschlandpremiere besitzt das Festival weitere wichtige Funktionen im Kontext von Tourismus und Stadtmarketing. Denn das ITFS ist nicht nur neben Annecy das weltweit größte Ereignis für Animation, sondern auch eine der größten Kulturveranstaltungen in Baden-Württemberg mit zahlreichen Kooperationen, z.B. mit der Oper Stuttgart und unterschiedlichen Spielstätten. Durch die grenzüberschreitende Programmentwicklung, die andere Kultur-



sparten wie Musik, Kunst, Comic, Games und Architektur einbezieht, erreicht das ITFS sehr unterschiedliche Zielgruppen und zieht sehr viel auswärtiges Publikum an. Dies macht sich bei der Bettenbelegung deutlich bemerkbar, so dass die Hotelkapazitäten in der Region Stuttgart während des Festivals komplett erschöpft sind, was in den letzten Jahren leider zunehmend zu Absagen von Besuchern geführt hat.

Dieses Phänomen zeigt aber gleichzeitig, was für einen großen wirtschaftlichen Effekt ein Ereignis wie das Trickfilm-Festival für die Region Stuttgart mittlerweile hat. In diesem Artikel geht es jedoch nicht unmittelbar um die sogenannte Umweg-Rentabilität, die ja nicht ohne weiteres für eine Veranstaltung zu beziffern ist. Doch so viel darf angemerkt sein: allein das Finanzvolumen der im Zusammenhang mit dem ITFS gebuchten Hotelzimmer entspricht einem nicht unerheblichen Teil der öffentlichen Finanzierung des Trickfilm-Festival Stuttgart. Nimmt man noch Ausgaben für Restaurants und Shopping der Festivalgäste sowie die diversen Dienstleistungen (Veranstaltungstechnik, Caterings, Druck- und Marketingkosten...) hinzu, übersteigen diese deutlich den öffentlichen Finanzierungsanteil, ohne die Personalkosten der angestellten und freien Mitarbeiter einzubeziehen. Doch darum soll es in diesem Artikel gar nicht gehen, sondern vielmehr um den wirtschaftsfördernden Anteil des Trickfilm-Festivals, der u.a. dazu beigetragen hat, dass ein ganzer Wirtschaftszweig entstanden ist, der in Zeiten der digitalen Transformation und Disruption zunehmend an Bedeutung gewinnt!

Die kulturpolitischen Anfänge

Das Internationale Trickfilm-Festival Stuttgart ITFS wurde im Januar 1982 erstmalig durchgeführt. Es firmierte damals unter dem Namen 1. Internationale Stuttgarter Trickfilmtage. Zum damaligen Zeitpunkt hätte wohl kaum jemand gedacht, dass aus der Initiative des Design-Professors Albrecht Ade und seinen Studenten sowie dem Engagement des Kommunalen Kino Stuttgart e.V. nicht nur eines der weltgrößten Animationsfestivals entsteht, sondern auch ein vollkommen neues ökonomisches

Mikroklima in Baden-Württemberg, das heute unter dem Begriff „Kreativwirtschaft“ subsumiert wird. Insbesondere in einem Bundesland wie Baden-Württemberg, das bis in die 1980er Jahre wirtschaftlich alleine von der Automobilindustrie und dem Maschinenbau geprägt war, kann bei der Gründung des ITFS von einer visionären Pionierleistung gesprochen werden.

Der kulturelle Aufbruch unter Lothar Späth

Die positive Entwicklung des ITFS erfolgte in einem politischen Umfeld, das Kultur zunehmend als weichen Standortfaktor begriff, aber auch wirtschaftliche Potentiale in der Kunst- und Medienproduktion identifizierte. In diesem Kontext war das Wirken von Dr. Dr. Hannes Rettich wichtig, der 1974 die Leitung der Abteilung Kunst im Kultusministerium inne hatte und gegenüber dem filmischen Medium überaus aufgeschlossen war. Mit seiner kulturellen Intention stieß Rettich beim damaligen Ministerpräsidenten auf offene Ohren, so dass in dieser außergewöhnlichen Aufbruchstimmung viele bis heute existierende Institutionen und Kultureinrichtungen wie die Akademie Schloss Solitude, das Zentrum für Kunst und Medientechnologie in Karlsruhe und schließlich die Filmakademie Baden-Württemberg in Ludwigsburg gegründet werden konnten.

Die Wochenzeitschrift „Der Spiegel“ kritisierte gemeinsam mit nicht wenigen Kulturschaffenden die hektische, fast ungezügelter Kunstpolitik Lothar Späths: „Späths Regierung wirft mit Kultur-Millionen nur so um sich.“¹ Von solch „paradiesischen“ Zuständen ist die heutige Kulturlandschaft in Baden-Württemberg und Deutschland weit entfernt. Zum damaligen Zeitpunkt war diese Offenheit und Bereitschaft zur Investition ein Glücksfall für die Entwicklung des Internationalen Trickfilm-Festivals, das als kleines Studentenfestival mit einem Spielort im Kommunalen Kino begann. Bereits Ende der 1980er Jahre hatte sich das ITFS zu einem wichtigen internationalen Festival für Animationsfilm entwickelt, dessen positive Entwicklung – trotz eines größeren Bruchs im Jahr 1992,



bei dem sich die Wege der damaligen Macher Prof. Albrecht Ade, Otto Alder und Thomas Basgier trennten – bis heute anhält.

Kontinuierliches Wachstum durch Förderung und Fundraising – Wenn Politik und Wirtschaft Hand in Hand gehen...

Ein wichtiger Baustein dieser positiven Entwicklung und der zunehmenden Internationalisierung war die kontinuierliche Unterstützung des ITFS durch das MEDIA Programm der Europäischen Kommission, das insbesondere den kulturellen und wirtschaftlichen Austausch im Bereich des Animationsfilms unterstützte und eine Vielzahl von Aktivitäten ermöglichte. Durch die ambitionierte Fundraising-Arbeit des ITFS – insbesondere in den Jahren 2005 - 2017 – wurden zusätzliche ökonomische Grundlagen geschaffen, die das qualitative und quantitative Wachstum des Festivals ermöglichten. Besuchten 1994 noch ca. 35.000 Zuschauer das ITFS, waren es bei der 25. Jubiläumsausgabe im Jahr 2018 100.000!

ITFS und Filmakademie Baden-Württemberg – Ein Festival als Treiber von Hochschulpolitik

Aus der positiven Entwicklung des Festivals und der starken staatlichen Unterstützung entstand der Glaube, dass Baden-Württemberg und die Region Stuttgart über die Angebote der öffentlich-rechtlichen Sender SDR und SWF ein Film- und Medienstandort werden kann, der schließlich 1991 in die Gründung der Filmakademie Baden-Württemberg und etwas später in die Etablierung der Medien- und Filmgesellschaft Baden-Württemberg mündete.

Der damalige Minister für Wissenschaft und Kunst des Landes Baden-Württemberg, Prof. Dr. Helmut Engler, schrieb in einer Stellungnahme in Bezug auf die Gründung der Filmakademie Baden-Württemberg in der Zeitschrift Stuttgarter Journal:

„In Baden-Württemberg gibt es bisher keine umfassende Film- ausbildung mit professionellen Maßstäben. Einzelne Ansätze sind aber bereits sichtbar. An der Kunstakademie Stuttgart hat sich eine Trickfilmklasse etabliert, die ein internationales Renommee genießt. Auch an den staatlichen und privaten

Fachhochschulen für Gestaltung ist im Rahmen der Design-Studiengänge eine Ausbildung für Film und Video möglich. Das gleiche gilt für die Fachhochschule für Druck in Stuttgart, bei der sich die Studierenden mit dem Medium des Films und des Videos in technischer und organisatorischer Hinsicht befassen. Eine Gesamtkonzeption der Filmförderung in Baden-Württemberg soll nun künftig die Abspielförderung, die Produktionsförderung und die Filmausbildung verbinden. Die kulturpolitische Verantwortung eines Landes, das sich als Kulturstaat versteht, gebietet es, neben Theater, Musik, Literatur, Malerei und Plastik dem Film als wichtige Kunstform der Massenkommunikation einen gleichrangigen Platz im Kulturleben und einen angemessenen Anteil an den Förderungsmitteln einzuräumen.“²

Der Schritt von der kulturpolitischen Verantwortung zum Standort für Film und Medien

Bereits damals setzte sich die Filmakademie Baden-Württemberg durch den Fokus auf Animation, Visual Effects und Werbefilm deutlich von den bereits etablierten Filmhochschulen in Berlin (DFFB) und München (Hochschule für Film und Fernsehen) ab. Lediglich die bereits 1954 gegründete ostdeutsche Hochschule für Film und Fernsehen „Konrad Wolf“ (heute Film-Universität Babelsberg „Konrad Wolf“) hatte einen ähnlich starken Schwerpunkt auf Trickfilm. Insbesondere die Bereiche Animation, Visual Effects und Werbefilm haben filmwirtschaftlich eine bis heute große Bedeutung und boten für Absolventen gute Beschäftigungsmöglichkeiten im Dienstleistungssektor. Bereits sehr früh gab es im Umfeld der Kunstakademie Stuttgart und der Filmakademie Baden-Württemberg Ausgründungen wie Studio FILM BILDER, M.A.R.K. 13 oder Studio Soi, die bis heute aktiv sind und animierte Spielfilme, Serien und Werbung herstellen.

Die neu gegründeten Firmen standen und stehen in enger Beziehung zum Internationalen Trickfilm-Festival Stuttgart, das sie nicht nur als internationales Schaufenster für ihre audiovisuellen Werke nutzen, sondern auch häufig als Plattform für den professionellen Austausch, internationale Koproduktion und Kundenakquisition einsetzen. Firmen wie M.A.R.K. 13, die

© Film- und Medienfestival gGmbH



© Film- und Medienfestival gGmbH

Filme wie „Biene Maja“ oder „Ritter Rost“ produziert haben, unterstützen das ITFS als Sponsor. Ein Unternehmen wie Studio Soi, das immerhin mehrfach für die Oscars nominiert war, realisiert u.a. animierte Kurzfilme im Auftrag des ITFS.

Von der Film- und Medienbörse zur FMX

Neben diesen unmittelbaren Verbindungen zwischen Animationskünstlern, Produktionsstudios und dem ITFS, die sich organisch aus dem Festival und später der Filmakademie Baden-Württemberg, aber auch der Hochschule der Medien Stuttgart HdM ergaben, war ein entscheidender strategischer Schritt, die Etablierung der Konferenz FMX im Jahr 1994, die zunächst den Namen Film- und Medienbörse trug.

Verantwortlich für das Programm der neuen wegweisenden Fachveranstaltung war Prof. Thomas Haegele und für die Organisation Dittmar Lump. In wenigen Jahren entwickelte sich die Konferenz, die ab 1999 unter dem Namen FMX firmierte und jährlich stattfand, zur führenden Fachkonferenz für Animation und visuelle Effekte. Unter der Ägide von Thomas Haegele, der bis 2016 Conference Chair der FMX war, öffnete sich die FMX stetig den neuen technologischen Entwicklungen und den neuesten Tendenzen der Digitalisierung. Themen wie Echtzeitanimation, immersive Medien, Games und Transmedia wurden nicht nur aufgegriffen, sondern durch die enge Verbindung zum Animationsinstitut der Filmakademie auch praktisch erprobt.

Diese mitunter stark technologischen Fragestellungen haben auch in der Region Stuttgart eine besondere Expertise bei den Produktionsfirmen hervorgebracht, die einen Schwerpunkt in der Postproduktion hatten. Der Nachfolger von Thomas Haegele, Prof. Andreas Hykade, der seit 2016 die FMX verantwortet, legt nun wiederum verstärkt einen inhaltlichen Schwerpunkt, der sich um Themen wie Intellectual Property („From Indie to IP“) und ästhetische Fragestellungen („Wild & Strange“) dreht.

Animationsfilme als der deutsche Export-Schlager im Filmbereich

Mittelfristig scheint dieser Ansatz aufzugehen und bereits heute sind im Vergleich zum Realfilm deutsche Animationsfilme im Ausland sehr erfolgreich, wie Zahlen von German Films belegen.³ Animationsfilme machen im Gesamt-Box-Office im Ausland mehr als 50% aus, obwohl von den 2018 in Deutschland hergestellten 406 Kinofilmen nur ein geringer Prozentsatz Animationsfilme sind. Unter den Top 5 Filmen, die 2018 die meisten Zuschauer außerhalb Deutschlands erreicht haben, belegten die ersten vier Plätze mit „Die Biene Maja – Die Honigspiele“, „Der kleine Vampir“, „Der 7bte Zwerg“ und „Überflieger“ vier Animationsfilme.⁴ Vom Gesamtumsatz der deutschen Filme im Ausland in Höhe von 154 Millionen Euro entfielen 83,2 Millionen Euro auf Animationsfilme. Dieser starke inhaltliche Impetus, der nun auch verstärkt von der FMX aufgegriffen wird, war von Anfang an der Kern des Internationalen Trickfilm-Festivals Stuttgart – insbesondere im Kontext der Talentförderung. Auch ausländische, heute international anerkannte Animationsfilmer wie Stephen Hillenburg („Spongebob“), Pierre Coffin („Minions“) oder Nick Park („Wallace &

Gromit“, „Shaun das Schaf“) waren sehr früh in der Studentenwettbewerb-Sektion „Young Animation“ zu Gast. Hillenburg hatte mit seinem an der CalArts entstandenen Film „Wormholes“ 1994 seine erste Aufführung in Deutschland beim ITFS. Er blieb dem Festival bis zu seinem Tod im Jahr 2018 stark verbunden. Dieser inhaltliche Ansatz und der Aspekt der Talentförderung verbindet heute die FMX und das ITFS in besonderem Maße und ist auch mit der Etablierung der Animation Production Days in eine gemeinsame Aktivität gemündet.



Animation Production Days

Die Gründung der Animation Production Days (APDs) war ein weiterer äußerst wichtiger Schritt für die Professionalisierung und Intensivierung wirtschaftlicher Aktivitäten beim ITFS und der FMX. Die Animation Production Days wurden 2006 vom ITFS initiiert und von Vincent Ferri, dem ehemaligen Leiter der Animationsmesse MIFA in Annecy, organisiert und von Michael Schmetz 2007 bis 2012 weiterentwickelt. Seit 2007 werden die Animation Production Days gemeinsam von ITFS und FMX veranstaltet.

Ab 2012 wurden die Animation Production Days von einem Leitungsteam bestehend aus Thomas Haegele, Dittmar Lump und Ulrich Wegenast mit Unterstützung von Marlene Wagener fortgeführt. Dabei wurden verstärkt neue Businessformate und Geschäftsmodelle in die Animation Production Days integriert, die auch Games, Interactive und Transmedia einbeziehen. Die positive Entwicklung der Animation Production Days als wichtige Finanzierungs- und Produktionsplattform wird mit Förderung durch die Filmförderanstalt (FFA) und Creative Europa (seit 2017) bestätigt und unterstützt. Die zusätzlichen Unterstützungen erlauben es vor allem, spezielle Talentprogramme aufzusetzen, die dem filmischen Nachwuchs in Deutschland und Europa einen besseren Marktzugang mit ihren Projekten ermöglichen. Wie beim Trickfilm-Festival und bei der FMX werden die Animation Production Days zunehmend von internationalen Delegationen besucht, die wiederum durch ihre Heimatländer unterstützt werden, um die internationalen Koproduktionen zu intensivieren.

2018 wurden 48 Projekte mit einem Gesamtproduktionsvolumen von ca. 170 Millionen Euro bei den APDs verhandelt. Nicht selten wurden dabei eingereichte Projekte und Stoffe von ba-

26. INTERNATIONALES TRICKFILM FESTIVAL

FESTIVAL OF ANIMATED FILM STUTTGART '19



30. APRIL – 05. MAI 2019

den-württembergischen Animationsstudios realisiert oder koproduziert, so dass die hiesige Szene über ein nicht unerhebliches Produktionsvolumen verfügt, das nicht nur TV-Serien (Meine Schmusedecke, Aninimals (Studio FILM BILDER), Petzi (Studio Soi)) einschließt, sondern große animierte Kinoproduktionen: so entstanden allein in den letzten fünf Jahren Spielfilme wie „Biene Maja“, „Kleiner Rabe Socke“, „Ritter Rost“, „Latte Igel und der Wasserstein“ und „Manou – Flieg flink“, die in diesem Ausmaß vor dreißig Jahren kaum vorstellbar waren.

Nimmt man dann noch die Visual Effects-Produktionen von Unternehmen wie Mackevision, Luxx Film oder Pixomondo, die an Serien wie „Game of Thrones“ oder Spielfilmproduktionen wie „Grand Budapest Hotel“ oder „Jim Knopf und Lukas der Lokomotivführer“ maßgeblich mitwirkten, kann man ohne Untertreibung von einer kreativen und ökonomisch dynamischen Branche sprechen, die den Wirtschaftsstandort Baden-Württemberg beflügelt.



Förderung der Animationsbranche durch die Wettbewerbe des ITFS

Wettbewerbe sind der zentrale Bestandteil eines Filmfestivals – so auch beim Internationalen Trickfilm Festival Stuttgart. Dabei spielt die Dotierung oftmals eine untergeordnete Rolle. Dennoch haben die ausgeschütteten Beträge oft mehr als nur eine symbolische Bedeutung. Sie stellen vielfach eine wichtige Anschubfinanzierung für weitere Animationsprojekte dar. Pro Jahr werden beim ITFS zwischen 60.000 bis 120.000 Euro an Preisgeldern ausgeschüttet. So gingen seit Bestehen des ITFS ca. 2,5 Millionen Euro an die Trickfilmer und ihre Produzenten.

Mit 15.000 Euro ist der vom Land Baden-Württemberg und der Stadt Stuttgart vergebene Grand Prix der höchst dotierte Preis des Festivals. Allerdings gibt es mehrere Preise wie der Arab Animation Forum Pitching Award oder Germanys Next Animation Talent, die über die Vergabe potentiell höhere Geldsummen vergeben, die oft in die Realisierung von Animationsprojekten münden. Zum Beispiel bedeutet der Gewinn des Arab Animation Forum Pitching Awards die automatische Nominierung zum Robert Bosch Filmpreis für internationale Zusammenarbeit in der Kategorie Animation. Der Gewinn des Filmpreises bedeutet eine Produktionsförderung in Höhe von bis zu 60.000 Euro. Auch beim gemeinsam mit Studio 100/m4e initiierten Wettbewerb Germanys Next Animation Talent geht es neben der Vergabe eines Preisgeldes von 5.000 Euro an den Gewinner und weiterer Beträge an die Nominierten, vor allem um die Anschubfinanzierung für Trickfilmserien-Projekte für Kinder. Ziel ist es ein herausragendes Serienprojekt für Kinder zur Marktreife zu führen, was eine weitere Investition von mindestens 25.000 Euro durch Studio100/m4e beinhaltet. Doch damit ist der Prozess nicht beendet: im Idealfall wird das ausgezeichnete Serienprojekt mit mehreren Staffeln umgesetzt, was ein Vielfaches an Umsatz generieren würde, der in den Millionenbereich gehen würde. Mit „The Snollies“ von Jens Opatz und Pia Auteried wurde 2018 das erste Projekt ausgezeichnet, das nun in die Umsetzung geht.

Wie bereits erwähnt, spielt die vergebene Preissumme bei vielen Wettbewerben nicht die entscheidende Rolle. Entscheidend ist die Auszeichnung an sich und die damit verbundene Anerkennung in der Branche. So wurden von den bislang zwölf beim Deutschen Animationsdrehbuchpreis des ITFS ausgezeichneten Drehbüchern acht umgesetzt und auf die große Kinoleinwand gebracht. Bei einigen Drehbüchern wie bei „Fritzi war dabei“ von Beate Völcker war der Gewinn des Drehbuchpreises der entscheidende Impuls, dass das Projekt im Anschluss gefördert wurde.

Das Jugendfilmprojekt wird nun von Balance Film (Dresden) und Trickstudio Lutterbeck (Köln) in Zusammenarbeit mit Studio FILM BILDER umgesetzt und kommt im Herbst 2019 in die Kinos. Aber auch für den Drehbuchpreis nominierte Bücher wie „Richard – The Stork/Der Überflieger“ und „Manou, flieg flink!“ wurden mittlerweile realisiert und haben durch die Nominierung wichtige Impulse erhalten und mitunter Koproduktionspartner gefunden.

© Film- und Medienfestival gGmbH

Die vergebenen Preise haben mitunter nicht nur einen unmittelbaren Unterstützungseffekt für die einzelne Produktion oder das einzelne Projekt, sondern besitzen Modellcharakter für die gesamte Animationsbranche. Der seit 2017 mit Unterstützung des Verbands Region Stuttgart ausgeschriebene Trickstar Business Award zeichnet innovative Geschäftsmodelle im Bereich der Animation aus. In Zeiten sinkender Budgets von TV-Sendern und schrumpfenden Kinozahlen ist es besonders wichtig, neue Geschäftsfelder für den Animationsfilm zu erschließen. Hier spielen Themen wie Virtual Reality, Blockchain, Crowdfinancing, Gaming, aber auch die digitalen Vertriebskanäle und Plattformen eine entscheidende Rolle. Wie das Preisträgerprojekt „The Shadows/Loving Vincent“ von Next Film (Polen) und Altitude Film Distribution (Großbritannien), das 2017 mit dem Trickstar Business Award ausgezeichnet wurde, zeigt, geht es bei innovativen Geschäftsmodellen nicht nur um neue Technologien, sondern um originelle Kommunikations- und Marketingansätze.

Neben den kontinuierlich stattfindenden Wettbewerben gibt es auch wieder anlass- und themenbezogene Wettbewerbe, die internationale, aber vor allem auch die hiesige Animationsszene unterstützen. So wurde 2018 anlässlich der Europawahl im Mai 2019 gemeinsam mit dem Ministerium der Justiz und für Europa Baden-Württemberg der Wettbewerb „Trickfilm für Europa“ lanciert, der die Idee und die Werte der Europäischen Gemeinschaft sichtbar machen soll. Der Wettbewerb war mit einem Preisgeld in Höhe von 5.000 Euro und Produktionsmitteln von

55.000 Euro ausgestattet. Der Preis ging an die Filmakademie-Absolventin Shadi Adib, die gemeinsam mit der Ludwigsburger Produktionsfirma Studio Soi den animierten Kurzfilm „Ode“ umsetzte. Allein durch diese kontinuierlichen und einmaligen Projektwettbewerbe kommen jährlich weitere Preisgelder in Höhe zwischen 100.000 bis 150.000 Euro zusammen, die den Künstlern und Produktionsfirmen zugutekommen.

Darüber hinaus vermittelt das ITFS immer wieder passende Animationsfilmer und Produktionsfirmen an Partner und Sponsoren, die auf der Suche nach kreativen Inhalten sind. Diese Vermittlung erfolgt teils über Wettbewerbe, teils über Beratungen: dadurch wurden regionale Produktionsfirmen in erfolgreichen Kontakt mit Unternehmen wie Lapp Kabel, dem Gerber Stadtkaufhaus oder dem Mercedes-Benz Museum gebracht. Diese Maßnahmen und Wettbewerbe sind als Ergänzung zur klassischen Filmförderung zu sehen.

GameZone

Durch die rasante Entwicklung der Games-Branche, die sich zunehmend mit der Animations-Branche verbindet, sind weitere Komponenten der Medienproduktion entstanden, die die Bereiche Interactive und Virtual Reality einbeziehen. In der Region Stuttgart sind in diesem Kontext viele interessante Unternehmen entstanden wie Chasing Carrots, Studio Fizbin oder Studio Seufz, die teilweise aktiv beim ITFS und der GameZone mitwirken. Diese neuen Aktivitäten im Bereich Ga-

Augmented Reality Installation auf der GameZone des ITFS



© Film- und Medienfestival gGmbH

mes, Transmedia und Interactive hat das ITFS nicht nur begleitet und präsentiert, sondern durch die Etablierung der GameZone im Jahr 2013 auch beflügelt und befördert. Die GameZone, die mit einem kleinen Zelt und ca. 500 Besuchern auf dem Schlossplatz begann, konnte sich sehr schnell etablieren und hat im Jahr 2018 über 16.000 Besucher erreicht. Durch die klare Profilierung der GameZone an der Schnittstelle von Computerspielen und Animation unterscheidet sie sich deutlich von anderen, meist größeren Games-Veranstaltungen wie der gamescom in Köln.

Die GameZone findet auf ca. 4.000 qm im Kunstgebäude statt, aber auch in anderen Locations wie Breuninger oder Kunstmuseum Stuttgart und ist damit in Bezug auf Zielgruppen und Inhalte stark diversifiziert. Durch Hackathons und Game Jams bietet die GameZone nicht nur Spielepaß, sondern ist auch Labor für neue Prototypen und Ideen. Neben den kulturellen Aspekten und einem starken Bildungsansatz in Sachen Computerspiele, den wir im Kontext der Reihe „Edutain Me“ gemeinsam mit der Landesanstalt für Kommunikation präsentieren und diskutieren, geht es auch bei der GameZone um ökonomische Entwicklung und Start-Up-Förderung. Bereits heute ist die GameZone das wichtigste Schaufenster für Games aus Baden-Württemberg und komplementiert die Animation Production Days. Bis heute entwickeln sich in der GameZone die Veranstaltungs- und Präsentationsformate am Rasantesten weiter und stellt die Film- und Medienfestival gGmbH vor spannende Herausforderungen wie z.B. momentan

im Umgang mit der Ausstellung von Virtual Reality und Augmented Reality.

Medien der Zukunft: von der Nische zum zukünftigen Markt

Dass diese Formate nicht nur Zukunftsmusik sind, zeigen Projekte wie die Multiplayer-Plattform „Hologate“, die das ITFS 2019 in der Sportabteilung von Breuninger präsentiert. Mit 214 Standorten in 19 Ländern ist Hologate das größte globale Location based VR Network weltweit. Diese neuen Formen von Unterhaltung und Kunst werden nicht nur für das ITFS in Zukunft eine entscheidende Rolle spielen, sondern auch in Zeiten verschwindender Kinos für alle Film- und Animations-schaffenden. Dem ITFS kommt dabei die spannende Aufgabe zu, die Tradition und das Repertoire des filmischen Erbes zu bewahren und sichtbar zu machen und diese mit den neuen digitalen Formen plattformbasierter Bewegtbildformate, Virtual Reality, Augmented Reality und Games in Beziehung zu setzen.

Perspektiven

Die oben beschriebenen überaus positiven qualitativen und quantitativen Entwicklungen des ITFS waren niemals Selbstläufer, sondern Ergebnis von kontinuierlichem Arbeiten und Entwickeln. Im Jahr 2000 wurde die gemeinnützige Film- und Medienfestival gGmbH als Veranstalterin des ITFS geschaffen. Diese Struktur ist aber auch kein Garant für ein krisenfrei-

Wettbewerb Animovie: Lila's Book 2018



© Film- und Medienfestival gGmbH



es Festival, wie die Jahre 2002 und 2003 belegen, als die Film- und Medienfestival GmbH in eine schwere finanzielle Schieflage geriet und das ITFS existentiell bedroht war. Auch heute muss verdeutlicht werden, dass ein seriöses und qualitativ hochwertiges Festival nicht ohne öffentliche Finanzierung auskommt. Der Unterstützungsbetrag von ca. 1,2 Mio. Euro, der durch die vier Gesellschafter Stadt Stuttgart, Wirtschaftsförderung Region Stuttgart, Filmakademie Baden-Württemberg und Stadt Ludwigsburg, der neben dem ITFS auch die Realisierung des Festivals Raumwelten beinhaltet, ist im Vergleich zum „Kooperanz“-Festival von Annecy eine überschaubare Summe. Annecy verfügt momentan über öffentliche Fördermittel von 3,6 Mio. Euro – also das Dreifache der Unterstützungssumme des ITFS!

Trotzdem hat das ITFS den Anspruch, auf Augenhöhe mit dem französischen Festival von Annecy zu agieren. Deshalb sind viele Maßnahmen des ITFS wie das sehr beliebte Open Air ausschließlich durch Sponsorenmittel finanziert. Da aber die Sponsorings großen Schwankungen ausgesetzt sind, wird die Finanzierung vieler beliebter Zusatzangebote des ITFS volatil bleiben. Hier gibt es wichtige Ansatzpunkte für die öffentliche Kulturpolitik – insbesondere, wenn der (politische) Anspruch besteht, dass bestimmte Angebote wie das Open Air auf dem Schlossplatz oder die GameZone kostenfrei und niedrigschwellig zugänglich bleiben sollen. Durch die ganz oben genannte, allerdings schwer zu beziffernde Umwegrentabilität fließen die öffentlichen Gelder mehr oder weniger zum Großteil wieder in die Region Stuttgart und nach Baden-Württemberg zurück und werden – ähnlich wie bei den Ländereffekten der Filmförderungen – sogar durch die generierten Sponso-

© FMX

ringmittel, Einnahmen und den Konsum überregionaler Gäste deutlich übertroffen. Doch wäre eine 1:1 bzw. 1:X Umwegrentabilität zu kurz gegriffen und zu mechanistisch gedacht. Dafür ist auch das Produkt „Festival“ zu komplex, da es die unterschiedlichen Formen und Komplexe umfasst wie z.B. Unterhaltungsindustrie, Kulturwirtschaft, Technologieförderung, Standortkommunikation, Produktionsförderung durch Matchingformate. Dadurch liegen in einem Festival viele Potentiale, neue Geschäftsfelder zu entwickeln und auszuprobieren. Die Genese einiger hiesiger Produktionsfirmen, die eng mit dem ITFS verbunden sind oder waren, bestätigt diese These! Es wird in Zukunft auch die große Chance sein, für und mit dem ITFS smarte Formate zu entwickeln, die Modellcharakter für die gesamte Branche haben und neue Geschäftsfelder erschließen. Bereits heute ist das ITFS in unterschiedlichster Form als Produzent von AR-Anwendungen, Games und Trailer in Erscheinung getreten, und hat dadurch jungen Start-Ups unter die Arme gegriffen. In dem großen Verdrängungswettbewerb in der Festivalslandschaft und durch die zunehmende Präsenz von VOD-Angeboten braucht ein Projekt mit internationaler Ausstrahlung wie das ITFS die volle Rückendeckung von der Politik – nicht nur in finanzieller, sondern auch in organisatorischer Hinsicht.

Insgesamt hat das ITFS aber durch seine Grundkonzeption und die inhaltliche Offenheit sehr gute Voraussetzungen, sich dynamisch weiterzuentwickeln, da das Festival neue (technologische) Trends nicht nur adaptiert, sondern reflektiert. Deshalb ist es wichtig eine wie auch immer geartete Rentabilität nicht an der Auslastung von Hotelzimmern oder der Buchung von Dienstleistungen zu bemessen, sondern im weiterführen-

den Sinn als Teil eines großen Kreativwirtschaftsnetzes in der Region Stuttgart, Baden-Württemberg und Deutschland zu sehen, das die globalen Herausforderungen und die wirtschaftlichen Disruptionen beherzt aufgreift. Von daher trifft es sich auch gut, dass momentan das Ministerium für Wissenschaft, Forschung und Kunst Baden-Württemberg einen Dialog zur Kulturpolitik der Zukunft gestartet hat, der explizit die Frage der Digitalität in den Mittelpunkt gestellt hat, zu der das ITFS mit der FMX und den APDs Wesentliches beitragen kann.

Um diese neuen Fragestellungen, aber auch die bisherige erfolgreiche Struktur zu erhalten, müssen wie teilweise oben beschrieben die Voraussetzungen stimmen:

- 1. eine gesicherte, aber auch dynamisch wachsende öffentliche Förderung**
- 2. gute Rahmenbedingungen für Sponsoring-Engagements**
- 3. eine enge Verbindung zu den Hochschulen und Ausbildungsinstitutionen**
- 4. ein kreatives Firmenumfeld, das das ITFS als Austauschplattform und Schaufenster für die Region nutzt**

5. stärkere Investitionen in die Infrastruktur wie z.B. Glasfaserkabel, aber auch ein verbessertes Angebot an Hotelzimmern.

Wenn diese Faktoren gegeben sind und die Parameter stimmen, aber auch das ITFS nicht nur offen gegenüber Trends ist, sondern diese sogar mitgestalten will, stehen die Chancen gut, dass die fast 40-jährige Erfolgsgeschichte des Festivals unvermindert weitergeht.

1 „Jeden Tag Knatsch. Lothar Späth im Kulturrausch: Baden-Württemberg soll zum Kunstparadies werden.“, in: *Der Spiegel* 2/1990. S. 156.
 2 Ulrich Wegenast: *Filmakademie – Der Streit zum Film*, in: *Stuttgarter Journal*. Februar 1991. S. 6.
 3 „<https://www.produzentenallianz.de/beitraege/pressemitteilung/deutscher-animationsfilm-ist-im-ausland-ein-hit/>“ <https://www.produzentenallianz.de/beitraege/pressemitteilung/deutscher-animationsfilm-ist-im-ausland-ein-hit/> (Pressemitteilung vom 6. Februar 2019)
 4 „https://www.german-films.de/fileadmin/mediapool/pdf/DER_DEUTSCHE_FILM_IM_AUSLAND_IN_ZAHLEN_2018.pdf“ https://www.german-films.de/fileadmin/mediapool/pdf/DER_DEUTSCHE_FILM_IM_AUSLAND_IN_ZAHLEN_2018.pdf 31. Januar 19



WOHIN GEHST DU, FMX?

von Prof. Andreas Hykade,
Conference Chair FMX

Anfang der 90er Jahre hatte der Medienstandort Stuttgart nur in der Fantasie einer Handvoll Protagonisten existiert. Es gab zwar das Internationale Trickfilmfestival, das eine stetig wachsende Gruppe von Animationsenthusiasten anzog. Auch setzte man große Hoffnungen in die damals neugegründete Filmakademie Baden-Württemberg, die sich dem Ziel verschrieben hatte, junge und talentierte Film- und Medienschaffende praxisorientiert auszubilden. Allein, wie sollte dieser Nachwuchs, im Idealfall am Standort, eine sinnstiftende berufliche Zukunft finden?

So fand 1994 in Stuttgart im Haus der Wirtschaft die 1. Deutsche Film- & Medienbörse statt. Ziel der Veranstaltung war es, den Nachwuchs mit der produzierenden nationalen Filmindustrie in Kontakt zu bringen. Das Ganze funktionierte. Man traf sich, man tauschte sich aus über die neuen Entwicklungen in einer sich rasant ändernden Medienlandschaft und ein neues Wort machte die Runde, das alle Beteiligten euphorisierte: Digitalisierung.

Einer, der schon früh die Umwälzungen und Möglichkeiten der Digitalisierung erkannte, war Professor Thomas Haegele. Angespornt vom Enthusiasmus der frühen Jahre und vom Erfolg der 1. Film- & Medienbörse, begannen er und sein Team die Veranstaltung weiter auszubauen. Zunächst unter der Schirmherrschaft des ITFS, später dann vom Animationsinstitut der Filmakademie organisiert, wuchs der Event stetig: Zu den bisher vertretenen nationalen Ausbildungsstätten gesellten sich die internationalen Schulen und Universitäten hinzu - so kam es zum Austausch, zur Vernetzung und zur Horizonterweiterung des Nachwuchses. Der Recruiting Hub wurde gegründet - dort hatten Firmen die Möglichkeit, neue Talente anzuwerben. Auf dem Marketplace konnten Anbieter ihre neuesten technologischen Entwicklungen präsentieren. Vor allem aber: ein international hochkarätiges Konferenzprogramm brachte die weltweit interessantesten Filmschaffenden mit ihren aktuellen Produktionen nach Stuttgart. Da viele dieser Produktionen aus Hollywood kamen, bildete sich mit den Jahren eine Achse Stuttgart – Hollywood, von der die hier ansässigen Firmen mehr und mehr profitierten. Und so wurde aus der deutschen Film- & Medienbörse die FMX geboren, eine der weltweit wichtigsten Konferenzen für Animation, Effects, Games und immersive Medien.

2007 wurde dann ein weiterer wichtiger Baustein hinzugesetzt: ITFS und FMX etablierten gemeinsam die Animation Production Days, kurz APDs, um neuen Animationsprojekten Möglichkeiten der Realisierung zu eröffnen. Durch das Angebot effektiver One to One-Gespräche, begleitet von einem nach den Bedürfnissen der Produzenten ausgerichteten Konferenzprogramm, entwickelten sich auch die APDs prächtig. Das Dreigestirn ITFS – APDs – FMX war komplett. Seither sind diese drei Veranstaltungen nicht nur Motor und Impulsgeber für die Aktivitäten und Entwicklungen von Animation, VFX und Games am Standort, zusammen sorgen sie auch dafür, dass Stuttgart einmal im Jahr zum animierten Herzen Europas wird.

Es wurde also einiges erreicht. Was gilt es nun zu tun? Und wohin gehst Du, FMX?

Zunächst einmal gilt es, das Erreichte zu erhalten. Die FMX strebt deshalb an, auch weiterhin ein erstklassig organisierter und gleichzeitig warmherziger Event zu bleiben, der im jährlichen Rhythmus unsere Community inspiriert - dafür stehen die FMX-Projektleiterin Heike Mozér und der technische Leiter der FMX, Joachim Genannt, sowie ein engagiertes und erfahrenes FMX-Team. Auch die Diversität und das Niveau des FMX-Konferenzprogramms soll erhalten bleiben. Die Programm-Manager Patricia Rohr, Vanessa Steinmann und Mario Müller stehen dazu in engem und regem Austausch mit den Partnern und renommierten Kuratorinnen und Kuratoren der FMX.

Darüber hinaus werden wir die FMX zur Stimulanz des deutschen Animations-VFX- & Games-Standorts weiterentwickeln und dazu ein neues Kapitel in der Geschichte der FMX aufschlagen. Dieses Kapitel wird von Erfindungen handeln. Und davon, wie Erfindungen die Basis für ein selbstbewusstes, selbstbestimmtes und erfüllendes Arbeiten in den damit verbundenen Berufen liefern können. Es gibt keinen Grund mehr, warum nicht auch in unserem Land eine Animationsserie wie „Spongebob“ erfunden, umgesetzt und ausgewertet werden kann. Das kreative Potenzial ist auf jeden Fall vorhanden, was die Arbeiten der jungen Generation eindrucksvoll beweisen. Die künstlerischen Nachkommen von Roland Emmerich und Volker Engel brauchen nicht mehr zwangsläufig nach Hollywood auszuwandern, sie können auch hier exzellente Rahmenbedingungen vorfinden, um ihre eigenen Geschichten zu erzählen. Und auch die nächsten „Angry Birds“ können hier entstehen, wenn wir den Erfindern den Raum geben und die Rahmenbedingungen liefern, sich am Standort zu entfalten.

Die FMX wird zu diesen Themen Speaker und Partner einladen, die uns zeigen, wie man Erfindungen in allen Bereichen von Animation, VFX und Games entwickelt und nutzbar macht. Sie wird dem Nachwuchs und den ansässigen Firmen die Möglichkeit geben, ihre originären künstlerischen, technologischen und geschäftlichen Anliegen einem interessierten Fachpublikum zu präsentieren. Und sie wird als Kontaktbörse für diejenigen dienen, die das Wagnis eingehen, den Weg von der Idee bis zur IP zu gehen.

Es wird ein längeres Kapitel werden, da es viel Zeit und langen Atem braucht, um eine Erfindung zur Marktreife zu bringen und sich ein Publikum zu erobern. Doch es ist es wert, denn jede erfolgreiche Erfindung kann ihren Beitrag zu unserer kulturellen Vielfalt leisten und schafft im Idealfall die Voraussetzungen für wirkliche ökonomische Nachhaltigkeit.

Wenn wir auf Erfindungen setzen, können wir den entscheidenden Funken liefern, um uns zusammen mit unseren Partnern zu einem europäischen Zentrum für Animation, VFX und Games weiterzuentwickeln.



Notwendige Entwicklungsschritte auf dem Weg zu einem wirtschaftlich erfolgreichen Animationsproduktionsstandort Region Stuttgart und Baden-Württemberg

Erfindungen für das Land der Erfinder



Zusammengestellt von Prof. Andreas Hykade

Die im folgenden dargestellten Beispiele sollen verdeutlichen, dass es sich künstlerisch und wirtschaftlich lohnt, auf Erfindungen zu setzen. Sie sollen außerdem veranschaulichen, dass an der Filmakademie Baden-Württemberg und in ihrem Umfeld in den unterschiedlichen Bereichen geistiges Eigentum entsteht, das großes künstlerisches und wirtschaftliches Potenzial hat.

Der Ursprung dieses Potenzials liegt oft in der Definition eines individuellen künstlerischen Ansatzes. Wir sollten unsere Schlüsse aus all den genannten Beispielen ziehen: Wenn es dem Standort gelingt, zum Ort von Erfindungen in allen Gewerken der Film- und Medienindustrie zu werden, hat er auch die Möglichkeit, eine eigene Identität und Zukunftsperspektive zu entwickeln. Davon können dann auch alle dienstleistenden Bereiche profitieren.

Dabei geht es nicht um größtmöglichen Erfolg während des Studiums, sondern darum, dass die Filmschaffenden von morgen zu ihren originären Ausdrucksformen finden, deren Ursprung nicht selten im Archaischen, Sperrigen und Radikalen liegt. In einem inspirierten Moment erfand der ehemalige Meeresbiologiestudent Stephen Hillenburg einen kleinen gelben Schwamm mit leuchtenden Augen und erreichte damit ein weltweites Publikum. Tausende von Filmschaffenden fanden durch diese Erfindung sinnstiftende Arbeit und ein erträgliches Einkommen. Und „Spongebob Squarepants“ wurde zu einem Milliardengeschäft.

Lassen wir uns davon inspirieren. Lassen Sie uns im Land der Erfinder auf Erfindungen setzen.

Doch wie sehen die Voraussetzungen und Umfeld der speziell in Baden-Württemberg aus, die Kreative und Macher im heute weltweit herrschenden Geschäft rund um digitale Bilder, Stoffe und technische Umsetzungen in die Lage versetzen, Großes zu leisten? Man sollte hierbei den Vergleich mit der Filmindustrie in Hollywood nicht scheuen und von den Giganten lernen, mit denen man letztlich auch im Wettbewerb steht. In diesem Sinn bilden die Filmakademie und die Alumni, die sie in den ver-

gangenen Jahren ausgebildet hat und die kreativ weltweit an der Spitze stehen, eine enorme Chance für den Standort.

Deshalb müssen wir den herausragenden Talenten, die sich auf dem internationalen Parkett bewährt haben, die Möglichkeit bieten, ihre Visionen am Standort zu realisieren. Denken wir an Volker Engel, Jakob Schuh und Max Lang, um nur die Prominentesten zu nennen.

Vertrauen und die dazugehörigen Rahmenbedingungen

Was brauchen diese Regisseure, um erfolgreich arbeiten zu können, was sie im Ausland bekommen und in Baden-Württemberg scheinbar nicht erlangen? Sämtliche Regisseure, die sich mit andauernden hochklassigen Projekten ihren Ruf und den damit verbundenen Stellenwert erarbeiten konnten, brauchten und brauchen ein stabiles Umfeld:

- In erster Linie Produzenten, die Risiken eingehen, um Budgets zu stemmen, die den internationalen Vergleich nicht zu scheuen brauchen.
- Produzenten, die die Qualitäten und Visionen der Regisseure verstehen und diesen die Möglichkeit bieten, die für die Entwicklung und Umsetzung notwendigen Teams um sich zu versammeln.
- Produzenten, die in der Lage sind, eine Struktur um die Kreativen herum aufzubauen.
- Die Unterstützung für die Entwicklung international verwertbarer Stoffe und die damit verbundenen künstlerischen Prozesse.

Um diese Punkte zu erfüllen, braucht es in allererster Linie Vertrauen in die Leistungsfähigkeit der Autoren und Regisseure und ihrer Kernteams. Immer da, wo ein solcher Prozess gelungen ist, wurde ein Team aufgebaut, das die Reputation hat, ein erfolgreiches Projekt zu entwickeln und umzusetzen.

Dass das Land Baden-Württemberg mit kultureller Förderung in die Bresche springt, um Produzenten im Land in die Lage zu versetzen, Projekte an den Start zu bringen, ist allen Beteiligten hoch anzurechnen und wird auch in Zukunft weiterhin notwendig sein. Um damit einem Weltmarkt Paroli zu bieten, kann dies allein jedoch in Zukunft nicht mehr reichen.

Neue Wege der politischen Führung für eine dauerhafte stabile Medienindustrie

Wir sollten nun in einem hochtechnisierten und reichen Land wie Baden-Württemberg die richtigen Wege einschlagen, um Kreative und Investoren zusammenzuführen, damit diese gemeinsam den Anforderungen des Weltmarktes genügen und unter zukunftsweisenden Bedingungen produzieren können.

Die Politik kann dabei die Rolle einnehmen, Kreative und Investoren zusammenzuführen und in die Lage zu versetzen, gemeinsam Projekte zu realisieren. Sie kann zeigen, dass sie verstanden hat, was gebraucht wird, und die agierenden Player mit allen Mitteln unterstützen. Eine Möglichkeit hierzu könnte das Immersion Lab Ludwigsburg sein. Der Markt der Zukunft ist in Bewegung und wird sich seine Wege suchen, damit es gelingt, Erfindungen wie die im folgenden Kapitel beschriebenen auf den Weltmarkt zu bringen.



Einleitung:

Von WORMHOLES zu SPONGEBOB

In den frühen 90er Jahren lernte ich auf einem Filmfestival in Brüssel einen jungen Kalifornier mit leuchtenden Augen namens Stephen kennen. Er hatte gerade seine Ausbildung zum Meeresbiologen abgebrochen, um Animationsfilmer zu werden. Ich begleitete Stephen zur Premiere seines Films „Wormholes“. Der Film war eine verwirrende Explosion aus Linien und Farben, eine Handlung im klassischen Sinn war nicht ersichtlich. Aber auf sonderbare Weise kam in all dem abstrakten Chaos Stephens Liebe zur Unterwasserwelt zum Ausdruck. Nach 2 Minuten und 30 Sekunden war der Spuk vorbei.

Etwa 10 Jahre später traf ich Stephen auf einem Filmfestival in Utrecht wieder. Mittlerweile kannte ihn die Welt als Stephen Hillenburg, der mit „Spongebob Squarepants“ nicht nur einen bezaubernden modernen Animationshelden, sondern auch eine weltweit höchst erfolgreiche Marke geschaffen hatte.

Zwischen „Wormholes“ und „Spongebob“ besteht ein Zusammenhang: Durch den Einfluss des Archaischen, Künstlerischen und Radikalen von „Wormholes“ wird „Spongebob“ einzigartig und damit von der üblichen Durchschnittsware unterscheidbar. So erreicht er die Herzen eines weltweiten Publikums, was wiederum die Basis für eine in hohem Maß einträgliche Auswertung liefert. Originärer künstlerischer Ausdruck und wirtschaftlicher Erfolg sind also keine gegensätzlichen Kräfte, vielmehr bedingt das eine das andere.

Wenn wir auf die Filmgeschichte blicken, sehen wir vergleichbare Beispiele überall: George Lucas realisierte zunächst mit „THX 1138“ einen dystopischen Arthouse-Film, bevor er sein Weltraummärchen „Star Wars“ schuf. Peter Jackson musste mit Filmen wie „Bad Taste“ erst einmal die Grenzen überschreiten, um später publikumswirksame Epen wie „Der Herr der Ringe“ schaffen zu können. Und der junge Underground-Comiczeichner Matt Groening fand mit dem Comicstrip „Life is Hell“ zu einem simplen Strich, den er mit „The Simpsons“ mit größtmöglicher Bedeutung aufladen konnte. Was all diese Beispiele miteinander verbindet ist der ungestüme Erfinderdrang der involvierten Filmschaffenden.

Auch an der Filmakademie Baden-Württemberg hat dieser Erfinderdrang Tradition. Im Folgenden werden exemplarisch 8 Beispiele aus unterschiedlichen Gewerken vorgestellt.



„Recreation“, Filmakademie, 1993

Beispiel 1: VFX

Von RECREATION zu INDEPENDENCE DAY

1992 realisierte **Volker Engel** an der Filmakademie seinen 5-minütigen Puppentrickfilm „Recreation“. Bei der Umsetzung übernahm er die künstlerische Gesamtverantwortung von der Idee bis zum fertigen Film, den er mit einem Kernteam aus den unterschiedlichen Abteilungen der Filmakademie herstellte. Dabei griff das Team auf die damals neuen Möglichkeiten der digitalen Bildgestaltung zurück.

Zusammen mit dem Kernteam von „Recreation“ stellte Volker Engel nach dem Studium in Hollywood die visuellen Effekte für den Film „Independence Day“ her und erhielt dafür 1997 einen Academy Award für die besten Spezialeffekte. Das besondere an den Effekten war auch bei „Independence Day“ der Einsatz digitaler Technologien, durch die besonders hochwertig und gleichzeitig kostengünstig produziert werden konnte.

Zusammen mit seinem Kommilitonen Marc Weigert gründete Volker Engel daraufhin die Firma „Uncharted Territory“, die seit vielen Jahren erfolgreich die visuellen Effekte für große Hollywood-Filme produziert („Godzilla“, „2012“). Der Markenkern von „Uncharted Territory“ ist nach wie vor die Entwicklung von individuell auf das jeweilige Projekt konzipierten VFX-Anwendungen (VFX = Kurzform für „Visual Effects“).

Das Beispiel zeigt, dass die Anwendung innovativer und zukunftsweisender Technologien eine notwendige Grundvoraussetzung für die Umsetzung filmischer Erfindungen ist.



„24 Wochen“, Filmakademie, 2016



© Piper Verlag: „Die Frau des Piloten“

Beispiel 2: Regie

Von 24 WOCHEN zu DIE FRAU DES PILOTEN

Der Diplomfilm „24 Wochen“ von **Anne Zohra Berrached** handelt von Astrid, die bei einer Routineuntersuchung erfährt, dass ihr ungeborenes Kind mit Down-Syndrom zur Welt kommen wird. Bei der Realisierung des Films lässt die Filmemacherin sowohl Elemente aus dem dokumentarischen, als auch aus dem szenisch inszenierten Bereich miteinfließen und kreiert damit eine eigenständige Filmsprache.

„24 Wochen“ wurde auf der Berlinale 2016 als einziger deutscher Beitrag im internationalen Wettbewerb gezeigt und löste eine intensive gesellschaftliche Diskussion über das Thema Schwangerschaftsabbruch aus. Mit dem Film etablierte sich Frau Berrached als Filmemacherin von internationaler Relevanz.

Nach dem Studium brachte Anne Zohra Berrached ihren Stil in eine Reihe von Fernsehproduktionen ein. Der von ihr inszenierte Tatort „Der Fall Holdt“ hatte bei seiner Erstausstrahlung mehr als 10 Millionen Zuschauer. Dies zeigt, dass auch unkonventionelle künstlerische Ansätze ein breites Publikum finden können.

Im Frühjahr 2019 hat der Film „Die Frau des Piloten“ Premiere, bei dem Anne Zohra Berrached sowohl Regie geführt hat, als auch als Co-Autorin tätig war. Der Film nach einer Vorlage der amerikanischen Erfolgsautorin Anita Shreve handelt von Kathryn, deren Ehemann einer der Attentäter des 11. September 2001 war. Auch in diesem Film agiert Frau Berrached im Spannungsfeld zwischen Dokumentation und szenischer Inszenierung.

Das Beispiel zeigt, dass die Erfindungen der Regisseurinnen und Regisseure ihre eigenen persönlichen Herangehensweisen und Handschriften sind.

Beispiel 3: Drehbuch

Von DIE RÄUBER zu FACK JU GÖHTE

Während seines Studiums an der Filmakademie sammelte der türkischstämmige Filmemacher **Bora Dagtekin** Erfahrungen beim Verfassen aller Arten von Drehbüchern. Seinen Abschluss machte er mit dem Drehbuch für eine actiongeladene Interpretation von Schillers’ „Die Räuber“.

Nach dem Studium erfand Bora Dagtekin die Comedy-Serien „Doctor’s Diary“ und „Türkisch für Anfänger“, für die er jeweils mit dem Grimme-Award ausgezeichnet wurde. Basierend auf diesen Erfolgen entwickelte und realisierte er als Autor und Regisseur die Filmreihe „Fack ju Göhte“.

Die „Fack ju Göhte“-Trilogie ist mit insgesamt 21 Millionen Zuschauern eine der erfolgreichsten IPs der deutschen Filmgeschichte (IP = Kurzform für „Intellectual Property“). Elyas M'Barek avancierte in seiner Rolle als Lehrer Zeki Müller zum deutschen Superstar. Für die Constantin Film AG wurde die Reihe zur wertvollsten Marke ihrer Firmengeschichte.

Bora Dagtekin hat mit seinen Arbeiten als Autor und Regisseur einen kulturellen Beitrag geleistet. Seine Filme, bei denen die Probleme von gesellschaftlich Ausgegrenzten im Mittelpunkt stehen, vermitteln ihrem Publikum auf populäre und komödiantische Art ein Weltbild von zukunftsweisender Humanität.

Das Beispiel zeigt, dass der Bereich Drehbuch eine Schlüssel-funktion bei der Entwicklung jeder Art von filmischer Erfindung hat.



© BBC: "The Gruffalo", 2009

Beispiel 4: Animation

Von BUNNIES zu THE GRUFFALO und TOY STORY

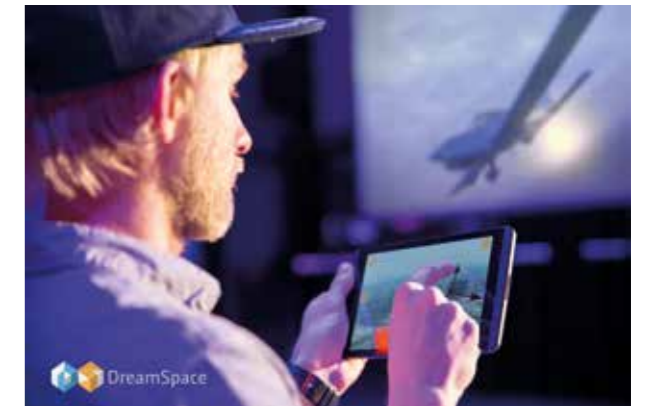
2003 realisierten eine Reihe von Studierenden des Animationsinstituts den ITFS-Trailer "Bunnies". Die Credits des Trailers lesen sich heute wie ein „Who is Who“ der deutschen Animationszene.

So führte **Jakob Schuh** zusammen mit **Max Lang** Regie bei dem BBC-Weihnachtsspecial „The Gruffalo“. **Jan Lachauer** und **Max Lang** führten Regie beim nächsten BBC-Weihnachtsspecial „Room on the Broom“. Und **Jakob Schuh** führte zusammen mit **Jan Lachauer** und **Bin Han-To** Regie beim BBC-Weihnachtsspecial „Revoltin’ Rhymes“ nach einer Vorlage von Roald Dahl. Alle drei Produktionen wurden für den Academy Award nominiert.

Nach dem Studium gründete das „Bunnies“-Team das in Ludwigsburg ansässige Studio Soi, das mittlerweile in der Animationswelt als eines der weltweit relevantesten Animationsstudios gilt. Markenkern von Studio Soi ist höchster qualitativer Anspruch, der durch eine austarierete Zusammensetzung des künstlerischen Kernteams erreicht wird.

Saschka Unseld wechselte nach der Gründungsphase von Studio Soi zu Pixar und arbeitete dort in impulsgebenden Funktionen an Filmen wie „Toy Story 3“. 2013 führte er Regie bei der Pixar-Produktion „The Blue Umbrella“. 2015 wechselte er zu Oculus Story Studio und realisierte dort als Regisseur die VR-Produktion „Dear Angelica“, die bereits heute als Klassiker ihres Genres gilt.

Das Beispiel zeigt, wie wichtig eine kluge Zusammensetzung der kreativen Kernteams bei der Umsetzung von filmischen Erfindungen ist.



"Dreamspace", Filmakademie, 2013

Beispiel 5: Forschung & Entwicklung

Von DREAMSPACE zu JIM KNOPF

Die Abteilung **Forschung & Entwicklung** des Animationsinstituts etabliert seit ihrer Gründung 2002 technologisch innovative Prozesse an der Filmakademie. Ein Schwerpunkt der Forschungsarbeit befasst sich seit Jahren intensiv mit der Virtualisierung von filmischen Produktionsverfahren, im Englischen „Virtual Production“ bezeichnet. Anhand von „Virtual Production“ können virtuelle Bestandteile direkt an einem Filmset visualisiert werden – die digitale und die reale Welt können also miteinander interagieren.

Dadurch werden Missverständnisse vermieden, alle Gewerke können das digitale Element begutachten. Vor allem wird dadurch jedoch die zeit- und kostenaufwändige Postproduktion reduziert. Der Forschung & Entwicklung ist es durch das EU geförderte Projekt „Dreamspace“ gelungen, hier richtungweisende Akzente zu setzen.

Unter den Konsortium Partnern des „Dreamspace“ Projekts war auch die Firma NCam, welche ein professionelles Augmented Reality System für Filmkameras entwickelt. Der frühe Einsatz an der Filmakademie im Jahr 2013, bedingt durch das Projekt „Dreamspace“, hatte maßgeblichen Einfluss auf Firmen in der Region Stuttgart.

So hat die VFX-Abteilung der Firma Mackevision zusammen mit der Forschung & Entwicklung im Jahr 2017 das NCam System umfassend getestet und es daraufhin angeschafft. Die Technologie wurde unter anderem bei der Previsualisierung des Films „Jim Knopf und Lukas der Lokomotivführer“ eingesetzt.

Das Beispiel zeigt, dass durch die Innovationen der Forschung & Entwicklung ein technischer Vorsprung entsteht.



"Bunnies", Filmakademie, 2003

Beispiel 6: Interaktive Medien

Von ULITSA DIMITROVA zu PERFECT WOMAN

Lea Schönfelder fand als Studentin an der Kunsthochschule Kassel zu einem individuellen inhaltlichen und grafischen Stil. Diesen brachte sie am Ende ihres Kunststudiums in die Realisierung unterschiedlicher Games ein.

Ihr erstes Spiel erfand Lea Schönfelder 2009, inspiriert durch einen Besuch in Petersburg. „Ulitsa Dimitrova“ handelt von dem 10jährigen Piotr, der in den Straßen von Petersburg als Kleindealer überlebt. Am Ende des Spiels stirbt Piotr nach einem plötzlichen Wintereinbruch. „Ulitsa Dimitrova“ wurde von der russischen Duma kurzzeitig auf den Index gesetzt und etablierte Lea Schönfelder als radikale neue Stimme im Gamesbereich.

Ihr nächstes Spiel „UTE“ handelt davon, dass Ute mit so vielen Männern als möglich Sex haben muss, bevor sie heiratet. Am Ende des Spiels heiratet Ute den übriggebliebenen Mann (also den, mit dem sie keinen Sex hatte). „UTE“ etablierte Lea Schönfelder als relevante Stimme in der internationalen Independent Games Szene.

2011 wechselte Lea Schönfelder an die Filmakademie, an der sie ein Projektstudium im Bereich Interaktive Medien absolvierte. In ihrer Abschlussarbeit „Perfect Woman“ wird die spielende Person physisch in Extremsituationen gebracht, um dem Anspruch, eine perfekte Frau zu sein, gerecht werden zu können.

„Perfect Woman“, Filmakademie, 2014

Nach dem Studium begann Lea Schönfelder eine Tätigkeit als Game Designerin bei UsTwo Studios, einem erfolgreichen (und wirklich coolen) internationalen Studio, das von London, Malmö, New York und Sydney kluge Spiele für ein internationales Publikum realisiert.

Das Beispiel zeigt, wie wichtig ein origineller inhaltlicher Ansatz und ein ausgeprägter Stil bei der Entwicklung und Realisierung interaktiver Erfindungen sind.



„Conscious Existence“, Filmakademie, 2018

Beispiel 7: VR

Von NATURAL ATTRACTION zu CONSCIOUS EXISTENCE

Marc Zimmermann stellte während seiner Studienzeit visuelle Effekte auf höchstem Niveau her. 2016 gelang es ihm in seiner Abschlussarbeit „Natural Attraction“, Naturereignisse von hoher Emotionalität zu kreieren, was zu seinem Markenzeichen und persönlichem Stil wurde. Am Ende seines Studiums kam Marc Zimmermann durch die Aktivitäten der Forschung & Entwicklung in Kontakt mit dem damals gerade wieder aufkommenden Medium „Virtual Reality“ (VR), durch das ein immersives, also umfassendes, Filmereignis möglich wurde.

Im Rahmen der VR NOW Initiative der Filmakademie konnte Marc Zimmermann die VRProduktionen „Longing for Wilderness“ und „Conscious Existence“ realisieren. Durch das immersive Erlebnis bekommt Zimmermanns beschriebener Stil eine neue Intensität. Beide Arbeiten wurden auf Konferenzen in allen Erdteilen vorgestellt und gelten mittlerweile als Klassiker ihres Genres.

Marc Zimmermann war im Bereich VR Vorreiter – mittlerweile hat sich die Realisierung von VRProduktionen als fester Bestandteil des Curriculums der Filmakademie etabliert. In jüngster Vergangenheit haben beispielsweise die Studierenden Dominik Stockhausen, Carl Krause und Nikolai Maderthorner die künstlerisch anspruchsvolle VRProduktion „MindPalace“ fertiggestellt, die mit großem Erfolg auf der Biennale 2018 im internationalen Wettbewerb VR präsentiert wurde.

Das Beispiel zeigt, wie innovative mediale Formate wie VR den Filmschaffenden neue künstlerische Ausdrucksmöglichkeiten und Betätigungsfelder bieten.



Studio FILM BILDER Meine Schmusedecke (c)Steffen/FILM BILDER

Beispiel 8: Intellectual Property

Von LEBENSADER zu PATCHWORK PALS

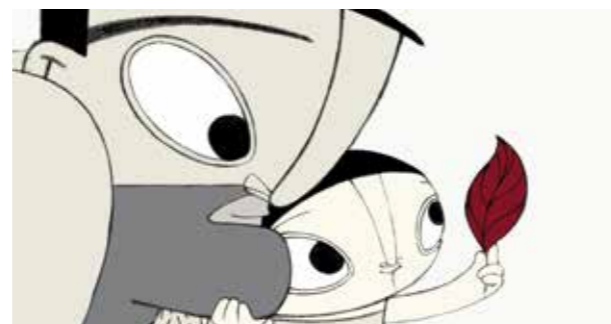
Die in Saudi-Arabien aufgewachsene Filmemacherin **Angela Steffen** fand durch die Realisierung ihres Diplomfilms „Lebensader“ (2010) zu einem unverkennbaren Stil, indem sie arabische und europäische Einflüsse zu einem neuartigen Ausdruck vereinte. „Lebensader“ lief auf mehr als 200 Festivals und gewann dort Dutzende Auszeichnungen.

2013 wurde die Preschool-Serie „Ich kenne ein Tier“ von dem SWR-Redakteur Benjamin Manns mit dem Ziel entwickelt, talentierte junge Animationsschaffende nach dem Studium am Standort zu halten. Dies gelang hervorragend – mehr als 50 Alumni der Filmakademie arbeiteten unmittelbar nach dem Studium an den 36 Folgen der Serie, viele von ihnen sind noch heute am Standort tätig. Auch Angela Steffen hatte die Möglichkeit, für die Serie den Film „Das Huhn auf meiner Schmusedecke“ zu realisieren, in dem sie den eingangs erwähnten Stil zur Basis ihrer Arbeit machte.

Mit der Stuttgarter Animationsfirma Studio FILM BILDER entwickelte Angela Steffen dann aus dem Huhn-Film die Serie „Patchwork Pals“, die mittlerweile in mehr als 150 Länder verkauft wurde und mit großem Erfolg im Preschool-Programm der BBC (cbeebies) läuft.

Noch ein vergleichbares Beispiel: Filmakademie-Alumna Julia Ocker realisierte im Rahmen von „Ich kenne ein Tier“ den lustigen Film „Zebra“, der auf Youtube ein Millionenpublikum erreichte. Ebenfalls mit Studio FILM BILDER entwickelte Julia Ocker dann aus der Zebra-Idee die Serie „Animanimals“, die bereits in mehr als 180 Länder verkauft und u.a. 2019 mit dem Grimme Preis ausgezeichnet wurde.

Die Beispiele zeigen, dass am Standort erfolgreich ambitionierte Animationsformate erfunden, umgesetzt und international verwertet werden. Dies kann als Vorbild für die Verwertung von Erfindungen in anderen Filmbereichen dienen.



© „Lebensader“, Filmakademie, 2010

Ausblick

ERFINDUNGEN FÜR DAS LAND DER ERFINDER

Die in diesem Text dargestellten Beispiele sollen verdeutlichen, dass es sich künstlerisch und wirtschaftlich lohnt, auf Erfindungen zu setzen. Sie sollen außerdem veranschaulichen, dass an der Filmakademie und in ihrem Umfeld in den unterschiedlichen Bereichen geistiges Eigentum entsteht, das großes künstlerisches und wirtschaftliches Potenzial hat. Der Ursprung dieses Potenzials liegt oft in der Definition eines individuellen künstlerischen Ansatzes.

Wir sollten unsere Schlüsse aus all den genannten Beispielen ziehen: Wenn es dem Standort gelingt, zum Ort von Erfindungen in allen Gewerken der Film- und Medienindustrie zu werden, hat er auch die Möglichkeit, eine eigene Identität und Zukunftsperspektive zu entwickeln. Davon können dann auch alle dienstleistenden Bereiche profitieren.

Die Filmakademie Baden-Württemberg möchte mit ihrem Strategiepapier „Filmakademie 2030“ dafür die Voraussetzungen schaffen. Dabei geht es nicht um größtmöglichen Erfolg während des Studiums, sondern darum, dass die Filmschaffenden von morgen zu ihren originären Ausdrucksformen finden, deren Ursprung nicht selten im Archaischen, Sperrigen und Radikalen liegt.

Das bringt mich zum Anfang zurück: In einem inspirierten Moment erfand der ehemalige Meeresbiologiestudent Stephen Hillenburg einen kleinen gelben Schwamm mit leuchtenden Augen und erreichte damit ein weltweites Publikum. Tausende von Filmschaffenden fanden durch diese Erfindung sinnstiftende Arbeit und ein einträgliches Einkommen. Und „Spongebob Squarepants“ wurde zu einem Milliardengeschäft.

Lassen wir uns davon inspirieren.

Lassen Sie uns im Land der Erfinder auf Erfindungen setzen.

Immersion Lab Ludwigsburg ILL – Eine Chance für Baden-Württemberg



von Rolf Heiler und Professor Volker Helzle

Nahezu allen Gründern, die heute zum Beispiel als „Heroes“ im Animation Media Cluster Region Stuttgart AMCRS gelistet sind, erging es ähnlich wie mir, Rolf Heiler, 1986 bei der Gründung meiner Software-Firma und vermutlich auch Robert Bosch als er die für seine Zeit verrückte Idee für die Zündkerze hatte. Auch die neuen Startups von Bosch, Porsche, Mann+Hummel und die vielen anderen großen, mittleren und kleinen Firmen, die etwas Neues schaffen wollen, brauchen grundlegende Produktionsfaktoren. Egal aus welcher Branche, Gründer benötigen stets ein paar Voraussetzungen, um zu starten:

- einen Ort der Inspiration, des Ausprobierens und der Produktion,
- die Verfügbarkeit von Wissen über Grundlagen und verwandte Themen aus anderen Branchen und Forschungsgebieten.
- Dabei starten wir heute auf einem höheren Spezialisierungs-Level sowohl in der Forschung und Lehre als auch in der Infrastruktur.
- Und selbstverständlich benötigt man früher oder später auch Kapital.

Dem Paradigmenwechsel in der Wirtschaft der Region wirkungsvoll begegnen

Unsere Gesellschaft befindet sich vor einer Transformation, wie sie in der Neuzeit vielleicht noch nie stattgefunden hat. Viele der produktionsorientierten Geschäftsmodelle der Traditionsunternehmen, die heute noch den Wohlstand in unserer Region entscheidend prägen, sind vermutlich schon bald am Ende ihres Lebenszyklus angelangt. Es geht nicht mehr nur um neue Produkte und die Eroberung neuer Marktregionen sondern um einen Paradigmenwechsel, der zeitgleich in vielen Industrien und Märkten einsetzt.

In der Produktion von Serien-, Spiel- und Dokumentarfilmen erleben wir mit der Verschmelzung von Realfilm mit der VFX- und der Animationswelt eine weitere Industrietransformation.

Neue Serienformate und neue Anbieter definieren auch ganz neue Märkte. Die Zielgruppen – besonders die jungen - erwarten Angebote, in denen auch die immersiven Technologien eine wesentliche Rolle spielen. Immersion ist dabei ein wesentlicher Bestandteil der klassischen filmischen Narration. Animation und Visuelle Effekte finden ihren Einsatz, um glaubhafte Welten entstehen zu lassen. Durch den rasanten technologischen Wandel bieten heutzutage virtuelle und erweiterte Realitäten eine neue und zukunftsweisende Möglichkeit, das Konzept der Immersion über den bisherigen Einsatz im Film hinaus zu tragen. Dadurch können virtuelle (VR) und erweiterte (AR) Erfahrungen sowie das Erzählen von Inhalten auf eine völlig neue Ebene gebracht werden. Nach einer Voraussage des Analytischen IDC werden immersive Inhalte bis 2020 einen Markt von 162 Milliarden US-Dollar erreichen¹.

Die Antwort auf die Herausforderungen der Zukunft: Das Immersion Lab Ludwigsburg als Nukleus eines Gründerzentrums

Das Immersion Lab wird Produktionsstätte, Labor und Veranstaltungsort gleichermaßen. Es soll das Potential immersiver Erlebnisse (VR/AR) erforschen und Industrie und Filmwirtschaft gemeinsam mit Absolventen, Startups und dem Mittelstand für Produktionen, Proof of Concepts, internationale Show-Cases und Veranstaltungen sowie aufwendige VR-, AR-Anwendungen zur Verfügung stehen. Die Kombination aus Technologie- und Produktions-Knowhow am ILL wird in Deutschland einzigartig sein. Auch deshalb, weil wir hier neben der Filmakademie Baden-Württemberg und ihren Studierenden eine große Anzahl an Kreativ- und Technologiefirmen haben. An anderen wichtigen Filmstandorten gibt es keine vergleichbaren Industrie-Strukturen. Und an anderen Industriestandorten gibt es keine Filmakademie mit entsprechendem Know-how.

Die Studierenden aus sämtlichen Gewerken und die Filmwirtschaft werden in die Lage versetzt, neu zu denken, damit neue Ergebnisse entstehen, die uns eine internationale Wettbewerbsfähigkeit ermöglicht und langfristig sichert. Gerade den Studierenden der Filmakademie Baden-Württemberg müssen wir jetzt - in dieser wichtigen Transformationsphase – eine direkte Förderung ihrer ambitionierten Projekte auch über das Studium hinaus durch die Ressourcen eines immersiven Labors ermöglichen. Das Gründerzentrum Immersion Lab Ludwigsburg ILL ist deshalb viel mehr als ein Hightech-Studio, denn es verbindet neue Ideen mit realen Produktionen in der Filmwirtschaft und in der Industrie. Im Immersion Lab kann neueste Hard- und Software fest installiert und kurzfristig – ohne lange Aufbauten und Wartezeiten – für verschiedenste Zwecke genutzt werden. Im Immersion Lab entstehen zukünftige Realfilmproduktionen von etablierten Produktionsfirmen für Serienformate, TV und Kino. In Verbindung mit Studierenden und Absolventen, können wir an diesem Ort Netzwerke schaffen, die der Filmbranche erlauben, neue Wege mit geringeren wirtschaftlichen Risiken und größtmöglicher Innovation zu gehen.

Vergleichbare Initiativen werden von anderen Institutionen bereits vorgelebt. So eröffnete vor wenigen Wochen in Berlin das volumetrische Capture Studio „Volucap“². Das Screen Industries Research and Training Centre Sheridan College³ in



Studioaufbau für Virtuelle Produktionen

Toronto sowie das Centre for the Analysis of Motion Entertainment Research and Applications in Bath⁴ stellen ähnliche Vorhaben dar.

Produktion, Forschung & Innovation, Veranstaltungen & Ausstellungen an einem Ort

Das Immersion Lab ist Programm und Ort zugleich und hilft uns, neue Industrien und Branchen mit neuen Geschäftsmodellen und Wertschöpfungsketten hier bei uns in Baden-Württemberg zu etablieren. Im Immersion Lab tauchen wir buchstäblich in einen neuen Level der Abstraktion ein. Filmwirtschaft und Industrie werden das Netzwerk und das Labor für zeitgemäße Filmproduktionen, Workshops, Seminare und Fortbildung für vielschichtige Zielgruppen:

- Start-Ups und Unternehmensgründungen mit frischen Ideen
- Firmen:
- Mittelständische Unternehmen aus dem Sektor Automotive und Maschinenbau, denen der Zugang zu innovativen, digitalen Technologien und Inhalten fehlt
- Etablierte Konzerne mit Bedarf an technologisch und innovativen Impulsen aus der Kreativindustrie
- Unternehmen der Kreativindustrie (Animation, VFX, Games, XR)
- Die Stadt Ludwigsburg und ihre Bürgerinnen und Bürger
- Filmakademie Baden-Württemberg (mit allen Abteilungen)





Virtual Production Filmakademie Produktion „Skywriters“

Das ILL wird darüber hinaus für die Studierenden anderer Hochschulen wie der Hochschule der Medien HdM der nächste logische Schritt nach dem Studium und der erste praktische Weg in die Selbständigkeit in unserer Region darstellen. Wenn wir unsere Absolventen hier in der Region beruflich und sozial verankern wollen, sollten wir Angebote machen, die mit Berlin, München, Palo Alto, Mountain View, Suzhou oder Shanghai konkurrieren können.

Zentrum mit Nutzwert für die gesamte Wirtschaft weit über die Medienbranche hinaus

Wir sprechen beim ILL von einem HighTech-Labor im Bereich Bewegtbild-Visualisierung als Herzstück eines Gründerzentrums für die neuen Geschäftsmodelle, die aus der Anwendung von virtueller und erweiterter Realität entstehen. Der globale Markt der Gaming-Industrie hat im letzten Jahr die 150 Mrd. US\$-Grenze überschritten und damit bereits die Hälfte des gesamten globalen Marktes für Film, Video und Fernsehen erreicht. Diese Industrien wachsen zusammen. Wir sollten hier in Baden-Württemberg unbedingt dabei sein, wenn die Karten in der Bewegtbild-Industrie neu gemischt werden. Für die Stadt Ludwigsburg entsteht zum Beispiel eine Parkraum-Management-App mit Gaming-Komponente um ein Mobilitäts-Geschäftsmodell erfolgreicher umzusetzen. Wenn das gelingt, haben wir mit unseren Industriepartnern ein neues, skalierbares Geschäftsmodell für viele Städte entwickelt.

Im ILL können Produkte schon erlebbar gemacht werden, bevor sie entwickelt und produziert werden - Produkte oder ganze Städte in einer fernen Zukunft, aber auch in der von übermorgen. Wir alle sprechen jetzt von autonomen Fahrzeugen

und einer nachhaltigen E-Mobility. Begriffe, die schon zum festen Bestandteil unserer Sprache geworden sind, obwohl noch kaum Produkte und Anwendungen am Markt existieren. Alle finden E-Autos gut und richtig, doch wer kauft sie heute? Wie viele Testkilometer muss ein autonom fahrendes Auto gelaufen sein und wo baut man die dafür benötigten Simulationen virtuell auf?

Es muss unserer Wirtschaft gelingen, den Transformationsmechanismus an der richtigen Stelle anzusetzen. Dabei spielt es eine substantielle Rolle, wie wir Kunden gewinnen, welche Geschäftsmodelle wir ihnen anbieten und welche Veränderungen wir ihnen dabei zumuten wollen. Ob das gelingt, hängt davon ab, wie wir diese neuen Paradigmen kommunizieren, inszenieren und erlebbar machen. Der Werbefilm erhält im Internet ganz neue Formate. Das Kundenerlebnis wird immer häufiger mit dramatischen Filmstrukturen und großer Tiefe erzählt. Hier treffen sich traditionelles Storytelling, mit High-End-VFX und Animation sowie mit den Marktinteressen der Industrie und Wirtschaft. Im Netzwerk des Immersion Labs können zukünftig kommerzielle Produktionen direkt und ohne technische Restriktionen umgesetzt werden.

1 <https://www.presseportal.de/pm/39565/3835398>

2 <http://www.volucap.de/>

3 <http://www.sirtcentre.com/>

4 <https://www.camera.ac.uk/>

5 Beispiele: Centropolis/Roland Emmerich, UNEXPECTED, LUXX Studios, Pixomondo, Studio FILM BILDER

6 Beispiele: ARRI, INTEL, STIHL, BOSCH, MARQUARDT, ZF FRIEDRICHSHAFEN, W&W GRUPPE, HAHN+KOLB, Regionale

Kliniken Holding (RKH), Wirtschaftsregion Stuttgart WRS

7 MAX PLANCK Institute for Intelligent Systems (MPI), Cyber Valley, FRAUNHOFER IAO, HOCHSCHULE DER MEDIEN HdM

Gründerzentrum mit Alleinstellungsmerkmalen und Immersion auch unter den Studiengängen

Aus der Vergangenheit wissen wir, dass die Kreativ-Start-Ups meist mit der betriebswirtschaftlichen Seite einer Firmengründung Schiffbruch erleiden, da sie sich entweder auf Förderung verlassen oder darauf, dass auch Banken und andere Geldgeber mit einer reinen Idee ohne wirtschaftlich aussagefähige Businesspläne zu begeistern sind. Das ILL birgt die einzigartige Chance – ähnlich dem Campus der renommierten angelsächsischen Universitäten – Kreative, Tüftler und Denker zusammen mit den gründungswilligen Wirtschafts- und Marketing-Absolventen der Universitäten und Fachhochschulen des Landes zusammen zu bringen. So entsteht neben der Unterstützung aus Forschung und Industrie auch der notwendige Transfer um Start-Ups eine breitere Basis als bisher zu geben.

Das Immersion Lab Ludwigsburg ist deshalb ein Ort, an dem Menschen mit vielfältigem Knowhow, und mit unterschiedlicher Sozialisierung zusammenkommen, damit etwas Neues entstehen kann. Nur mit Ingenieuren und Betriebswirtschaftlern werden wir die Transformation der Industrie nicht erreichen. Wir benötigen neue Köpfe, neue Denkschulen und neues technisches Knowhow, die wir in das globale Rennen um die neuen Wertschöpfungsketten schicken können.

Im Animationsinstitut der Filmakademie Baden-Württemberg entstanden in den vergangenen Jahren wegweisende Techniken und sog. Production-Pipelines, die auch im internationalen Kontext höchste Relevanz erreichten. Viele Sensoren, Kameras, Computer, Software und vor allem künstliche Intelligenz spielen bei der Bilderkennung und -auswertung eine zentrale Rolle.

Das Ökosystem des ILL

Das ILL muss räumlich nahe an der Filmakademie sein, damit der Wissenstransfer gesichert ist. Die Stadt Ludwigsburg will das Gebäude finanzieren und bereitstellen, vom Land benötigen wir Förderung für Ausstattung und den Betrieb der ersten drei Jahre. Danach soll das ILL als GmbH der Stadt eigene Erträge generieren, die einen förderungsunabhängigen Betrieb gewährleisten.

Schon jetzt liegen uns mehr als 20 „Letter of Support“ von namhaften Firmen sowohl aus der Kreativwirtschaft⁵ - viele bereits im Animation Media Cluster Region Stuttgart AMCRS vereint - als auch der Industrie⁶ und Forschungseinrichtungen⁷ vor. Neben den strategischen Kapitalgebern wurden bereits Anbieter für Risikokapital wie die Wagnis und Beteiligungskapital-GmbH der KSK Ludwigsburg und der Private Equity Fond Marondo für das Ökosystem des ILL gewonnen. Mit einem leistungsfähigen Management wird das ILL mit seinem Konzept selbst zum erfolgreichen Start-Up.

ILL: Incubator - Transformator - Generator

Mit diesem Projekt schafft Baden-Württemberg ein Gründer- und Transferzentrum, mit dem es gelingen wird:

- vielen Absolventen der Filmakademie nach Abschluss ihres Studiums eine berufliche Perspektive in der Kreativwirtschaft insbesondere im Bereich visuelle Effekte und Animation, aber auch in einem breiten industriellen Umfeld in der Region zu ermöglichen;
- den Absolventen der Filmakademie gemeinsam mit Absolventen anderer Hochschulen einen Inkubator für die Gründung neuer Unternehmen in bestehenden, aber auch vollkommen neuen Branchen zur Verfügung zu stellen;
- internationalen jungen Freelancern und Unternehmern einen Begegnungsort für die globale Vernetzung und internationale Koproduktion mit Unternehmen aus der ganzen Welt zu organisieren. Schon heute erreicht Stuttgart mit dem Trickfilmfestival ein internationales Publikum, das im Rahmen der FMX-Konferenz zukünftig eigene - auch kommerzielle - Veranstaltungen im ILL durchführen kann;
- die industrielle Transformation massiv zu unterstützen, indem die Landesregierung einen erfolgskritischen Baustein für die Unternehmen in Baden-Württemberg in die Agenda der digitalen Transformation aufnimmt.

Die Region Stuttgart und Baden-Württemberg können mit dem Immersion Lab Ludwigsburg in Kombination mit der Filmakademie Baden-Württemberg eine weitere kraftvolle Antwort auf die Frage nach den zukünftig relevanten Standorten der globalen Wertschöpfungsketten geben.



oben: Master Class Immersion, unten: Realität und Virtualität verschmelzen



**Produktion: Gründerinnen und Gründer
Firmengründungen im Kreativsektor, die technologisch
und/oder inhaltlich neue Wege gehen**

Dabei kann der Zugang zu aktueller Produktionstechnologie des Immersion Lab eine Schlüsselfunktion einnehmen. Entsprechend räumlich umfangreiche Prototypen (für beispielsweise Location Based VR) sind in den Räumlichkeiten des Immersion Lab möglich. Unterstützt werden die Entwicklungen durch Expertinnen und Experten der Filmakademie (Lab Mitarbeiter/innen, Professor/innen und Lehrende).

Mögliche Use-Cases :

Alumni der Filmakademie gründeten die Firma Headraft⁸, welche sich auf immersive Inhalte fokussiert. Durch die erstklassige Ausstattung des Immersion Lab und die Betreuung durch Expertinnen und Experten sollen sie das erste Augmented Reality Musikvideo für die Fantastischen Vier⁹ realisieren. Die Firma findet ein Zuhause im Gründerzentrum Ludwigsburg und nicht in der Hansestadt Hamburg.

Die Räumlichkeiten des Immersion Lab dienen als Testbett für die Erstellung eines örtlich basierten virtuellen Erlebnisses (Location Based VR). Ergebnis ist eine öffentlichkeitswirksame Attraktion, z.B. im Märchengarten 2.0, dem Europapark Rust oder der GameZone des ITFS.

Durch die einzigartige Ausstattung des Immersion Lab ist zu erwarten, dass Software Tools, die in direktem Zusammenhang mit den neuen Produktionsverfahren stehen, potentielle Ausgründungen begünstigen. Vergleichbare Entwicklung pre Gründerzentrum und Immersion Lab: Previzart¹⁰.

Produktion: Firmen

Das Immersion Lab und die damit verbundene Ausstattung soll von externen Firmen zu realistischen Marktpreisen angemietet werden können. Als potentielle Zielgruppen sehen wir die Firmen des Kreativsektors, da diese in aller Regel nicht in der Lage sind, entsprechende Produktionsstudios zu unterhalten. Mittelständischen Unternehmen aus eher traditionellen Bereichen wie Maschinenbau und Automotive werden durch die innovativen Produktionsverfahren neue Möglichkeiten eröffnet.

Mögliche Use-Cases :

Der Zugang zu entsprechender Ausrüstung, Expertinnen und Experten des Immersion Lab wird eine nachhaltige Auswirkung auf die gesamten Firmen im Umfeld Baden-Württembergs haben. KMUs erhalten Zugang zu neuester Produktionstechnik für virtuelle und immersive Inhalte und können ihre

Einsatz professionelles Kamera Tracking Equipment (Ncam)



Produkte entsprechend planen und präsentieren.

Porsche Digital Ludwigsburg will seine Customer Journey komplett virtuell untersuchen. Dabei sollen verschiedene virtuelle Erlebnisse durch unterschiedliche Zielgruppen evaluiert werden. Zusammen mit den Expertinnen und Experten des Immersion Lab wird eine Location Based VR Installation entwickelt, die sich in Echtzeit durch beliebige Parameter steuern lässt.

Der VfB und die MHP Riesen Ludwigsburg lassen ihre Topspieler durch das Volume Capture Verfahren erfassen. Anschließend können diese in Anwendungen der virtuellen Realität vermarktet werden. In Zukunft ist zu erwarten, dass sich Hologramm-Technologien zur Darstellung solcher Berühmtheiten durchsetzen werden. Dadurch sind grundlegend neue Einsatzgebiete möglich¹¹.

Aufwändige visuelle Effekte, die bisher in der Postproduktion realisiert wurden, können direkt in virtuellen Produktionsverfahren erstellt werden und sind dadurch effizienter. Entsprechende Firmen aus dem Bereich Animation und VFX mieten dazu die Räumlichkeiten und Personal des Immersion Lab zu marktüblichen Preisen. Sie erhalten so Zugang "on demand" und müssen die aufwändige Technologie nicht selbst finanzieren ohne deren Auslastung genau vorhersehen zu können. Das Immersion Lab wird so auch zum Magnet für noch nicht in der Region ansässige VFX Firmen, die daraufhin Dependancen in der Region eröffnen.

Die momentan in London ansässige Firma DoubleNegative bekommt den Auftrag Effekte für eine Netflix Serie zu produzieren. Da Netflix einer möglichen Quote für Produktionen in der EU¹² voraus greifen will und der Brexit bevor steht, sollen die Effekte in Deutschland produziert werden. Um den Auftrag nicht zu verlieren entschließt sich DoubleNegative eine Niederlassung in Ludwigsburg zu eröffnen, da ihr durch das Immersion Lab unverzüglich eine moderne und zukunftsweisende Produktionsstätte zur Verfügung steht. Alumni des Animationsinstituts der Filmakademie Baden-Württemberg können jetzt lokal einen attraktiven Job finden und sind nicht, wie bisher, gezwungen zu großen Firmen ins Ausland abzuwandern.

Veranstaltungen & Ausstellungen: Gründerinnen und Gründer

Das Immersion Lab wird als Hub agieren um junge Innovator*innen und Gründer*innen und ihre Entwicklungen mit potentiellen Geldgebern zusammenführen. Die einzigartige Ausstattung des Immersion Lab sowie die Betreuung durch Spezialist*innen mit einem sehr spezifischen Knowhow ist ein Alleinstellungsmerkmal, welches Talente aus ganz Deutschland und darüber hinaus anziehen wird.

Mögliche Use-Cases :

In Kurzpräsentationen werden neue Technologien, Services, und Plattformen potentiellen Geldgebern vorgestellt. Anschließend finden ausführliche Demonstrationen im Rahmen der Immersion Lab Ausstattung statt.

Gründerinnen und Gründer erhalten die Möglichkeit an Lehrveranstaltungen der Filmakademie teilzunehmen. Die international renommierten Lehrenden der Filmakademie stammen aus dem kreativ-inhaltlichen sowie dem technologischen Sektor. Sie sind in der Lage frühe Entwicklungen durch ihr umfangreiches Wissen und Erfahrung zu beflügeln.

Gründerinnen und Gründer, deren Geschäftsidee zwingend

© Filmakademie Baden-Württemberg



mit der Ausstattung des Immersion Lab einhergehen, haben so die Möglichkeit ihre Entwicklungen unter realistischen Bedingungen zu entwerfen. Zum Beispiel benötigt eine Location Based VR Anwendung zwingend einen entsprechenden Raum, in dem sie getestet werden kann. Das Immersion Lab stellt dafür einen entsprechenden Rahmen dar.

Neue Produkte und Anwendungen entstehen in neuen Industrien, wenn sich zwei traditionelle Branchen gemeinsam mit der Zukunft beschäftigen. Der fortlaufende interdisziplinäre Austausch am Immersion Lab stellt den Nährboden für richtungsweisende Dialoge dar.

Veranstaltungen & Ausstellungen: Firmen

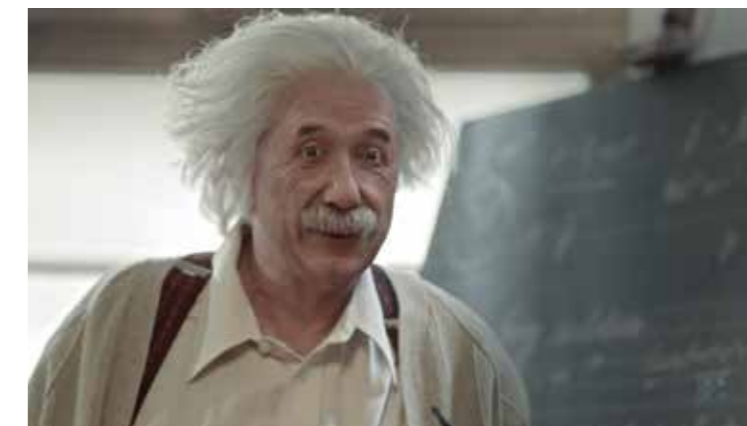
Firmen sollen das Immersion Lab für Veranstaltungen anmieten können. Dabei stehen die Möglichkeiten, die durch Präsentation und Ausstattung gegeben sind im Mittelpunkt. Auch sind spezielle Auftragsproduktionen für maßgeschneiderte Inhalte denkbar.

Mögliche Use-Cases :

Mann & Hummel präsentiert die neue Generation ihrer Filtertechnologie mit aufwändigen immersiven Projektions- und Visualisierungstechniken. Anschließend wird eine Location Based VR-Anwendung den vielseitigen Einsatz der Filtertechnologie für die kommenden 20 Jahre erläutern. Konzepte werden visuell einzigartig erörtert und bilden die Grundlage für zukünftige Entscheidungen.

Die Firma Festo ist seit Jahren im Bereich bionische Systeme weltweit führend. Zahlreiche Prototypen wie Quallen, Rüssel und Vögel sind bereits entstanden. Diese leiten ihre grundlegende Funktionsweise aus der Natur ab. Mit den Möglichkeiten im Immersion Lab die Bewegung von Tieren mittels Motion

oben: Erprobung neuer Prototypen
unten: Formel 1 Esports
ganz unten: Kunstfigur digitaler Albert Einstein



© Filmakademie Baden-Württemberg

und Volume Capture zu erfassen, werden völlig neue Anwendungsbereiche möglich. In einer Abendveranstaltung werden die neuesten Entwicklungen einem Fachpublikum und der Presse vorgestellt. Die Veranstaltung wird live ins Netz gestreamt (gestreamt).

Der VfB veranstaltet einen E-Sports Wettkampf in den Räumlichkeiten des Immersion Lab. Die Veranstaltung richtet sich an junge Videospiele-Enthusiastinnen und -Enthusiasten. Die Gewinnerinnen und Gewinner des Turniers erhalten Sachpreise. Neue Talente können identifiziert werden.

Forschung & Innovation: Filmakademie

Das Immersion Lab soll fester Bestandteil richtungsweisender Forschungsarbeiten an der Filmakademie Baden-Württemberg sein. Neue Produktionsverfahren und Technologien werden erforscht und anschließend durch Test-Produktionen auf ihren praktischen Einsatz hin untersucht.

Mögliche Use-Cases :

Die Abteilung Forschung & Entwicklung erprobt regelmäßig den Einsatz neuester technologischer Entwicklungen (XR, Lichtfeld, Volume Capture...) in Verbindung narrativer Produktionen der Filmakademie. Durch EU geförderte Projekte wie Dreamspace¹³ und SAUCE¹⁴, wird in internationalen Konsortien, bestehend aus Firmen und Universitäten, an aktuellen Herausforderungen der Kreativindustrie geforscht. Dadurch wird die Filmakademie sich langfristig zu der führenden europäischen Institution für technologisch innovative Herstellungsverfahren in Film und neuen Medien etablieren.

Ein vielversprechender Ansatz um visuelle Effekte zu realisieren sind sogenannte In-Camera Effects, wie eindrucksvoll im

aktuellen Christopher Nolan Film First Man¹⁵ (Deutscher Titel "Aufbruch zum Mond") zu sehen ist. Dabei wird vollständig auf Green Screen und Postproduktion verzichtet und mittels Rückprojektion oder LED-Wand die virtuelle Szenerie vor Ort realisiert. Dieses Produktionsverfahren zählt zu den erweiterten Möglichkeiten der virtuellen Produktion und erlaubt allen Gewerken am Set das Endresultat zu gestalten. Eine entsprechende Produktionsweise kann nur in einem dafür vorgesehenen Spezialstudio mit entsprechender Ausstattung durchgeführt werden: dem Immersion Lab. Es ist wahrscheinlich, dass sich In-Camera Effects als richtungsweisendes Produktionsverfahren etablieren wird. Hier kann die Filmakademie eine wichtige Vorreiterrolle einnehmen.

Der cloud-basierte, animierte Nachrichtendienst Emote¹⁶ wird als Prototyp am Animationsinstitut entwickelt. Zusammen mit Bosch Startup wird ein neues Unternehmen gegründet, welches den Dienst für Millionen IOT Geräte in die Breite skaliert. Eine Plattform für animierte Nachrichtendienste entsteht und bildet eine einzigartige Form der digitalen Assistenz für das Universum der Bosch Haushaltsgeräte.

Forschung & Innovation: Gründerinnen und Gründer

Firmenausgründungen, die neue Produkte, Plattformen, Services sowie einzigartige narrative Inhalte zum Ziel haben. Ihren Ursprung können diese Start-Up Firmen in studentischen Arbeiten haben. Die Struktur der Filmakademie Baden-Württemberg befördert die Ausgründung und stellt dafür frühzeitig die richtigen Weichen. Hochtalentierter und impulsgebender Nachwuchs wird in Spin-off Strukturen integriert.

Miniatur eines Film Set durch Augmented Reality erweitert



© Filmakademie Baden-Württemberg



oben: Campus Eröffnung mit Oscarpreisträger Jan Pinkava
unten: In-Camera Effects durch Rückprojektion

Mögliche Use-Cases :

An der Filmakademie entsteht ein Prototyp zur effektiven Steuerung und Auslastung der Renderjobs (Sequentielle Bildsynthese) für Animations- und VFX-Filme. Nach dem Studium wird daraus das Produkt Royal Render¹⁷ welches zu den weltweit einzigartigen, lizenzierbaren Produkten (i.d.R. Eigenentwicklungen) in diesem Segment zählt.

Das Projekt Sonar¹⁸ wurde an der Filmakademie realisiert und erfährt anschließend international große Aufmerksamkeit. Weltweite Verwertungsmodelle bescheren der Filmakademie und den Studierenden beachtliche Lizenzerlöse. Diese Produktion war nur möglich, weil frühzeitig Ausrüstung und Wissen im VR-Bereich an der Filmakademie vorhanden waren. Die Kreativköpfe hinter der Produktion haben mittlerweile die Firma Scope¹⁹ gegründet. In ähnlicher Konstellation wird das Immersion Lab vergleichbare Szenarien begünstigen. Die IP NOW-Talentinitiative des Animationsinstituts ergänzt das Kreativpotential und unterstützt die Gründung von Start-Up Firmen am Standort.

Das innovative Konzept "Pipeline as a Service" bietet technologische Workflow-Entwicklung als Servicedienstleistung für Medienproduktionen. Kleinere Studios können so technologisch komplexe Produktionen realisieren. Teile des Konzepts wurden in der studentischen Arbeit Pipelion²⁰ an der Filmakademie realisiert. Die Firmengründung RnDeep²¹ erfolgte nach mehreren Jahren Praxiserfahrung in nationaler und internationaler Industrie.



8 <http://www.headraft.com/>
9 <https://itunes.apple.com/de/app/tunnel-ar/id1349143280>
10 <http://www.previzart.com/>, <https://vimeo.com/4263792>, unterstützt durch das MFG Karl-Steinbuch-Stipendium 2008
11 Michael Jackson, Prinzessin Leia oder Jérôme Boateng: Virtuelle Stars sollen ein Millionengeschäft werden, <https://goo.gl/8YRe6L>
12 <https://goo.gl/HTkmht>
13 <https://www.dreamspaceproject.eu/>
14 <https://www.sauceproject.eu/>
15 <https://goo.gl/dQd9aA>
16 <http://emote.animationsinstitut.de>
17 <http://www.royalrender.de/>
18 <http://sonar-360.com/>
19 <http://www.scopevirtual.com/>
20 https://www.youtube.com/watch?v=ixFZo34Tm_c, unterstützt durch das MFG Karl-Steinbuch-Stipendium 2013
21 <http://www.rndeep.com/>

© Filmakademie Baden-Württemberg

Förderung durch Forschung und aktiven Wissenschaftstransfer

am Beispiel des Media Solution Centers und Promotionskollegs an der Hochschule der Medien



von Prof. Bernhard Eberhardt

Ausgangssituation – Forschung im Bereich „Animation“

Seit vielen Jahren ist Baden-Württemberg bekannt und führend in der Ausbildung junger Medienschaffender für Animation, Film, Fernsehen und (digitale) Medien. Vor allem die Großraumregion Stuttgart besitzt eine große Dichte an international renommierten Ausbildungsstätten (Universitäten, (Fach-)Hochschulen, Akademien) und Medienunternehmen als potentielle Arbeitgeber, die auch auf dem Parkett der Film- und Werbebranche international erfolgreich sind und interessante Projekte nach Baden-Württemberg holen.

Ein erfolgreicher Zusammenschluss von Medienunternehmen und Hochschulen ist in Baden-Württemberg das „Animation Media Cluster Region Stuttgart“ (AMCRS). Ursprünglich als wirtschaftlich orientierter Zweckverband gegründet, dessen Hauptthema Filmförderung, Lobbyarbeit und gemeinsame Projekte waren, öffnet sich das Cluster auch Themen wie Nachwuchsförderung, -rekrutierung (siehe weiter unten) sowie Forschung und Entwicklung.

Der Einfluss der Forschungsergebnisse auf große nationale und internationale Medienproduktionen und damit auf die lokalen Unternehmen ist noch auf Einzelfälle beschränkt und bis jetzt gering. Unseres Wissens finden sich in den führenden süddeutschen Medienfirmen wie Pixomondo, Mackevision, Scanline, Trixter, Rise FX, M.A.R.K.13, Recom, Jangled Nerves u. a. hauptsächlich Absolventen der (Fach-)Hochschulen wie der Hochschule der Medien Stuttgart HdM bzw. der Filmakademie Baden-Württemberg und kaum Absolventen unserer Universitäten. Diese Absolventen haben aufgrund des gedrängten Bachelor- und Masterstudiums kaum Gelegenheit, selbständig Forschung zu betreiben. Leider ist im Gegensatz zu anderen Ländern (USA, Kanada, England, Frankreich, Australien, Neuseeland) für Absolventen der HdM als (Fach-)Hochschulabsolventen der direkte Promotionszugang nur durch kooperative Promotionskollegs möglich.

Es ist aus dieser Sicht unbedingt notwendig, diesen Zugang auch weiterhin anzubieten, um wissenschaftlich hochqualifizierte Mitarbeiter aus unseren Ausbildungsstätten in die Wirtschaft zu entlassen. Ungünstig wäre es, die in den letzten Jahren gebauten Brücken zu den Universitäten in Stuttgart und Tübingen abzureißen und den wissenschaftlichen Nachwuchs im Bereich Animation und VFX an der HdM zu verringern.

Die deutschen Medienunternehmen der Animationsindustrie sind meist kleine mittelständische Unternehmen, die bei großen Projektaufträgen durch die Zeitverträge mit freien Mitarbeitern oft um das Doppelte wachsen, diese Personaldecke jedoch nicht nachhaltig halten können. Auch im internationalen Umfeld ist ähnliches zu beobachten, jedoch nicht in diesem Umfang. Die große Zahl an Freelancern, die international sehr mobil sein müssen, ist Zeichen dieser Entwicklung. Die baden-württembergischen Unternehmen sind zu klein, um sich eine ständige Forschungsabteilung (auch von nur 2-4 Angestellten) leisten zu können. In den letzten fünf Jahren wurde die Medienregion Stuttgart für Animations-, VFX- bzw. Medienunternehmen aus zwei Gründen zunehmend attraktiver: Die Region ist zum einen gut geeignet zur Mitarbeitergewinnung und zum anderen ist in Baden-Württemberg eine attraktive Filmförderung implementiert. Zudem ist die Auftragslage durch die ansässige (Automobil-)Industrie günstig.

Forschung im Bereich Animation / VFX wird derzeit in Baden-Württemberg nicht industriell gefördert, wie zum Beispiel durch Promotionsstipendien oder gar Graduiertenschulen in anderen Branchen (an der Universität Stuttgart wird demnächst ein rein industriell gefördertes Graduiertenkolleg mit 10 Stipendien und einer Juniorprofessur eingerichtet). Die Größe der Stuttgarter Unternehmen im Animationsbereich ist sicherlich ein Grund dafür, dass dies nicht geschieht.

Forschung im kooperativen Promotionskolleg „Digital Media“

Das ursprüngliche Ziel der kooperativen Promotionskollegs in Baden-Württemberg war, den Zugang zur Promotion besonders erfolgreicher Fachhochschulabsolventen zu erleichtern. In unserem Kolleg „Digital Media“ sind derzeit 18 Promovierende tätig, wovon etwas mehr als die Hälfte Absolventen von Hochschulen für angewandte Wissenschaften sind. Vier Promotionen wurden abgeschlossen, zwei dieser Promovierten sind bereits ihrerseits auf Professuren berufen worden und ein weiterer Absolvent ist Postdoc in Harvard. Teilweise promovieren sie in ihrer Freizeit, da sie einen attraktiven Arbeitsplatz nicht aufgeben wollen (SWR, TRUMPF, Mackevision). Der überwiegende Teil der Doktoranden im Kolleg wurde durch Stipendien der Landesgraduiertenförderung unterstützt (für drei Jahre). Interessant ist, dass etliche Kollegiaten zu „internships“ eingeladen wurden, um bei renommierten, ausländischen(!) Firmen, Forschungseinrichtungen und Universitäten Kooperationen bzw. gemeinsame Projekte voranzubringen. Die Finanzierung erfolgte durch die einladenden Institutionen (Adobe, Disney Research, Dolby, Microsoft). Die lokale Industrie hat wenig bis keine Notiz der Arbeiten genommen (jedoch Arri, Dolby und Pixar). Um diese Kommunikationsbarriere zu überwinden, wurden die „TechTalks Stuttgart“ initiiert und richten sich explizit an die technisch-künstlerischen Mitarbeiter der ansässigen Firmen (siehe auch weiter unten).

In den Jahren der Förderung konnten unsere Kollegiaten eine Vielzahl ausgezeichneter wissenschaftlicher Ergebnisse erzielen, die in mehr als achtzig peer-reviewed Veröffentlichungen¹ resultierten. Die aktuelle Publikationsliste findet sich auf der Homepage des Kollegs (www.hdm-stuttgart.de/digitalmedia). Die Zeitschriften und Konferenzen haben sämtlich einen hohen Stellenwert in der Forschungsgemeinschaft und garantieren eine hohe Qualität der angefertigten Arbeiten auch im Hinblick auf hochwertige Dissertationen. Zudem wurden einige dieser Arbeiten mit „Best Paper Awards“ und „Honorable Mentions“ ausgezeichnet. Erwähnenswert ist auch, dass Arbeiten, die im kooperativen Promotionskolleg entstanden sind, Einfluss auf internationale Standardisierungs-Komitees genommen haben, wie beispielsweise dem Ausschuss zur MPEG-Erweiterung für HEVC/H.265 (https://www.hdm-stuttgart.de/-froehlichj/m35044_HdM-Stuttgart_content.pdf)².

Das Themenangebot des kooperativen Promotionskollegs Digital Media ist sehr breit und reicht von der Tonsignalverarbeitung und Elektronik bis zur physikalisch basierten Modellierung und Simulation von Spezialeffekten (FX), von Visual-Analytics-Verfahren zur Mobilitätsforschung bis zur Barrierefreiheit von Web-Seiten und der Analyse unseres Farbsehens, um neue Standards zur Bildsignalübertragung zu entwickeln.

Es sind hochwertige Medienproduktionen (High Dynamic Range-Filmaufnahmen) entstanden, die zum einen wissenschaftlich analysiert wurden und zu Veröffentlichungen führten und andererseits hat diese Medienproduktion erheblichen Einfluss auf die Filmbranche (Digital Media). Sie dient als Standardisierungstest für Filmübertragungsverfahren, die wohl zukünftig auch von uns im täglichen Umgang medial genutzt werden.

Dass die Arbeiten im Promotionskolleg sowohl wissenschaftliche als auch wirtschaftliche Relevanz haben, wird durch weitere Projekte verdeutlicht, die alle zu wissenschaftlichen Veröffentlichungen führten:

- Eine Methode zur Simulation von Flüssigkeiten, welche in einer international bekannten regionalen Medienproduktionsfirma zur Produktion von Spezialeffekten in einer Fernsehserie eingesetzt wurde.
- Ein Modul zum Rendering von Wolken, Rauch oder allgemeinen Volumendatensätzen, welches im praktischen Einsatz einer englischen Medienproduktionsfirma steht. Sie wurde als kommerzielles Render-Plugin umgesetzt (elementacular.com).
- Geräte und interaktive Bildschirme (wearables), die im Sicherheitsbereich (Badge-Ausweis) bzw. als neue interaktive, mehrschichtige Benutzeroberfläche eingesetzt werden können und im Microsoft-Lab entstanden sind.
- Neue Verfahren zur Akquise und Darstellung von Reflektanzfunktionen strukturierter Oberflächen, welche von der ITK- und Kreativwirtschaft (MFG und Ministerium für Finanzen und Wirtschaft) mit einer Innovationsprämie ausgezeichnet wurden. Dieses Verfahren wurde bei der Firma Sto SE & Co. KGaA zur Präsentation ihrer Fassadentypen vom Rollputz bis zur Stein- und Glasfassade eingesetzt, sowie in den Landesausstellungen zur Präsentation keltischer Fundstücke.
- Eine Visual-Analytics-Anwendung, die vom großen Energieversorgungsunternehmen EnBW zur Analyse eines e-Bike Feldversuchs eingesetzt wird.

In den Publikationen des kooperativen Promotionskollegs stehen sämtlich Themen im Zentrum, die die praktische, künstlerische Medienerstellung in den respektiven Themengebieten erleichtern oder neue Effekte überhaupt erst ermöglichen. Per se sind diese dargelegten Ideen im Bereich der angewandten Forschung anzusiedeln: Koinzidente Mikrofonarrays zur Tonlokalisierung, schnellere und exaktere Simulationsverfahren für Flüssigkeiten und Textilien, Farbkalibrierung von Kamerasystemen, Digitalisierung von Oberflächendaten und kulturhistorisch wichtigen Objekten usw.

Um diese wissenschaftlichen Ergebnisse in professionelle Werkzeuge zu implementieren, die in die Produktionsabläufe der hiesigen Firmen integriert werden können, müssen jedoch zusätzliche Anreize geschaffen werden. Denn aus sich heraus sind die baden-württembergischen Medienunternehmen dazu großteils nicht in der Lage: Das Risiko eine Forschungsstelle zu besetzen, die im Zeitraum des Auftrags eventuell nicht die erwünschten Forschungsergebnisse erarbeitet und daher nicht zum Gelingen eines Projekts beiträgt, ist zu groß. Lediglich Mackevision und Scanline haben eine Größenordnung und wirtschaftliche Stabilität erreicht, um eigenständig Visualisierungs- bzw. Simulationssoftware entwickeln zu können.

Ein vom Produktionsbetrieb losgelöstes Forschungsinstitut, wie es das kooperative Promotionskolleg ja eigentlich darstellt, wäre eine Lösung auch kleinere Firmen an Forschungsergebnissen partizipieren zu lassen.

Wir sehen im kooperativen Promotionskolleg (HdM zusammen mit den Universitäten Stuttgart und Tübingen) das Potenzial für eine Erfolgsgeschichte in Punkto Menge und Relevanz der Forschungsergebnisse, die es nachhaltig (d.h. weiterhin mit Promotionsstipendien ausgestattet) zu erhalten gilt. Die dedizierte Finanzierung von Promotionsstipendien für die Medienbranche erlaubte es uns, interessanten Fragestellungen für die Grundlagenforschung nachzugehen, dabei aber auch aktuelle Fragestellungen der Firmen zu untersuchen. Damit entsteht ein tatsächlicher wirtschaftlicher Nutzen für die involvierten Firmen. Beispiele direkter, erfolgreicher Umsetzungen aus dem kooperativen Promotionskolleg „digital Media“ sind:

- ein Table-Top Fotostudio (ca. 10 verkaufte Hard- und Software Installationen, D-Face.com),
- Simulationssoftware zum Rendering (elementacular.com),
- Highperformance Computing (Fluide 3ds Max-plugin für Mackevision)
- Lichtsimulation (für M.A.R.K. 13, Biene Maja),
- Mikrofon-array (für Schoeps Mikrofone).

Derzeit ist unklar, ob das Kolleg weiterhin durch Stipendien der Landesgraduiertenförderung gefördert wird.

Alternativen zum kooperativen Promotionskolleg sind Exzellenzcluster, Graduiertenschulen und Eliteuniversitäten, die jedoch ausschließlich den Universitäten vorbehalten sind, so dass sich die Hochschule der Medien HdM nicht auf diese Ausschreibungen bewerben kann und von der Förderung durch das Land Baden-Württemberg in den kooperativen Promotionskollegs abhängig bleibt. Dennoch ist zu prüfen, ob ein

DFG-Antrag zur Einrichtung eines Graduiertenkollegs in Kooperation mit der Universität Stuttgart Erfolg hätte.

HPC „green computing“ und Medien = Media Solution Center

Im Herbst 2015 startete ein Konsortium bestehend aus dem Höchstleistungsrechenzentrum der Universität Stuttgart HLRS, dem Zentrum für Kunst und Medien in Karlsruhe ZEK, der Filmakademie Ludwigsburg und der Hochschule der Medien HdM mit dem Ziel, Wege und Möglichkeiten zu finden, wie Höchstleistungsrechnen zukünftig in der Medien- und Kunstproduktion eingesetzt werden kann. Die heutigen Medien- und teilweise Kunstproduktionen sind ohne aufwändige Berechnungen und den Einsatz von Computern kaum noch möglich, sei es, um Spezialeffekte berechnen bzw. simulieren zu können oder (photo-)realistische Darstellungen interaktiv bereit zu stellen. Somit ist in diesem Produktionsbereich die schiere Rechenleistung und algorithmische Kompetenz gefragt. Typisch für eine Querschnittswissenschaft verwendet die Computergraphik/Visualisierung in diesem Bereich ähnliche Techniken wie im wissenschaftlichen Rechnen, etwa der Simulation von Sterngalaxien, Crashtests und Finite Elemente³ oder VR-Visualisierungen. Für die Produktion von Medien- oder Kunstprodukten werden diese nicht einfach adaptiert, sondern weiterentwickelt, optimiert und den Rahmenbedingungen künstlerischer Arbeit entsprechend umgesetzt. Zudem können ausreichende Rechenkapazitäten vorteilhaft für die Einhaltung von Produktionsfristen eingeplant werden. Eine Aufgabe des Media Solution Centers soll sein, diesen Zugang zum Höchstleistungsrechnen den Mitgliedern des Vereins technologisch zu ermöglichen und gar neue Graphik- und Visualisierungstechniken anzubieten.

Zu diesem Zweck wurden verschiedene (Vor-)Studien des HPCComputings speziell für die Medienbranche in Projektrealisierungen durchgeführt, um verschiedene Aspekte der Kunst-, Animations- und VFX-Produktion abzubilden. Eine Studie untersuchte Fluidsimulationen im Produktionsumfeld „blender“⁴, eine andere „interaktives lighting“ sehr komplexer dreidimensionaler Szenen, d.h. die Erprobung von Lichtsituationen durch interaktives Rendering auf Hazelhen⁵ und eine dritte ermöglichte durch die aufwändigen Berechnungen eine Kunstinstallation. Diese Studien demonstrierten Szenarien, wie HPCComputing am HLRS für die Medienbranche genutzt werden könnte und konnten mit Erfolg abgeschlossen werden. Überdies lief im selben Zeitraum die erfolgreiche Bildberechnung der abendfüllenden Trickfilme „Biene Maja 1 und 2“ für das Studio M.A.R.K. 13 auf Hazelhen.

Alle Produktionshäuser unterhalten eigene Rechenzentren, durchlaufen individuelle Zertifizierungen ihrer Produktionsabläufe und Rechenzentren, kaufen eigene Softwarelizenzen. Gemeinsame Aktionen schaffen hier große Potentiale und schonen Ressourcen. Wie sonst wird der Trend zu noch größeren Simulationen, 3D-Szenarien und Datenbanken zu leisten sein?

Diese Vorstudien zeigten, dass eine Nutzung der „high-performance Computing“ Infrastruktur vorteilhaft eingesetzt werden kann, um Medienproduktionen und Kunst erfolgreich umzu-

setzen. Bereits heute kaufen Produktionshäuser Rechenleistung aus der Cloud und spezialisierte Anbieter bieten dafür ihre Dienste an. Diese bieten jedoch nicht individuelle Problemlösungen und technologische Beratung bzw. verfügen nicht über Zugang zu aktueller Forschung in Computergraphik, Visualisierung oder wissenschaftlichem Rechnen. Sie sind auch nicht unbedingt nachhaltig und bieten ausschließlich den reinen Computingdienst. Eigene Entwicklung kann nur bedingt umgesetzt werden. Vor allem im künstlerischen Bereich gibt es keine „Standardsoftware“.

Die Vorstudie des Media Solution Center MSC⁶ profitierte stark von Forschungsprojekten, die aus dem kooperativen Promotionskolleg bzw. auch durch Stellenfinanzierung des Landes im Vorprojekt stammten. Der „wissenschaftliche Nährboden“ muss durch Anstrengungen in der Finanzierung von Forschungsstellen, etwa kooperative Promotionen oder durch MSC-Projektstellen selbst, gelebt werden, um Basis für innovative Anwendungen zu sein ohne die eine Realisierung oder Implementierung der Ideen nicht erfolgen kann.

Industriefinanzierte Forschung ist derzeit, wie oben bereits erwähnt, keine gangbare Alternative. Initiativen zur industrienahe Grundlagenforschung im Medien- und Kunstbereich sind international vorhanden: Disney-Research (USA, Schweiz), Technicolor (Frankreich, England). Diese wiederum arbeiten intensiv mit Universitäten zusammen. Das Fraunhofer-Zentrum in Darmstadt und Rostock, sowie in Graz und Singapur können als Pendant zu diesen Kooperationen betrachtet werden, sind allerdings nicht im Medienproduktionsbereich und vor allem nicht in Animation und VFX aktiv.

In Baden-Württemberg ist ähnliches nicht implementiert. Jedoch kann das MSC an dieser Stelle vermitteln und industrieller Ansprechpartner sein. Das kooperative Promotionskolleg wiederum ist zur Stelle sofern dies in einer Promotion münden kann. Um durch Promotions- oder Projektstellen, die praktische Umsetzung zu garantieren, ist die nachhaltige Finanzierung wissenschaftlichen Personals erforderlich. Und nur so kann verhindert werden, dass mit Ausscheiden des Doktoranden, die für die Promotion erstellte Proof of Concept-Implementierung verloren geht wie momentan üblich.

Das Media Solution Center MSC soll ähnlich dem Automotive Solution Center als eingetragener Verein gemeinnützig agieren. Ein Geschäftsführer wurde im April 2019 eingestellt. Das Gelingen der Vereinsidee hängt jedoch wesentlich von der technisch-wissenschaftlichen Realisierung bzw. Umsetzung von Projekten für die Mitglieder ab. Dafür sind idealerweise drei oder vier Computergraphiker zu beschäftigen und eventuell aus dem Pool der Doktoranden des Kollegs zu gewinnen. Wissenschaftliche Ergebnisse können so direkt in wirtschaftliche Faktoren umgesetzt werden. Cloud-Dienste bieten keine vergleichbaren Möglichkeiten. Die Idee des Media Solution Centers geht über die reine Vorhaltung von Rechenleistung hinaus. Die Mitglieder verfügen über

- im weltweiten Vergleich aktuellste, extrem leistungsfähige Hardware,
- kürzere Rechenzeiten und damit Kostenersparnisse,
- mögliches Licence-sharing,

- sehr sicheres Datenhandling (Security),
- individuelle Softwarelösung für jeweilige Pipeline,
- innovatives Umfeld,
- nachhaltige Ansprechpartner,
- ein eigenes (höchst-)leistungsfähiges Rechenzentrum entfällt
- Finanzierung von Forschungsstellen (Projektanträge).

Als gemeinnütziger Verein können Mitgliedsbeiträge erhoben werden, die Personalkosten refinanzieren. Durch Projektanträge kann Personal auf Zeit eingestellt werden. Die Rechenkosten werden wie in den Modellen der Automotive und Energy Solution Center festgesetzt.

Die „TechTalks Stuttgart“

Aus kooperativem Promotionskolleg und MSC-Projekt heraus kann die Medienindustrie der Region zu Technologietransfer „animiert“ werden. Als Instrument dazu wurden die sogenannten „TechTalks Stuttgart“ eingeführt und von den Partnern AMCRS, Film Commission Stuttgart, Filmakademie Ludwigsburg, Hochschule der Medien HdM und dem Media Solution Center MSC getragen. Sie finden nun schon zum fünften Mal in den Räumen der Film Commission statt.



Das Motto der TechTalks lautet: „Forschung trifft auf Produktion, die TechTalks Stuttgart: Animation und VFX Vorträge mit Technologie-Fokus für Wissenschaftler, Produzenten, Artists, Studenten und die interessierte Öffentlichkeit.“ Sie wird inzwischen von sehr vielen „Techies“ besucht (ca. 80-90) und gerne als Austauschplattform genutzt. Aktuelle Themen werden in kurzen Impulsvorträgen vorgestellt. Weitere TechTalks finden am 25. Juni und 22. Oktober 2019 statt.

¹ Peer-reviewed, d.h. anonymisierte Begutachtung durch Fachkollegen
² International Organisation for Standardisation Organisation Internationale de Normalisation ISO/IEC
³ Finite Elemente= Methode zur Berechnung von Problemen aus verschiedenen physikalischen Disziplinen
⁴ Blender=eine weit verbreitete, kostenfreie 3D Animationssoftware
⁵ Hazelhen=Name des derzeitigen HPCComputers am HLRS
⁶ siehe <https://msc-bw.de/category/studien/>

Finanzierungschancen für die Animationsbranche in der Region Stuttgart auf dem Weg zum Animation Valley



von Matthias Berlinghof

In diesem Beitrag soll es nicht allein darum gehen, bekannte Finanzierungsinstrumente und die Wege zur Eigenkapitalbildung vorzustellen, sondern darauf aufbauend aufzuzeigen worauf es dabei ankommt. Darüber hinaus möchte ich Empfehlungen aussprechen, die eine Diskussion in Gang setzen. Eine erprobte Vorgehensweise ist es, beide Seiten des Tisches zu beleuchten. Ich möchte daher die Aspekte für die Film- und Medienschaffenden, hier insbesondere der Animationsbranche, sowie für die Finanzierungsseite besprechen. Die Frage nach den Möglichkeiten der Politik, die die Animationsbranche in der Region Stuttgart und in Baden-Württemberg unterstützen kann, soll am Schluss meiner Ausführungen stehen.

These:

Die Politik allein kann es nicht richten! Vielmehr ist ein Dreiklang erforderlich, der darin besteht, dass sich die Marktteilnehmer der Animationsbranche den kaufmännischen, betriebswirtschaftlichen Spielregeln stellen, die Finanzierungsseite nicht nur Risiken sucht, sondern auch Chancen sieht und die Politik letztlich den Rahmen dafür setzt. Wie das im Einzelnen zu verstehen ist, versuche ich nachfolgend darzustellen.

Wege zum Eigenkapital als Fundament für eine erfolgreiche Entwicklung

Eigenkapital ist Chefsache

Das Wirtschaftslexikon definiert Eigenkapital im Gegensatz zum Fremdkapital als jene Mittel, die von den Eigentümern einer Unternehmung zu deren Finanzierung aufgebracht oder als erwirtschafteter Gewinn im Unternehmen belassen werden.

Diesem Thema gilt es eine mindestens so hohe Aufmerksamkeit zu schenken, wie den kreativen Inhalten selbst.

Wenn der Jung-Unternehmer zunächst nur unbedeutende Eigenmittel (oder gar keine) in sein Start-Up investieren kann, gibt es zunächst nur einen Weg. Dieser ist mühsam und langwierig. Ziel ist, durch Deckungsbeiträge ein positives Ergebnis zu erwirtschaften und diese im Firmenkreislauf zumindest anteilig zu belassen, zu thesaurieren. Das heißt aber sehr klein anzufangen, da es ohne Eigenmittel i.d.R. keine kommerzielle Finanzierung für ein künftiges Wachstum gibt. Das kann wiederum gelingen über Butter- und Brot-Aufträge. Diese müssen Fixkosten abdecken und darüber hinaus auch Spielraum für Eigenkapitalbildung lassen. Das so erwirtschaftete kann der Unternehmer wiederum in neue Projekte reinvestieren. Damit wird ein Vermehrungskreislauf in Gang gesetzt. Dies sollte in der Animationsbranche aufgrund der vielen Anwendungen in der Wirtschaftswelt durch breit gefächerte Aufträge möglich sein.

Um Zugang zu (Fremd-)Kapital zu bekommen, benötigt man zusätzliche Partner. Adressaten können private Finanzinvestoren, Banken und Sparkassen oder eine Fördereinrichtung sein. Alle muss man allerdings von seiner Geschäftsidee und den damit zusammenhängenden Ertrags- und Wachstumsfantasien gleichermaßen überzeugen.

Die Grundlage dafür ist ein aussagefähiger Businessplan. Er zeigt in verschiedenen Szenarien (best case, normal case, worst case) die wirtschaftliche Entwicklung z.B. der nächsten drei Jahre mit überzeugenden Erläuterungen auf. Dazu gehört auch ein vollständiger Investitionsplan. Selbstverständlich ist die Zukunft nicht verbindlich planbar. Aber mit z.B. monatlichen oder vierteljährlichen Zwischenberichten kann der Businessplan ergänzt bzw. aktualisiert werden. Für eine erfolgreiche Selbstständigkeit und gesunde Geschäftsentwicklung sind diese Themen Pflichtprogramm, also Chefsache.

In der Vergangenheit ließ sich bei studentischen Filmprojekten eine eher zurückhaltende Affinität mit beispielsweise einem Finanzierungsplan beobachten. An der Stelle sollte sich hinsichtlich der Einstellung generell etwas ändern. Notwendig wäre eine gezielte Existenzgründungsvorbereitung schon an den Hochschulen, bessere betriebswirtschaftliche Grundausbildung von Film- und Animationsproduzenten, Vernetzung von Existenzgründungs-Angeboten der MFG, der Film Commission, des Wirtschaftsministeriums etc.. Mein Vorschlag, auf den ich am Ende noch eingehe, richtet sich an eine koordinierende, helfende Stelle als zentrales Kompetenzzentrum.

Vorzüge einer stillen Beteiligung

Mein Favorit für eine Mobilisierung von Eigenkapital ist eine Beteiligung, die je nach vertraglicher Ausgestaltung Eigenkapitalcharakter haben kann. Im Zweifelsfall gestaltet man sie als Mezzanine-Kapital (je nach Vertrag mehr Eigenkapital bzw. Fremdkapital). Ich gebe den Vorzug einer stillen Beteiligung. Diese hat den Charme, dass sie kein Stimmrecht bezogen auf die Einlage beinhaltet. Damit ist eine Einmischung in den täglichen Geschäftsbetrieb ausgeschlossen, aber Beratung möglich.

Die Beteiligung – im Unterschied zu einer Darlehensfinanzierung mit Zins- und Tilgungsleistung – sieht z.B. erst am Ende der (i.d.R. auf fünf Jahre) festgelegten Laufzeit, eine Rückzahlung vor. Damit entfallen unterjährige Tilgungsleistungen. Die Vertragsgestaltung sieht i.d.R. auch vor, am Gewinn beteiligt

zu sein, aber nicht den gegebenenfalls anteiligen Verlust ausgleichen zu müssen.

Nachteil ist, je nach Marktlage, der risikobezogene Zinssatz. Bei mancher Beteiligungsgesellschaft steht das Interesse im Vordergrund, am Ende der Laufzeit über einen „Exit“ Kasse zu machen. Um dies zu vermeiden bieten sich private Beteiligungspartner an, die ähnlich wie Business Angels eine Einlage tätigen und dadurch ihr Portfolio abrunden. Dies können auch Beteiligungen aus dem Freundes- und Familienkreis (Erben-generation) sein.

Es kann aber auch gewollt sein, die Firma in dem eher kurzlebigen Markt mit Hilfe der Beteiligungsgesellschaft nach fünf Jahren am Markt erfolgreich zu platzieren. Ein weiterer bedeutender Aspekt spricht auch in wirtschaftlich schwierigen Zeiten für eine Beteiligung. Beteiligungspartner haben eine höhere Risikobereitschaft als dies im normalen kreditfinanzierten Geschäft der Fall ist. Wenn es also mal eng wird, hält die Beteiligung still. Der Bankpartner verlangt gegebenenfalls nach Zusatzsicherheiten, die im Zweifel nicht leistbar sind und dadurch eine Lawine ins Rollen bringen.

Durch positive Imagebildung im Rahmen des „Animation Valley“ könnte die Vermittlung von vermögenden Privatpersonen, die ihr Portfolio mit einem Engagement im Film- und Medienbereich ergänzen wollen, durch Banken und Sparkassen unterstützt werden. Dazu sind allerdings auch Änderungen in der steuerlichen Handhabung von Risikokapital erforderlich. Abschreibungsmöglichkeiten und Behandlung von Verlustvorträgen sind hier wirtschaftsfördernd zu regeln. Risikokapital wandert aus Deutschland u.a. in die USA ab, anstatt die hiesige Gründerszene zu befördern.

Leasing und Factoring eröffnen Chancen über Bilanzoptimierung

Um bei einer Finanzierungsanfrage erfolgreich zu sein, kann es auch von Vorteil sein, sich der Bilanzoptimierung zu bedienen. Am Ende wirkt sich dies dann auch auf die ratingbasierende Kreditentscheidung vorteilhaft aus, da die Eigenkapitalquote entscheidend ist.

Da in der Animationswelt ein hoher technischer Einsatz (Hardware) erforderlich ist, bieten sich dafür Leasingfinanzierungen an. Die Anschaffungskosten werden durch monatliche Raten auf einen festgelegten Zeitraum verteilt und schonen damit auch die Eigenkapitalquote, im Gegensatz zu einer Darlehensfinanzierung, die die Bilanzrelationen ausweitet. Interessant ist Leasing generell, da es für den Erwerb von EDV- und Büroausstattung sowie Fuhrpark kein Eigenkapital bindet. Ohnehin handelt es sich sozusagen um eine Gebrauchsüberlassung für eher kurzlebige Güter wodurch bei einer kurzen Laufzeit eine quasi hohe Abschreibung erreicht wird – durch die Absetzbarkeit der vollen Leasingrate.

Da es ohne einen angemessenen Eigenkapitaleinsatz bei einer Finanzierung (ratingbasierte Kreditentscheidungen sind auf eine gute Eigenkapitalquote aufgebaut) nicht geht, kann man sozusagen das Pferd auch von hinten aufzäumen. Dies gelingt über eine Bilanzverkürzung, die die Eigenkapitalquote schont bzw. erhöht. Dies erreicht man über den Verkauf der Forderungen an eine Factoring-Gesellschaft. Der Vorteil dabei ist, dass man sehr schnell an seine Außenstände kommt – anstatt lange Zahlungsziele einzuräumen. Man erspart sich ein aufwendiges Debitorenmanagement. Durch den Ankauf der vorher geprüften Forderungen hat man die Gewähr, dass die

Bonität der Geschäftspartner positiv zu beurteilen ist.

GAP-Finanzierung, Bürgschaften und andere Finanzierungsinstrumente

Die GAP – Finanzierung

Der Begriff „GAP“ bezeichnet im deutschen Sprachgebrauch meist die Unterdeckung (Lücke) einer Versicherung, im Bankensektor spricht man üblicherweise vom Blankoanteil. In der Filmfinanzierung versteht man darunter folgerichtig den noch restlichen offenen Teil einer Gesamtfinanzierung. Es kann sich auch um die Zwischenfinanzierung einer zwar besprochenen, aber noch nicht unterschriebenen Finanzierung handeln. (Termine der Filmproduktion stimmen bekanntlich nicht immer mit den Verhandlungsterminen überein).

Die Investitionsbank des Landes Brandenburg hat z.B. lange Zeit ein auf ihre Region bezogenes Förderprogramm mit dem Namen GAP-Finanzierung angeboten, allerdings nur für TV-, Kino- und Serienformate. Ein vergleichbares Programm der L-Bank ist mir nicht bekannt, allerdings gibt es bei dieser vielfältige andere Ansatzpunkte. (Die L-Bank hat seinerzeit mit der Filmförderung z.B. ein eigenes Medienbürgschaftsprogramm aufgelegt).

In meiner erlebten Praxis handelte es sich bei einer GAP-Finanzierung immer um eine Zwischenfinanzierung für ein auftragsbezogenes Projekt. Die Vertragspartner, wie Sender und Förderanstalten standen zwar bereit, aber die Verträge lagen noch nicht in verbindlicher Form vor. Eine ungedeckte Risikoübernahme für einen nicht durchfinanzierten Film ist von Bankenseite nicht zu erwarten, außer die Kapitalausstattung der Firma gäbe es her. Es gab in der Vergangenheit positive Beispiele für Zwischenfinanzierungen im Sparkassenbereich (Ludwigsburg) – allerdings auch in Verbindung mit der dazugehörenden Beteiligungsgesellschaft – die das verbleibende Risiko durch gemachte Erfahrungen einschätzen konnte.

Im Rahmen der Gründungsförderung gibt es auch bei der L-Bank zahlreiche Ansätze für junge Unternehmen auch bei Eigenkapitaldefiziten. Hier hilft das L-EA-Venture-Capital-Portfolio in Zusammenarbeit mit der Mittelständischen Beteiligungsgesellschaft und der LBBW Venture Capital.

Bürgschaften

Das Feld der Bürgschaftsprogramme ist groß. Risikoübernahmen bei Investitionsfinanzierungen und Existenzgründungen sowie Ausfallbürgschaften der Kredite der Hausbank seien hier erwähnt, die im Einzelfall geprüft und kombiniert werden können.

Weitere Instrumente

Inzwischen haben sich weitere Formen des Geldeinsammelns über Internetplattformen wie Crowd Funding, Crowd Investing und Micro Funding etabliert. Diese bieten die Möglichkeit auch Kleininvestoren zu mobilisieren. Für konkrete Projekte eignen sich diese Formen eher nicht für ein anwachsendes Eigenkapital, es sei denn, die Projekte sind besonders erfolgreich und die daraus generierten Gewinne verbleiben in der Firma.

Da in der Medienbranche die Verwertungsrechte eine große Rolle spielen, sollte es inzwischen möglich sein auch mit die-

sen immateriellen Vermögensgegenständen Geld zu beschaffen. In der Animation werden Erfindungen (zunehmend „virtuelle Produkte“) kreiert, die eventuell auch als Patent angemeldet werden können. Das wird mit Blick auf die Digitalisierung vermutlich noch viel bedeutender. Die Patente wären als wirtschaftliches Gut gegebenenfalls bewertbar und somit als anteilige Sicherheit für die Laufzeit eines Darlehens geeignet. Diese Perspektive könnte durch das schon erwähnte Kompetenzzentrum zur Prüfung der Voraussetzungen in Auftrag gegeben werden. Bei Markenrechten sind diese sogar leasingfähig.

Kriterien für erfolgreiches Handeln

Spielregeln anwenden

Grundsätzlich gelten für die gesamte Wirtschaft die gleichen Rahmenbedingungen hinsichtlich gesetzlicher Regularien, den Anforderungen an die Geldbeschaffung und den Vergabekriterien für Fremdfinanzierungen. Insofern muss sich jeder diesen Spielregeln stellen, wenngleich sein Herz mehr für die Inhalte seiner Projekte schlägt. Die Marktteilnehmer der Animationsbranche sollten bei Finanzierungsanfragen signalisieren, dass sie sich auch engagiert um die betriebswirtschaftlichen Themen kümmern.

Vertrauen schaffen

Zunächst sind es aus Bankensicht ganz banale Beobachtungen, die gelegentlich auffallen. Aussagefähige Unterlagen, insbesondere der Businessplan, verlässliche Termineinhaltung, umfassende und zeitnahe Informationen und ein professioneller Auftritt sind hilfreiche Kriterien, die im Einzelfall eine Rolle spielen. Schließlich kommt es gerade im Filmgeschäft mit Blick auf das künstlerische Selbstverständnis auf ein exzellentes Management an. Hier könnte eine einheitliche Ausbildung an der Hochschule helfen.

Praktische Aspekte

Hinsichtlich der Handhabung im laufenden Geschäftsbetrieb empfehle ich für die Abwicklung einzelner Projekte grundsätzlich ein separates Konto um zu vermeiden, dass die Kosten des laufenden Geschäfts damit vermengt werden. Eine andere Handhabung erschwert den Durchblick bezüglich der aktuellen Liquidität. Das ist schwierig für die eigene Unternehmensführung und für eine Bank, welche die Liquidität beurteilen bzw. begleiten möchte. Kurzfristige Überziehungsanfragen fallen leichter, wenn zeitnahe Transparenz gewährleistet ist. Schließlich erfolgen solche Abstimmungen meist unter Stressbedingungen. Auch diese Themen sollten Teil einer einheitlichen Praxisvorbereitung/Schulung sein.

Die „andere Seite des Tisches“

Das Vieraugen-Prinzip und Erkenntnisse daraus

Wer in einer gewissen Größenordnung eine Kreditanfrage stellt muss wissen, dass sein Berater nicht allein ausschlaggebend ist. Je nach Finanzierungsvolumen ist die Kompetenz

bankintern gestaffelt und unterliegt nicht nur vier Augen, die man am Ende auf der Zusage namentlich erkennt. Darüber hinaus wird die Finanzierungsanfrage intern einer sogenannten Kreditanalyse unterzogen, so dass sich mehr als nur vier Augen mit dem Vorgang beschäftigen. Was heißt das für eine erfolgreiche Antragstellung? Wichtig zu wissen ist, dass der vertriebliche Ansprechpartner intern die Finanzierungsanfrage zu verkaufen hat, ohne dass Sie mit den weiteren Personen persönlich in Kontakt kommen.

Da beginnt die Aufgabe, den Berater für Ihre Sache zu begeistern und ihn mit so vorzüglichen Unterlagen auszustatten, dass er der internen Diskussion standhält und die entscheidungsrelevanten Systeme, sei es Scoring oder Rating etc. beliefern kann. Zumal es keine spezifischen Kriterien für künstlerische Branchen in den Systemen gibt.

Risiko versus Ertrag und die Rolle des unternehmerischen Risikos

Bekanntlich ist die Skepsis von Finanzierungspartnern nicht nur in einer gewissen Zurückhaltung gegenüber künstlerischen Themen ganz allgemein begründet, sondern beruht auch auf der ungewissen Einschätzung über den Return on Investment. Bestes Beispiel ist der in 2019 für den Oscar nominierte deutsche Spielfilm „Werk ohne Autor“, der mit allein 5,4 Mio. Euro gefördert wurde (abgesehen von der vermutlich deutlich höheren Gesamtfinanzierung) und lediglich bis dato 220.000 Zuschauer in die deutschen Kinos lockte.

Da zumindest alle privaten Geldgeber etwas verdienen wollen, müssten sie angesichts des aus ihrer Sicht hohen Risikos erhebliche Aufschläge verlangen, welche die Finanzierung wiederum nicht trägt. Denn Risiko bedeutet einzukalkulierende Kosten, die eingepreist werden müssen.

Das Empfinden, dass Banken sich risikoavers verhalten, liegt auch in dem Verständnis begründet, dass grundsätzlich das unternehmerische Risiko - zumindest in einem gesunden Verhältnis - beim Unternehmer zu liegen hat. Je nach wirtschaftlicher Gesamtsituation kann der Risikoaspekt von den Banken unterschiedlich gewichtet werden, allerdings immer im Rahmen der engen Leitplanken. Die Relation ist natürlich anders bei Risiko- bzw. Wagniskapitalgesellschaften. Durch eine Risiko-Splittung mit verschiedenen Finanzierungspartnern kann man ausgleichen, auch auf der Produktionsseite (Co-Produzent, Co-Finanzierer). Es ist kommerziellen Geldgebern nicht fremd Chancen zu sehen, dafür braucht es Vertrauen und eine Ertrags- und Wachstumsfantasie, die zumindest die Kapitaldienstfähigkeit gewährleistet und ein Eigenkapital mit positivem Vorzeichen erwarten lässt. Daher gibt es zur Entlastung die unverzichtbare Filmförderung, Bürgschaften von öffentlichen Förderbanken und andere vorbeschriebene Möglichkeiten.

Abgeleitete Vorschläge für die Wirtschaftsregion Stuttgart auf dem Weg zu einem „Animation Valley“

Ich komme zurück auf meine These, dass es sich um einen Dreiklang handelt. Die Marktteilnehmer der Animationsbranche müssen sich zur Besorgung von Kapital und einer erfolg-

reichen Unternehmensführung den betriebswirtschaftlichen Spielregeln stellen. Den Geldgebern sollte durch eine Einbindung in die Branche (z.B. anlässlich weiterführender Produktentwicklungen) ermöglicht werden, Chancen und nicht nur Risiken zu sehen. Letztlich sollte die Politik die Chancen einer Schwerpunktregion für die Animation koordinieren und institutionalisieren.

Koordination und Strukturierung durch eine zentrale Stelle in der Region

Wenn man sich vorstellt wie komplex das Filmgeschäft in seiner Umsetzung ist und dazu wiederum die kaufmännischen, betriebswirtschaftlichen Anforderungen betrachtet, erscheint es mir ein Gebot der Stunde, die diesbezüglichen Beratungsangebote zu bündeln. Damit würde man auch zur qualitativen Verbesserung der Finanzierungsanfragen und Förderanträge beitragen. Diese werden im Vorfeld einer Anfrage strukturiert und ausgearbeitet. Dadurch würde den Medienunternehmern geholfen und der professionelle Auftritt unterstützt. Eine solche gebündelte vorgelagerte Arbeit könnte vieles erleichtern - auf beiden Seiten. Darüber hinaus könnte diese Stelle als Kompetenzzentrum übergeordnete Themen für die Branche klären.

Gemeinsames regionales Forum

Das Internationale Trickfilmfestival, die FMX, die Filmakademie mit ihrem Animationsinstitut und die inzwischen am Markt angekommenen Firmen in der Region – um nur einige Player zu nennen - sind ein Fundus aus dem ein „Animation Valley“ im Grunde schon entstanden ist. Aber ins Bewusstsein außerhalb der Branche und Region sollte es noch transportiert werden, damit sich möglichst viel Geld für diese Zukunftsbranche in der Region interessiert - auch die Banken als Teil dieser Entwicklung. Die Durchführung eines (fortlaufenden) Forums - unter Berücksichtigung des Animation Clusters - zur Vernetzung aller Player könnte helfen, auch angesichts der künftig zunehmenden Erklärungsbedürftigkeit von virtuellen Produkten.

Beide Vorschläge, die koordinierende, vorbereitende Stelle als auch ein Forum könnten die Einschätzung und das Verständnis der Banken - als Beteiligte - in ein neues Licht rücken. Am Ende des Tages bedarf es für eine Ausweitung der Finanzierungsbereitschaft positive Erfahrungen durch gelebte Fälle und Vernetzung mit den handelnden Personen. Dies wäre nach m.E. ein Ansatz für Geldgeber, sich für das Thema vertiefend zu interessieren und zu begeistern.

Genossenschaftliche Solidargemeinschaft eines Medienzentrums

Aufbauend auf die Beliebtheit des sogenannten Co-Working Space könnte ein Ansatz auch der genossenschaftliche Grundgedanke sein, gleichzeitig Eigentümer und Kunde zu werden. Abgesehen von der räumlichen Zusammengehörigkeit böte sich eine hilfreiche Risikoverteilung an. Alle Genossen zahlen im Verbund je nach Geschäftsumfang in einen gemeinsamen Fonds ein. Im Falle, dass z.B. die Miete vorübergehend nicht bezahlt werden kann, springt der Fonds ein.

Dazu kommt die Vernetzung für gegenseitige Aufträge, somit Arbeitsteilung bzw. Kundenbeziehung, kombiniert mit dem Ge-

danken der Solidargemeinschaft. Dies könnte auch positiv in den Businessplan aufgenommen werden und damit zur Chancenerhöhung beitragen. Gemanagt werden müsste eine Einrichtung dieser Art aus einer Hand – auf Initiative einer verantwortlichen Stelle der Region.

Die Frage „Wer macht´s?“

Zur Stärkung der Animationsbranche in der Region bedarf es also verschiedener koordinierter Maßnahmen. Die daraus folgenden Themen sind auf einer übergeordneten politischen Ebene angesiedelt und bedürfen einer intensiven Lobbyarbeit. Sei es, wie bereits erwähnt, dass es um steuerliche Anreize (Abschreibungsmöglichkeiten) für Investoren beim Einsatz von Risikokapital geht, sei es, dass Kreditvergabekriterien angepasst werden und risikoabfedernde Modelle geschaffen werden (Förderung von Erfindungen und Stoffentwicklungen im Vorfeld) und auch die Öffnung der Filmförderung für die aktuellen Entwicklungen (Einbeziehung von „Streaming-Themen“). Oder wie es Robert Habeck von den Grünen im TV-Interview vorgeschlagen hat, den Start-Ups das Gründungskapital von 25.000 Euro unbürokratisch à fonds perdu zu geben. Das wäre ein wahrlich mutiger Anreiz, könnte aber im Sinne einer volkswirtschaftlichen Rechnung aufgehen.

Die Voraussetzungen für eine Schwerpunktregion der Animation in Stuttgart („Animation Valley“) sind gegeben, die volkswirtschaftlichen positiven Auswirkungen auf die regionale Wirtschaft kann man sich leicht vorstellen. Dies könnte sich auch in der Filmförderung des Landes ausdrücken, sich dem Schwerpunktgedanken anzuschließen. Dazu bedarf es m.E. eines Schulterschlusses im Sinne einer konzertierten Aktion, welche die Politik federführend in die Hand nimmt. Wenn solche Signale am Markt ankommen, wird die Ertrags- und Wachstumsfantasie ihren positiven Sog auch bei Geldgebern nach sich ziehen.

Damit komme ich am Schluss wieder zu meinem Dreiklang, dass sich die Marktteilnehmer einerseits den Finanzierungsregeln stellen, die Finanzierungsseite andererseits bereit ist, die Chancen zu erkennen und die Politik dazu den Rahmen setzt.

Notwendige statistische Grundlagen für die Weiterentwicklung des Animations-Standortes Region Stuttgart und Baden-Württemberg



von Dittmar Lumppp

Die Arbeiten an dieser Studie wurden durch den Umstand erschwert, dass es bisher im Bereich **künstlerischer Animationsfilm / Visuelle Effekte Dienstleistungen / Games** und **angewandte Animation** keine verlässlichen statistischen Erhebungen zu relevanten betriebswirtschaftlichen Kennzahlen wie Arbeitsplätzen, Firmengründungen oder gar Umsätzen der Marktteilnehmer gibt.

Zwar werden in dem regelmäßig im Auftrag des Landtages Baden-Württemberg veröffentlichten Bericht zur Kultur- und Kreativwirtschaft in Baden-Württemberg – zuletzt am 13.12.2018 – statistische Zahlen veröffentlicht. Allerdings ist darin der Bereich Animation nur indirekt, näherungsweise und ohne die nötige Trennschärfe erfasst.

In seinem Studienbeitrag zu Games-Kennzahlen in Baden-Württemberg erläutert Jens Gutfleisch ebenfalls den auch im Games-Bereich bestehenden Mangel an statistischem Zahlenmaterial.

Diese unsichere Datenbasis führt dazu, dass sich die vermuteten und unzweifelhaft auch vorhandenen Projekt-Erfolge im Bereich Animation / VFX / Games und angewandte Animation nicht mit objektivierbaren Zahlen belegen lassen, was in der Folge für die Marktteilnehmer u.a. mit erschwertem Zugang zu Kapital verbunden ist.

In dem Bericht zur Kultur- und Kreativwirtschaft in Baden-Württemberg werden die künstlerische Animation und die VFX / Visuelle Effekte im Teilmarkt 4 der Kreativwirtschaft unter der Bezeichnung „Filmwirtschaft (Teilmarkt 4)“ mit abgebildet. Die Filmwirtschaft hat demnach in Baden-Württemberg: 1.412 Unternehmen mit einem Umsatz von 440 Mio. Euro und 4.205 Beschäftigten.

Noch komplexer ist die Datenrecherche für den Bereich angewandte Animation, deren Unternehmen dürfen im Teilmarkt 7 „Design“, Teilmarkt 8 „Architektur“ oder im Teilmarkt 10 „Werbung“ vermutet werden. Wobei die in vielen Firmen der Industrie oder des Handels im Bereich angewandte Animation realisierten Anwendungen und ihre wirtschaftlichen Auswirkungen in den dortigen Teilmärkten abgebildet werden.

Im Rahmen der Studien-Erarbeitung haben wir für den Bereich Animation insgesamt 111 in Baden-Württemberg ansässige Medienfirmen recherchiert:

| | |
|---------------------------------|------------------------|
| Künstlerischer Animationsfilm : | 12 Unternehmen |
| VFX / Visuelle Effekte | 13 Unternehmen |
| Games | 62 Unternehmen |
| Angewandte Animation | 42 Unternehmen |
| Summe | 129 Unternehmen |
| (inkl. 18 Mehrfachnennungen) | |

Die Firmenrecherche ist in den Bereichen künstlerische Animation, VFX / Visuelle Effekte nahezu vollständig, im Bereich Games und angewandte Animation dürften exaktere Erhebungen noch weitere Unternehmen in Baden-Württemberg herausfinden können.

Die Herausgeber der Studie mussten zur Kenntnis nehmen, dass sich die Bereitschaft zur Zusammenarbeit bei einigen direkt betroffenen Einrichtungen erkennbar in Grenzen hielt.

Als Herausgeber haben wir bewusst aus dieser empirischen Notlage eine Tugend gemacht.

Um eine möglichst große Bandbreite der sehr vielfältigen positiven Entwicklungen der letzten Jahre abzudecken, legen in dieser Studie eine Reihe von ausgewiesenen Animations-Experten zur bisherigen Entwicklung des Animationsstandortes Baden-Württemberg und vor allem zur Frage der notwendigen künftigen wirtschaftlichen Rahmenbedingungen von den Herausgebern kuratierte Beiträge vor. Diese Beiträge werden stark durch die betriebliche Realität geprägt. In ihrer Gesamtheit ermöglichen sie einen unverstellten Blick zum Status Quo der Animationsbranche in Baden-Württemberg.

Auch das Fehlen aussagekräftiger statistischer Zahlen wird seit vielen Jahren beklagt. Wir sind der festen Überzeugung, dass ohne dieses Material die angestrebte nachhaltige wirtschaftliche Entwicklung im gesamten Animationsbereich nicht sinnvoll geplant, gesteuert und evaluiert werden kann. Wir empfehlen deshalb in einem nächsten Schritt die jährliche Erhebung der notwendigen Unternehmenszahlen für die Bereiche:

- Künstlerische Animation,
- VFX / Visuelle Effekte Dienstleistung,
- Games und
- Angewandte Animation.

Ein beispielhafter Erhebungsbogen ist diesen Ausführungen beigelegt.

Es wäre zu empfehlen, die Durchführung der Befragung durch das statistische Landesamt oder ähnliche Institutionen zu initiieren. Die IHK Stuttgart hat Ihre Bereitschaft erklärt, als Partner einer solchen Erhebung nach Möglichkeit kooperieren zu wollen.

Vorschlag für einen beispielhaften Erhebungsbogen für die Datenerhebung „Kennzahlen Animation in Baden-Württemberg“

Firma / Institution
 Unternehmen
 Forschungseinrichtung
 Ausbildungseinrichtung
 Festival / Messe
 Sonstiges (Freitext)

Adresse
 Straße, Hausnummer
 PLZ, Ort
 Website
 Emailadresse

Ansprechpartner
 Name
 Funktion
 Telefon
 Mobil
 Emailadresse

Gründung (Jahr)

Sonstiges
 Tochterfirmen
 ja / nein
 Inhabergeführt
 ja / nein
 AMCRS Mitglied
 Ja / nein

Kategorie
 Künstlerische Animation
 VFX-Dienstleistungen
 Games
 Angewandte Animation
 Sonstiges (Freitext)

Ergänzendes Profil
 Entwicklung (Technologie)
 Entwicklung (Inhalte/IPs)
 Produktion
 Postproduktion
 Vertrieb

Zahlen
 Mitarbeiter (fest)
 Mitarbeiter (frei/rückwirkend im letzten Jahr)
 Umsatz (auf 3 Jahre)
 Gewinn (auf 3 Jahre)
 Umsatzrendite (optional)
 Eigenkapitalquote (optional)
 CashFlow (optional)
 Schuldentilgungsdauer (optional)
 Return of Invest (optional)



Anhang

Liste der Animationsunternehmen in Baden-Württemberg

| Firma | Künstlerische Animation | VFX | Games | Angewandte Animation | Sonstiges | Website | Location | AMCRS | Gründung |
|---|-------------------------|-----|-------|----------------------|-----------|---|--------------|-------|----------|
| Studio FILM BILDER GmbH | Animation | | | | | http://www.filmbilder.de | Stuttgart | ja | 1989 |
| Studio 88 Werbe- und Trickfilm GmbH | Animation | | | | | https://www.studio88.de | Baden-Baden | ja | 1988 |
| SERU Film Produktion GmbH | Animation | | | | Sonstiges | https://www.seru-film.com | Waiblingen | ja | |
| studio soi GmbH & Co. KG | Animation | | | | | http://www.studiosoi.de | Ludwigsburg | ja | 2003 |
| Traffix Entertainment GmbH | Animation | | | | | https://www.traffixentertainment.de | Stuttgart | ja | 2001 |
| FFL Film- und Fernseh-Labor Ludwigsburg GmbH & Co. KG | Animation | | | | Sonstiges | http://ffl.de | Ludwigsburg | ja | 2009 |
| STUDIO SEUFZ GbR | Animation | | Games | | | http://www.studioseufz.com | Stuttgart | ja | 2017 |
| LANG-FILM | Animation | | | | Sonstiges | http://www.lang-film.de | Stuttgart | | 1963 |
| LUXX Studios | Animation | VFX | | Angewandte Animation | | https://www.luxx-studios.com | Stuttgart | ja | 2006 |
| M.A.R.K.13™ – STUDIOS GmbH & Co. KG | Animation | VFX | | | | http://www.mark13.com | Stuttgart | ja | 1999 |
| WOODBLOCK GmbH & Co. KG | Animation | VFX | | Angewandte Animation | Sonstiges | http://woodblock.tv | Ludwigsburg | | 2013 |
| Kinky Udders - Janina Putzke | Künstlerische Animation | | | | Sonstiges | https://www.kinkyudders.com | Ludwigsburg | | |
| Mackevision Medien Design GmbH | | VFX | | Angewandte Animation | Sonstiges | https://www.mackevision.com | Stuttgart | ja | 1994 |
| M.A.R.K.13™ – COM GmbH & co. KG | | VFX | | Angewandte Animation | Sonstiges | http://www.mark13.com | Stuttgart | ja | 1999 |
| PIXOMONDO Images GmbH & Co. KG | | VFX | | Angewandte Animation | | https://www.pixomondo.com | Stuttgart | ja | 2001 |
| RECOM FILM GmbH & Co. KG | | VFX | | Angewandte Animation | Sonstiges | https://www.recom.de | Ostfildern | ja | 2015 |
| RISE FX GmbH | | VFX | | | | https://www.risefx.com | Stuttgart | ja | 2007 |
| ScanlineVFX GmbH Stuttgart | | VFX | | | | https://www.scanlinevfx.com | Kornwestheim | ja | 1989 |
| unexpected GmbH | | VFX | | Angewandte Animation | Sonstiges | https://www.unexpected.de | Stuttgart | ja | 1999 |
| D-Facto Motion GmbH | | VFX | | | Sonstiges | http://www.d-facto-motion.de | Stuttgart | nein | 2004 |
| ARRI Media GmbH | | VFX | | Angewandte Animation | Sonstiges | https://www.arri-media.de/home/ | Ludwigsburg | | 1917 |
| CINE PLUS Südwest | | VFX | | | Sonstiges | http://cine-plus.de/content/vfx.html | Ludwigsburg | | 1989 |
| Pixelcloud GmbH & Co. KG | | | Games | Angewandte Animation | Sonstiges | https://www.pixelcloud.de | Ludwigsburg | ja | |
| Zeitland media & games GmbH | | | Games | Angewandte Animation | Sonstiges | http://zeitland.com | Ludwigsburg | ja | 2010 |
| Chasing Carrots GmbH & Co. KG | | | Games | | | https://www.chasing-carrots.com | Stuttgart | | 2011 |
| A Juggler's Tale | | | Games | | | http://www.ajugglerstale.com | Ludwigsburg | | 2018 |
| Application Systems Heidelberg Software GmbH | | | Games | Angewandte Animation | Sonstiges | https://www.application-systems.de | Heidelberg | | 1985 |
| B-Alive GmbH | | | Games | | | http://www.b-alive.de | Ummendorf | | 2003 |
| Bcon (CapLab GmbH) | | | Games | | Sonstiges | http://www.bcon.zone | Karlsruhe | | 2017 |
| Black Forest Games GmbH | | | Games | | | https://black-forest-games.com | Offenburg | | 2012 |
| blackforestbytes GbR | | | Games | | Sonstiges | https://www.blackforestbytes.de | Zell a. H. | | 2014 |
| Bunny&Gnome GbR | | | Games | | | https://muell.ag | Karlsruhe | | |
| Causa Creations GbR | | | Games | | | https://causacreations.net | Karlsruhe | | 2014 |
| ColdFire Games GmbH | | | Games | | | https://www.coldfiregames.com | Karlsruhe | | 2016 |
| creatale GmbH | | | Games | | Sonstiges | https://www.creatale.de | Ludwigsburg | | 2012 |
| Cyber Manufaktur GmbH | | | Games | | Sonstiges | https://www.cybermanufaktur.de | Karlsruhe | | |
| Desert Ship Studios - Lutz & Sirjanow GbR | | | Games | Angewandte Animation | Sonstiges | http://www.desertship.net | Stuttgart | | |
| Devil Cookie Games UG | | | Games | | | https://www.devilcookie.com | Karlsruhe | | 2018 |
| Everbyte, Riess, Ewald, Scherer GbR | | | Games | Angewandte Animation | | http://www.everbytestudio.com | Furtwangen | | 2016 |
| Flaregames GmbH | | | Games | | | https://www.flaregames.com | Karlsruhe | | 2011 |
| Gameforge AG | | | Games | | | https://corporate.gameforge.com | Karlsruhe | | 2002 |
| GearEight Games UG | | | Games | | | http://www.geareightgames.com | Schwetzingen | | 2017 |
| green-boxx animation Möller & Djidjeh GbR | | | Games | | Sonstiges | http://www.green-boxx.de | Stuttgart | | 2014 |
| Grumpy Old Men - Wolfgang Walk & Michael Hengst | | | Games | | Sonstiges | https://www.grumpyoldmen.de | Karlsruhe | | |
| InstaLOD UG | | | Games | | Sonstiges | https://instalod.com | Stuttgart | | |
| Simon Häntsch - Iron Beard Games | | | Games | | Sonstiges | http://ironbeardgames.com | Stuttgart | | 2014 |
| Kastanie Eins GmbH | | | Games | | Sonstiges | https://www.kastanie-eins.de | Stuttgart | | 2011 |
| King Raccoon Games | | | Games | | | http://kingraccoongames.com | Ludwigsburg | | 2015 |

| | | | | | | | | | |
|--|--|--|-------|----------------------|-----------|---|-------------------------|------|------|
| KORION Simulation & Assistive Technology GmbH | | | Games | | Sonstiges | http://www.korion.de | Ludwigsburg | | 2003 |
| kr3m. media GmbH | | | Games | | Sonstiges | https://kr3m.com | Karlsruhe | | 1999 |
| LAB132 GmbH | | | Games | Angewandte Animation | | https://lab132.com | Kirchheim u.T. | | 2017 |
| Lingoona GmbH | | | Games | | Sonstiges | http://www.lingoona.com | Plankstadt | | |
| NAU-HAU | | | Games | Angewandte Animation | | https://vr-immersion.com | Ludwigsburg | | |
| Navel GmbH & Co. KG | | | Games | | | http://www.navel.cc | Ludwigsburg | | 2013 |
| Parashuta – Design & Communication | | | Games | Angewandte Animation | Sonstiges | http://www.parashuta.com | Singen | | 2012 |
| PXNG.LI GmbH | | | Games | Angewandte Animation | Sonstiges | https://www.pong.li | Karlsruhe | | 2004 |
| Radiation Blue | | | Games | Angewandte Animation | Sonstiges | http://www.radiationblue.com | Ettenheim | | |
| Scorpius Forge GmbH | | | Games | | | http://business.scorpius-forge.com | Ulm | | |
| Sharkbomb Studios GbR | | | Games | | | http://www.sharkbombs.com | Karlsruhe | | |
| Strictly Limited Games | | | Games | | | https://www.strictlylimitedgames.com | Kirchheim u.T. | | |
| Studio Fizbin GmbH | | | Games | | | http://www.studio-fizbin.de | Ludwigsburg | | |
| Studio Merkas | | | Games | Angewandte Animation | Sonstiges | https://www.studiomerkas.de/ | Stuttgart | | 2018 |
| Ten Eyes media GbR | | | Games | Angewandte Animation | Sonstiges | https://www.teneyes.de | Weingarten | | 2016 |
| TIL GmbH | | | Games | | Sonstiges | https://prosodiya.de | Balingen | | 2015 |
| 4sdk | | | Games | | | http://www.4sdk.com/ | Freiburg | | 2010 |
| Asylum Square Interactive GmbH | | | Games | | | http://www.asylumsquare.com | Alpirsbach | | |
| Bling Bling Games GmbH | | | Games | | | http://blingblinggames.com | Karlsruhe | | |
| CES Verlag Computer Education Systems | | | Games | | | http://www.ces-verlag.de | Heidelberg | | 1998 |
| Chromatrix GmbH | | | Games | | | http://www.chromatrix.com/ | Bodelshausen | | |
| Digitalmindsoft | | | Games | | | http://www.digitalmindsoft.eu/de | Ulm | | 2006 |
| Entertrain Software GmbH | | | Games | | | http://www.entertrain.com | Hinterzarten | | 1997 |
| Evil Grog Games GmbH | | | Games | | | https://evilgrog.com | Karlsruhe | | |
| Gaijin Developments GmbH | | | Games | | | https://gaijinent.com/de | Karlsruhe | | |
| Jan Essig, Dipl. Designer (FH) | | | Games | | | http://www.janessig.com | Mannheim | | |
| Klytta IT Solutions | | | Games | | Sonstiges | http://klyttait.de/ | Leinfelden-Echterdingen | | |
| Nils Bauer Games | | | Games | | | http://www.nielsbauergames.com/ | Freiburg | | |
| Revel Base eG | | | Games | | | http://www.revelbase.net | Karlsruhe | | |
| Stéphan Barbé freier Entwickler für Web & iOS Apps | | | Games | | | http://www.stephanbarbe.de | | | |
| TalentRaspel virtual worlds Ltd. | | | Games | | | http://neuland.talentraspel.de/cms/de/ | Karlsruhe | | |
| Tilted Potato | | | Games | | | https://www.tiltedpotato.com | Sandhausen | | |
| TopWare Interactive - AC Enterprises e.K. | | | Games | | | https://www.topware.com/de/ | Karlsruhe | | 1994 |
| Trend Verlag Redaktions und Verlags GmbH | | | Games | | | https://trendverlag.com | Buggingen | | 1991 |
| winterworks GmbH | | | Games | | | https://www.winterworks.de | St. Leon-Rot | | |
| Büro Achter April | | | | Angewandte Animation | Sonstiges | http://www.8apr.de | Stuttgart | ja | 2006 |
| LAVAlabs Moving Images GmbH & Co.KG | | | | Angewandte Animation | Sonstiges | https://lavalabs.de | Stuttgart | ja | |
| blubb.media GmbH | | | | Angewandte Animation | Sonstiges | https://www.blubbmedia.com | Stuttgart | nein | |
| Alarmstart GmbH | | | | Angewandte Animation | Sonstiges | http://www.alarmstart.com | Baden-Baden | | |
| CINECORE GMBH | | | | Angewandte Animation | Sonstiges | https://www.cinecore.de | Stuttgart | | 2013 |
| Datenwerk AG | | | | Angewandte Animation | Sonstiges | https://www.datenwerk.de | Konstanz | | 1998 |
| ATELIER BRÜCKNER GmbH | | | | Angewandte Animation | Sonstiges | http://www.atelier-brueckner.de | Stuttgart | | 1997 |
| Caracter Communication GmbH | | | | Angewandte Animation | Sonstiges | http://www.caracter.tv | Karlsbad | | |
| COSMOTO GmbH & Co. KG | | | | Angewandte Animation | Sonstiges | https://www.cosmoto.com | Stuttgart | | 2004 |
| db&w GbR Bornemann und Wolf | | | | Angewandte Animation | Sonstiges | https://www.db-w.com | Stuttgart | | |
| fischerAppelt AG | | | | Angewandte Animation | Sonstiges | https://www.fischerappelt.de/kontakt/pr-agen-tur-stuttgart/ | Stuttgart | | 1986 |
| jangled nerves gmbh | | | | Angewandte Animation | Sonstiges | http://www.janglednerves.com | Stuttgart | | 1998 |
| Master Kitchen GmbH | | | | Angewandte Animation | Sonstiges | https://www.masterkitchen.de | Ludwigsburg | | |
| Media 4D GmbH | | | | Angewandte Animation | Sonstiges | https://media4d.de | Bad Boll | | |
| ODDITY WAVES GMBH | | | | Angewandte Animation | Sonstiges | https://www.oddity-waves.com | Stuttgart | | |

| | | | | | | | | | |
|---|--|--|--|----------------------|-----------|---|-----------------|----|------|
| Carvon Media GmbH (ehem: Reklame FX) | | | | Angewandte Animation | Sonstiges | https://www.carvonmedia.com | Stuttgart | | 2013 |
| SCHOKOLADE Filmproduktion GmbH | | | | Angewandte Animation | Sonstiges | https://www.schokolade.tv | Stuttgart | | 2000 |
| Studio Perspective GmbH | | | | Angewandte Animation | Sonstiges | https://www.studio-perspective.de | Ludwigsburg | | 1998 |
| STUMM-FILM Dr. Rolf Stumm Medien GmbH | | | | Angewandte Animation | Sonstiges | https://www.stummfilm.de | Ludwigsburg | | |
| velum intermedia GmbH | | | | Angewandte Animation | Sonstiges | http://www.velum.cc | Stuttgart | | |
| WALKING ON THE MOON GmbH | | | | Angewandte Animation | Sonstiges | http://walkingonthemoon.tv | Stuttgart | | 2014 |
| Wir produzieren Medienproduktionen GbR | | | | Angewandte Animation | Sonstiges | https://www.wirproduzieren.de | Böblingen | | 2009 |
| ZRS-Agentur GmbH | | | | | Sonstiges | https://zrs-agentur.de | Stuttgart | | 2011 |
| snap. Mietstudios. Rent. PostProduction | | | | | Sonstiges | http://www.snap-studios.de | Stuttgart | ja | 1998 |
| Visuelle Zeiten – Studio für Gestaltung und Film Julia Pax & Ronald Scharf GbR | | | | | Sonstiges | http://visuellezeiten.de | Schwäbisch Hall | | 2009 |
| ARTist UG | | | | | Sonstiges | https://www.xing.com/profile/Angela_Warnecke | Stuttgart | | |

| | | | | | | | | | |
|---|--|--|-------|----------------------|-----------|---|----------------|----|------|
| Zeitland media & games GmbH | | | Games | Angewandte Animation | Sonstiges | http://zeitland.com | Ludwigsburg | ja | 2010 |
| Chasing Carrots GmbH & Co. KG | | | Games | | | https://www.chasing-carrots.com | Stuttgart | | 2011 |
| A Juggler's Tale | | | Games | | | http://www.ajugglerstale.com | Ludwigsburg | | 2018 |
| Application Systems Heidelberg Software GmbH | | | Games | Angewandte Animation | Sonstiges | https://www.application-systems.de | Heidelberg | | 1985 |
| B-Alive GmbH | | | Games | | | http://www.b-alive.de | Ummendorf | | 2003 |
| Bcon (CapLab GmbH) | | | Games | | Sonstiges | http://www.bcon.zone | Karlsruhe | | 2017 |
| Black Forest Games GmbH | | | Games | | | https://black-forest-games.com | Offenburg | | 2012 |
| blackforestbytes GbR | | | Games | | Sonstiges | https://www.blackforestbytes.de | Zell a. H. | | 2014 |
| Bunny&Gnome GbR | | | Games | | | https://muell.ag | Karlsruhe | | |
| Causa Creations GbR | | | Games | | | https://causacreations.net | Karlsruhe | | 2014 |
| ColdFire Games GmbH | | | Games | | | https://www.coldfiregames.com | Karlsruhe | | 2016 |
| creatale GmbH | | | Games | | Sonstiges | https://www.creatale.de | Ludwigsburg | | 2012 |
| Cyber Manufaktur GmbH | | | Games | | Sonstiges | https://www.cybermanufaktur.de | Karlsruhe | | |
| Desert Ship Studios - Lutz & Sirjanow GbR | | | Games | Angewandte Animation | Sonstiges | http://www.desertship.net | Stuttgart | | |
| Devil Cookie Games UG | | | Games | | | https://www.devilcookie.com | Karlsruhe | | 2018 |
| Everbyte, Riess, Ewald, Scherer GbR | | | Games | Angewandte Animation | | http://www.everbytestudio.com | Furtwangen | | 2016 |
| Flaregames GmbH | | | Games | | | https://www.flaregames.com | Karlsruhe | | 2011 |
| Gameforge AG | | | Games | | | https://corporate.gameforge.com | Karlsruhe | | 2002 |
| GearEight Games UG | | | Games | | | http://www.geareightgames.com | Schwetzingen | | 2017 |
| green-boxx animation Möller & Djidjeh GbR | | | Games | | Sonstiges | http://www.green-boxx.de | Stuttgart | | 2014 |
| Grumpy Old Men - Wolfgang Walk & Michael Hengst | | | Games | | Sonstiges | https://www.grumpyoldmen.de | Karlsruhe | | |
| InstaLOD UG | | | Games | | Sonstiges | https://instalod.com | Stuttgart | | |
| Simon Häntsch - Iron Beard Games | | | Games | | Sonstiges | http://ironbeardgames.com | Stuttgart | | 2014 |
| Kastanie Eins GmbH | | | Games | | Sonstiges | https://www.kastanie-eins.de | Stuttgart | | 2011 |
| King Raccoon Games | | | Games | | | http://kingracoongames.com | Ludwigsburg | | 2015 |
| KORION Simulation & Assistive Technology GmbH | | | Games | | Sonstiges | http://www.korion.de | Ludwigsburg | | 2003 |
| kr3m. media GmbH | | | Games | | Sonstiges | https://kr3m.com | Karlsruhe | | 1999 |
| LAB132 GmbH | | | Games | Angewandte Animation | | https://lab132.com | Kirchheim u.T. | | 2017 |
| Lingooona GmbH | | | Games | | Sonstiges | http://www.lingooona.com | Plankstadt | | |
| NAU-HAU | | | Games | Angewandte Animation | | https://vr-immersion.com | Ludwigsburg | | |
| Navel GmbH & Co. KG | | | Games | | | http://www.navel.cc | Ludwigsburg | | 2013 |
| Parashuta – Design & Communication | | | Games | Angewandte Animation | Sonstiges | http://www.parashuta.com | Singen | | 2012 |
| PXNG.LI GmbH | | | Games | Angewandte Animation | Sonstiges | https://www.pong.li | Karlsruhe | | 2004 |
| Radiation Blue | | | Games | Angewandte Animation | Sonstiges | http://www.radiationblue.com | Ettenheim | | |
| Scorpius Forge GmbH | | | Games | | | http://business.scorpius-forge.com | Ulm | | |
| Sharkbomb Studios GbR | | | Games | | | http://www.sharkbombs.com | Karlsruhe | | |
| Strictly Limited Games | | | Games | | | https://www.strictlylimitedgames.com | Kirchheim u.T. | | |
| Studio Fizbin GmbH | | | Games | | | http://www.studio-fizbin.de | Ludwigsburg | | |

| | | | | | | | | | |
|---|--|--|-------|----------------------|-----------|---|-------------------------|------|------|
| Studio Merkas | | | Games | Angewandte Animation | Sonstiges | https://www.studiomerkas.de/ | Stuttgart | | 2018 |
| Ten Eyes media GbR | | | Games | Angewandte Animation | Sonstiges | https://www.teneyes.de | Weingarten | | 2016 |
| TIL GmbH | | | Games | | Sonstiges | https://prosodiya.de | Balingen | | 2015 |
| 4sdk | | | Games | | | http://www.4sdk.com/ | Freiburg | | 2010 |
| Asylum Square Interactive GmbH | | | Games | | | http://www.asylumsquare.com | Alpirsbach | | |
| Bling Bling Games GmbH | | | Games | | | http://blingblinggames.com | Karlsruhe | | |
| CES Verlag Computer Education Systems | | | Games | | | http://www.ces-verlag.de | Heidelberg | | 1998 |
| Chromatrix GmbH | | | Games | | | http://www.chromatrix.com/ | Bodelshausen | | |
| Digitalmindsoft | | | Games | | | http://www.digitalmindsoft.eu/de | Ulm | | 2006 |
| Entertrain Software GmbH | | | Games | | | http://www.entertrain.com | Hinterzarten | | 1997 |
| Evil Grog Games GmbH | | | Games | | | https://evilgrog.com | Karlsruhe | | |
| Gaijin Developments GmbH | | | Games | | | https://gaijinent.com/de | Karlsruhe | | |
| Jan Essig, Dipl. Designer (FH) | | | Games | | | http://www.janessig.com | Mannheim | | |
| Klytta IT Solutions | | | Games | | Sonstiges | http://klyttait.de/ | Leinfelden-Echterdingen | | |
| Nils Bauer Games | | | Games | | | http://www.nielsbauergames.com/ | Freiburg | | |
| Revel Base eG | | | Games | | | http://www.revelbase.net | Karlsruhe | | |
| Stéphan Barbé freier Entwickler für Web & iOS Apps | | | Games | | | http://www.stephanbarbe.de | | | |
| TalentRaspel virtual worlds Ltd. | | | Games | | | http://neuland.talentraspel.de/cms/de/ | Karlsruhe | | |
| Tilted Potato | | | Games | | | https://www.tiltedpotato.com | Sandhausen | | |
| TopWare Interactive - AC Enterprises e.K. | | | Games | | | https://www.topware.com/de/ | Karlsruhe | | 1994 |
| Trend Verlag Redaktions und Verlags GmbH | | | Games | | | https://trendverlag.com | Buggingen | | 1991 |
| winterworks GmbH | | | Games | | | https://www.winterworks.de | St. Leon-Rot | | |
| Büro Achter April | | | | Angewandte Animation | Sonstiges | http://www.8apr.de | Stuttgart | ja | 2006 |
| LAVAlabs Moving Images GmbH & Co.KG | | | | Angewandte Animation | Sonstiges | https://lavalabs.de | Stuttgart | ja | |
| blubb.media GmbH | | | | Angewandte Animation | Sonstiges | https://www.blubbmedia.com | Stuttgart | nein | |
| Alarmstart GmbH | | | | Angewandte Animation | Sonstiges | http://www.alarmstart.com | Baden-Baden | | |
| CINECORE GMBH | | | | Angewandte Animation | Sonstiges | https://www.cinecore.de | Stuttgart | | 2013 |
| Datenwerk AG | | | | Angewandte Animation | Sonstiges | https://www.datenwerk.de | Konstanz | | 1998 |
| ATELIER BRÜCKNER GmbH | | | | Angewandte Animation | Sonstiges | http://www.atelier-brueckner.de | Stuttgart | | 1997 |
| Caracter Communication GmbH | | | | Angewandte Animation | Sonstiges | http://www.caracter.tv | Karlsbad | | |
| COSMOTO GmbH & Co. KG | | | | Angewandte Animation | Sonstiges | https://www.cosmoto.com | Stuttgart | | 2004 |
| db&w GbR Bornemann und Wolf | | | | Angewandte Animation | Sonstiges | https://www.db-w.com | Stuttgart | | |
| fischerAppelt AG | | | | Angewandte Animation | Sonstiges | https://www.fischerappelt.de/kontakt/pr-agentur-stuttgart/ | Stuttgart | | 1986 |
| jangled nerves gmbh | | | | Angewandte Animation | Sonstiges | http://www.janglednerves.com | Stuttgart | | 1998 |
| Master Kitchen GmbH | | | | Angewandte Animation | Sonstiges | https://www.masterkitchen.de | Ludwigsburg | | |
| Media 4D GmbH | | | | Angewandte Animation | Sonstiges | https://media4d.de | Bad Boll | | |
| ODDITY WAVES GMBH | | | | Angewandte Animation | Sonstiges | https://www.oddity-waves.com | Stuttgart | | |
| Carvon Media GmbH (ehem: Reklame FX) | | | | Angewandte Animation | Sonstiges | https://www.carvonmedia.com | Stuttgart | | 2013 |
| SCHOKOLADE Filmproduktion GmbH | | | | Angewandte Animation | Sonstiges | https://www.schokolade.tv | Stuttgart | | 2000 |
| Studio Perspective GmbH | | | | Angewandte Animation | Sonstiges | https://www.studio-perspective.de | Ludwigsburg | | 1998 |
| STUMM-FILM Dr. Rolf Stumm Medien GmbH | | | | Angewandte Animation | Sonstiges | https://www.stummfilm.de | Ludwigsburg | | |
| velum intermedia GmbH | | | | Angewandte Animation | Sonstiges | http://www.velum.cc | Stuttgart | | |
| WALKING ON THE MOON GmbH | | | | Angewandte Animation | Sonstiges | http://walkingonthemoon.tv | Stuttgart | | 2014 |
| Wir produzieren Medienproduktionen GbR | | | | Angewandte Animation | Sonstiges | https://www.wirproduzieren.de | Böblingen | | 2009 |
| ZRS-Agentur GmbH | | | | | Sonstiges | https://zrs-agentur.de | Stuttgart | | 2011 |
| snap. Mietstudios. Rent. PostProduction | | | | | Sonstiges | http://www.snap-studios.de | Stuttgart | ja | 1998 |
| Visuelle Zeiten – Studio für Gestaltung und Film Julia Pax & Ronald Scharf GbR | | | | | Sonstiges | http://visuellezeiten.de | Schwäbisch Hall | | 2009 |
| ARTist UG | | | | | Sonstiges | https://www.xing.com/profile/Angela_Warnecke | Stuttgart | | |

Box-Office Internationale Auswertung von Animationsfilmen 2008 - 2018

Top 2008 Movies at the Worldwide Box Office

See also: Top 2008 Domestic - Top 2008 International

Other Worldwide Cumulative records: All Time Worldwide - All Time Single Market - All Time Animated Worldwide - All Time Sequel Worldwide - All Time Non-Sequel Worldwide - Top 2018 Worldwide - Top 2019 Worldwide

This chart contains the total worldwide box office for the top 100 movies released in 2008.

| Rank | Movie | Worldwide Box Office | Domestic Box Office | International Box Office | Domestic Share |
|------|--|----------------------|---------------------|--------------------------|----------------|
| 1 | The Dark Knight | \$1,001,996,207 | \$533,720,947 | \$468,275,260 | 53.27% |
| 2 | Indiana Jones and the Kingdom of the Crystal Skull | \$786,635,413 | \$317,101,119 | \$469,534,294 | 40.31% |
| 3 | Kung Fu Panda | \$631,910,531 | \$215,434,591 | \$416,475,940 | 34.09% |
| 4 | Hancock | \$624,234,272 | \$227,946,274 | \$396,287,998 | 36.52% |
| 5 | Mamma Mia! | \$615,748,772 | \$144,130,063 | \$471,618,709 | 23.41% |
| 6 | Madagascar: Escape 2 Africa | \$599,680,774 | \$180,174,880 | \$419,505,894 | 30.05% |
| 7 | Quantum of Solace | \$591,692,078 | \$169,368,427 | \$422,323,651 | 28.62% |
| 8 | Iron Man | \$585,171,547 | \$318,604,126 | \$266,567,421 | 54.45% |
| 9 | WALL-E | \$532,508,025 | \$223,808,164 | \$308,699,861 | 42.03% |
| 10 | The Chronicles of Narnia: Prince Caspian | \$417,341,288 | \$141,621,490 | \$275,719,798 | 33.93% |
| 11 | Sex and the City | \$415,247,258 | \$152,647,258 | \$262,600,000 | 36.76% |
| 12 | The Mummy: Tomb of the Dragon Emperor | \$405,760,225 | \$102,491,776 | \$303,268,449 | 25.26% |
| 13 | Twilight | \$402,280,159 | \$192,769,854 | \$209,510,305 | 47.92% |
| 14 | Slumdog Millionaire | \$384,530,440 | \$141,330,703 | \$243,199,737 | 36.75% |
| 15 | Wanted | \$342,416,460 | \$134,508,551 | \$207,907,909 | 39.28% |
| 16 | The Curious Case of Benjamin Button | \$329,631,958 | \$127,509,326 | \$202,122,632 | 38.68% |
| 17 | Bolt | \$328,015,029 | \$114,053,579 | \$213,961,450 | 34.77% |
| 18 | Horton Hears a Who | \$299,477,886 | \$154,529,439 | \$144,948,447 | 51.60% |
| 19 | Gran Torino | \$274,543,085 | \$148,095,302 | \$126,447,783 | 53.94% |
| 20 | High School Musical 3: Senior Year | \$274,392,880 | \$90,559,416 | \$183,833,464 | 33.00% |

Top 2009 Movies at the Worldwide Box Office

See also: Top 2009 Domestic - Top 2009 International

Other Worldwide Cumulative records: All Time Worldwide - All Time Single Market - All Time Animated Worldwide - All Time Sequel Worldwide - All Time Non-Sequel Worldwide - Top 2018 Worldwide - Top 2019 Worldwide

This chart contains the total worldwide box office for the top 100 movies released in 2009.

| Rank | Movie | Worldwide Box Office | Domestic Box Office | International Box Office | Domestic Share |
|------|--|----------------------|---------------------|--------------------------|----------------|
| 1 | Avatar | \$2,776,345,279 | \$760,507,625 | \$2,015,837,654 | 27.39% |
| 2 | Harry Potter and the Half-Blood Prince | \$935,213,767 | \$302,089,278 | \$633,124,489 | 32.30% |
| 3 | Ice Age: Dawn of the Dinosaurs | \$859,701,857 | \$196,573,705 | \$663,128,152 | 22.87% |
| 4 | Transformers: Revenge of the Fallen | \$836,519,699 | \$402,111,870 | \$434,407,829 | 48.07% |
| 5 | 2012 | \$788,408,539 | \$166,112,167 | \$622,296,372 | 21.07% |
| 6 | Up | \$731,463,377 | \$293,004,164 | \$438,459,213 | 40.06% |
| 7 | The Twilight Saga: New Moon | \$687,557,727 | \$296,623,634 | \$390,934,093 | 43.14% |
| 8 | Sherlock Holmes | \$498,438,212 | \$209,028,679 | \$289,409,533 | 41.94% |
| 9 | Angels & Demons | \$490,875,846 | \$133,375,846 | \$357,500,000 | 27.17% |
| 10 | The Hangover | \$465,764,086 | \$277,322,503 | \$188,441,583 | 59.54% |
| 11 | Alvin and the Chipmunks: The Squeakquel | \$443,483,213 | \$219,614,612 | \$223,868,601 | 49.52% |
| 12 | Night at the Museum: Battle of the Smithsonian | \$402,231,063 | \$177,243,721 | \$224,987,342 | 44.07% |
| 13 | Star Trek | \$386,839,614 | \$257,730,019 | \$129,109,595 | 66.62% |
| 14 | Monsters vs. Aliens | \$381,687,380 | \$198,351,526 | \$183,335,854 | 51.97% |
| 15 | X-Men Origins: Wolverine | \$374,825,760 | \$179,883,157 | \$194,942,603 | 47.99% |
| 16 | Terminator Salvation | \$365,491,792 | \$125,322,469 | \$240,169,323 | 34.29% |
| 17 | Fast & Furious | \$363,064,265 | \$155,064,265 | \$208,000,000 | 42.71% |
| 18 | Inglourious Basterds | \$316,915,264 | \$120,774,594 | \$196,140,670 | 38.11% |
| 19 | Disney's A Christmas Carol | \$315,709,697 | \$137,855,863 | \$177,853,834 | 43.67% |
| 20 | The Proposal | \$314,709,717 | \$163,958,031 | \$150,751,686 | 52.10% |

Top 2010 Movies at the Worldwide Box Office

See also: Top 2010 Domestic - Top 2010 International

Other Worldwide Cumulative records: All Time Worldwide - All Time Single Market - All Time Animated Worldwide - All Time Sequel Worldwide - All Time Non-Sequel Worldwide - Top 2018 Worldwide - Top 2019 Worldwide

This chart contains the total worldwide box office for the top 100 movies released in 2010.

| Rank | Movie | Worldwide Box Office | Domestic Box Office | International Box Office | Domestic Share |
|------|--|----------------------|---------------------|--------------------------|----------------|
| 1 | Toy Story 3 | \$1,068,879,522 | \$415,004,880 | \$653,874,642 | 38.83% |
| 2 | Alice in Wonderland | \$1,025,491,110 | \$334,191,110 | \$691,300,000 | 32.59% |
| 3 | Harry Potter and the Deathly Hallows: Part I | \$960,431,568 | \$296,131,568 | \$664,300,000 | 30.83% |
| 4 | Inception | \$832,402,082 | \$292,576,195 | \$539,825,887 | 35.15% |
| 5 | Shrek Forever After | \$756,244,673 | \$238,736,787 | \$517,507,886 | 31.57% |
| 6 | The Twilight Saga: Eclipse | \$706,102,828 | \$300,531,751 | \$405,571,077 | 42.56% |
| 7 | Iron Man 2 | \$621,156,389 | \$312,433,331 | \$308,723,058 | 50.30% |
| 8 | Tangled | \$586,477,240 | \$200,821,936 | \$385,655,304 | 34.24% |
| 9 | Despicable Me | \$543,464,573 | \$251,513,985 | \$291,950,588 | 46.28% |
| 10 | How to Train Your Dragon | \$494,870,992 | \$217,581,232 | \$277,289,760 | 43.97% |
| 11 | Clash of the Titans | \$493,214,888 | \$163,214,888 | \$330,000,000 | 33.09% |
| 12 | The King's Speech | \$430,821,168 | \$138,797,449 | \$292,023,719 | 32.22% |
| 13 | The Chronicles of Narnia: The Voyage of the Daw... | \$418,186,950 | \$104,386,950 | \$313,800,000 | 24.96% |
| 14 | Tron: Legacy | \$400,062,763 | \$172,062,763 | \$228,000,000 | 43.01% |
| 15 | The Karate Kid | \$351,774,938 | \$176,591,618 | \$175,183,320 | 50.20% |
| 16 | Prince of Persia: Sands of Time | \$336,359,676 | \$90,759,676 | \$245,600,000 | 26.98% |
| 17 | Black Swan | \$331,266,710 | \$106,954,678 | \$224,312,032 | 32.29% |
| 18 | Robin Hood | \$322,459,006 | \$105,487,148 | \$216,971,858 | 32.71% |
| 19 | Megamind | \$321,887,208 | \$148,415,853 | \$173,471,355 | 46.11% |
| 20 | The Last Airbender | \$319,713,881 | \$131,772,187 | \$187,941,694 | 41.22% |

Top 2011 Movies at the Worldwide Box Office

See also: Top 2011 Domestic - Top 2011 International

Other Worldwide Cumulative records: All Time Worldwide - All Time Single Market - All Time Animated Worldwide - All Time Sequel Worldwide - All Time Non-Sequel Worldwide - Top 2018 Worldwide - Top 2019 Worldwide

This chart contains the total worldwide box office for the top 100 movies released in 2011.

| Rank | Movie | Worldwide Box Office | Domestic Box Office | International Box Office | Domestic Share |
|------|---|----------------------|---------------------|--------------------------|----------------|
| 1 | Harry Potter and the Deathly Hallows: Part II | \$1,341,693,157 | \$381,193,157 | \$960,500,000 | 28.41% |
| 2 | Transformers: Dark of the Moon | \$1,123,790,543 | \$352,390,543 | \$771,400,000 | 31.36% |
| 3 | Pirates of the Caribbean: On Stranger Tides | \$1,045,663,875 | \$241,063,875 | \$804,600,000 | 23.05% |
| 4 | Mission: Impossible—Ghost Protocol | \$694,713,230 | \$209,397,903 | \$485,315,327 | 30.14% |
| 5 | The Twilight Saga: Breaking Dawn, Part 1 | \$689,420,051 | \$281,287,133 | \$408,132,918 | 40.80% |
| 6 | Kung Fu Panda 2 | \$664,837,547 | \$165,249,063 | \$499,588,484 | 24.86% |
| 7 | Fast Five | \$630,163,454 | \$210,031,325 | \$420,132,129 | 33.33% |
| 8 | The Hangover Part II | \$586,464,305 | \$254,464,305 | \$332,000,000 | 43.39% |
| 9 | The Smurfs | \$563,749,323 | \$142,614,158 | \$421,135,165 | 25.30% |
| 10 | Cars 2 | \$560,155,383 | \$191,450,875 | \$368,704,508 | 34.18% |
| 11 | Puss in Boots | \$554,987,477 | \$149,260,504 | \$405,726,973 | 26.89% |
| 12 | Sherlock Holmes: A Game of Shadows | \$535,662,443 | \$186,848,418 | \$348,815,025 | 34.88% |
| 13 | Rio | \$487,519,809 | \$143,619,809 | \$343,900,000 | 29.46% |
| 14 | Rise of the Planet of the Apes | \$470,986,200 | \$176,760,185 | \$294,226,015 | 37.53% |
| 15 | Thor | \$449,326,618 | \$181,030,624 | \$268,295,994 | 40.29% |
| 16 | The Adventures of Tintin | \$373,993,951 | \$77,591,831 | \$296,402,120 | 20.75% |
| 17 | Captain America: The First Avenger | \$370,569,776 | \$176,654,505 | \$193,915,271 | 47.67% |
| 18 | X-Men: First Class | \$355,408,305 | \$146,408,305 | \$209,000,000 | 41.19% |
| 19 | Alvin and the Chipmunks: Chipwrecked | \$349,088,523 | \$133,107,389 | \$215,981,134 | 38.13% |
| 20 | Bridesmaids | \$289,632,023 | \$169,211,718 | \$120,420,305 | 58.42% |

Top 2012 Movies at the Worldwide Box Office

See also: [Top 2012 Domestic](#) - [Top 2012 International](#)

Other Worldwide Cumulative records: [All Time Worldwide](#) - [All Time Single Market](#) - [All Time Animated Worldwide](#) - [All Time Sequel Worldwide](#) - [All Time Non-Sequel Worldwide](#) - [Top 2018 Worldwide](#) - [Top 2019 Worldwide](#)

This chart contains the total worldwide box office for the top 100 movies released in 2012.

Top 2011 Worldwide Top 2013 Worldwide

| Rank | Movie | Worldwide Box Office | Domestic Box Office | International Box Office | Domestic Share |
|------|--|----------------------|---------------------|--------------------------|----------------|
| 1 | The Avengers | \$1,517,935,897 | \$623,279,547 | \$894,656,350 | 41.06% |
| 2 | Skyfall | \$1,110,526,981 | \$304,360,277 | \$806,166,704 | 27.41% |
| 3 | The Dark Knight Rises | \$1,084,439,099 | \$448,139,099 | \$636,300,000 | 41.32% |
| 4 | The Hobbit: An Unexpected Journey | \$1,017,003,568 | \$303,003,568 | \$714,000,000 | 29.79% |
| 5 | Ice Age: Continental Drift | \$879,765,137 | \$161,321,843 | \$718,443,294 | 18.34% |
| 6 | The Twilight Saga: Breaking Dawn, Part 2 | \$829,724,737 | \$292,324,737 | \$537,400,000 | 35.23% |
| 7 | The Amazing Spider-Man | \$757,890,267 | \$262,030,663 | \$495,859,604 | 34.57% |
| 8 | Madagascar 3: Europe's Most Wanted | \$746,921,271 | \$216,391,482 | \$530,529,789 | 28.97% |
| 9 | The Hunger Games | \$677,923,379 | \$408,010,692 | \$269,912,687 | 60.19% |
| 10 | Men in Black 3 | \$654,213,485 | \$179,020,854 | \$475,192,631 | 27.36% |
| 11 | Life of Pi | \$607,258,634 | \$124,987,022 | \$482,271,612 | 20.58% |
| 12 | Ted | \$556,016,627 | \$218,665,740 | \$337,350,887 | 39.33% |
| 13 | Brave | \$554,606,532 | \$237,282,182 | \$317,324,350 | 42.78% |
| 14 | Wreck-It Ralph | \$496,511,521 | \$189,412,677 | \$307,098,844 | 38.15% |
| 15 | Les Intouchables | \$484,873,045 | \$13,182,281 | \$471,690,764 | 2.72% |
| 16 | Django Unchained | \$449,948,323 | \$162,805,434 | \$287,142,889 | 36.18% |
| 17 | Les Misérables | \$442,169,052 | \$148,809,770 | \$293,359,282 | 33.65% |
| 18 | Prometheus | \$402,448,265 | \$126,477,084 | \$275,971,181 | 31.43% |
| 19 | Snow White and the Huntsman | \$401,021,746 | \$155,136,755 | \$245,884,991 | 38.69% |
| 20 | Hotel Transylvania | \$378,505,812 | \$148,313,048 | \$230,192,764 | 39.18% |

Top 2013 Movies at the Worldwide Box Office

See also: [Top 2013 Domestic](#) - [Top 2013 International](#)

Other Worldwide Cumulative records: [All Time Worldwide](#) - [All Time Single Market](#) - [All Time Animated Worldwide](#) - [All Time Sequel Worldwide](#) - [All Time Non-Sequel Worldwide](#) - [Top 2018 Worldwide](#) - [Top 2019 Worldwide](#)

This chart contains the total worldwide box office for the top 100 movies released in 2013.

Top 2012 Worldwide Top 2014 Worldwide

| Rank | Movie | Worldwide Box Office | Domestic Box Office | International Box Office | Domestic Share |
|------|-------------------------------------|----------------------|---------------------|--------------------------|----------------|
| 1 | Frozen | \$1,272,469,910 | \$400,738,009 | \$871,731,901 | 31.49% |
| 2 | Iron Man 3 | \$1,215,392,272 | \$408,992,272 | \$806,400,000 | 33.65% |
| 3 | Despicable Me 2 | \$975,216,835 | \$368,065,385 | \$607,151,450 | 37.74% |
| 4 | The Hobbit: The Desolation of Smaug | \$960,366,855 | \$258,366,855 | \$702,000,000 | 26.90% |
| 5 | The Hunger Games: Catching Fire | \$864,868,047 | \$424,668,047 | \$440,200,000 | 49.10% |
| 6 | Fast and Furious 6 | \$789,300,444 | \$238,679,850 | \$550,620,594 | 30.24% |
| 7 | Monsters University | \$743,588,329 | \$268,488,329 | \$475,100,000 | 36.11% |
| 8 | Gravity | \$693,698,673 | \$274,092,705 | \$419,605,968 | 39.51% |
| 9 | Man of Steel | \$667,999,518 | \$291,045,518 | \$376,954,000 | 43.57% |
| 10 | Thor: The Dark World | \$644,602,516 | \$206,362,140 | \$438,240,376 | 32.01% |
| 11 | The Croods | \$573,068,425 | \$187,168,425 | \$385,900,000 | 32.66% |
| 12 | World War Z | \$531,514,650 | \$202,359,711 | \$329,154,939 | 38.07% |
| 13 | Oz the Great and Powerful | \$490,359,051 | \$234,770,996 | \$255,588,055 | 47.88% |
| 14 | Star Trek Into Darkness | \$467,381,584 | \$228,778,661 | \$238,602,923 | 48.95% |
| 15 | The Wolverine | \$416,456,852 | \$132,556,852 | \$283,900,000 | 31.83% |
| 16 | Pacific Rim | \$411,002,906 | \$101,802,906 | \$309,200,000 | 24.77% |
| 17 | The Wolf of Wall Street | \$389,870,414 | \$116,900,694 | \$272,969,720 | 29.98% |
| 18 | G.I. Joe: Retaliation | \$375,740,705 | \$122,523,060 | \$253,217,645 | 32.61% |
| 19 | The Hangover 3 | \$362,000,072 | \$112,200,072 | \$249,800,000 | 30.99% |
| 20 | The Great Gatsby | \$351,040,419 | \$144,840,419 | \$206,200,000 | 41.26% |

Top 2014 Movies at the International Box Office

See also: [Top 2014 Domestic](#) - [Top 2014 Worldwide](#)

Other International Cumulative records: [All Time International](#) - [All Time Animated International](#) - [All Time Sequel International](#) - [All Time Non-Sequel International](#) - [Top 2018 International](#) - [Top 2019 International](#)

This chart contains the total international box office for the top 100 movies released in 2014.

Top 2013 International Top 2015 International

| Rank | Movie | International Box Office | Box Office Of Number One Market | Share Of Number One Market | Number One Market |
|------|---|--------------------------|---------------------------------|----------------------------|-------------------|
| 1 | Transformers: Age of Extinction | \$858,600,000 | \$45,056,780 | 5.2% | Russia (CIS) |
| 2 | The Hobbit: The Battle of the Five Armies | \$690,457,833 | \$112,470,000 | 16.3% | China |
| 3 | Maleficent | \$517,129,407 | \$46,046,328 | 8.9% | Mexico |
| 4 | X-Men: Days of Future Past | \$513,941,241 | \$45,582,888 | 8.9% | United Kingdom |
| 5 | The Amazing Spider-Man 2 | \$506,142,403 | \$40,447,180 | 8.0% | United Kingdom |
| 6 | Dawn of the Planet of the Apes | \$502,098,977 | \$29,188,416 | 5.8% | South Korea |
| 7 | Interstellar | \$478,361,481 | \$121,990,000 | 25.5% | China |
| 8 | Captain America: The Winter Soldier | \$454,654,931 | \$28,317,546 | 6.2% | Brazil |
| 9 | Guardians of the Galaxy | \$437,695,404 | \$86,346,368 | 19.7% | China |
| 10 | How to Train Your Dragon 2 | \$437,583,346 | \$41,435,640 | 9.5% | United Kingdom |
| 11 | Big Hero 6 | \$429,600,000 | \$77,070,000 | 17.9% | China |
| 12 | The Hunger Games: Mockingjay - Part 1 | \$429,439,246 | \$46,728,074 | 10.9% | United Kingdom |
| 13 | Rio 2 | \$361,307,856 | \$28,525,986 | 7.9% | Brazil |
| 14 | Lucy | \$330,933,816 | \$14,042,506 | 4.2% | Australia |
| 15 | Godzilla | \$328,400,000 | \$28,924,010 | 8.8% | United Kingdom |
| 16 | Teenage Mutant Ninja Turtles | \$293,800,000 | \$15,267,735 | 5.2% | Australia |
| 17 | Penguins of Madagascar | \$283,591,620 | \$18,628,880 | 6.6% | Mexico |
| 18 | Edge of Tomorrow | \$270,335,000 | \$37,842,552 | 14.0% | South Korea |
| 19 | The Taking of Tiger Mountain | \$255,759,969 | \$128,900,000 | 50.4% | China |
| 20 | Noah | \$251,631,021 | \$33,854,392 | 13.5% | Russia (CIS) |

Top 2015 Movies at the International Box Office

See also: [Top 2015 Domestic](#) - [Top 2015 Worldwide](#)

Other International Cumulative records: [All Time International](#) - [All Time Animated International](#) - [All Time Sequel International](#) - [All Time Non-Sequel International](#) - [Top 2018 International](#) - [Top 2019 International](#)

This chart contains the total international box office for the top 100 movies released in 2015.

Top 2014 International Top 2016 International

| Rank | Movie | International Box Office | Box Office Of Number One Market | Share Of Number One Market | Number One Market |
|------|---------------------------------------|--------------------------|---------------------------------|----------------------------|-------------------|
| 1 | Furious 7 | \$1,165,715,774 | \$390,870,000 | 33.5% | China |
| 2 | Star Wars Ep. VII: The Force Awakens | \$1,116,648,995 | \$163,608,625 | 14.7% | United Kingdom |
| 3 | Jurassic World | \$996,584,239 | \$205,200,000 | 20.6% | China |
| 4 | Avengers: Age of Ultron | \$944,008,095 | \$240,120,000 | 25.4% | China |
| 5 | Minions | \$824,290,403 | \$73,240,514 | 8.9% | United Kingdom |
| 6 | Spectre | \$679,546,748 | \$124,347,945 | 18.3% | United Kingdom |
| 7 | Inside Out | \$497,774,281 | \$59,453,195 | 11.9% | United Kingdom |
| 8 | Mission: Impossible—Rogue Nation | \$493,816,615 | \$126,700,000 | 25.7% | China |
| 9 | The Martian | \$426,837,780 | \$85,480,000 | 20.0% | China |
| 10 | Fifty Shades of Grey | \$404,830,871 | \$52,509,387 | 13.0% | United Kingdom |
| 11 | The Hunger Games: Mockingjay - Part 2 | \$367,262,885 | \$44,071,148 | 12.0% | United Kingdom |
| 12 | Zhuo yao ji | \$359,462,825 | \$355,270,000 | 98.8% | China |
| 13 | The Revenant | \$349,300,408 | \$58,684,120 | 16.8% | China |
| 14 | Terminator: Genisys | \$342,389,938 | \$105,420,000 | 30.8% | China |
| 15 | Ant-Man | \$338,656,286 | \$105,718,824 | 31.2% | China |
| 16 | Cinderella | \$333,400,000 | \$65,110,000 | 19.5% | China |
| 17 | San Andreas | \$301,067,707 | \$91,830,000 | 30.5% | China |
| 18 | Hotel Transylvania 2 | \$299,800,188 | \$31,294,340 | 10.4% | United Kingdom |
| 19 | Kingsman: The Secret Service | \$276,300,000 | \$70,940,000 | 25.7% | China |
| 20 | The Ghouls | \$247,448,912 | \$245,030,000 | 99.0% | China |

Top 2016 Movies at the International Box Office

See also: [Top 2016 Domestic](#) - [Top 2016 Worldwide](#)

Other International Cumulative records: [All Time International](#) - [All Time Animated International](#) - [All Time Sequel International](#) - [All Time Non-Sequel International](#) - [Top 2018 International](#) - [Top 2019 International](#)

This chart contains the total international box office for the top 100 movies released in 2016.

Top 2015 International

Top 2017 International

| Rank | Movie | International Box Office | Box Office Of Number One Market | Share Of Number One Market | Number One Market |
|------|---|--------------------------|---------------------------------|----------------------------|-------------------|
| 1 | Captain America: Civil War | \$731,985,064 | \$180,794,512 | 24.7% | China |
| 2 | Zootopia | \$678,436,100 | \$235,770,000 | 34.8% | China |
| 3 | The Jungle Book | \$598,853,424 | \$150,100,000 | 25.1% | China |
| 4 | Fantastic Beasts and Where to Find Them | \$568,365,278 | \$85,963,408 | 15.1% | China |
| 5 | Mei Ren Yu | \$551,287,214 | \$526,848,192 | 95.6% | China |
| 6 | Batman v Superman: Dawn of Justice | \$537,140,087 | \$95,769,368 | 17.8% | China |
| 7 | Finding Dory | \$534,919,632 | \$65,982,720 | 12.3% | Japan |
| 8 | The Secret Life of Pets | \$518,383,092 | \$58,307,652 | 11.2% | China |
| 9 | Rogue One: A Star Wars Story | \$516,925,532 | \$81,837,978 | 15.8% | United Kingdom |
| 10 | Doctor Strange | \$443,762,646 | \$110,300,000 | 24.9% | China |
| 11 | Deadpool | \$437,954,884 | \$54,166,400 | 12.4% | United Kingdom |
| 12 | Suicide Squad | \$420,959,833 | \$44,002,417 | 10.5% | United Kingdom |
| 13 | Moana | \$388,760,321 | \$45,915,440 | 11.8% | Japan |
| 14 | X-Men: Apocalypse | \$387,095,057 | \$120,765,096 | 31.2% | China |
| 15 | Warcraft | \$378,296,626 | \$213,541,456 | 56.4% | China |
| 16 | Kung Fu Panda 3 | \$374,070,523 | \$154,304,368 | 41.3% | China |
| 17 | Sing | \$364,125,744 | \$45,778,021 | 12.6% | Japan |
| 18 | Kimi no na wa | \$356,023,831 | \$225,984,110 | 63.5% | Japan |
| 19 | Ice Age: Collision Course | \$338,093,674 | \$66,059,140 | 19.5% | China |
| 20 | The Great Wall | \$289,329,747 | \$170,590,000 | 59.0% | China |

Top 2017 Movies at the International Box Office

See also: [Top 2017 Domestic](#) - [Top 2017 Worldwide](#)

Other International Cumulative records: [All Time International](#) - [All Time Animated International](#) - [All Time Sequel International](#) - [All Time Non-Sequel International](#) - [Top 2019 International](#)

This chart contains the total international box office for the top 100 movies released in 2017.

Top 2016 International

Top 2018 International

| Rank | Movie | International Box Office | Box Office Of Number One Market | Share Of Number One Market | Number One Market |
|------|--|--------------------------|---------------------------------|----------------------------|-------------------|
| 1 | The Fate of the Furious | \$1,009,081,502 | \$392,100,000 | 38.9% | China |
| 2 | Wolf Warrior 2 | \$855,881,967 | \$854,248,896 | 99.8% | China |
| 3 | Despicable Me 3 | \$770,198,073 | \$152,300,000 | 19.8% | China |
| 4 | Beauty and the Beast | \$755,185,541 | \$110,790,536 | 14.7% | Japan |
| 5 | Star Wars Ep. VIII: The Last Jedi | \$696,540,365 | \$111,883,703 | 16.1% | United Kingdom |
| 6 | Pirates of the Caribbean: Dead Men Tell No Tales | \$615,682,261 | \$172,300,000 | 28.0% | China |
| 7 | Coco | \$588,294,210 | \$183,500,000 | 31.2% | China |
| 8 | Jumanji: Welcome to the Jungle | \$559,987,277 | \$76,100,000 | 13.6% | China |
| 9 | Spider-Man: Homecoming | \$545,965,210 | \$118,888,328 | 21.8% | China |
| 10 | Thor: Ragnarok | \$531,921,735 | \$112,000,000 | 21.1% | China |
| 11 | Transformers: The Last Knight | \$472,724,657 | \$228,842,512 | 48.4% | China |
| 12 | Guardians of the Galaxy Vol 2 | \$472,503,132 | \$99,300,000 | 21.0% | China |
| 13 | Justice League | \$426,920,914 | \$104,000,000 | 24.4% | China |
| 14 | Wonder Woman | \$408,569,970 | \$89,100,000 | 21.8% | China |
| 15 | Kong: Skull Island | \$393,019,247 | \$168,188,000 | 42.8% | China |
| 16 | Logan | \$389,184,326 | \$105,962,992 | 27.2% | China |
| 17 | It | \$369,976,221 | \$42,500,000 | 11.5% | United Kingdom |
| 18 | War for the Planet of the Apes | \$342,712,105 | \$112,372,208 | 32.8% | China |
| 19 | The Boss Baby | \$335,875,729 | \$37,293,573 | 11.1% | United Kingdom |
| 20 | Never Say Die | \$334,536,622 | \$333,937,568 | 99.8% | China |

Top 2018 Movies at the International Box Office

See also: [Top 2018 Domestic](#) - [Top 2018 Worldwide](#)

Other International Cumulative records: [All Time International](#) - [All Time Animated International](#) - [All Time Sequel International](#) - [All Time Non-Sequel International](#)

This chart contains the total international box office for the top 100 movies released in 2018.

Top 2017 International

Top 2019 International

| Rank | Movie | International Box Office | Box Office Of Number One Market | Share Of Number One Market | Number One Market |
|------|---|--------------------------|---------------------------------|----------------------------|-------------------|
| 1 | Avengers: Infinity War | \$1,369,982,200 | \$359,543,168 | 26.2% | China |
| 2 | Jurassic World: Fallen Kingdom | \$888,053,039 | \$261,223,078 | 29.4% | China |
| 3 | Aquaman | \$811,832,833 | \$291,800,000 | 35.9% | China |
| 4 | Bohemian Rhapsody | \$680,116,767 | \$113,900,000 | 16.7% | Japan |
| 5 | Black Panther | \$648,198,658 | \$104,600,000 | 16.1% | China |
| 6 | Venom | \$640,117,197 | \$270,034,912 | 42.2% | China |
| 7 | Incredibles 2 | \$633,950,692 | \$73,187,600 | 11.5% | United Kingdom |
| 8 | Hong Hai Xing Dong | \$576,647,204 | \$575,849,216 | 99.9% | China |
| 9 | Mission: Impossible—Fallout | \$567,297,448 | \$180,830,000 | 31.9% | China |
| 10 | Tang Ren Jie Tan An 2 | \$542,084,590 | \$541,406,464 | 99.9% | China |
| 11 | Fantastic Beasts: The Crimes of Grindelwald | \$492,664,185 | \$58,200,000 | 11.8% | Japan |
| 12 | Deadpool 2 | \$462,088,822 | \$42,952,151 | 9.3% | United Kingdom |
| 13 | Wo Bi Shi Yao Shen | \$451,176,640 | \$451,176,640 | 100.0% | China |
| 14 | Ready Player One | \$441,599,964 | \$222,100,000 | 50.3% | China |
| 15 | Ant-Man and the Wasp | \$406,495,920 | \$120,770,000 | 29.7% | China |
| 16 | The Meg | \$384,086,973 | \$153,300,000 | 39.9% | China |
| 17 | Xi Hong Shi Shou Fu | \$366,961,920 | \$366,961,920 | 100.0% | China |
| 18 | Zhuo yao Ji 2 | \$360,977,662 | \$356,336,096 | 98.7% | China |
| 19 | Hotel Transylvania 3: Summer Vacation | \$360,612,595 | \$32,741,220 | 9.1% | China |
| 20 | Bumblebee | \$338,000,000 | \$170,846,880 | 50.5% | China |

All Time Worldwide Animated Box Office

See also: [All Time Animated Domestic](#) - [All Time Animated International](#)

Other Worldwide Cumulative records: [All Time Worldwide](#) - [All Time Single Market](#) - [All Time Sequel Worldwide](#) - [All Time Non-Sequel Worldwide](#) - [Top 2018 Worldwide](#) - [Top 2019 Worldwide](#)

This chart contains the top 100 animation movies based on the cumulative worldwide box office.

| Rank Released | Movie | Worldwide Box Office | Domestic Box Office | International Box Office |
|---------------|---|----------------------|---------------------|--------------------------|
| 1 | 2013 Frozen | \$1,272,469,910 | \$400,738,009 | \$871,731,901 |
| 2 | 2018 Incredibles 2 | \$1,242,532,436 | \$608,581,744 | \$633,950,692 |
| 3 | 2015 Minions | \$1,160,336,173 | \$336,045,770 | \$824,290,403 |
| 4 | 2010 Toy Story 3 | \$1,068,879,522 | \$415,004,880 | \$653,874,642 |
| 5 | 2017 Despicable Me 3 | \$1,034,822,373 | \$264,624,300 | \$770,198,073 |
| 6 | 2016 Finding Dory | \$1,021,215,193 | \$486,295,561 | \$534,919,632 |
| 7 | 2016 Zootopia | \$1,019,704,348 | \$341,268,248 | \$678,436,100 |
| 8 | 1994 The Lion King | \$986,214,868 | \$421,785,283 | \$564,429,585 |
| 9 | 2013 Despicable Me 2 | \$975,216,835 | \$368,065,385 | \$607,151,450 |
| 10 | 2004 Shrek 2 | \$937,008,132 | \$441,226,247 | \$495,781,885 |
| 11 | 2003 Finding Nemo | \$936,429,370 | \$380,529,370 | \$555,900,000 |
| 12 | 2016 The Secret Life of Pets | \$886,767,422 | \$368,384,330 | \$518,383,092 |
| 13 | 2012 Ice Age: Continental Drift | \$879,765,137 | \$161,321,843 | \$718,443,294 |
| 14 | 2009 Ice Age: Dawn of the Dinosaurs | \$859,701,857 | \$196,573,705 | \$663,128,152 |
| 15 | 2015 Inside Out | \$854,235,992 | \$356,461,711 | \$497,774,281 |
| 16 | 2007 Shrek the Third | \$807,330,936 | \$322,719,944 | \$484,610,992 |
| 17 | 2017 Coco | \$798,020,225 | \$209,726,015 | \$588,294,210 |
| 18 | 2010 Shrek Forever After | \$756,244,673 | \$238,736,787 | \$517,507,886 |
| 19 | 2012 Madagascar 3: Europe's Most Wanted | \$746,921,271 | \$216,391,482 | \$530,529,789 |
| 20 | 2013 Monsters University | \$743,588,329 | \$268,488,329 | \$475,100,000 |

Überblick über deutsche Animations-Langfilme 2007 - 2017

mit Einspielergebnissen und Fördersummen

| Produktionsjahr | Titel | Produktionsfirma | Verleih | Förderung* | davon MFG | Senderbeteiligung | Einspielergebnis | Besucher |
|-----------------|---|---|----------------|---------------------|-----------|-------------------|---------------------|-------------------|
| 2007 | Lissi und der wilde Kaiser | herbX film | Constantin | 650.000 € | | | 13.683.810 € | 2.290.000 |
| 2008 | Urmel voll in Fahrt | Constantin Filmproduktion | Constantin | 1.843.621 € | | | 1.981.826 € | 418.842 |
| 2008 | Kleiner Dodo | Rothkirch Cartoon-Film | Warner | 1.930.000 € | | WDR | 2.660.165 € | 548.716 |
| 2008 | Der Mondbär - Das große Kinoabenteuer | Caligari GmbH, NDF GmbH, WunderWerk | Universum Film | 200.000 € | | ZDF | 3.538.630 € | 716.010 |
| 2009 | Prinzessin Lillifee | Caligari GmbH, NDF GmbH, WunderWerk | Universum Film | 1.370.000 € | | WDR | 4.559.379 € | 895.279 |
| 2009 | Jasper und das Limonadenkomplott | Toons'n'Tales, Amuse Films (FR) | Fox | 3.605.000 € | | | 378.984 € | 75.099 |
| 2009 | Lauras Stern und der geheimnisvolle Drache Nian | Rothkirch Cartoon-Film | Warner | 3.763.480 € | | | 2.589.416 € | 515.673 |
| 2010 | Konferenz der Tiere | Constantin Filmprod., Ambient Entertainmentm. | Constantin | 2.800.000 € | | | 10.613.619 € | 1.512.254 |
| 2011 | Prinzessin Lillifee und das kleine Einhorn | Caligari GmbH, WunderWerk, Universum, BetaFilm, Millimages (FR), BAC Films (FR) | Universum Film | 1.835.000 € | | WDR | 3.468.703 € | 626.097 |
| 2011 | Werner - Eiskalt! | Constantin Filmproduktion | Constantin | 1.500.000 € | | | 2.920.726 € | 437.236 |
| 2011 | Lauras Stern und die Traummonster | Rothkirch Cartoon-Film, Warner Bros., CometFilm GmbH, MaBo Filmprod. | Warner | 645.540 € | | | 2.210.458 € | 373.807 |
| 2011 | Kleiner starker Panda | ORB Filmprod., Les Films de la Perrine (FR), Toonf Valencia (ES) | NFP (Warner) | 2.303.224 € | | | 485.131 € | 82.152 |
| 2012 | Der kleine Rabe Socke | Studio 88, Akkord Film Prod. | Universum Film | 1.717.000 € | 700.000 € | SWR, HR | 2.576.226 € | 463.342 |
| 2013 | Ritter Rost - Eisenhart und voll verbaut | Caligari GmbH, Universum Film | Universum Film | 2.250.000 € | 750.000 € | ZDF | 3.738.663 € | 601.273 |
| 2013 | Keinohrhasse und Zweiohrküken | Rothkirch Cartoon-Film, Warner Bros., Barefoot Films | Warner | 4.319.528 € | | | 1.846.410 € | 301.774 |
| 2014 | Der kleine Drache Kokosnuss - Feuerfeste Freunde | Caligari GmbH | Universum | 2.351.200 € | 535.000 € | | 4.905.918 € | 804.371 |
| 2014 | Der 7bte Zwerg | Zipfelmützen Film, MMC Indep., Rialto Film, Universal, Cinemendo, Euro-pool | Universal | 4.614.330 € | | | 2.661.132 € | 412.286 |
| 2014 | Die Biene Maja - Der Kinofilm | Studio 100 Media | Universum Film | 2.949.532 € | 44.842 € | | 4.948.301 € | 769.600 |
| 2014 | Der kleine Medicus - Geheimnisvolle Mission im Körper | WunderWerk, Zeitsprung Pic., Beta-Film u.a. | Senator | 1.580.000 € | | | 886.672 € | 153.526 |
| 2015 | Der kleine Ritter Trenk | blue eyes Fiction, WunderWerk, DOR Film | Universum | 1.935.000 € | | ZDF | 924.388 € | 173.985 |
| 2015 | Der kleine Rabe Socke - Das große Rennen | Akkord Film | Universum | 3.301.400 € | 830.000 € | | 2.238.491 € | 378.856 |
| 2015 | Ooops! Die Arche ist weg | Ulysses, Studio Rakete, MagmaFilms, Tidal Film (IE), Skyline Entert. (BE), Fabrique d'Images (LU) | Senator | 1.792.734 € | | | 1.583.503 € | 263.777 |
| 2016 | Ritter Rost 2 - Das Schrottkomplott | Caligari GmbH, Synergy Film | Universum | 1.660.000 € | 400.000 € | | 563.141 € | 91.658 |
| 2017 | Überflieger: Kleine Vögel, großes Geklapper | Knudsen und Streuber Med.manufaktur, Ulysses, Walking the Dog (BE), Mélusine Prod. (LU), Den siste skilling (NO), Senator | Wild Bunch | 2.704.180 € | | NDR | 1.191.840 € | 219.451 |
| 2017 | Die Häschenschule - Jagd nach dem goldenen Ei | Akkord Film, Virgin Lands | Universum | 2.965.000 € | 400.000 € | | 1.908.435 € | 334.672 |
| SUMMEN | | | | 56.585.769 € | | | 79.063.967 € | 13.459.736 |

* ausschließlich deutsche Förderer, sowohl Bundes- und Länderförderungen inkl. Referenzmittel

** inklusive Eurimages 480.000€

Quelle: MediaBiz

Mitgliedsfirmen im Animation Media Cluster
Region Stuttgart AMCRS



**ANIMATION MEDIA
CLUSTER**
REGION STUTTGART

| Studio | Ansprechpartner | Email | Telefon | Adresse |
|---------------------------------------|--|---|----------------------------------|---|
| Büro Achter April | Michael Fragstein | fragstein@8apr.de | 082150828190 | Ostendstr.106, 70188 Stuttgart |
| FFL Film- und Fernseh-Labor | Matthias Drescher | drescher@ffl.de | 07141 4888424 | Hoferstraße 20, 71636 Ludwigsburg |
| Film- u. Medien Festival gGmbH | Dieter Krauß Prof. Ulrich Wegenast | krauss@festival-gmbh.de wegenast@festival-gmbh.de | 0711 92546100 0711 925460 | Stephanstraße 33, 70173 Stuttgart |
| LAVAlabs moving images GmbH & Co.KG | Scherin Rajakumaran Michael Brink | scherin.rajakumaran@lavalabs.de michael.brink@lavalabs.de | 0711-50478660 0711 50478660 | Sonnenbergstraße 24, 70184 Stuttgart |
| LUXXSTUDIOS | Andrea Block Christian Haas | a.block@luxx-studios.com c.haas@luxx-Studios.com | 0711 6335503 0711 6335502 | Kronbergstrasse 35, 70176 Stuttgart |
| Mackevision Medien Design GmbH | Heiko Burkardsmaier | heiko.burkardsmaier@mackevision.com | 0711 93304877 | Forststraße 7, 70174 Stuttgart |
| M.A.R.K13* | Dominique Schuchmann Holger Weiss | flinx@mark13.com holger.weiss@mark13.com | 0711 99339311 0711 99339314 | Rieckstraße 26, 70190 Stuttgart |
| Pixelcloud | Jonas Kirchner Christoph Rasulis | kirchner@pixelcloud.de rasulis@pixelcloud.de | 0711 217294760 0711 217294760 | Hermann-Hagenmeyer-Str.1, 71636 Ludwigsburg |
| PIXOMONDO IMAGES GmbH&Co KG | Christoph Malessa | christoph.malessa@pixomondo.com | 0711 80609890 | Ostendstraße 106, 70188 Stuttgart |
| RECOMFILM | Andreas Burz Manuel Hummer | aj@recom.de mhummer@recom.de | 0711 34293391 0711 34293393 | Claude-Dormier-Str. 47, 73760 Ostfildern |
| RISE FX GmbH | Viktoria Rucker | viktoria.rucker@risefx.com | 071197469570 | Schlossstraße 70, 70176 Stuttgart |
| ScanlineVFX GmbH | Jasmin Hasel Julia Smola | Jasmin.Hasel@scanline.de Julia.Smola@scanline.de | 07154 1578695 07154 1578695 | Remsstraße 9, 70806 Kornwestheim |
| SERU Animation GmbH&Co.KG | Sebastian Runschke Helena Wegmann | s.runschke@seru.film h.wegmann@seru.film | 07151 707500 07151 707500 | Dieselstrasse 13, 71332 Waiblingen |
| snap Mietstudios.Rent. PostProduction | Johanna Gollob | johanna.gollob@snap-studios.de | 0711 52088444 | Kölner Str. 20, 70376 Stuttgart |
| Studio 88 Werbe- und Trickfilm GmbH | Roland Junker | junker@studio88.de | 07221 90770 | Lilienmattstrasse 11, 76530 Baden-Baden |
| Studio FILMBILDER GmbH | Thomas Meyer-Hermann | studio@filmbilder.de | 0711 481027 | Ostendstr. 106, 70188 Stuttgart |
| STUDIO SEUFZ GbR | Stefan Michel | stefan.michel@studioseufz.com | 0711 91202400 | Ostendstrasse 106, 71188 Stuttgart |
| studio soi GmbH&Co.KG Filmproduktion | Alexandra Stautmeister | alexandra.stautmeister@studiosoi.de | 07141 9743670 | Königsallee 43, 71638 Ludwigsburg |
| Trafix Entertainment GmbH | Sophie Werdin | s.werdin@calligari.film info@trafixentertainment.de | 0711 99522710 | Lange Straße 3, 70173 Stuttgart |
| Unexpected GmbH | Alexander Kiesel Steffen Hacker | a.kiesel@unexpected.de s.hacker@unexpected.de | 0711 252777-70 0711 252777 71 | Rotenbühlstrasse 87, 70178 Stuttgart |
| Zeitland media&games GmbH | Beren Baumgartner Michael Sauer | bbaumgartner@zeitland.com msauer@zeitland.com | 07141 5050565 | Mathildenstraße 10/1, 71638 Ludwigsburg |
| Filmakademie BW, Animationsinstitut | Prof. Andreas Hykade Prof. Volker Helzle | andreas.hykade@filmakademie.de volker.helzle@filmakademie.de | 07141 96982800 07141 96982800 | Akademiehof 10, 71638 Ludwigsburg |
| Hochschule der Medien | Prof. Bernd Eberhardt Prof. Jan Adamczyk | eberhardt@hdm-stuttgart.de adamczyk@hdm-stuttgart.de | 0711 89232829 | Nobelstrasse 10, 70569 Stuttgart |
| Hochschule Offenburg | Prof. Götz Gruner | goetz.gruner@hs-offenburg.de | 0781 2054722 | Badstraße 24, 77652 Offenburg |
| Staat.Hochschule für Musik Trossingen | Anne-Marie Bergfeld Prof. Florian Käppler | bergfeld@musikdesign.net info@musikdesign.net | 07425 94918111 07425 94918111 | Schultheiß-Koch-Platz 3, 78647 Trossingen |

Hochschulen für Animations-Ausbildungen in Baden-Württemberg

Von den 23 Hochschulen für angewandte Wissenschaften und 9 Dualen Hochschulen im Land möchten wir an dieser Stelle eine Auswahl nennen, die neben dem Schwerpunkt Animation im Medienbereich inhaltlich weitere, unterschiedliche Ausrichtungen haben: wissenschaftlich, technisch, wirtschaftlich und gestalterisch.

Die sechs pädagogischen Hochschulen lassen wir an dieser Stelle außer Betracht. Ebenso die Kunstakademien, die Popakademie sowie das ZKM in Karlsruhe.

Übersicht

Hochschulen & Duale Hochschulen

(mit weiteren, medienorientierten Studiengängen)

Hochschule Aalen
Hochschule Offenburg
Hochschule der Medien Stuttgart
Hochschule Esslingen
Hochschule Furtwangen
Hochschule Konstanz
Hochschule Mannheim
Hochschule Pforzheim
Hochschule für Gestaltung Karlsruhe
Hochschule für Gestaltung Schwäbisch Gmünd
Duale Hochschule Ravensburg
Duale Hochschule Mannheim
Hochschule für Musik Trossingen

Universitäten

(mit weiteren, medienorientierten Studiengängen)

Universität Tübingen
Universität Stuttgart
Universität Ulm
Universität Konstanz

Private Anbieter

(mit weiteren, medienorientierten Studiengängen)

SAE Institute GmbH
mAHS, media Akademie – Hochschule Stuttgart
Macromedia
AKAD Bildungsgesellschaft mbH
SRH Campus Heidelberg
Lazi Akademie gGmbH
Merz Akademie

Hochschule Aalen - Technik und Wirtschaft

<https://www.hs-aalen.de>

Folgender Studiengang wird angeboten:

Studiengang Medieninformatik [Bachelor]

Studiengang:

<https://www.hs-aalen.de/de/courses/35-medieninformatik>

Profil:

Unsere Welt wird immer digitaler: Koch-, Wörter- und Adressbücher - um nur ein paar Beispiele zu nennen – werden von Internetseiten abgelöst. Kaum ein Werbefilm kommt ohne aufwendige Special Effects aus, und Computerspiele werden technisch ebenfalls raffinierter. Dadurch sind auch immer mehr Menschen mit verschiedenen Beweggründen z. B. an Bankautomaten, in Museen, im Auto oder am Smartphone, Tablet etc. mit digitalen Informationen konfrontiert.

Alle diese Informationen müssen zielgruppengerecht dargestellt und möglichst effektiv und effizient gespeichert und übertragen werden. Das erfordert beim Programmieren und Gestalten sehr fundierte Methodenkenntnisse aus der Informatik. Im Studienangebot Medieninformatik können Sie sich die notwendigen theoretischen Grundlagen und die Methodenkenntnisse erarbeiten. Sie erlernen die Basistechnologien der Medieninformatik, Bildverarbeitung und Compilerbau und bekommen Einblicke in Gestaltungsmethoden wie z. B. beim Multimedia Design.

Hochschule Offenburg

<https://www.fh-offenburg.de>

Folgende weitere Studiengänge werden angeboten:

Medien und Informationswesen [Bachelor]

<https://mi.hs-offenburg.de/studium/bachelor-studiengaenge/medien-und-informationswesen/>

Der Studiengang basiert auf einem interdisziplinären Studienkonzept, das die Themen Mediengestaltung, Medienmanagement, Medieninformatik und Medientechnik miteinander verknüpft. Diese Themen werden in Vorlesungen erlernt, in modernen Laboren und Studios angewendet und in Projekt- und Abschlussarbeiten praktisch umgesetzt. Ergänzt werden die genannten vier Bereiche durch persönlichkeitsbildende Kurse.

Medientechnik / Wirtschaft plus [Bachelor]

<https://mi.hs-offenburg.de/studium/bachelor-studiengaenge/medientechnik-wirtschaft-plus/>

Der polyvalente Studiengang „Medientechnik/Wirtschaft plus“ bietet im Hauptfach Medientechnik, sowie Wirtschaft im Nebenfach. Die Studierenden haben mit Abschluss dieses Bachelorstudiengangs die Option zum Masterstudiengang „Berufliche Bildung Medientechnik/Wirtschaft“, der zusammen mit Praxiserfahrung zum Lehramt an beruflichen Schulen qualifiziert. Alternativ erwarten die Bachelor-Absolvent/innen vielseitige und interessante Aufgaben in der Wirtschaft, z. B. in Online Agenturen, im Marketing Sektor oder im medienrelevanten IT-Bereich.

Hochschule der Medien Stuttgart

<https://www.hdm-stuttgart.de>

Folgende weiteren Studiengänge werden angeboten:

Studiengang Medieninformatik [Bachelor]

Studiengang:

https://www.hdm-stuttgart.de/studieninteressierte/studium/bachelor/steckbrief?sgang_ID=550033

Profil:

Die Informatik ist heutzutage allgegenwärtig und spielt in fast allen Lebensbereichen eine bedeutende Rolle. Von Smartphones über Digitalkameras und Fernsehgeräte bis hin zu Navigations- und anderen Assistenzsystemen in Fahrzeugen sind Computer zu selbstverständlichen Bestandteilen unseres Alltags geworden. Durch die zunehmende Digitalisierung der Medien und die steigende Bedeutung multimedialer Anwendungen wird die Informatik auch für viele Medienberufe immer wichtiger. Im Studiengang Medieninformatik werden Spezialisten ausgebildet, die bestens auf die Entwicklungen in diesem spannenden und zukunftssträchtigen Themenbereich vorbereitet sind.

Studiengang Mobile Medien [Bachelor]

https://www.hdm-stuttgart.de/studieninteressierte/studium/bachelor/steckbrief?sgang_ID=550041

Profil:

Anwendungen wie das Internet, Mobile TV, Visual Radio, das mobile Büro, Navigation oder Computerspiele und deren Plattformen sowie Endgeräte, wie Handys, Notebooks, portable Spielekonsolen oder Infotainment- und Navigationssysteme, stehen im Mittelpunkt des Studiengangs Mobile Medien. Er bietet eine kompetente und fundierte Ausbildung über diese zukunftssträchtigen Medien und für den überproportional wachsenden Mediensektor.

Hochschule Esslingen

<https://www.hs-esslingen.de>

Folgende Studiengänge werden angeboten:

Studiengang Softwaretechnik und Medieninformatik [Bachelor]

Studiengang:

<https://www.hs-esslingen.de/studiengaenge/studiengang/softwaretechnik-und-medieninformatik-beng/>

Profil:

Ob im Automobil, in Konsumprodukten, in Fertigungsanlagen, in Computernetzen, in Raumstationen, kurz gesagt, überall werden Informationen erfasst, verarbeitet und weitergegeben. Informationstechnik stellt dafür die notwendigen Technologien bereit und entwickelt Lösungen für die Zukunft. Die IT-Branche hat die höchsten Wachstumsraten.

Hochschule Furtwangen

<https://www.hs-furtwangen.de>

Profil:

Die HFU ist führend in den Kompetenzfeldern Ingenieurwissenschaften, Informatik, Wirtschaftsinformatik, Wirtschaftsingenieurwesen, Medien, Internationale Wirtschaft und Gesundheit.

Folgende Studiengänge werden angeboten:

Studiengang Design Interaktiver Medien [Master]

Studiengang:

<https://www.hs-furtwangen.de/studiengaenge/design-inter-aktiver-medien-master/>

Profil:

Die Arbeit in kleinen, interdisziplinären Teams, die persönliche Betreuung durch die Lehrenden und die individuelle Beratung bei der Studiungsgestaltung sorgen für eine erfolgreiche Schwerpunktbildung im breiten Spektrum von User Experience Design, Interface Design, Interaktionsdesign für digitale Produkte und virtuelle Umgebungen, Game Design, interaktivem Film, Designtheorie und Medienforschung und dem Management digitaler Medienproduktion.

Studiengang Medieninformatik [Bachelor]

<https://www.hs-furtwangen.de/studiengaenge/medieninformatik-bachelor/>

Profil:

Der Studiengang Medieninformatik wurde 1990 an der Hochschule Furtwangen entwickelt. Damit begann eine Erfolgsgeschichte, die bis heute fortgeschrieben wird. Das Studium verbindet Informatik, Medientechnik und Design auf innovativem und richtungsweisendem Weg. MedieninformatikerInnen werden in technischen und gestalterischen Bereichen ausgebildet und arbeiten häufig genau an deren Schnittstelle. Ihre Kompetenz eröffnet ihnen die Entfaltung eines enormen kreativen Potenzials.

Studiengang Medieninformatik [Master]

<https://www.hs-furtwangen.de/studiengaenge/medieninformatik-master/>

Profil:

Der Masterstudiengang Medieninformatik bietet eine Fortsetzung und Vertiefung für den Bachelorstudiengang Medieninformatik - sowie Bachelorstudiengänge mit ähnlichen Inhalten. Im Mittelpunkt dieses technik- und entwicklungsorientierten Masters stehen die fortgeschrittenen Medieninformatik, Medienprogrammierung, Bildverarbeitung, Computergrafik und Medienproduktion sowie Themen aus dem Bereich der Übertragung medialer Inhalte.

Studiengang Medienkonzeption [Bachelor]

<https://www.hs-furtwangen.de/studiengaenge/medienkonzeption-bachelor/>

Profil:

Medienstudiengänge gibt es viele – Medienkonzeption ist der erste seiner Art, der den Fokus auf die Konzeption von digitalen Medien legt. Mit diesem deutschlandweit erstmals angebotenen Studiengang ist die HFU wieder einen Schritt voraus. Medien haben sich zu komplexen Systemen entwickelt, sind interaktiver, kollaborativer und kreativer geworden. Klassische Massenmedien, Internetmedien und mobile Anwendungen wirken im Verbund auf immer anspruchsvollere Zielgruppen. Integrierte Kommunikation, Crossmedia, Microtargeting und Web 2.0, interaktives Storytelling oder Szenografie, Planning und Marketingkonzeption sind nur einige der Themen, mit denen sich der Studiengang befasst.

Hochschule Konstanz

<https://www.htwg-konstanz.de>

Profil:

Die HTWG ist ein wesentlicher Akteur in der internationalen Wissenschafts- und Wirtschaftsregion Bodensee. Ein breites Fächerspektrum, Interdisziplinarität sowie die Verbindung von Theorie und Praxis kennzeichnen Lehre, Forschung und Technologietransfer sowie wissenschaftliche Weiterbildung.

Die Hochschule legt Wert auf die individuelle Förderung ihrer Studierenden wie auch ihrer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Als familienfreundliche Hochschule hat sie sich verpflichtet, die Vereinbarkeit von Familie und Studium bzw. Beruf kontinuierlich mit geeigneten Maßnahmen zu unterstützen. Folgender Studiengang wird angeboten:

Studiengang Kommunikationsdesign [Bachelor of Arts]

Studiengang:

<https://www.htwg-konstanz.de/bachelor/kommunikationsdesign/uebersicht/>

Profil:

Kommunikationsdesigner gestalten Apps, Magazine, Internetseiten, virtuelle Welten oder ganz reale Bücher – eben alles, was mit professioneller Kommunikation zu tun hat. Sie entscheiden mit, wie Marken aussehen. Sie haben gute Ideen und ein Händchen dafür, wie man sie visuell umsetzen kann. Modernes Kommunikationsdesign beinhaltet allerdings noch viel mehr: Vom Leitsystem in Gebäuden bis zur Ausstellungsgestaltung für große Museen arbeiten Gestalter daran, wie Inhalte optimal vermittelt werden können. Sie beraten Unternehmen und Einrichtungen dabei, wie sie sich und ihre Produkte in Szene setzen können. Und immer wieder sind sie Partner, wenn es darum geht, innovative und unkonventionelle Lösungen für Probleme auch jenseits des klassischen Kommunikationsmarktes zu finden.

Im Kern geht es dabei stets um die Idee. Die Techniken aber sind so weit gefächert wie die Anwendungsgebiete: für eine gute Illustration braucht es nach wie vor nicht mehr als einen Bleistift und ein Blatt Papier. Wer allerdings einen Film drehen oder ein Interface gestalten möchte, muss dafür auch viel technisches Knowhow mitbringen.

Hochschule Mannheim

<https://www.hs-mannheim.de>

Profil:

Die Hochschule Mannheim ist eine moderne Campushochschule mit einer lebendigen, über 100-jährigen Tradition, die uns Verpflichtung ist, mit innovativen Studienkonzepten die Herausforderungen der Zukunft anzunehmen. Die Hochschule Mannheim hat eine breite und interessante Palette von Studiengängen. Kennzeichen der Hochschule Mannheim ist die hohe Praxisrelevanz der akademischen Ausbildung. Wir betreuen unsere Studierenden in Kleingruppen. Moderne Institute, praktische Studiensemester, Kooperation mit der Wirtschaft, die Mitwirkung der Studierenden an Forschungs- und Entwicklungsprojekten und die Berufserfahrung der Professoren, Mitarbeiter und Lehrbeauftragten tragen dazu bei, dass sich den Absolventen unserer

Hochschule hervorragende Berufschancen eröffnen.

Folgender Studiengang wird angeboten:

Studiengang Kommunikationsdesign [Bachelor of Arts]

Studiengang:

<https://www.hs-mannheim.de/studieninteressierte/studienangebot/bachelorstudiengaenge/kommunikationsdesign.html>

Profil:

Grafikdesign, Webdesign, interaktives Design, Fotografie oder Film. All diese Fachbereiche werden an der Fakultät gelehrt, um so einen umfassenden Querschnitt durch die für den Gestalter notwendigen Kompetenzen zu erlangen. Wichtig ist neben der gestalterischen Kompetenz aber auch ein hohes Maß an Kenntnis von soziokulturellen Prozessen und Interesse an anderen Fachbereichen.

Hochschule Pforzheim

<https://www.hs-pforzheim.de>

Profil:

Die Herausforderungen und Fragen von heute und der Zukunft sind faszinierend und hochkomplex zugleich. Mit dem breit gefächerten Studienprogramm unserer Fakultäten für Gestaltung, Technik sowie Wirtschaft und Recht bieten wir unseren Studierenden ein umfassendes Wissensspektrum, eine einzigartige Fülle an Qualifikationen und viel Raum für Entwicklung, Auseinandersetzung, Kreativität und Erfahrungen.

Folgender Studiengang wird angeboten:

Studiengang Visuelle Kommunikation [Bachelor of Arts]

Studiengang:

https://designpf.hs-pforzheim.de/studiengaenge/bachelor_of_arts/visuelle_kommunikation/

Profil:

Was ist Visuelle Kommunikation und was kann ich damit machen?

Visuelle Kommunikation dient der Gestaltung von Information.

Von der App bis zum Plakat, von der Werbekampagne bis zum Messestand, von der Illustration bis hin zur Schrift – sie bedient sich einer Vielzahl an Medien.

Als Kommunikationsdesigner konzipiert man kompetent und verantwortungsvoll Gestaltung und löst so die kommunikativen Anliegen von Wirtschaft, Wissenschaft, Kultur und Zivilgesellschaft.

Staatliche Hochschule für Gestaltung Karlsruhe

<https://www.hfg-karlsruhe.de>

Die Staatliche Hochschule für Gestaltung Karlsruhe wurde 1992 eröffnet und hat mit ca. 400 Studierenden die Aufgabe, die Ergebnisse der Entwicklungen und Forschungen des Zentrums für Kunst und Medien Karlsruhe (ZKM) so in die Lehre umzusetzen, dass eine Verbindung der klassischen Künste mit der Medientechnologie ermöglicht wird. Die HfG Karlsruhe bietet vier Praxisstudiengänge an (Ausstellungsdesign und Szenografie, Kommunikationsdesign, Medienkunst, Produktdesign) sowie den Theoriestudiengang Kunstwissenschaft und Medienphilosophie. Folgende weitere Studiengänge werden angeboten:

Studiengang Kunstwissenschaft und Medienphilosophie [Magister]

Einrichtung:

<https://www.hfg-karlsruhe.de/studium/fachgruppen-und-studiengaenge/kunstwissenschaft-und-medienphilosophie/>

Profil:

In der Fachgruppe Kunstwissenschaft und Medienphilosophie werden die historischen und theoretischen Grundlagen der Künste und Medien auf breiter Basis vermittelt. Im engen Austausch mit den Praxisfächern denken die Mitglieder der Studiengänge aktuelle gesellschaftliche Entwicklungen weiter und erkunden gemeinsam neue Felder der Gestaltung und der Forschung.

Studiengang Kommunikationsdesign [Magister]

Einrichtung:

<https://www.hfg-karlsruhe.de/studium/fachgruppen-und-studiengaenge/kommunikationsdesign/>

Profil:

Kommunikation gestalten heißt, der Wirklichkeit eine Form zu geben. Die Studierenden des Fachbereichs sind aufgefordert, sich mit ihren Fähigkeiten in alle Bereiche des gesellschaftlichen Lebens einzubringen – sei es durch die Gestaltung von Büchern, Plakaten, Webseiten, Filmen, Ausstellungen oder Kampagnen, aber auch mit Aktionen, Objekten oder „Design-Rohstoffen“ wie Schriften, Illustrationen und Fotografien.

Hochschule für Gestaltung

Schwäbisch Gmünd

<https://www.hfg-gmuend.de>

Profil:

Das Gmünder Modell: leidenschaftlich, rational und verantwortungsvoll

Gestaltung ist für die HfG Schwäbisch Gmünd eine innovative Disziplin mit wissenschaftlichen, sozialen und technischen Bezügen. Sie trägt dazu bei, kulturelle, technische und ökonomische Entwicklungen verantwortungsvoll und nachhaltig zu beeinflussen. Die Hochschule verzichtet bewusst auf künstlerische oder kunsthandwerkliche Voraussetzungen in der Vermittlung gestalterischer Grundlagen. Alle fünf Studienprogramme setzen dagegen auf wissenschaftliche Erkenntnisse und auf die rationale Begründbarkeit von Gestaltungsentscheidungen. Folgende Studiengänge werden angeboten:

Studiengang Interaktionsgestaltung (Interaction Design, Interface Design) [Bachelor]

https://www.hfg-gmuend.de/Interaktionsgestaltung_IG.html

Profil:

Digitale Medien, Smartphones und Computer durchdringen heute den gesamten Alltag, das Arbeitsleben und die zwischenmenschliche Kommunikation. Dadurch ist ein ständig wachsendes Arbeitsfeld entstanden – die Konzeption und Gestaltung von interaktiven Produkten und Dienstleistungen: Apps für mobile Geräte, interaktive Exponate für Ausstellungen und Messen, Webseiten und Bedienoberflächen für Navigationsgeräte, Fahrscheinautomaten und digitale Arbeits- und Wohnumgebungen.

Studiengang Internet der Dinge – Gestaltung vernetzter Systeme [Bachelor]

https://www.hfg-gmuend.de/BA_IOT.html

Profil:

Die Studierenden erwerben im Bachelor-Studiengang die Fähigkeit zum nutzergerechten Einsatz neuer Technologien. Neben der gestalterischen Auseinandersetzung mit Konzept, Entwurf, Prototyping und der daraus resultierenden Sensibilisierung für die in der Produktentwicklung notwendige Detailqualität, werden in den kooperativen Modulen mit der Hochschule Aalen sowohl der transdisziplinäre ‚Design-Thinking-Prozess‘, als auch qualitative Forschungsmethoden angewendet, die bereits in den ‚Theorien angrenzender Wissenschaften‘ gelehrt wurden. Diese nutzerzentrierte, qualitative Forschung schafft bei Gestalterinnen bzw. Gestaltern und den Ingenieuren der Hochschule Aalen ein gemeinsames Verständnis von Bedürfnissen, Relevanzen und Bedingungen eines nutzergerechten Einsatzes von Technologien. Die daraus hervorgehende interdisziplinäre, wissenschaftliche Kompetenz erzeugt Grundlagen und Argumente für die Entwicklung funktionaler und technischer Möglichkeiten von Schnittstellen vernetzter Hard- und Softwareprodukte. Die Studierenden werden so befähigt, vernetzte, heterogene Systeme und Produkte prototypisch zu entwerfen.

Duale Hochschule Ravensburg

<http://www.ravensburg.dhbw.de/startseite.html>

Die Duale Hochschule Baden-Württemberg (DHBW) ist die erste und einzige staatliche duale, das heißt praxisintegrierende Hochschule in Deutschland. Sie wurde am 1. März 2009 gegründet und führt das seit über 40 Jahren erfolgreiche duale Modell der früheren Berufsakademie Baden-Württemberg fort. Bundesweit einzigartig ist die am US-amerikanischen State University-System orientierte Organisationsstruktur der DHBW mit zentraler und dezentraler Ebene.

Folgende Studiengänge werden angeboten:

Studiengang BWL – Medien- und Kommunikationswirtschaft [Bachelor]

Studiengang:

<http://www.ravensburg.dhbw.de/studienangebot/bachelor-studiengaenge/bwl-medien-und-kommunikationswirtschaft.html>

Profil:

Die Digitalisierung sowie die veränderten Nutzerpräferenzen führen zu einer großen Marktdynamik auf den Medienmärkten. Medien- und Kommunikationsunternehmen entwickeln in immer kürzeren Innovationszyklen neue Produkte für diversifizierte Verbreitungswege. Nutzerintegrierte Formate werden konzipiert, versioniert und zunehmend auch über soziale Netzwerke bereitgestellt. Die zielgerichtete Ansprache des Kunden mit spezifischen Inhalten und Werbebotschaften über verschiedene Distributionswege ist eine der unternehmerischen Schlüsselkompetenzen für erfolgreiche Geschäftsmodelle in der zunehmend digitalisierten Unternehmenspraxis. Unternehmen suchen qualifizierte Fach- und Führungskräfte, die die Potenziale neuer Technologien erkennen, flexibel und zeitnah auf Veränderungen am Markt reagieren und innovative Medien- und Kommunikationsprodukte entwickeln.

Zukünftige Entscheider der Medien- und Kommunikationsbranche benötigen aufgrund der komplexen und dynamischen Marktstrukturen der Digitalwirtschaft neben einem fundierten ökonomischen Fachwissen auch weitreichende technische, rechtliche, kommunikationswissenschaftliche und gestalterische Kenntnisse. Die an der Dualen Hochschule Baden-Württemberg einzigartige Studienrichtung Medien- und Kommunikationswirtschaft greift diese Anforderungen innerhalb des dreijährigen Studiums in Theorie und Praxis konsequent auf.

Das zentrale Merkmal der DHBW ist ihr duales Studienkonzept mit den wechselnden Theorie- und Praxisphasen sowie der engen Kooperation zwischen der Hochschule und ihren Dualen Partnern.

Studiengang Mediendesign [Bachelor]

Profil:

Mediendesign an der DHBW Ravensburg ist der erste und bisher einzige künstlerisch-gestalterische Studiengang an einer dualen Hochschule. Die Vermittlung gestalterisch-kreativer Kompetenz steht im Zentrum des Studienplans. Die Studierenden durchlaufen dabei einen ganzheitlichen Prozess aus Konzeption, Entwurf, Realisierung und Beurteilung von Medienprodukten – sowohl in Individualprojekten als auch in Teamarbeit. Dadurch wird neben der Fach- und Methoden- auch die Sozialkompetenz gefördert. Bereits im ersten Semester werden die Studierenden an eine künstlerisch-gestalterische Arbeitsweise herangeführt. Ein freies Projekt ermöglicht ihnen, zuvor erlernte künstlerische Darstellungstechniken anzuwenden und zu üben. Die Studierenden erarbeiten sich so ein individuelles Ausdrucksrepertoire und wenden dieses in verschiedenen Kontexten und Designbereichen an. Spätere Projektarbeit wird begleitet durch Seminare in Entwurfsmethodik, Grafik, Typografie, Fotografie, Animationsgestaltung, Screendesign, Didaktisches Design, Messe- und Ausbildungsgestaltung. Weiterhin werden Vorlesungen aus Fachwissenschaften wie Designtheorie, Kulturwissenschaft, Betriebswirtschaft sowie Produktionstechnik angeboten.

Duale Hochschule Mannheim

<https://www.dhbw-mannheim.de>

Die Duale Hochschule Baden-Württemberg (DHBW) Mannheim zählt zu den größten und bekanntesten Adressen für duale Studiengänge in Deutschland. Der wachsende Erfolg ist das Ergebnis des Theorie und Praxis integrierenden Studienkonzepts, kleiner Kursgrößen, intensiver Praxisphasen und einer allgemein konzentrierten Lehr- und Lernsituation.

Die DHBW Mannheim unterscheidet zwei Fakultäten:

- die Fakultät Wirtschaft mit neunzehn Studienrichtungen in fünf Studiengängen und
- die Fakultät Technik mit neunzehn Studienrichtungen in fünf Studiengängen.

Die beiden Fakultäten umfassen die Themengebiete Betriebswirtschaft, Medien, Wirtschaftsinformatik, Informationstechnologien und Ingenieurwesen.

Das duale Studium erfolgt im Drei-Monats-Rhythmus an der Hochschule und in den Partnerunternehmen. Der regelmäßi-

ge Ortswechsel erfordert von den Studierenden Flexibilität und die Fähigkeit, sich mit hoher Konzentration auf einzelne Studienabschnitte einzulassen.

Folgender Studiengang wird angeboten:

Studiengang BWL – Medien- und Kommunikationswirtschaft [Bachelor]

Studiengang:

<http://www.dm.dhbw-mannheim.de>

Profil:

Das Studium der Digitalen Medien bereitet auf eine Berufspraxis vor, die geprägt ist durch die Analyse, Entwicklung und Anwendung digitaler Medien in unzähligen betrieblichen Bereichen. Es bezieht sich auf die theoretischen und praktischen Grundlagen der Herstellung print-/nonprint-orientierter Produkte und Produktionen, wobei der gesamte Prozess von der inhaltlichen Bearbeitung über die visuelle Umsetzung bis hin zur technischen Realisierung und deren wirtschaftlich-rechtlichen Betrachtung gelehrt wird.

Staatliche Hochschule für Musik Trossingen

<https://www.mh-trossingen.de/hochschule.html>

Die Staatliche Hochschule für Musik bietet ihren Studierenden den traditionellen Fächerkanon einer Musikhochschule an. Einzigartige Schwerpunkte bilden das Studium Alte Musik sowie die künstlerischen und künstlerisch-pädagogischen Studiengänge in Music & Movement (Rhythmik). In Kooperation mit der Hochschule Furtwangen startete zum Wintersemester 2010/2011 der neue Studiengang Musikdesign. Mit der „Musikakademie Villingen-Schwenningen gGmbH“ gründete die Trossinger Hochschule 2005 ein Zukunftsmodell für musikalische Bildungsangebote. Im Süden Baden-Württembergs nimmt die Musikhochschule einen weitreichenden kulturellen Auftrag wahr. Sie versteht sich als Partner, Initiator und kreativer Gegenspieler. Einzigartig ist die enge Verflechtung unserer Studierenden und Ehemaligen mit dieser Region. Sie leiten Chöre und Orchester, unterrichten, gestalten Konzerte. Die Wirtschaft spricht von prosperitätsfördernden weichen Standortfaktoren.

Folgender Studiengang wird angeboten:

Studiengang Musikdesign [Bachelor]

Studiengang:

<https://www.mh-trossingen.de/studium/musikdesign.html>

Profil:

Musikdesign betrachtet die Arbeit mit Klang als Teil einer Gesamtinszenierung, die für den hörenden Betrachter multimedial und multisensorisch erlebbar wird. Musikdesigner arbeiten bei Konzeption und Umsetzung dieser Inszenierung eng zusammen mit weiteren Künstlerinnen und Künstlern, Marketing- und Produktakustikfachleuten aus den Bereichen Markenkommunikation, Produktentwicklung, Architektur, Medieninstallation, Film, Interaktive Anwendung und Mobile Content. Eine zentrale Position nimmt hierbei auch die Vertonung von Animationsfilmen, Games und VR-Anwendungen ein.

Musikdesigner gestalten dabei Klang aus den Elementen (komponierte) Musik, Sprache, Sound, Geräusch und können diesen Klang aus ästhetischer sowie psychoakustischer

Sicht analysieren und beurteilen.

Der Studiengang Musikdesign wird von der Staatlichen Hochschule für Musik Trossingen in Kooperation mit der Hochschule Furtwangen (Fakultät Digitale Medien) angeboten. Absolventinnen und Absolventen erwerben nach acht Semestern den akademischen Grad „Bachelor of Music“. Kernstück des Studiengangs ist eine solide musikalische Grundausbildung in Gehörbildung, Komposition und Instrumentation/Arrangement. Der künstlerische Schwerpunkt liegt also im weitesten Sinn in der musikalischen Komposition. Weitere Inhalte sind Audio- und Videotechnik Marktkenntnis, Medienkunde und Projektmanagement.

Von den 9 Universitäten im Land möchten wir an dieser Stelle eine Auswahl nennen, die im Medienbereich einerseits eine wissenschaftliche und andererseits eine technische Ausrichtung im Medienbereich haben:

Universität Tübingen

<https://uni-tuebingen.de>

Die Universität Tübingen, gegründet im Jahr 1477, gehört zu den ältesten deutschen Universitätsgründungen.

Folgende Studiengänge werden angeboten:

Studiengang Medieninformatik [Bachelor & Master]

Studiengang:

<https://uni-tuebingen.de/fakultaeten/mathematisch-naturwissenschaftliche-fakultaet/fachbereiche/informatik/studium/studiengaenge/medieninformatik/>

Profil:

Der Studiengang Medieninformatik beinhaltet eine Grundausbildung in der Informatik mit dafür notwendigen Inhalten der Mathematik. Medieninformatische Grundlagen umfassen die vier Kernbereiche Mensch-Computer-Interaktion und Gestaltung von Nutzeroberflächen, Techniken zur Webseitenstellung, Multimediaetechnik, Computergraphik und Bildverarbeitung. Praktische und theoretische Grundlagen der Medienwissenschaft runden das Pflichtprogramm ab. Der Studiengang Medieninformatik zeichnet sich durch eine große Wahlfreiheit aus, was eine individuelle Spezialisierung auf einen der vier Kernbereiche oder übergreifende Themen wie die Entwicklung von Computerspielen ermöglicht. Berufsfelder: Der Bachelorabschluss Medieninformatik ist berufsqualifizierend und befähigt dazu, in allen Gebieten der Informatik zu arbeiten, insbesondere im Bereich neuer Medien. Spezifische Berufsfelder sind Webentwicklung, Entwicklung von Computerspielen, in der Filmindustrie, Automobilbranche und Medizintechnik.

Studiengang Medienwissenschaft [Bachelor & Master]

Studiengang:

<https://uni-tuebingen.de/fakultaeten/philosophische-fakultaet/fachbereiche/philosophie-rhetorik-medien/institut-fuer-medienwissenschaft/studium/>

Profil:

Das Institut für Medienwissenschaft gehört zur Philosophischen Fakultät und besteht seit Oktober 2010. Der B.A.-Studiengang Medienwissenschaft – Medienpraxis am Institut für

Medienwissenschaft Tübingen hat den Anspruch, die Vermittlung medienpraktischer Kompetenzen mit einem modernen geistes- und sozialwissenschaftlich geprägten Studium zu verbinden. Damit leistet er zweierlei: Einerseits bringt er die Studierenden berufspraktisch der redaktionellen Arbeit in traditionellen und digitalen Medien näher, andererseits liefert er die nötige wissenschaftliche Qualifikation für die Zulassung zu einem Master-Studiengang.

Universität Stuttgart

<https://www.uni-stuttgart.de>

Obwohl an der Universität Stuttgart auch die Geistes- und Sozialwissenschaften verstärkt ausgebaut wurden, ist sie im Kern nach wie vor technisch-naturwissenschaftlich orientiert. Sie ist eine der führenden Technischen Universitäten in Deutschland.

Neben den Änderungen aufgrund der weiteren Umsetzung des HoFV werden in 2018 eine W 3-Stiftungsprofessur (kw) „Digitale Phonetik“ und zwei W 1-Stiftungsprofessuren (kw) „Augmented Reality und Virtual Reality“ sowie „Digitalisierung von Bauprozessen“ neu veranschlagt.

Folgende Studiengänge werden angeboten:

Studiengang Medieninformatik [Bachelor]

Studiengang:

<https://www.uni-stuttgart.de/studium/studienangebot/studiengang/Medieninformatik-B.Sc./>

Profil:

Der Studiengang Medieninformatik kombiniert das Wissen der Informatik mit dem der digitalen Medien, der Mensch-Computer-Interaktion, der Computer-Grafik, der Sprachverarbeitung und der digitalen Netzwerke. Er schafft damit die Grundlagen, die es ermöglichen, digitale Systeme so zu gestalten, dass sie den Anforderungen der menschlichen Nutzer entsprechen.

Berufsfelder:

Die Arbeitsfelder der Absolventinnen und Absolventen liegen etwa in der Informations- und Kommunikationstechnik, in der interaktiven Datenverarbeitungsindustrie oder der technischen Medienbranche. Weitere Einsatzfelder finden sich in industriellen, kommerziellen, verwaltungstechnischen, wissenschaftlichen und medialen Anwendungen von interaktiven Datenverarbeitungssystemen.

Universität Ulm

<https://www.uni-ulm.de>

Naturwissenschaften, Ingenieurwissenschaften und Informatik, Mathematik und Wirtschaftswissenschaften sowie Medizin charakterisieren das Ulmer Wissenschaftsprofil. Weitere Entwicklungsschwerpunkte der Universität liegen in den Bereichen Lebenswissenschaften, Medizin, Informations- und Kommunikationstechnologie, Biosystemtechnik und Bio- und Nanomaterialien sowie Finanzdienstleistungen und ihre mathematische Methodik.

Folgende Studiengänge werden angeboten:

Studiengang Medieninformatik [Bachelor & Master]

Studiengang:

<https://www.uni-ulm.de/studium/studieren-an-der-uni-ulm/>

[studiengaenge/studiengangsinfo/course/medieninformatik-bachelor/](https://www.uni-ulm.de/studiengaenge/studiengangsinfo/course/medieninformatik-bachelor/)

Profil:

Medieninformatik ist eine Spezialisierung der Informatik, die sich grundlegend mit interaktiven und multimedialen Computersystemen auseinandersetzt. Der Studiengang ist praxisorientiert, da ein hoher Anteil an anwendungsbezogenen projektorientierten Lehr-/Lernformen in Schwerpunktbereichen, wie beispielsweise Interaktive Systeme, Video, Animation oder Computer Vision, als Anwendungsfach zur Auswahl stehen.

Berufsfelder:

Weites Spektrum an Berufsfeldern in den Bereichen Informatik, Kommunikation, Telematik und neue Medien. Z.B. Unternehmensberatung, Entwurf und Entwicklung von Software-Systemen, Usability Engineering interaktiver Systeme, Entwicklung von Mensch Computer Schnittstellen, technische Betreuung und Unterstützung komplexer Informatikprojekte.

Universität Konstanz

<https://www.uni-ulm.de>

Spitzenforschung, Exzellenz in Lehre und Studium, Internationalität und interdisziplinäre Zusammenarbeit stehen für die Universität Konstanz seit ihrer Gründung als Reformuniversität im Jahr 1966. Dieser visionäre Gründungsgedanke lässt sich bis in die Architektur hinein verfolgen: Die kurzen Wege der Campus-Universität schaffen ein kommunikationsförderliches Umfeld, das auf natürliche Weise die wissenschaftlichen Disziplinen zusammenführt und eine Kultur des kreativen Austauschs begünstigt.

Die Universität Konstanz gliedert sich in dreizehn Fachbereiche, die in drei Sektionen zusammengefasst sind: Mathematik-Naturwissenschaften, Geisteswissenschaften und Politik – Recht – Wirtschaft. Im Sinne einer Reformuniversität wurde die Universität Konstanz ohne Institute und Lehrstühle gegründet.

Folgender Studiengang wird angeboten:

Studiengang Literatur-Kunst-Medien [Bachelor of Arts & Master of Arts]

Studiengang:

<https://www.uni-konstanz.de/studieren/vor-dem-studium/studienangebot/studiengaenge-a-z/literatur-kunst-medien-ba/>

Profil:

Der Studiengang kombiniert literaturwissenschaftliche, kunstwissenschaftliche und medienwissenschaftliche Analyse- und Lektürekompetenzen im Umgang mit Kulturprodukten aller Art. Literatur-Kunst-Medien ist kein künstlerischer oder medienpraktischer Studiengang, im Mittelpunkt steht die wissenschaftlich-analytische Beschäftigung mit literarischen Texten, mit Werken der bildenden Kunst und mit unterschiedlichen Medien (Film, TV, Internet, Fotografie, Spiele u.a.) sowie die Frage, wie diese verschiedenen Formen von Kulturproduktion miteinander in Beziehung stehen. Studienbegleitend gibt es die Möglichkeit, diese Kenntnisse in Praxisseminaren zu erproben und auszubauen.

Hier eine kurze Übersicht über private Anbieter:

SAE Institute GmbH

<https://www.sae.edu/deu/de>

Visual FX & 3D Animation

Professional Media Creation

Visual Effects Animation

Visual FX & 3D Animation (Diplom)

mAHS, media Akademie – Hochschule Stuttgart

www.media-hs.de

Studiengang Animation-Design [Bachelor]

Macromedia

<https://www.macromedia-fachhochschule.de>

Studiengang Illustration [Bachelor]

Studiengang Kommunikationsdesign [Bachelor]

Studiengang Mediendesign [Bachelor]

Studiengang New Media Design [Bachelor]

Studiengang Game Design [Bachelor]

AKAD Bildungsgesellschaft mbH

www.akad.de

Studiengang Digital Engineering und Angewandte Informatik

- berufsbegleitendes Fernstudium [Bachelor]

SRH Campus Heidelberg

<https://www.srh.de/de/>

Studiengang Crossmedia Design [Bachelor]

Studiengang Virtuelle Realitäten [Bachelor]

Lazi Akademie gGmbH

<https://www.lazi-akademie.de>

Staatlich anerkannte/r Mediendesigner/in - Film und

Audiovision

Staatlich anerkannte/r Mediendesigner/in - Digital und Print

Merz Akademie

Hochschule für Gestaltung, Kunst und Medien, Stuttgart

<https://www.merz-akademie.de>

Bachelorstudiengang – Gestaltung, Kunst und Medien

– Visuelle Kommunikation

– Crossmedia Publishing

– Theorie

– Film und Video

– New Media

Masterstudiengang – Forschung in Gestaltung, Kunst und

Medien

Quellen:

<https://www.studieren-in-bw.de>

<https://www.studieren-in-bw.de/waehrend-des-studiums/hochschulen-in-baden-wuerttemberg/>

<https://www.studieren-in-bw.de/waehrend-des-studiums/hochschulen-in-baden-wuerttemberg/universitaeten/>

<https://www.hochschulen-bw.de/home.html>

Websites der Ausbildungseinrichtungen (in zum Teil gekürzter Form, ohne Anspruch auf Vollständigkeit)

Animation als Beispiel für eine erfolgreiche Clusterentwicklung in der Region Stuttgart und Baden-Württemberg

Die Autoren der Studie



Prof. Jan Adamczyk
seit 2018 Professor für CGI for VFX an der Hochschule der Medien Stuttgart, Studiengang

Audiovisuelle Medien, aktives Mitglied in der Deutschen Filmakademie, aktives Mitglied in der Deutschen Akademie für Fernsehen, Board of Managers der Visual Effects Society Germany (VES), Mitglied der MFG-Jury Filmförderung -Drehbuch / Produktionsvorbereitung / Produktion, Berufserfahrung über 10 Jahre in der nationalen und internationalen VFX und Animationsbranche, zuletzt als VFX Supervisor bei Trixter, Studium an der Hochschule der Medien Stuttgart.



Matthias Berlinghof
Deutsche Bank AG, zuletzt Direktor Firmenkunden, bis 2013 Kreissparkasse

Ludwigsburg, zuletzt stv. Vorstandsmitglied und Geschäftsführer S-Wagnis und Beteiligungskapital GmbH, Jurymitglied Cyber One Award, bwcon Stuttgart bis Februar 2019 Vorstandsmitglied, von 2013- Februar 2019 Vorsitzender im Förderverein der Filmakademie Baden-Württemberg, Ludwigsburg.



Prof. Dr. rer. nat. Bernhard Eberhardt
seit 2001 Professor für Computeranimation und Computergraphik im

Studiengang audiovisuelle Medien an der Hochschule der Medien Stuttgart, seit 2012 Sprecher des kooperativen Promotionskollegs „Digital Media“ des Landes Baden-Württemberg zwischen den Universitäten Stuttgart und Tübingen sowie der Hochschule der Medien, Vorsitzender des Media Solution Centers e. V.,

Promotion in Mathematik an der Universität Tübingen, daselbst Habilitation und Verleihung der Lehrbefugnis, *venia legendi*, im Fach Informatik, Studium der Mathematik an der University of Massachusetts (M.Sc.) und der Eberhard Karls-Universität Tübingen (Diplom).



Prof. Dr. Sabiha Ghellal
Professorin für Experience und Game Design an der Hochschule der Medien Stuttgart.

In ihrer Forschung beschäftigt sie sich mit neuen Interaktions- und Experience Design Ideen und wie diese in immersive und virtuelle Welten übertragen werden können. Mit über 15 Jahren internationaler Berufserfahrung in Berlin, London und New York, unter anderem als Managerin Research und Innovation bei Sony Europe, verfügt Sie über weitreichende praktische Erfahrungen in Kunst- und Kulturbetrieben sowie kommerziellen internationalen Produktionen.



Jens Gutfleisch
seit 2016 Leitung der Film Commission Region Stuttgart, seit 2012 Abteilung

Kreativwirtschaft der Wirtschaftsförderung Region Stuttgart GmbH (WRS) mit Fokus auf Games und interaktive Medien, Studium Medien- und Kommunikationswissenschaft an der Universität Mannheim.



Rolf Heiler
seit 2018 Chief Digital Officer der Stadt Ludwigsburg, seit 2015 Vorstand

Förderverein der Filmakademie Baden-Württemberg, seit 2014 Mitglied der Caligari-Jury der Filmakademie Baden-Württemberg, 2013 Gründung der Cinecore Motion Pictures GmbH,

2012 Akquisition der Heiler Software AG durch die Informatica Corp., USA, 2007 Aufnahme im Präsidium der IHK Region Stuttgart, 2000 Börsenerstnotierung der Heiler Software AG, 1987 Gründung Heiler Software GmbH.



Prof. Volker Helzle
seit 2013 Honorarprofessor Filmakademie Baden-Württemberg, verantwortlich für

Research & Development sowie Senior Lecturer for the Postgraduate Technical Director Course am Animationsinstitut der Filmakademie Baden-Württemberg, Mitglied des Organisationskomitees der FMX Conference, seit 2003 Filmakademie Filmakademie Baden-Württemberg von 2000 – 2003 Eyematic Interfaces (heute Teil des Google- Konzern), Kalifornien, HDM Stuttgart (Dipl. Ing. AV-Medien).



Christian Hünemörder
Unternehmensberater, freier Produzent und Herstellungsleiter u.a. „Messners Alpen“,

„Sagenhafter Südwesten“, „Laible und Frisch – Do goht dr Doig“, Werbe- und Imagefilme, zahlreiche internationale Filmpreise.



Prof. Andreas Hykade
seit 2015 Direktor des Animationsinstituts der Filmakademie Baden-Württemberg,

Conference Chair der FMX – Conference on Animation, Effects, Games and Immersive Media, freier Animationsfilmer mit Auszeichnungen auf über 100 Festivals, Filmografie: „Ring of Fire“, „The Runt“, „Love & Theft“, „Nuggets“, „TOM und das Erdbeermarmeladebrot mit Honig“, u.a.

www.hykade.de



Stefanie Larson
seit 2016 Leiterin des Animation Media Cluster Region Stuttgart AMCRS, zusammen mit ihrem

Mann leitet Stefanie Larson ein Büro für Architektur und Markenarchitektur, Studium Internationale Wirtschaft in Frankreich und Psychologie in Tübingen Interdisziplinäre Projekte in den Bereichen Unternehmenskommunikation, Markenkommunikation und Markenarchitektur.

Referenzen: Projekte für Mercedes-Benz, Daimler AG, SAP, Bertrand, TUI, Deutscher Pavillion Expo Zaragoza, Innenausgestaltung neue Stadtbibliothek Stuttgart, kindgerechte Innenausgestaltung neues Olgahospital Stuttgart.

Seit 2009 Dozentin an diversen Hochschulen in Deutschland im Bereich Conceptual Design und zielgruppenorientierte Konzeption.



Dittmar Lumpf
Filmakademie Baden-Württemberg, Verwaltungsleiter 1992-1998, ITFS e.V. zweiter Vorstand

Organisation und Finanzen 1994-2000, Mitinitiator Film- und Medienbörse/FMX 1994-2000, Vorstand Euro Arts Medien AG 1998 – 2005, Gründungsgeschäftsführer Elektrofilm Post Produktion GmbH 2000 – 2005, Geschäftsführer Organisation & Finanzen Film – und Medienfestival gGmbH Veranstalter Internationales Trickfilm Festival Stuttgart 2005 – 2017, Mitinitiator/Mitveranstalter Animation Production Days 2006-2017, Raumwelten Kongress 2013-2017



Prof. Dr. Alexander Roos
seit 2006 Rektor der Hochschule der Medien Stuttgart, Professor im Studiengang

Wirtschaftsinformatik an der Hochschule der Medien Stuttgart, Vorsitzender der Döpfert-Stiftung und Mitglied im Medienrat der LfK, Berufserfahrung bei der Robert Bosch GmbH und beim Fraunhofer IAO, Studium der technisch orientierten Betriebswirtschaftslehre und Promotion an der Universität Stuttgart.



Susanne Schosser
Medienmanagerin bei KirchGruppe und RTL Mediengruppe, Programmdirektorin des

Kindersenders Super RTL 1996 – 2004, Geschäftsführerin EM.Entertainment GmbH & Co. KG 2005 - 2008, Geschäftsführerin Hoffman Institut 2010 - 2013, Medienberaterin und Systemische Beraterin (DGfS), Programmebeirätin Internationales Trickfilmfestival Stuttgart ITFS



Patrick Wachowiak
Gründer und Geschäftsführer Chasing Carrots, seit 2018 Regionalvertretung für Baden Württemberg des game Bundesverbands,

2011 Gründung der Chasing Carrots KG in Stuttgart (Geschäftsführer, Projektleiter und Animationsartist), ab 2005 unexpected GmbH (Konzeption, Content Creation, Leitung Interaktive Medien, Serious Games, Kundenbetreuung), Studium Animation an der Filmakademie Baden-Württemberg in Ludwigsburg, Auszeichnungen: Internationaler Förderpreis, ITFS - Preis für den besten Abschlussfilm für „My Date from Hell“ und Animago Award 2006 „Interaktiv/Nachwuchs“ für Diplomarbeit „Beat Boys“.



Prof. Ulrich Wegenast
seit 2005 künstlerischer Geschäftsführer der Film- und Medienfestival gGmbH (Int. Trick-

film-Festival Stuttgart, Raumwelten), Honorarprofessor an der Filmuniversität Babelsberg, Lehraufträge HFG Karlsruhe, Freie Kunstakademie Nürtingen, Staatliche Akademie der bildenden Künste Stuttgart und der Merz Akademie Stuttgart, Berater u.a. für Schirn Kunsthalle Frankfurt, Filmfest München und documenta Veranstaltungen GmbH, Produzent



Robin Wenk
Gründer und Gesellschafter Lightshape GmbH & Co. KG seit der Gründung 2007,

seit 2011 mitverantwortlich, Lightshape als einen der Pioniere der digitalen Realität im industriellen Umfeld zu positionieren, Co-Organisator der jährlich stattfindenden XR- Expo. Das Tech Event bietet Dienstleistern, Produzenten, Anwendern und Interessierten eine Plattform um sich fachlich über Virtual, Mixed und Augmented Reality zu informieren, austauschen und zu netzwerken. Architekturstudium Universität Stuttgart und California Polytechnic State University

Impressum

Herausgegeben von
BAF Medienconsulting
Dittmar Lumpp und **Susanne Schosser**

Autoren:
Prof. Jan Adamczyk, Matthias Berlinghof,
Prof. Dr. Bernhard Eberhardt, Prof. Dr. Sabiha Ghellal,
Jens Gutfleisch, Rolf Heiler, Prof. Volker Helzle,
Christian Hünemörder, Prof. Andreas Hykade,
Stefanie Larson, Dittmar Lumpp, Prof. Dr. Alexander Roos,
Susanne Schosser, Patrick Wachowiak,
Prof. Ulrich Wegenast, Robin Wenk

Textbeiträge © der Texte bei den Autoren

Recherche:
Christian Hünemörder

Lektorat und Schlussredaktion
Susanne Schosser

Grafische Gestaltung
Gesine Stürner-Cantz

Druck und Bindung
Henkel GmbH Druckerei
Motorstraße 36, 70499 Stuttgart

Auflage **250**

Diese Studie wurde beauftragt von der
Wirtschaftsförderung der Region Stuttgart

