

DIE GAMES-BRANCHE IN BAYERN 2025

Durchgeführt von:

GOLDMEDIA

Im Auftrag von:

**MEDIEN.
BAYERN**

ÜBER DIE STUDIE

ZIELSETZUNG

Ziel der vorliegenden Studie ist eine umfassende, datenbasierte Analyse des Games-Markts in Bayern. Sie soll die wirtschaftliche Bedeutung der Branche sichtbar machen, zentrale Trends und Entwicklungen herausarbeiten und bestehende wie zukünftige Herausforderungen systematisch identifizieren. Ergänzend zur quantitativen Marktabbildung werden qualitative Perspektiven von Unternehmen und relevanten Stakeholdern einbezogen, um ein realistisches und fundiertes Gesamtbild der Strukturen, Dynamiken und Potenziale des Standorts zu zeichnen. Die Studie dient als strategische Grundlage für weitere Fördermaßnahmen sowie Vernetzungsangebote für die bayerische Games-Branche untereinander und über Branchengrenzen hinaus. Auftraggeberin der Studie ist die Medien.Bayern GmbH mit ihren Initiativen Games/Bavaria und XPLR: MEDIA in Bavaria. Die Studie wurde durch den FFF Bayern unterstützt und durch den Freistaat Bayern finanziell gefördert.

METHODIK

Die Studie stützt sich auf zwei empirische Erhebungsbausteine: Exklusiv für die vorliegende Studie der Medien.Bayern wurde im Zeitraum vom 07.10. bis 31.10.2025 eine bayernweite Befragung durchgeführt, an der sich $n=67$ Akteure der bayerischen Games-Branche beteiligt haben. Im Mittelpunkt standen Unterstützungs- und Fördermaßnahmen sowie zentrale Standortfaktoren für den Games-Standort Bayern. Die Rücklaufquote lag bei 23 %

bezogen auf eine Grundgesamtheit von $N=295$ Akteuren in der bayerischen Games-Branche. Die Befragung richtete sich an Games-Unternehmen und Selbstständige sowie weitere relevante Stakeholder, u. a. Hochschulen und Presse. Die Ergebnisse dieser Erhebung bilden die Grundlage für den zweiten Teil dieser Studie.

Zudem erfolgte eine quantitative Datenanalyse bayerischer Games-Unternehmen auf Basis der von Goldmedia im Rahmen der bundesweiten Games-Studie 2025 erhobenen Daten. Die Games-Studie 2025 ist ein Projekt des game – Verband der deutschen Games-Branche e. V. und wird gefördert durch das Bundesministerium für Forschung, Technologie und Raumfahrt (BMFTR). Die zugrunde liegende Unternehmensbefragung wurde zwischen dem 29.04. und 15.06.2025 durchgeführt und umfasste $n=71$ teilnehmende Unternehmen aus dem erweiterten bayerischen Games-Kernmarkt (Entwickler, Publisher und Games-bezogene Dienstleister). Für Bayern ergibt sich eine Rücklaufquote von 32 % bei einer Grundgesamtheit von $N=223$ identifizierten Unternehmen. Als Referenzjahr für die Befragung wurde das Jahr 2024 gewählt. Die Analysen bilden den ersten Teil der vorliegenden Studie.

Darüber hinaus wurden zehn leitfadengestützte Tiefeninterviews mit ausgewählten Branchenexpertinnen und -experten geführt. Diese fanden im November und Dezember 2025 statt. Ergänzt wurden die empirischen Erhebungen durch eine umfangreiche Sekundärdatenrecherche.

INHALT

EXECUTIVE SUMMARY	04
TEIL 1: WIRTSCHAFTLICHE SITUATION IM GAMES-MARKT BAYERN	07
Unternehmensstruktur	09
Umsatz, Rendite & Kosten	16
Beschäftigungssituation	21
Games-Entwicklung	29
TEIL 2: UNTERSTÜTZUNGSMABNAHMEN, FÖRDERUNG & STANDORTFAKTOREN	33
Nutzung & Bedeutung der Games-bezogenen Angebote von Medien.Bayern	36
Nutzung & Bedeutung der Förderangebote des FFF Bayern	42
Zusätzliche Unterstützungsmaßnahmen	49
Standortbewertung	56
Standort-Entwicklung & SWOT-Analyse	61
HANDLUNGSEMPFEHLUNGEN & FAZIT	66



EXECUTIVE SUMMARY

EXECUTIVE SUMMARY: TEIL 1 – WIRTSCHAFTLICHE SITUATION

UNTERNEHMEN UND MARKTSTRUKTUR

- Die bayerische Games-Branche umfasst Mitte 2025 im erweiterten Kernmarkt 223 Unternehmen, davon 190 im Bereich Entwicklung und Publishing sowie rund 30 Games-spezifische Dienstleister. Hinzu kommen im erweiterten Markt rund 100 Akteure u. a. Agenturen, Verlage, und Bildungseinrichtungen. Insgesamt zählen zum Games-Ökosystem rund 320 Akteure.
- Die bayerische Games-Branche ist durch eine, vielfältige, eher kleinteilige und unabhängige Struktur geprägt. Bayern vereint rund 19 % aller Games-Unternehmen in Deutschland und ist nach Berlin der zweitgrößte Standort nach Unternehmensanzahl.
- Drei Viertel der Studios beschäftigen weniger als zehn Mitarbeitende. Großunternehmen existieren nicht, dafür nehmen mittlere Unternehmensgrößen im bundesweiten Vergleich eine überdurchschnittlich wichtige Rolle ein.

UMSATZ

- Der Branchenumsatz belief sich 2024 auf rund 347 Mio. EUR und damit auf etwa 9 % des gesamtdeutschen Marktvolumens.
- Die Umsatzverteilung ist auch in Bayern konzentriert, fällt jedoch weniger stark zugunsten weniger Großakteure aus als im Bund. In Bayern zeigt sich hingegen ein ausgeprägter Mittelbau als bundesweit: Unternehmen mit Umsätzen zwischen 1 und 25 Mio. EUR generieren 38 % des Branchenumsatzes, bundesweit liegt ihr Anteil bei nur 19 %.

BESCHÄFTIGUNG

- Insgesamt sind rund 2.080 Beschäftigte in der bayerischen Games-Branche (erweiterter Kernmarkt) tätig, davon ca. 90 % in Entwicklung und Publishing. Damit sind in Bayern rund 14 % der deutschen Games-Beschäftigten tätig.
- Der größte Anteil (75 %) der Beschäftigten ist sozialversicherungspflichtig angestellt, der Frauenanteil an den Beschäftigten der bayerischen Games-Branche liegt bei etwa 28 %. Rund 17 % der Beschäftigten haben eine nicht-deutsche Staatsangehörigkeit.
- Ein erheblicher Teil der Games-Beschäftigten in Bayern entfällt auf den Raum München und Oberbayern. Darüber hinaus existieren mehrere weitere regionale Schwerpunkte u. a. in Ober- und Mittelfranken und der Oberpfalz.

GAMES-ENTWICKLUNG

- Bayerische Entwickler produzieren überdurchschnittlich häufig (zu 88 % gegenüber 79 % im Bund) Games für PC und Konsole. Mobile spielt eine vergleichsweise geringe Rolle. Bei XR liegt Bayern mit 21 % deutlich über dem Bundeswert von 16 %.
- Die Produktions- und Budgetstruktur der bayerischen Games-Branche ist eng mit der kleinteiligen Unternehmenslandschaft verknüpft. Die Budgets der bayerischen Produktionen sind so auch vergleichsweise gering. Der Anteil höher budgetierter Projekte ab 300.000 EUR liegt mit 27 % unter dem Vergleichswert von 35 % in Deutschland.

EXECUTIVE SUMMARY: TEIL 2 – MAßNAHMEN UND STANDORTFAKTOREN

UNTERSTÜTZUNGSANGEBOTE VON MEDIEN.BAYERN

- Die Games-bezogenen Unterstützungsangebote von Medien.Bayern besitzen für die befragten Unternehmen eine hohe praktische Relevanz. Vor allem die Community-orientierten Formate von Games/Bavaria wie der Discord-Server erhalten hohe Reichweiten – 69 % nutzen ihn.
- Von je rund zwei Drittel der Befragten werden die GG Bavaria und lokale Meetups besucht. Beratungsleistungen sowie DIE GAMEREI in München werden jeweils von rund einem Drittel der Befragten in Anspruch genommen und sind insgesamt gut bekannt.

FÖRDERUNG DES FFF BAYERN

- Die Förderangebote des FFF Bayern sind fest im Markt verankert: Die Förderungen in den Bereichen Konzeptentwicklung, und Prototypenentwicklung sind nahezu allen befragten Games-Entwicklern bekannt. Jeweils rund die Hälfte haben sie bereits in Anspruch genommen.
- Auch die Produktionsförderung ist im Markt überwiegend bekannt, wird bislang jedoch in geringerem Maße genutzt.
- 72 % der befragten Fördernehmenden bewerten die Förderung als wichtig oder sehr wichtig für die Umsetzung ihrer Projekte, 61 % sehen sie als zentralen Standortfaktor für Bayern. Damit nimmt die Förderung für einen Großteil der Studios eine tragende Rolle bei der wirtschaftlichen Absicherung projektbasierter Entwicklung ein.

STANDORTBEWERTUNG

- Neben der Lebensqualität wird in Bayern insbesondere die Länderförderung überwiegend (von rund zwei Drittel der Befragten) positiv bewertet, während sie bundesweit deutlich verhaltener eingeschätzt wird. Auch Ausbildungssituation, technische Infrastruktur und wirtschaftliches Umfeld schneiden in Bayern klar besser ab als im Bundesdurchschnitt und werden mehrheitlich positiv beurteilt. Als wichtiges Alleinstellungsmerkmal wird zudem häufig die sichtbar große politische Rückendeckung genannt.
- Personal- und Betriebskosten werden in Bayern hingegen sehr kritisch beurteilt, im Bundesvergleich jedoch noch negativer eingeschätzt.

STANDORTENTWICKLUNG

- Die Erwartungen der bayerischen Games-Unternehmen zeichnen ein gemischtes, aber tendenziell positives Bild. Als zentrale Wachstumstreiber werden der Abbau bürokratischer Hürden sowie eine steuerbasierte Bundesförderung genannt. Zudem gelten der Einsatz von KI in der Games-Entwicklung sowie der Ausbau technischer Infrastruktur als Markttreiber.
- Für die Standortentwicklung ist aus Sicht der Studios vor allem die langfristige Verlässlichkeit und Planbarkeit von Förder- und Unterstützungsangeboten entscheidend, um unternehmerische Risiken besser kalkulieren und strategische Entscheidungen über einzelne Projekte hinaus treffen zu können.



**TEIL 1:
WIRTSCHAFTLICHE
SITUATION IM GAMES-
MARKT BAYERN**

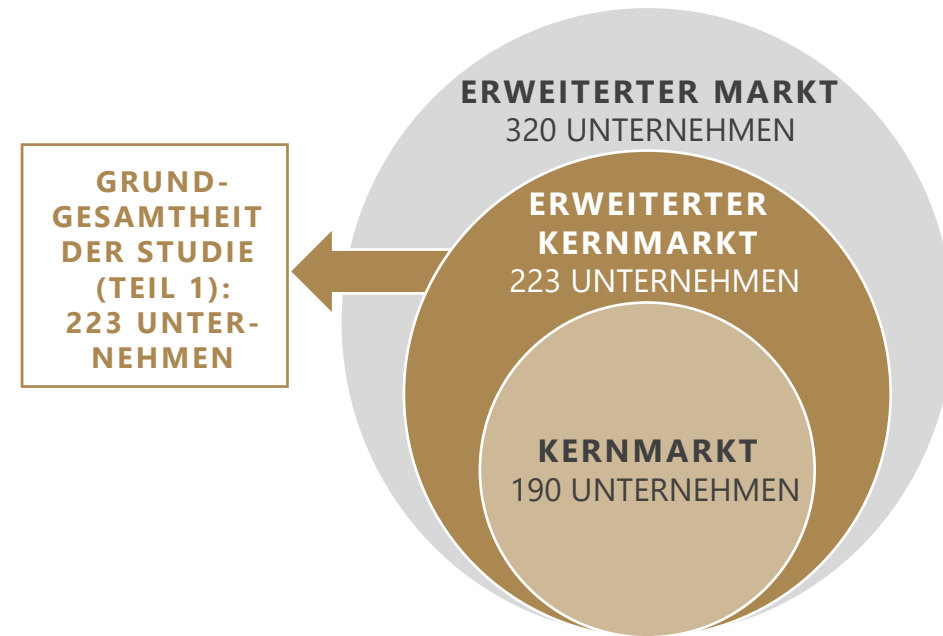
MARKTSTRUKTUR DER BAYERISCHEN GAMES-BRANCHE

Zum Zeitpunkt der Erhebung dieser Studie (Stand: 06/2025) sind in Bayern 190 Unternehmen in der Entwicklung und Veröffentlichung von Games, dem Kernmarkt der bayerischen Games-Branche, tätig.

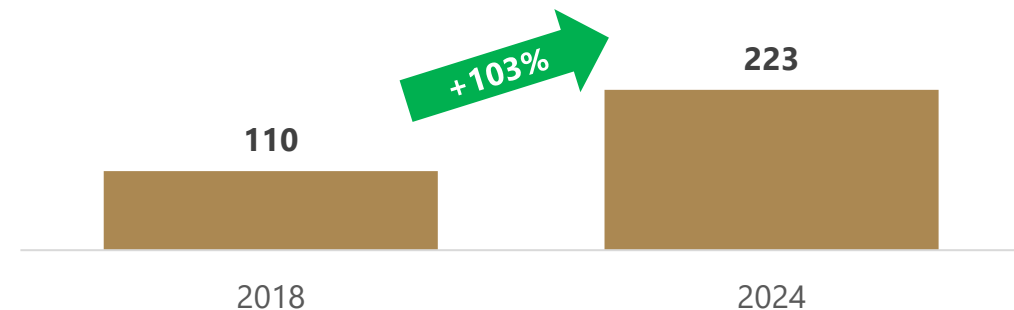
Ergänzend dazu existieren rund 30 Unternehmen, die sich vorwiegend auf Games-spezifische Dienstleistungen spezialisiert haben, etwa in den Bereichen Lokalisierung, Sounddesign, Motion Capturing oder E-Sport. Gemeinsam bilden die Unternehmen aus den Bereichen Entwicklung, Publishing und Games-spezifischen Dienstleistungen den erweiterten Kernmarkt, der, Stand 06/2025, 223 Unternehmen umfasst. Die Zahl der Unternehmen im erweiterten Kernmarkt hat sich damit seit der letzten Erhebung mit Stand 2018 (110 Unternehmen) verdoppelt. Der erweiterte Kernmarkt bildet die Grundlage für die Analyse der wirtschaftlichen Kennzahlen der Games-Unternehmen.

Darüber hinaus umfasst das bayerische Games-Ökosystem rund 100 weitere Akteure. Hierzu zählen u. a. Agenturen, Verlage, Händler, Hardwarehersteller, Hochschulen sowie öffentliche Einrichtungen. Insgesamt besteht der bayerische Games-Markt somit aus rund 320 Unternehmen.

ZAHL DER UNTERNEHMEN IM BAYERISCHEN GAMES-MARKT,
STAND: 06/2025



ENTWICKLUNG DER ANZAHL DER GAMES-UNTERNEHMEN IM ERWEITERTEN KERNMARKT IN BAYERN, 2018 BIS 2024,
STAND: 06/2025





UNTERNEHMENS- STRUKTUR

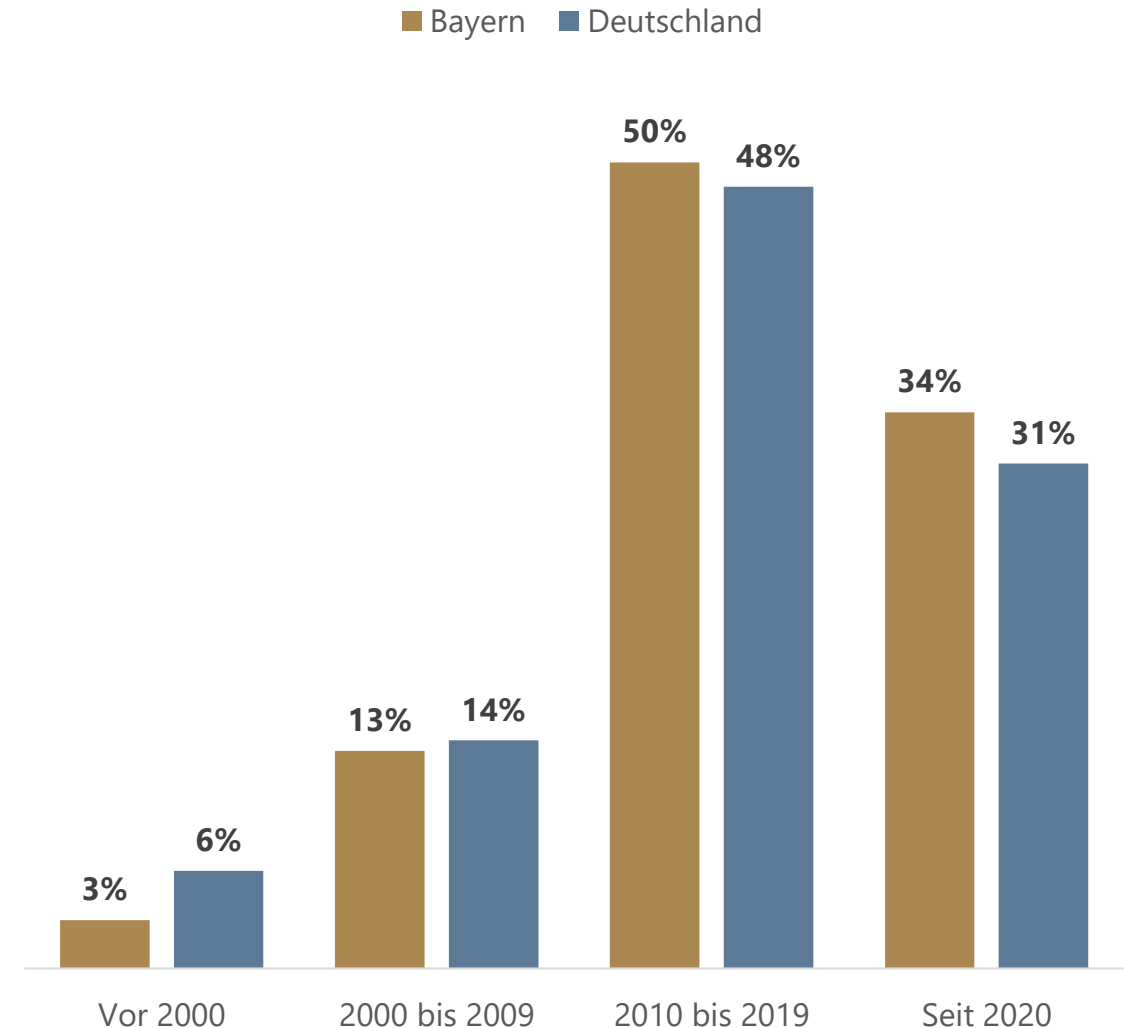
GAMES-UNTERNEHMEN NACH GRÜNDUNGSJAHR

VERTEILUNG DER GAMES-UNTERNEHMEN IM ERWEITERTEN KERNMARKT NACH GRÜNDUNGSJAHR, STAND: 06/2025

Die Games-Branche in Bayern zeichnet sich durch eine besonders hohe Gründungsaktivität aus. Das Wachstum der Unternehmenszahl liegt mit +103 % zwischen 2018 und 2025 (Stand: 06/2025) sogar über dem bundesweiten Durchschnitt von 95 %.

Der Games-Standort Bayern wächst dabei vor allem durch zahlreiche neue, überwiegend kleinere Studios sowie durch regionale Hubs auch außerhalb Münchens.

84 % der Unternehmen wurden seit 2010 gegründet, etwa ein Drittel seit 2020. Das Durchschnittsalter der Games-Unternehmen im bayerischen Markt liegt zum Zeitpunkt der Erhebung mit 9,4 Jahren auf dem gleichen Niveau wie der bundesweite Schnitt (9,3 Jahre).

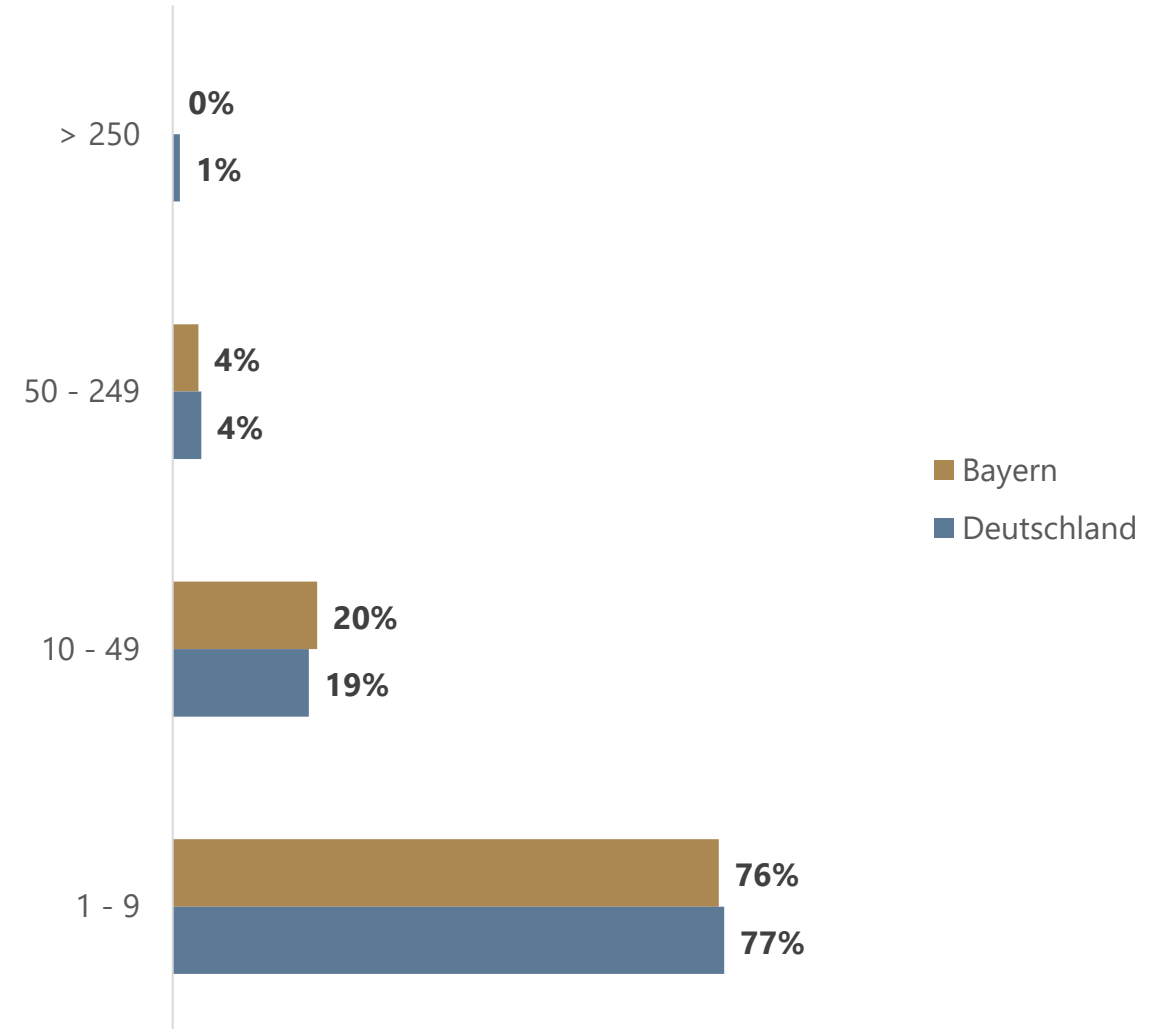


GAMES-UNTERNEHMEN NACH BESCHÄFTIGTENANZAHL

Die Größenstruktur der Games-Unternehmen in Bayern unterscheidet sich 2024 in weiten Teilen nur geringfügig vom bundesweiten Bild: Die bayerische Branche ist ebenfalls überwiegend von kleinen und mittleren Studios geprägt. Sehr kleine Studios mit 1 bis 9 Beschäftigten dominieren klar und stellen sowohl in Bayern (76 %) als auch deutschlandweit (77 %) die mit Abstand größte Unternehmensgruppe. Kleine Unternehmen mit 10 bis 49 Beschäftigten machen in Bayern 20 % der Games-Unternehmen aus. Nur 4 % der Studios in Bayern gehören zur Gruppe der mittleren Unternehmen mit 50 bis 249 Beschäftigten.

In Bayern existieren keine Großunternehmen mit 250 oder mehr Beschäftigten. Diese Unternehmen tragen bundesweit jedoch erheblich zum Gesamtumsatz des Games-Marktes bei. Die Abwesenheit solcher Großunternehmen ist ein zentraler struktureller Faktor und erklärt die Unterschiede zwischen der bayerischen und der bundesweiten Marktstruktur.

VERTEILUNG DER GAMES-UNTERNEHMEN NACH BESCHÄFTIGTEN-GRÖßENKLASSEN, 2024

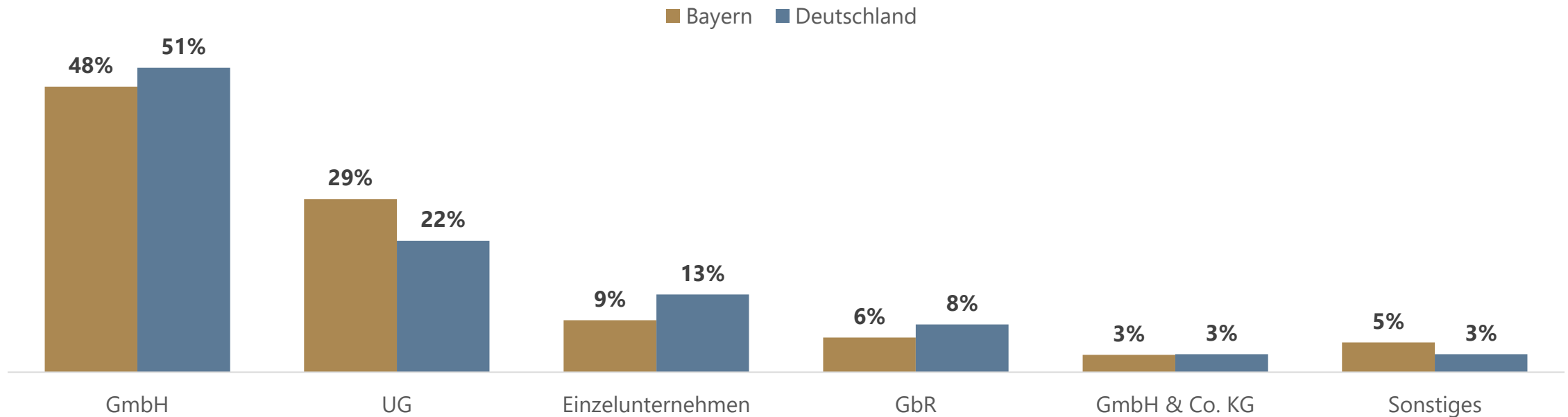


GAMES-UNTERNEHMEN NACH RECHTSFORM

Die Games-Unternehmen in Bayern 2024 firmieren etwa zur Hälfte als GmbH (48 %). UGs sind mit 29 % stärker vertreten als im bundesweiten Schnitt (22 %), während Einzelunternehmen mit 9 % seltener vorkommen. GbRs und GmbH & Co. KGs sind mit 6 % bzw. 3 % nur in geringem Umfang vertreten. Damit ist ein gegenüber dem Bundesschnitt vergleichsweise großer Teil des Marktes (44 %) in personenbezogenen Rechtsformen bzw. in Kapitalgesellschaften mit geringerer Kapitalausstattung organisiert.

Branchenübergreifend ist der Anteil der Kapitalgesellschaften in der bayerischen Games-Branche dennoch hoch: Zum Vergleich: In der deutschen Gesamtwirtschaft liegt er bei nur rund 24 %.¹

VERTEILUNG DER GAMES-UNTERNEHMEN NACH RECHTSFORM, 2024



KONZERNZUGEHÖRIGKEIT UND TOCHTERUNTERNEHMEN

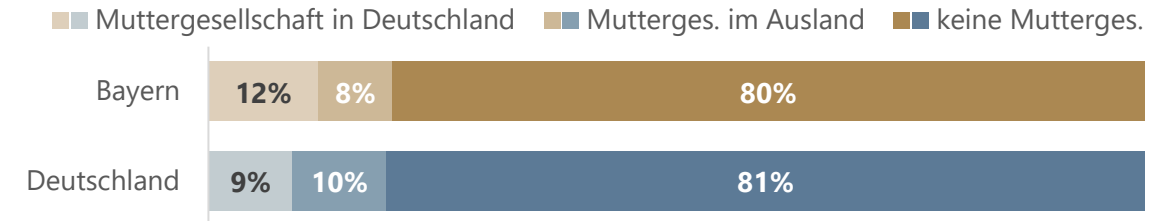
Die große Mehrheit der bayerischen Games-Unternehmen agiert unabhängig. Unternehmensbezogen liegen die Werte mit 80 % etwa auf dem Bundesniveau (81 %).

Umsatzbezogen zeigen sich jedoch deutliche Unterschiede: Auch in Bayern wird der größte Umsatzanteil (74 %) von Unternehmen mit Muttergesellschaft erzielt, davon überwiegend mit ausländischem Sitz (69 %). Der Umsatzanteil unabhängiger Unternehmen fällt mit 26 % jedoch vergleichsweise hoch aus. Bundesweit liegt dieser Anteil bei lediglich 8 %. Insgesamt entfallen bundesweit 92 % der Umsätze auf Unternehmen mit Muttergesellschaft, davon 88 % auf Unternehmen mit ausländischer Muttergesellschaft.

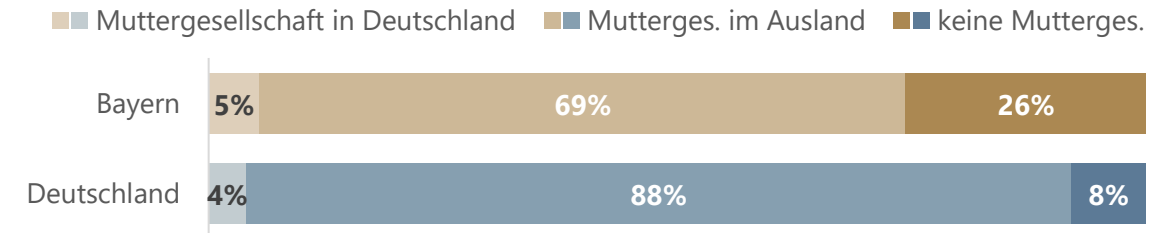
Damit unterscheidet sich die bayerische Games-Branche strukturell vom Bundesdurchschnitt: Unabhängige Studios spielen in Bayern eine größere Rolle, während bundesweit international organisierte Konzernstrukturen dominieren.

15 % der Unternehmen in Bayern verfügen über eigene Tochtergesellschaften, deutlich mehr als im Bundesdurchschnitt (10 %).

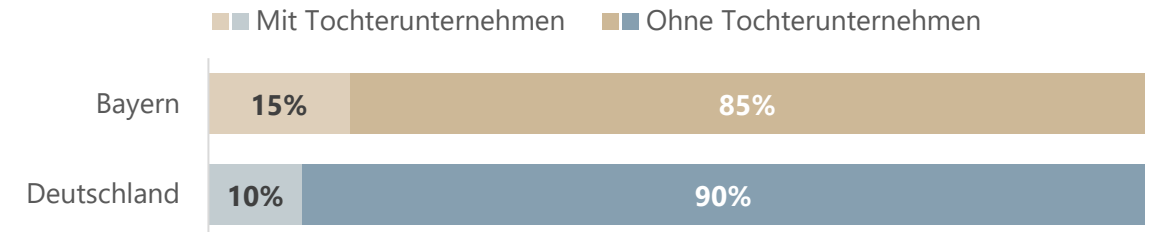
KONZERNZUGEHÖRIGKEIT DER UNTERNEHMEN 2024 (UNTERNEHMENSBEZOGEN)



KONZERNZUGEHÖRIGKEIT DER UNTERNEHMEN 2024 (UMSATZBEZOGEN)



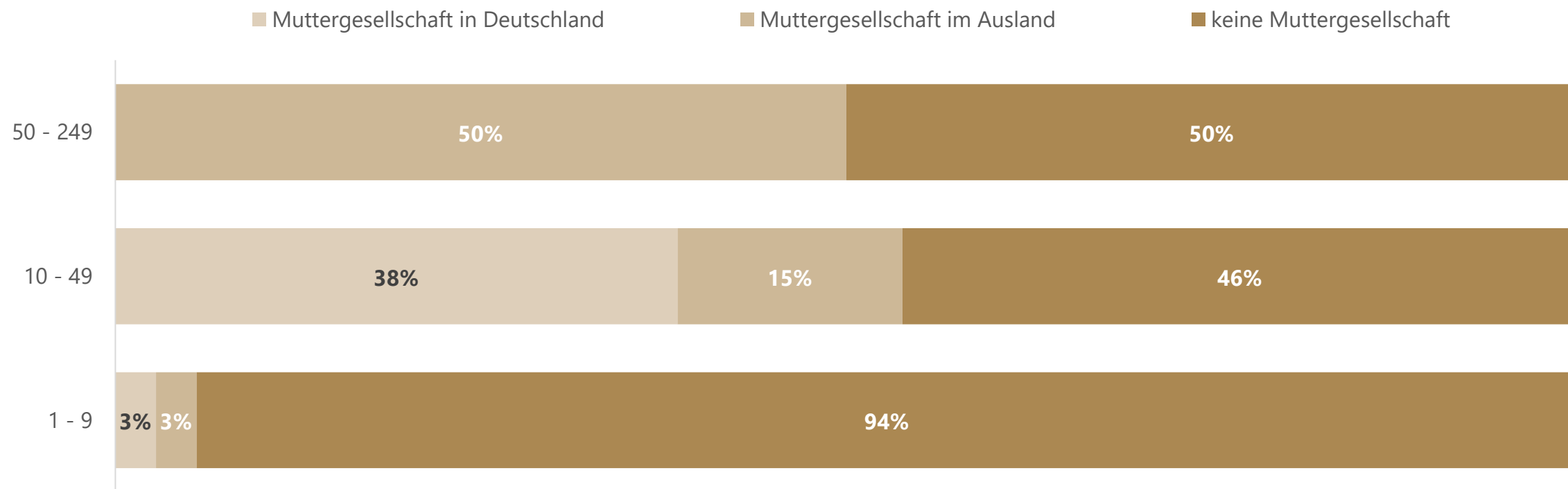
UNTERNEHMEN MIT/OHNE TOCHTERUNTERNEHMEN 2024



KONZERNZUGEHÖRIGKEIT NACH UNTERNEHMENS- GRÖÖE

Während kleine bayerische Studios überwiegend unabhängig agieren, weisen die größeren Unternehmen deutlich häufiger eine nationale oder internationale Konzernanbindung auf. Unternehmen mit 10 bis 49 Beschäftigten verfügen häufig über eine Muttergesellschaft in Deutschland. Bei Unternehmen mit mehr als 50 Beschäftigten ist die Hälfte in ausländische Konzernstrukturen eingebunden.

KONZERNZUGEHÖRIGKEIT BAYERISCHER UNTERNEHMEN UND SITZ DES MUTTERUNTERNEHMENS NACH BESCHÄFTIGTENCLUSTERN, 2025



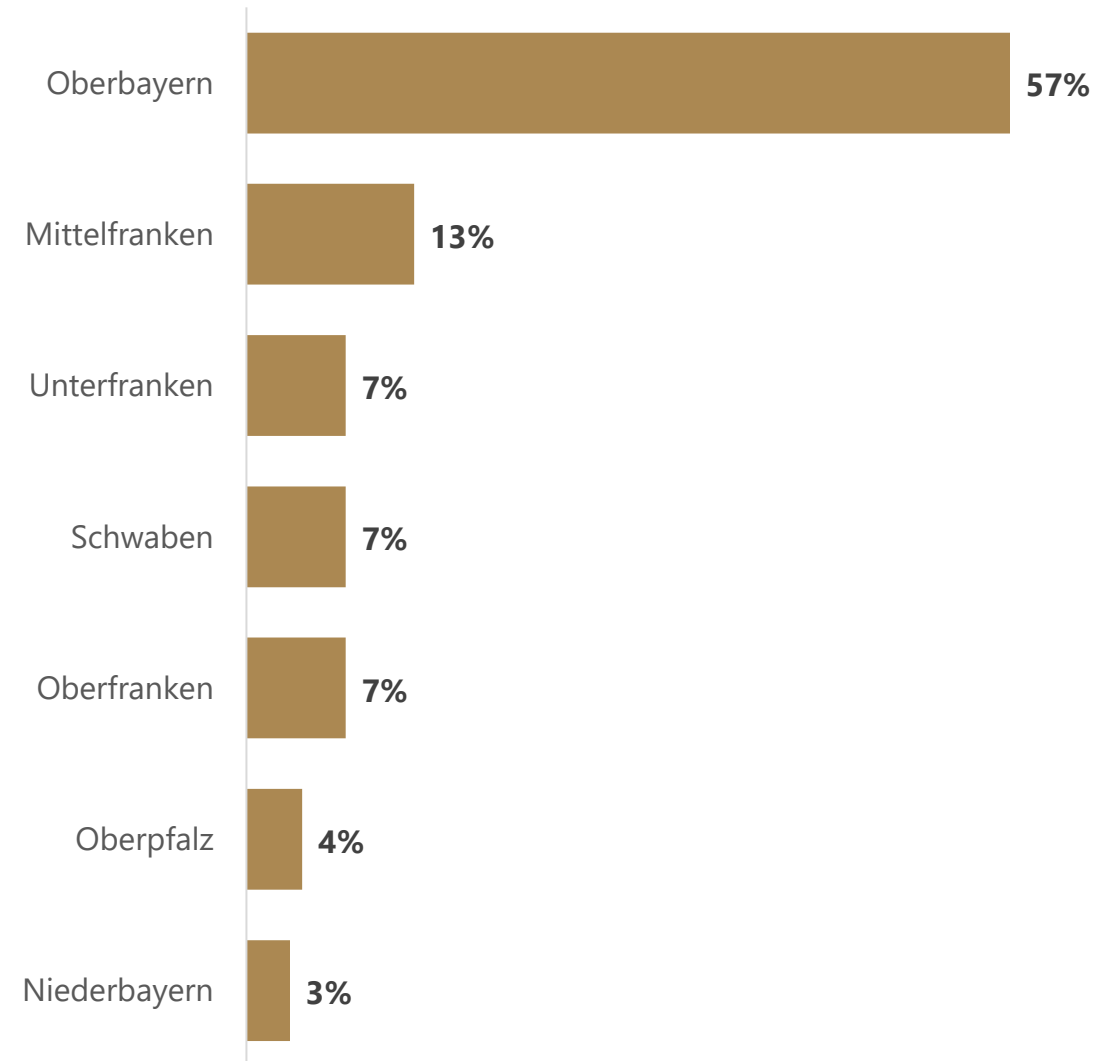
REGIONALE VERTEILUNG DER UNTERNEHMEN IN BAYERN

Den mit Abstand wichtigsten Standort für die bayerische Games-Branche bildet der Großraum München, der die größte Konzentration von Studios, Publishern und Games-spezifischen Dienstleistern aufweist. Zahlreiche Netzwerkeinrichtungen sowie verschiedene Hochschulen mit Medien-, Games- und IT-Bezug prägen die Standortstruktur darüber hinaus maßgeblich.

Weitere wichtige regionale Schwerpunkte liegen in Franken und Schwaben. Im Raum Nürnberg hat sich ein weiterer bedeutender Standort etabliert, getragen unter anderem durch die Nähe zu Hochschulen und einschlägigen Studienangeboten im Bereich Informatik, Medien und Gestaltung.

In Oberfranken sind Bayreuth und Bamberg als kleinere, aber stabile Standorte hervorzuheben, die ebenfalls von ihrer Hochschulanbindung profitieren. In Unterfranken nimmt vor allem Würzburg eine zentrale Rolle ein, während in Schwaben Augsburg den wichtigsten regionalen Ankerpunkt der Games-Branche bildet.

REGIONALE VERTEILUNG DER BAYERISCHEN GAMES-UNTERNEHMEN IM ERWEITERTEN KERNMARKT NACH HAUPTSTANDORT (REGIERUNGS-BEZIRK), 2025





UMSATZ, RENDITE & KOSTEN

UMSATZ UND UMSATZVERTEILUNG

Der Umsatz der bayerischen Games-Branche belief sich 2024 auf rund 347 Mio. EUR. Der Marktanteil am gesamtdeutschen Marktvolumen von 3,73 Mrd. EUR lag damit bei rund 9 %.

Die umsatzbezogene Struktur der Games-Branche ist auch in Bayern durch eine Konzentration auf wenige umsatzstarke Unternehmen geprägt. Diese fällt jedoch weniger stark aus als im Bundesdurchschnitt. Unternehmen mit mehr als 25 Mio. EUR Jahresumsatz spielen in Bayern eine geringere Rolle, der Umsatz verteilt sich hingegen stärker auf mittlere Unternehmensgrößen. So leisten Unternehmen mit Umsätzen zwischen 1 und 25 Mio. EUR in Bayern einen deutlich höheren Beitrag zum Branchenumsatz (38 %) als bundesweit (19 %).

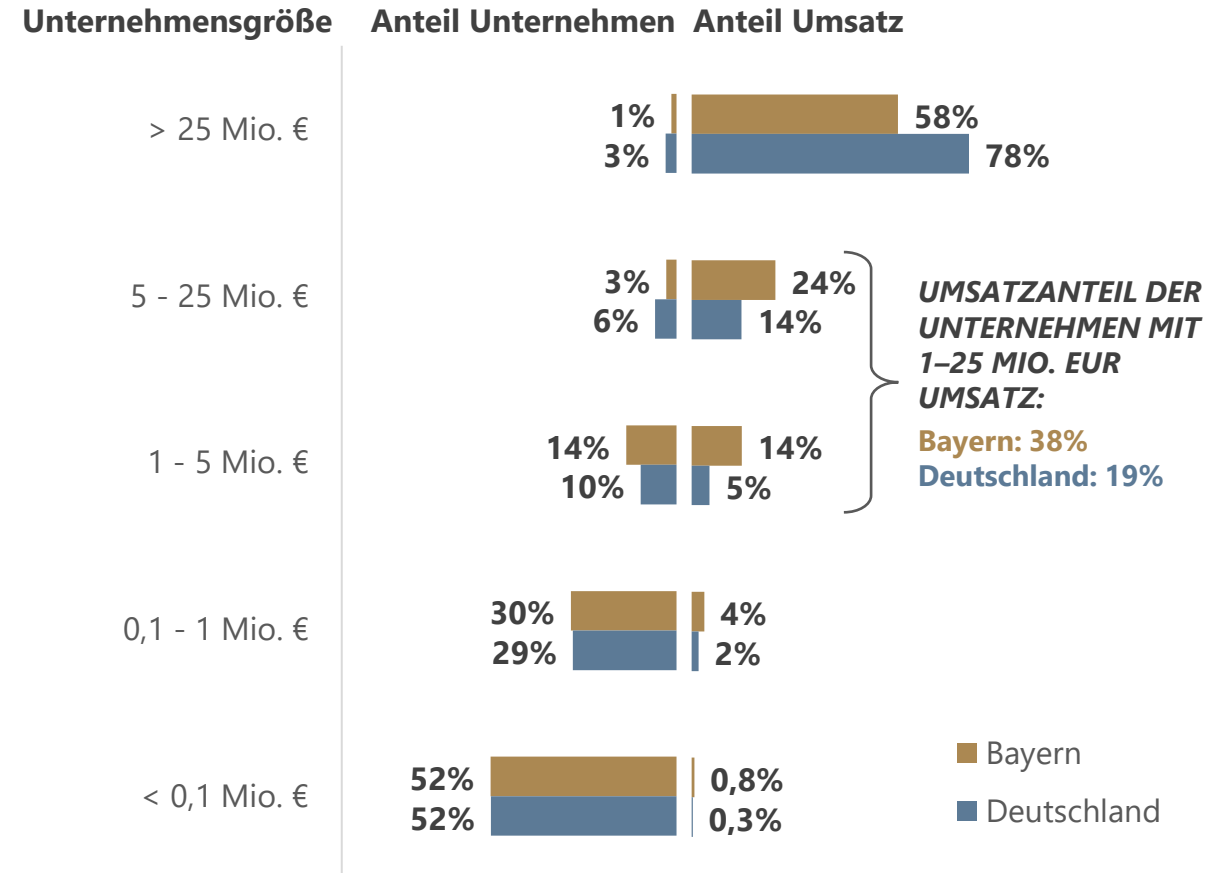
Wie auch im Bund erzielen in Bayern mehr als die Hälfte der Unternehmen Jahresumsätze unter 100.000 EUR, deren Beitrag zum Gesamtumsatz marginal ist.

Der Games-Markt weist damit auch in Bayern eine deutliche Long-Tail-Struktur auf. Diese ist jedoch weniger ausgeprägt als im Bund. Die Umsatzverteilung in Bayern ist weniger stark zugunsten großer Unternehmen verschoben als im Bundesdurchschnitt und durch einen starken Mittelbau geprägt.

VERTEILUNG DER GAMES-UNTERNEHMEN UND DES BRANCHEN-UMSATZES (UMSATZBEZOGENE AUSWERTUNG), 2024

BRANCHenumsATZ BAYERN 2024: 347 MIO. EUR¹

BRANCHenumsATZ DTL. 2024: 3,73 MRD. EUR¹



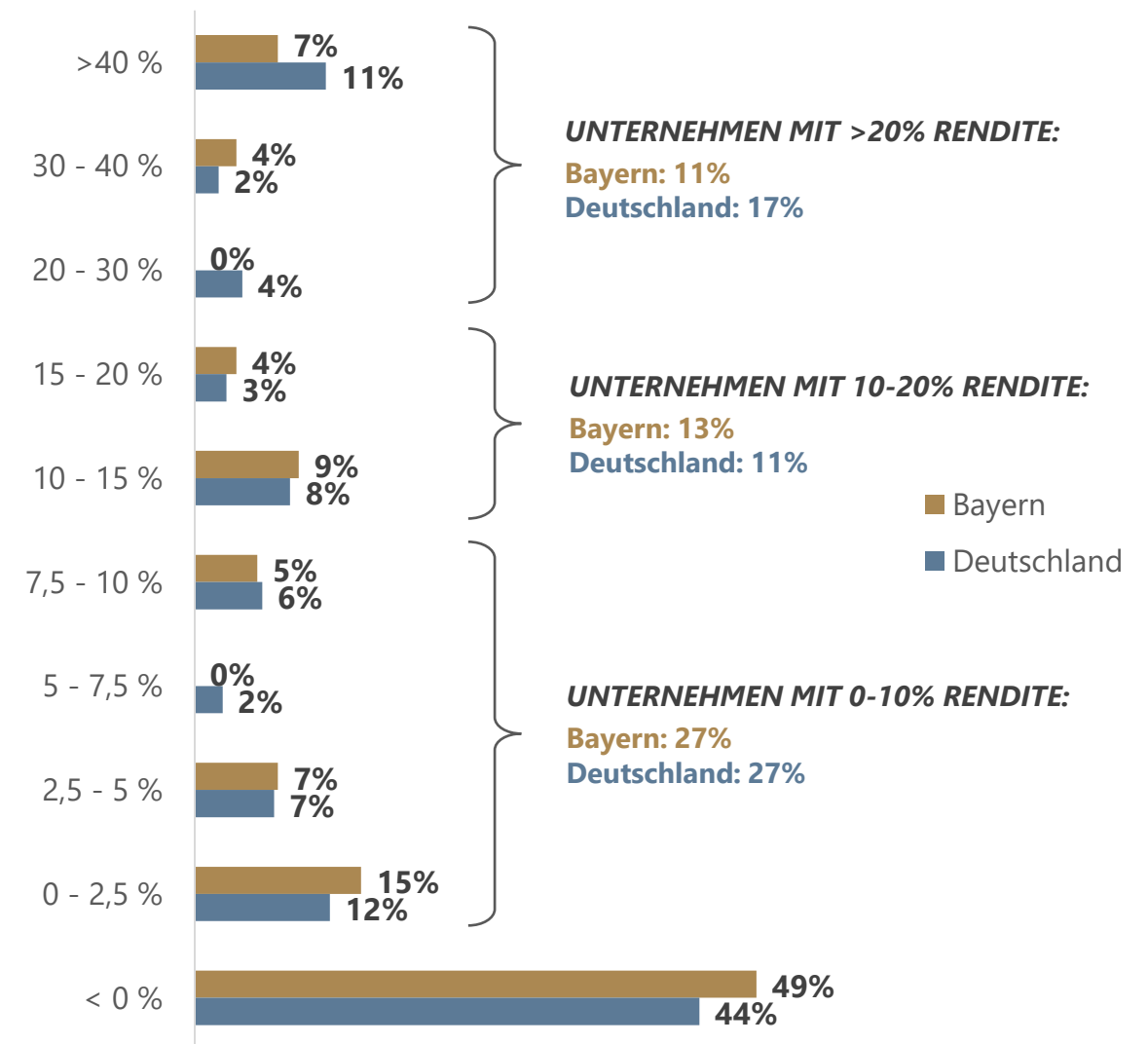
VERTEILUNG DER GAMES-UNTERNEHMEN NACH RENDITE-CLUSTERN

Die Umsatzrenditen der bayerischen Games-Unternehmen fallen 2024 insgesamt leicht schwächer aus als im Bundesdurchschnitt. In Bayern erwirtschaften 49 % der Unternehmen eine negative Rendite (bundesweit: 44 %).

11 % der Unternehmen erzielen eine Rendite von über 20 % (bundesweit: 17 %). Im mittleren Renditebereich (10–20 %) liegen die Games-Unternehmen in Bayern leicht über dem Niveau der bundesweiten Anteile. Ein hoher Anteil der bayerischen Unternehmen (27 %) erreicht, wie auch bundesweit, positive, aber niedrige Renditen bis 10 %.

Insgesamt spiegelt sich auch bei den Renditen die eher kleinteilige und unabhängige Struktur der bayerischen Games-Branche wider: Ein hoher Anteil junger und kleiner Studios geht häufiger mit niedrigen, teils noch instabilen Renditen einher, während sehr hohe Renditen seltener erzielt werden als im Bund, der insgesamt stärker durch etablierte und konzerngebundene Unternehmen geprägt ist.

UMSATZRENDITEN DER GAMES-UNTERNEHMEN, 2024



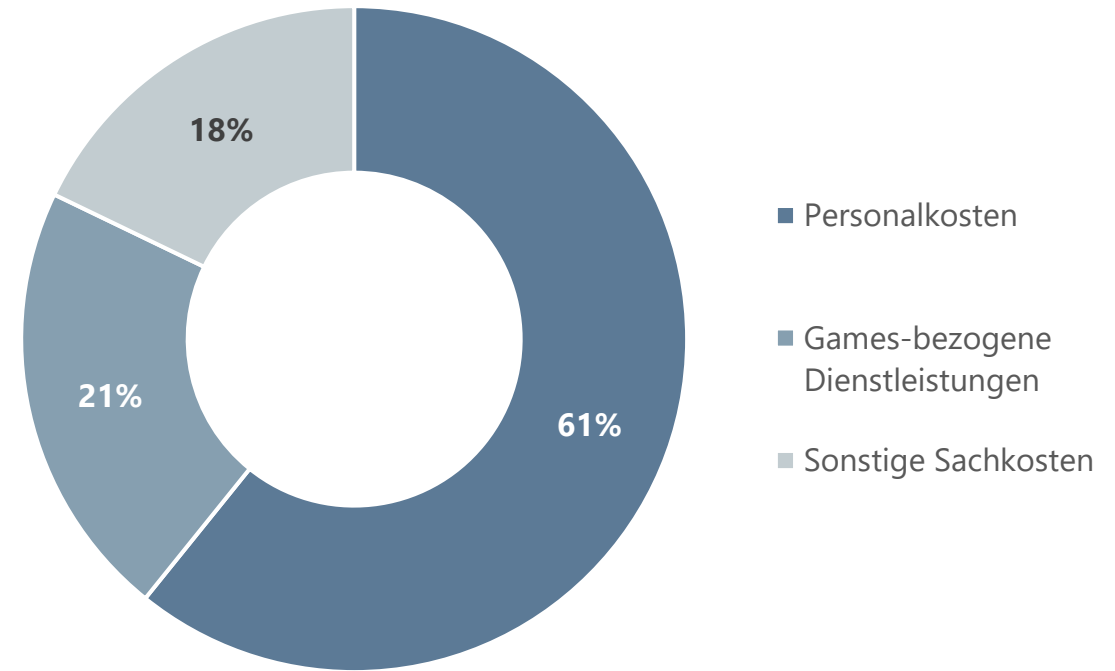
KOSTENSTRUKTUR

Im Durchschnitt entfallen unter den befragten bayerischen Games-Unternehmen 61 % der Gesamtkosten auf Personalkosten – sie stellen damit den mit Abstand größten Kostenblock in der Branche dar. Dieser liegt leicht über dem deutschlandweiten Anteil von 58 %.

Games-bezogene Dienstleistungen, die von spezialisierten Unternehmen bezogen werden, etwa in den Bereichen Lokalisierung, Audio-Produktion, Quality Assurance oder Community Management machen 21 % der Gesamtkosten aus (bundesweit: 20 %). Die verbleibenden 18 % entfallen auf sonstige Sachkosten, zu denen beispielsweise Mieten, Hardware, Softwarelizenzen oder allgemeine Betriebsausgaben zählen.

Insgesamt entfallen 23 % auf Marketingkosten (Werbung, PR, Influencer-Kooperationen, Messeauftritte, Produktion von Trailern etc.). Auch dieser Wert liegt auf dem Niveau des Anteils bei allen deutschen Games-Unternehmen (22 %). Die Marketingkosten verteilen sich auf die weiteren Kostenkategorien und werden nicht als eigenständiger Kostenblock ausgewiesen.

KOSTENSTRUKTUR DER BAYERISCHEN GAMES-UNTERNEHMEN, 2024 (UMSATZBEZOGENE AUSWERTUNG)



MULTIPLIKATOR-EFFEKTE DER BAYERISCHEN GAMES-BRANCHE

Die Bruttowertschöpfung (BWS) im bayerischen Games-Markt (erweiterter Kernmarkt) liegt 2024 nach Goldmedia-Schätzung bei rund 251 Mio. EUR. Die Beschäftigung liegt bei 2.080 Personen. Neben der direkten BWS sowie Beschäftigung in der Branche entstehen indirekte wirtschaftliche Effekte durch den Bezug von Vorleistungsprodukten sowie induzierte Effekte durch Konsumausgaben ihrer Erwerbstätigen. Durch die Berücksichtigung dieser Effekte wird die wirtschaftliche Leistung der Games-Branche umfassend abgebildet. Dies wird in Multiplikatoren ausgedrückt:

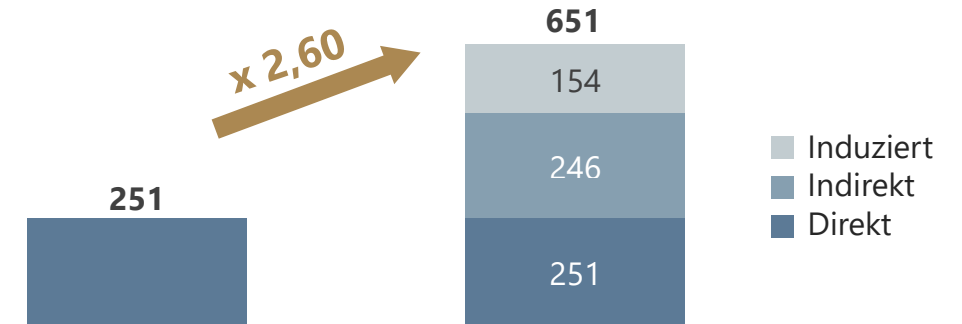
Der BWS-Multiplikator beträgt 2,60. Das bedeutet, dass 1 EUR direkte Wertschöpfung in der bayerischen Games-Branche 1,60 EUR zusätzliche Wertschöpfung in anderen Branchen auslöst.

Der Beschäftigungsmultiplikator beträgt 2,96. Das bedeutet, dass eine beschäftigte Person in der Games-Branche fast 2 (1,96) weitere Beschäftigungsverhältnisse in anderen Branchen sichert.

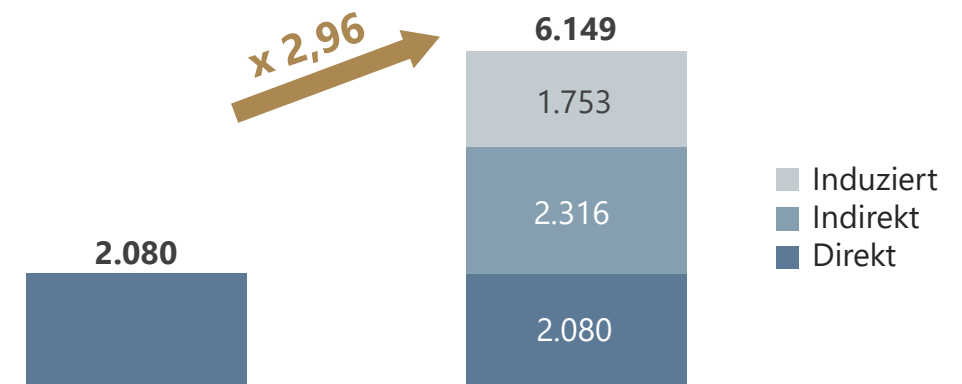
Die Multiplikatoren sind vergleichbar mit denen der bundesweiten Filmbranche (BWS: 2,55; Beschäftigte: 3,46)¹ und liegen deutlich über der Musikwirtschaft (BWS: 1,56; Beschäftigte: 1,23)² sowie der gesamten Kultur- und Kreativwirtschaft (BWS: 1,30; Beschäftigte: 1,25)³.

KUMULIERTE VOLKWIRTSCHAFTLICHE EFFEKTE DER BAYERISCHEN GAMES-BRANCHE, 2024

Direkt und indirekt erzeugte sowie induzierte BWS (in Mio. EUR)



Direkt, indirekt und induziert gesicherte sozialversicherungspflicht. Beschäftigte



Quelle: Goldmedia-Analyse 2025 auf Basis von Goldmedia-Branchenumfrage 2025, Goldmedia-Hintergrundgespräche 2025; Bundesagentur für Arbeit (o. J., Stand 2023), Destatis (2025a; Stand 2023), Destatis (2025b; Stand 2022), Destatis (2025c; Stand 2023), gamesmap.de (Stand 2023). Methodischer Hinweis: Die herangezogenen Multiplikatoren wurden durch Goldmedia für den deutschen Games-Markt 2023 berechnet (Goldmedia, 2025; Goldmedia, 2026). ¹ BITKOM (2022); ² BVMI (2024); ³ BMWK (2024).



BESCHÄFTIGUNGS- SITUATION

BESCHÄFTIGTE IM BAYERISCHEN GAMES-MARKT

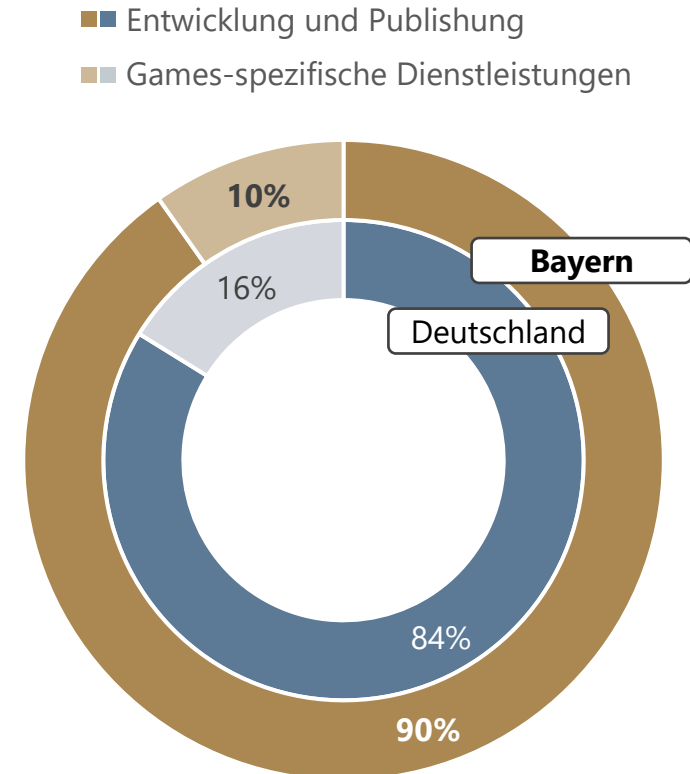
Insgesamt sind im bayerischen Games-Markt (erweiterter Kernmarkt) 2024 mehr als 2.000 Personen tätig. Der überwiegende Teil der Beschäftigten (rund 1.900) arbeitet im Bereich Entwicklung und Publishing. Damit konzentriert sich der Großteil der Beschäftigung auf den Games-Kernmarkt. Zusätzlich sind rund 200 Personen in Games-spezifischen Dienstleistungsbereichen tätig.

Zum Vergleich: Bundesweit entfallen 84 % (rund 12.400) der Beschäftigten auf den Kernmarkt und 16 % (rund 2.400) auf Games-spezifische Dienstleistungen.

VERTEILUNG DER BESCHÄFTIGTEN IM ERWEITERTEN KERNMARKT, 2024

ERWEITERTER KERNMARKT BAYERN 2024: 2.080

ERWEITERTER KERNMARKT DTL. 2024: 14.800



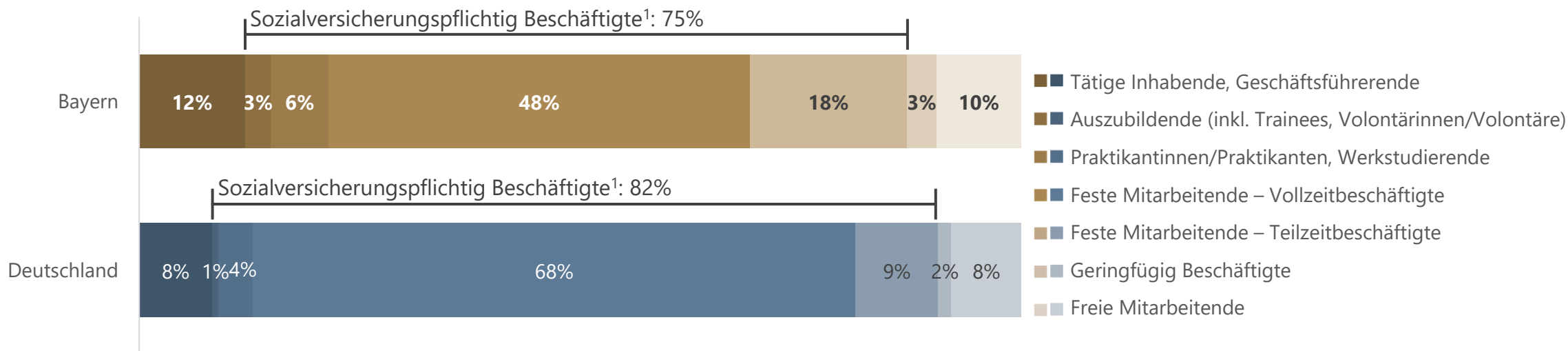
ANZAHL UND STRUKTUR DER BESCHÄFTIGTEN

Von den 2.080 Beschäftigten im erweiterten bayerischen Kernmarkt sind 75 % sozialversicherungspflichtig beschäftigt. Der Anteil der Vollzeitbeschäftigten liegt in Bayern mit 48 % klar unter dem deutschlandweiten Wert von 68 %, während Teilzeitbeschäftigte mit 18 % deutlich häufiger vertreten sind als im Bund (9 %). Zudem liegt der Anteil tätiger Inhabender und Geschäftsführender in Bayern etwas höher (12 % gegenüber 8 %), was auf eine stärker eigentümergeprägte Branchenstruktur mit einem hohen Anteil junger Kleinunternehmen zurückzuführen ist. Bayern verzeichnet außerdem etwas mehr freie Mitarbeitende (10 % gegenüber 8 %).

BESCHÄFTIGTENSTRUKTUR DER GAMES-BRANCHE, 2024

GESAMTBESCHÄFTIGTE ERWEITERTER KERNMARKT BAYERN 2024: 2.080

GESAMTBESCHÄFTIGTE ERWEITERTER KERNMARKT DTL. 2024: 14.800



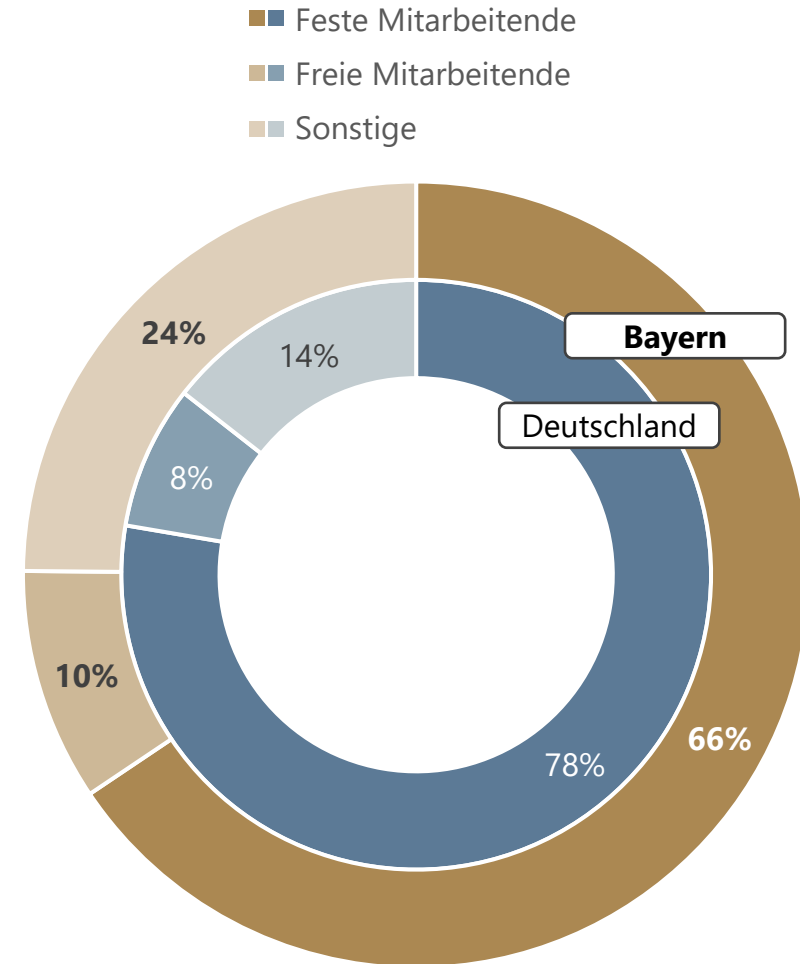
Quelle: Goldmedia-Branchemfrage 2025; Frage: „Bitte nennen Sie die Anzahl Ihrer Mitarbeitenden nach Beschäftigungsform, die am 31.12.2024 in Ihrem Unternehmen tätig waren (ohne Mutter- oder Tochterunternehmen“, n(Bayern)=51, n(Deutschland)=261. ¹ Einige Praktika sind ganz oder teilweise von der Sozialversicherungspflicht ausgenommen, z. B. Pflichtpraktika. Eine spezifische Abfrage der Art der Praktikumsverhältnisse hätte jedoch den Rahmen dieser Umfrage überstiegen.

ANZAHL UND STRUKTUR DER BESCHÄFTIGTEN

Die Beschäftigtenstruktur der Games-Branche in Bayern weist 2024 einen deutlich geringeren Anteil fester Mitarbeitender auf als der Bundesdurchschnitt.

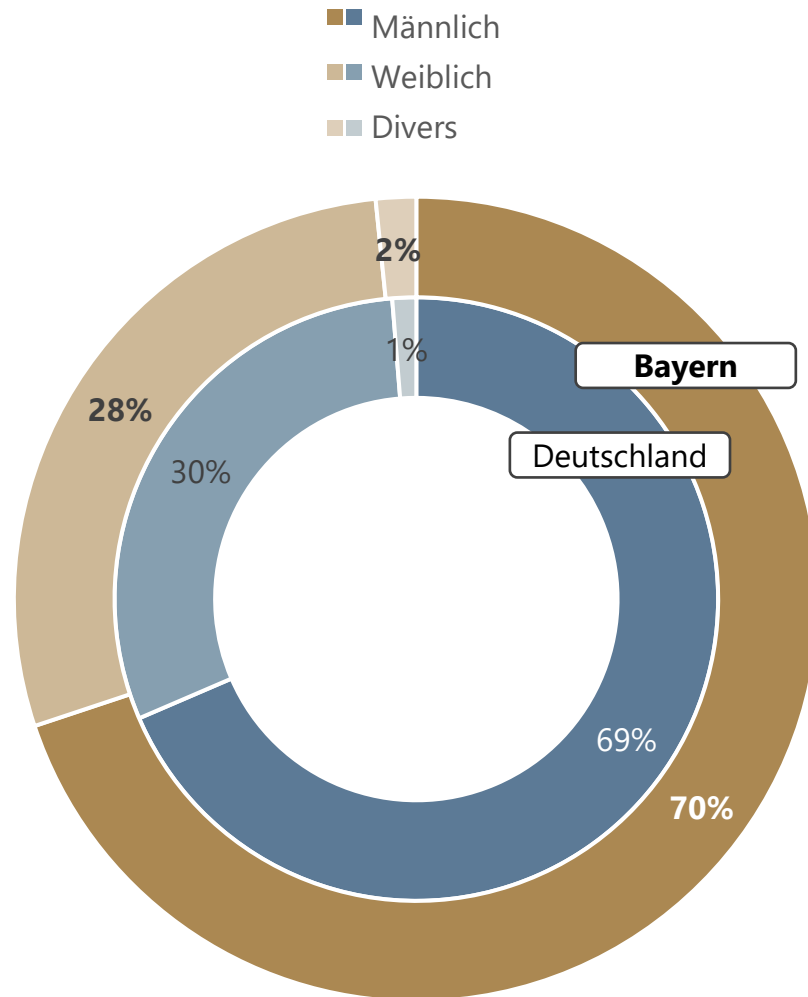
In Bayern entfallen 66 % der Beschäftigten auf feste Anstellungen, während dieser Anteil deutschlandweit bei 78 % liegt. Gleichzeitig ist der Anteil freier Mitarbeitender in Bayern mit 10 % höher als im Bund (8 %). Besonders deutlich fällt der Unterschied aus bei den sonstigen Beschäftigungsformen, darunter tätige Inhabende, Auszubildende, Praktikantinnen und Praktikanten sowie geringfügig Beschäftigte, die in Bayern 24 % ausmachen, deutschlandweit jedoch nur 14 %.

BESCHÄFTIGTENSTRUKTUR NACH FREIEN, FESTEN UND SONSTIGEN MITARBEITENDEN, 2024



Quelle: Goldmedia-Branchemfrage 2025; Frage: „Bitte nennen Sie die Anzahl Ihrer Mitarbeitenden nach Beschäftigungsform, die am 31.12.2024 in Ihrem Unternehmen tätig waren (ohne Mutter- oder Tochterunternehmen“, n(Bayern)=51, n(Deutschland)=261. Methodischer Hinweis: „Sonstige“ inklusive Tätige Inhabende, Geschäftsführende, Auszubildende (inkl. Trainees, Volontärinnen/Volontäre), Praktikantinnen/Praktikanten, Werkstudierende, geringfügig Beschäftigte; Rundungsdifferenzen.

BESCHÄFTIGTENSTRUKTUR NACH GESCHLECHT, 2024 (BESCHÄFTIGTENBEZOGENE AUSWERTUNG)

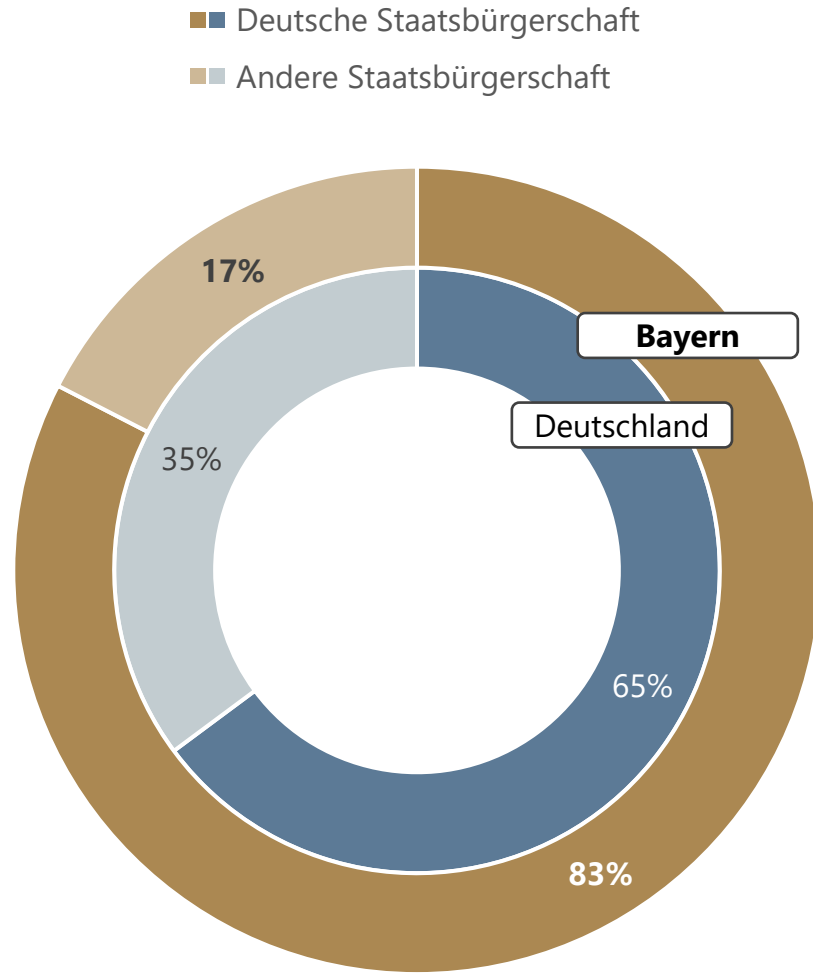


GESCHLECHTER-VERTEILUNG UNTER DEN BESCHÄFTIGTEN

Die Geschlechterverteilung in der bayerischen Games-Branche entspricht 2024 weitgehend der bundesweiten Struktur. Männer stellen mit 70 % den größten Anteil (bundesweit 69 %). Der Frauenanteil beträgt in Bayern 28 % und liegt damit leicht unter dem Bundeswert von 30 %. Der Anteil diverser Beschäftigter ist in Bayern mit 2 % höher als im Bund (1 %).

Im Vergleich mit anderen Branchen ist die Games-Branche sowohl deutschlandweit als auch in Bayern damit bezogen auf den Anteil weiblicher Mitarbeitender gleichauf mit der bundesweiten IT-Branche (30 % Frauenanteil) und positioniert sich vor Sektoren wie der Chemischen Industrie (21 %) und der Automobilindustrie (18 %) aber hinter den Anteilen in der gesamten Kultur- und Kreativwirtschaft (44 %) und Branchen wie der Filmwirtschaft (50 % Frauenanteil).

ANTEIL DER BESCHÄFTIGTEN MIT EINER ANDEREN ALS DER DEUTSCHEN STAATSBÜRGERSCHAFT, 2024 (BESCHÄFTIGTENBEZOGENE AUSWERTUNG)



STAATSANGEHÖRIGKEIT DER BESCHÄFTIGTEN

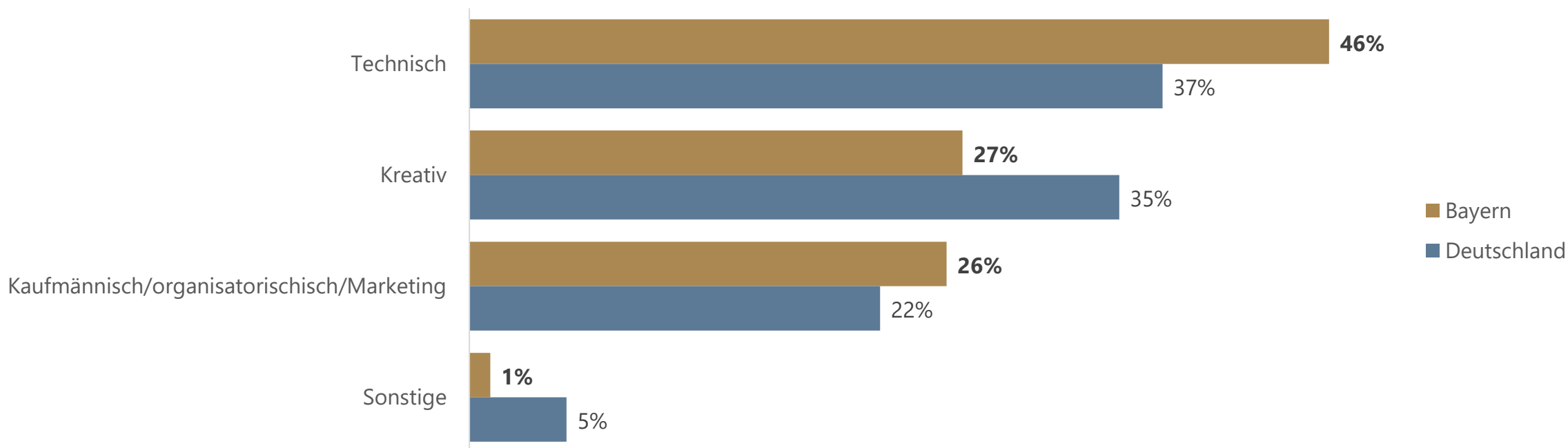
Die Beschäftigten in der bayerischen Games-Branche verfügen 2024 mehrheitlich über eine deutsche Staatsbürgerschaft. Ihr Anteil liegt bei 83 % und damit deutlich über dem Bundeswert von 65 %. Entsprechend ist der Anteil von Beschäftigten mit anderer Staatsbürgerschaft in Bayern mit 17 % deutlich geringer als im Bund (35 %).

Die bayerische Games-Branche weist damit eine im Vergleich weniger international geprägte Belegschaft auf.

BESCHÄFTIGTE NACH TÄTIGKEITSBEREICH

Die Tätigkeitsverteilung der Beschäftigten in der bayerischen Games-Branche unterscheidet sich 2024 in einigen Punkten von der bundesweiten Situation: Der technische Bereich ist in Bayern mit 46 % deutlich stärker ausgeprägt als deutschlandweit (37 %), während kreative Tätigkeiten einen geringeren Anteil haben (27 % gegenüber 35 %). Im kaufmännisch-organisatorischen sowie im Marketing-Bereich liegt Bayern mit 26 % leicht über dem Bundeswert (22 %). Insgesamt deutet dies auf einen stärker technisch-produktionsorientierten Standort hin mit vergleichsweise gut ausgebauten Geschäfts- und Vermarktungsstrukturen, wo kreative Aufgaben tendenziell etwas konzentrierter besetzt oder teilweise extern erbracht werden.

VERTEILUNG DER BESCHÄFTIGTEN NACH TÄTIGKEITEN, 2024 (BESCHÄFTIGTENBEZOGENE AUSWERTUNG)



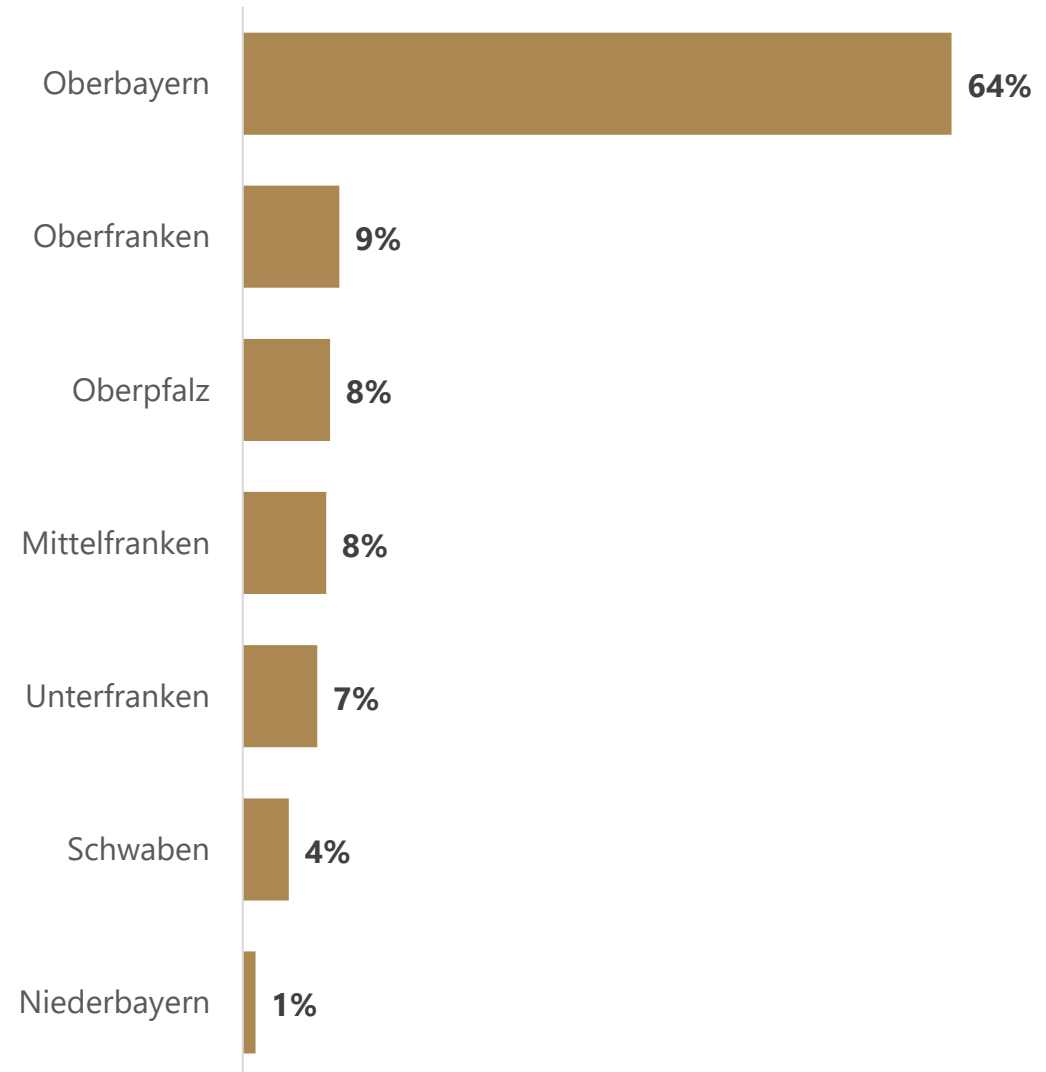
REGIONALE VERTEILUNG DER BESCHÄFTIGTEN IN BAYERN

Die regionale Verteilung der Beschäftigten in der bayerischen Games-Branche ist 2024 noch stärker konzentriert als die der Unternehmen. Von insgesamt 2.080 Beschäftigten entfallen etwa 1.300 Personen auf Oberbayern, womit der Großraum München auch beschäftigungsseitig klar dominiert. Darüber hinaus finden sich auch in weiteren Teilen Bayerns eigenständige regionale Schwerpunkte.

Weitere Beschäftigungszentren liegen u. a. in Franken: In Oberfranken sind rund 190 Beschäftigte tätig, gefolgt von der Oberpfalz sowie Mittelfranken mit etwa 170 Beschäftigten, insbesondere im Raum Nürnberg. Unterfranken erreicht mit rund 150 Beschäftigten ebenfalls einen relevanten Anteil, vor allem getragen durch den Standort Würzburg.

Geringer fällt die Beschäftigung in den übrigen Regierungsbezirken aus: In Schwaben sind etwa 80 Beschäftigte, während Niederbayern nur eine untergeordnete Rolle spielt.

REGIONALE VERTEILUNG DER BESCHÄFTIGTEN IM ERWEITERTEN BAYERISCHEN GAMES-KERNMARKT NACH HAUPTSTANDORT, 2025





GAMES- ENTWICKLUNG

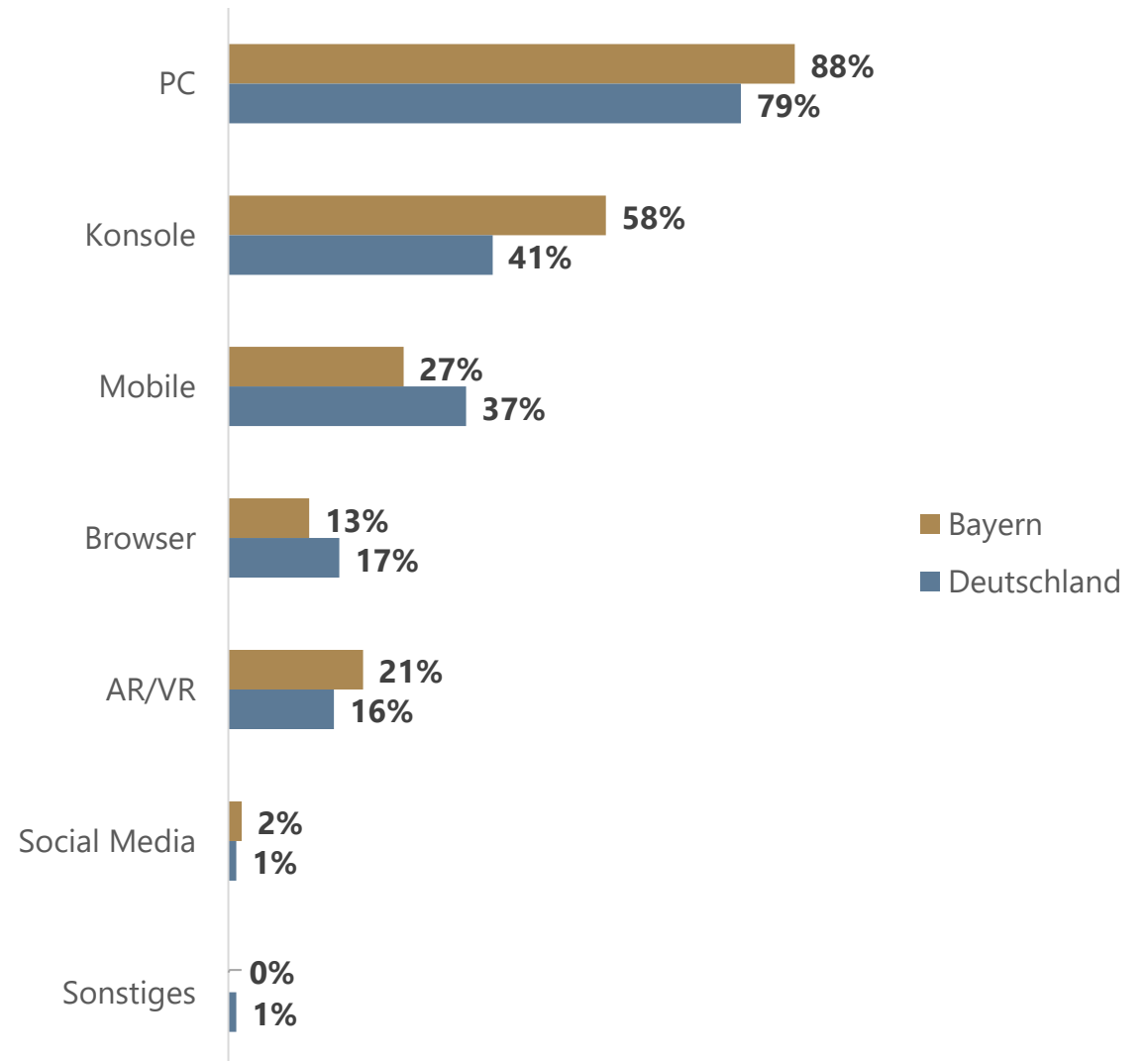
ENTWICKLUNG: SPIELEPLATTFORMEN

Die bayerischen Entwickler produzieren überdurchschnittlich häufig Games für PC und Konsole. Während bundesweit 79 % der Unternehmen für PC entwickeln, liegt der Anteil in Bayern bei 88 %. Auch die Entwicklung für Konsolen ist in Bayern mit 58 % deutlich stärker verbreitet als im Bund (41 %).

Mobile-Plattformen spielen in Bayern hingegen eine geringere Rolle: 27 % der Unternehmen entwickeln für mobile Endgeräte, gegenüber 37 % bundesweit, wo Mobile Games zu den umsatzstärksten Marktsegmenten zählen. Browserbasierte Spiele sind in Bayern ebenfalls weniger verbreitet (13 % gegenüber 17 %).

Im Bereich AR/VR liegt Bayern mit 21 % deutlich über dem Bundeswert von 16 %, was auf eine vergleichsweise hohe Innovationsorientierung am Standort hindeutet. Games für Social-Media-Plattformen sowie sonstige Formate spielen jeweils nur eine untergeordnete Rolle.

SPIELEPLATTFORMEN, FÜR DIE GAMES-UNTERNEHMEN SPIELE ENTWICKELN, 2024

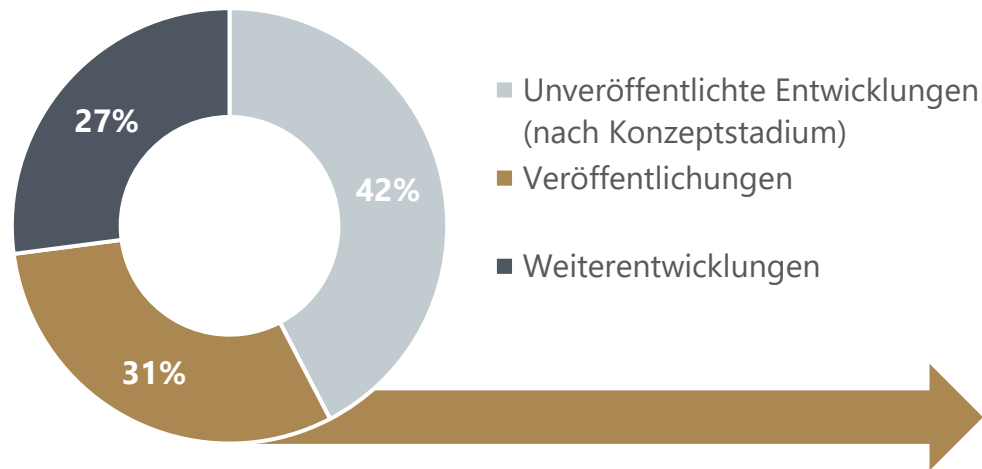


ENTWICKLUNGSBUDGETS

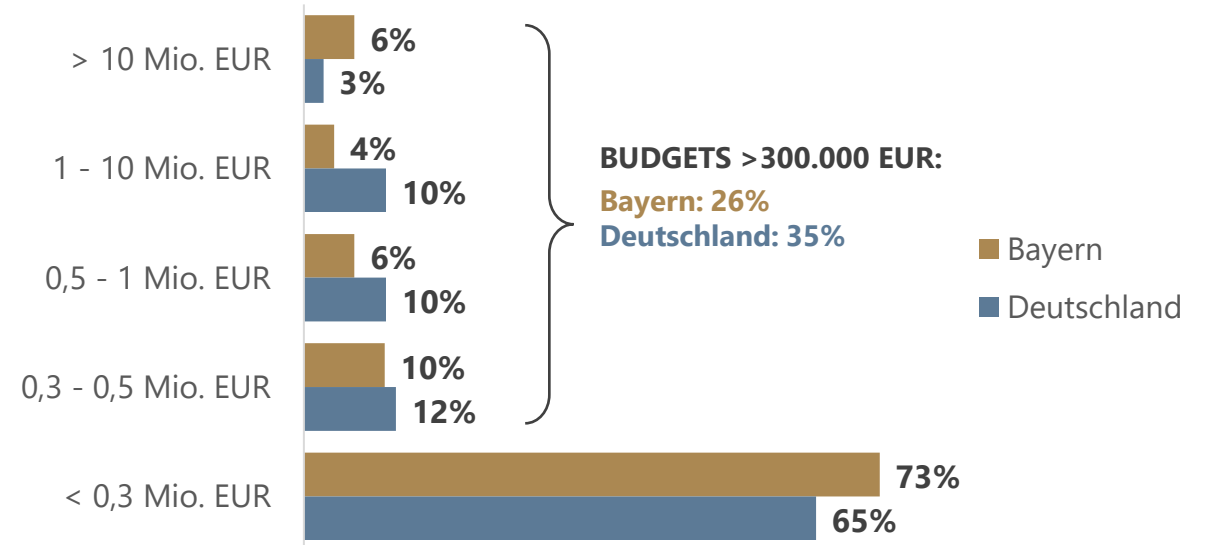
Rund 42 % der Projekte der befragten bayerischen Unternehmen befinden sich derzeit in Entwicklung und sind bislang unveröffentlicht. Etwa 31 % entfallen auf bereits veröffentlichte Titel, während rund 27 % Weiterentwicklungen bestehender Spiele darstellen, etwa in Form von Updates, Erweiterungen oder neuen Versionen.

Die Budgets der bayerischen Produktionen sind vergleichsweise gering. Der Anteil höher budgetierter Projekte ab 300.000 EUR liegt mit 26 % unter dem Vergleichswert von 35 % in Deutschland, was sich durch die von jungen und kleinen Studios geprägte Unternehmensstruktur erklären lässt.

BAYERISCHE GAMES NACH STADIUM DER ENTWICKLUNG, 2024



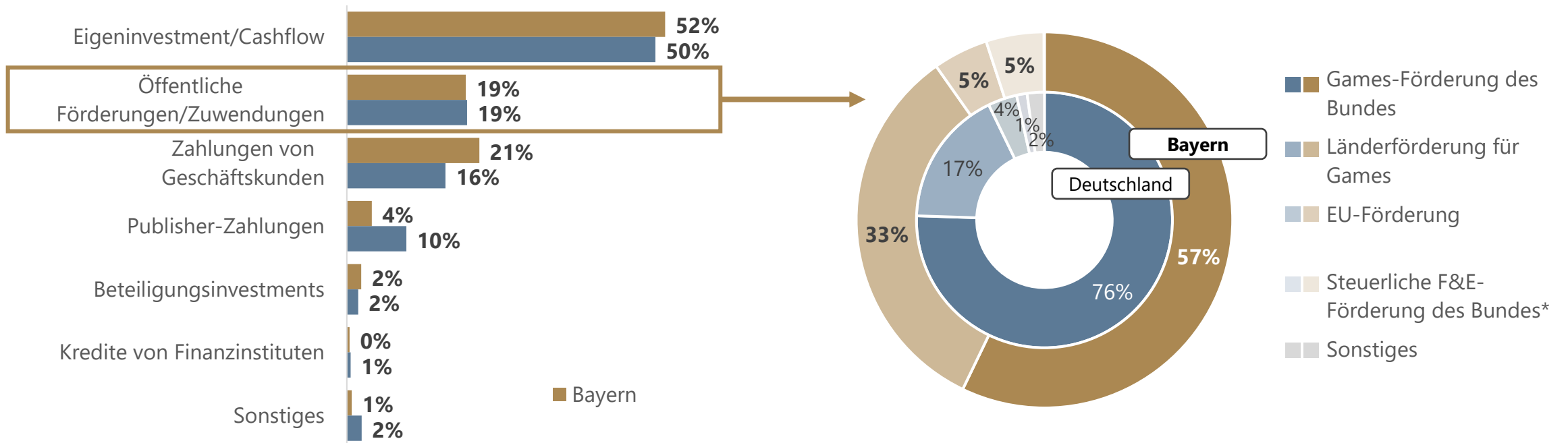
BUDGETS DER VERÖFFENTLICHUNGEN, 2024



FINANZIERUNGSQUELLEN DER ENTWICKLUNGS-UNTERNEHMEN

Die Finanzierungsquellen der bayerischen Games-Unternehmen entsprechen in ihrer Struktur weitgehend dem deutschlandweiten Bild. Eigenmittel stellen den zentralen Finanzierungsbaustein dar und machen rund die Hälfte des gesamten Finanzierungsmixes aus. Der Anteil öffentlicher Förderung liegt wie im Bund bei 19 %. Innerhalb dieses Förderanteils stammen etwa 57 % aus der Bundesförderung. Der Anteil der bayerischen Länderförderung an der Gesamtförderung liegt mit 33 % deutlich über dem Bundesschnitt (17 %). Die Abhängigkeit der Entwicklungsunternehmen von Zahlungen durch Geschäftskunden ist in Bayern relativ hoch, die von Publishern eher gering. Beteiligungsinvestments und Kredite von Finanzinstituten spielen eine untergeordnete Rolle.

FINANZIERUNGSQUELLEN DER GAMES-UNTERNEHMEN, DIE (AUCH) ENTWICKELN, 2024



Quelle: Goldmedia-Branchenumfrage 2025; Frage (links): „Welche der folgenden Finanzierungsquellen haben Sie 2024 für Ihr Unternehmen genutzt und wie hoch war deren jeweiliger Anteil an der Gesamt-Finanzierung?“, n(Deutschland, nur Entwickler)=239, n(Bayern, nur Entwickler)=46; Unternehmensbezogene Auswertung; Frage (rechts): „Welche Arten öffentlicher Förderung haben Sie 2024 erhalten? Hinweis: (Förderungen, bei denen der Auszahlungszeitpunkt im Jahr 2024 lag, unabhängig vom Zeitpunkt der Bewilligung)“, n=32; * Steuerliche Förderung von Forschung und Entwicklung des Bundes.



TEIL 2: UNTERSTÜTZUNGS- MAßNAHMEN, FÖRDERUNG & STANDORTFAKTOREN

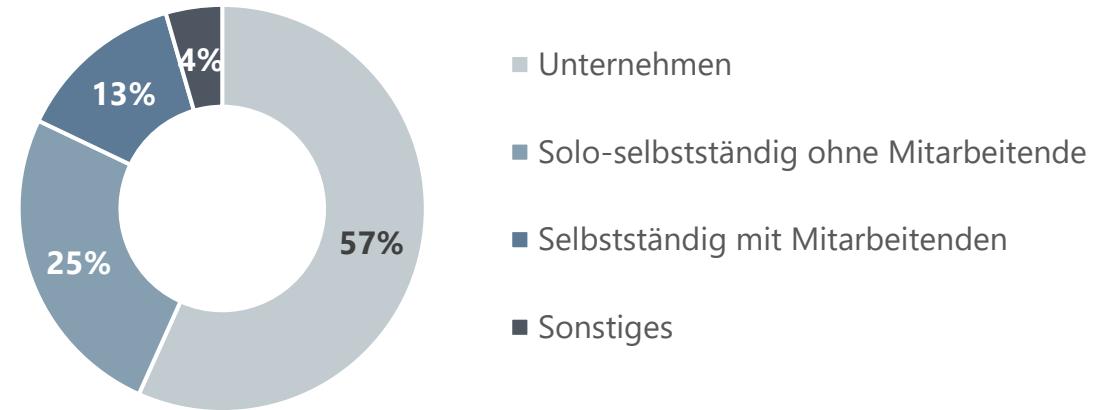
GRUNDGESAMTHEIT UND STICHPROBENSTRUKTUR

Im Oktober 2025 hat Goldmedia eine Online-Befragung unter Akteuren der bayerischen Games-Branche durchgeführt. Die Befragung richtete sich an Games-Unternehmen, Selbstständige und weitere relevante Stakeholder, u. a. aus Presse und Hochschulen (Grundgesamtheit: N=295).

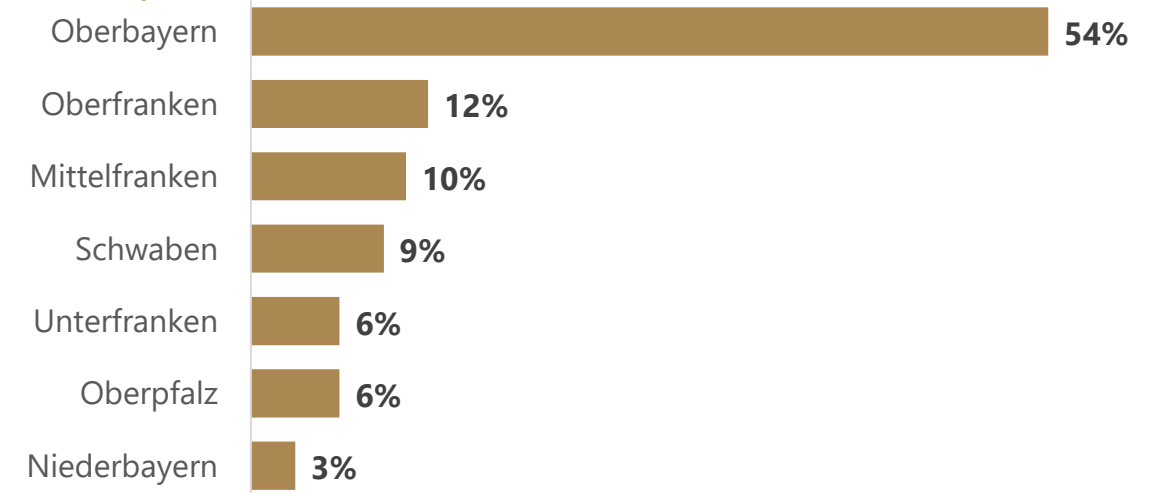
Der größte Teil der Befragten ist für ein Games-Unternehmen tätig: 57 % vertreten ein Unternehmen. Weitere 25 % arbeiten solo-selbstständig ohne Mitarbeitende und 13 % selbstständig mit Mitarbeitenden. 4 % entfallen auf sonstige Tätigkeiten.

Geografisch konzentrieren sich die Akteure in der Stichprobe stark auf den Raum München. Insgesamt gab es 67 Teilnehmende aus allen bayerischen Regierungsbezirken. Die Verteilung in der Stichprobe deckt sich in weiten Teilen mit der Verteilung aller Unternehmen im erweiterten Kernmarkt (vgl. Chart 15).

VERTEILUNG DER BEFRAGTEN IM BAYERISCHEN GAMES-MARKT, 2025



SITZ/ORT DER TÄTIGKEIT DER BEFRAGTEN IM BAYERISCHEN GAMES-MARKT, 2025



TÄTIGKEITSBEREICHE

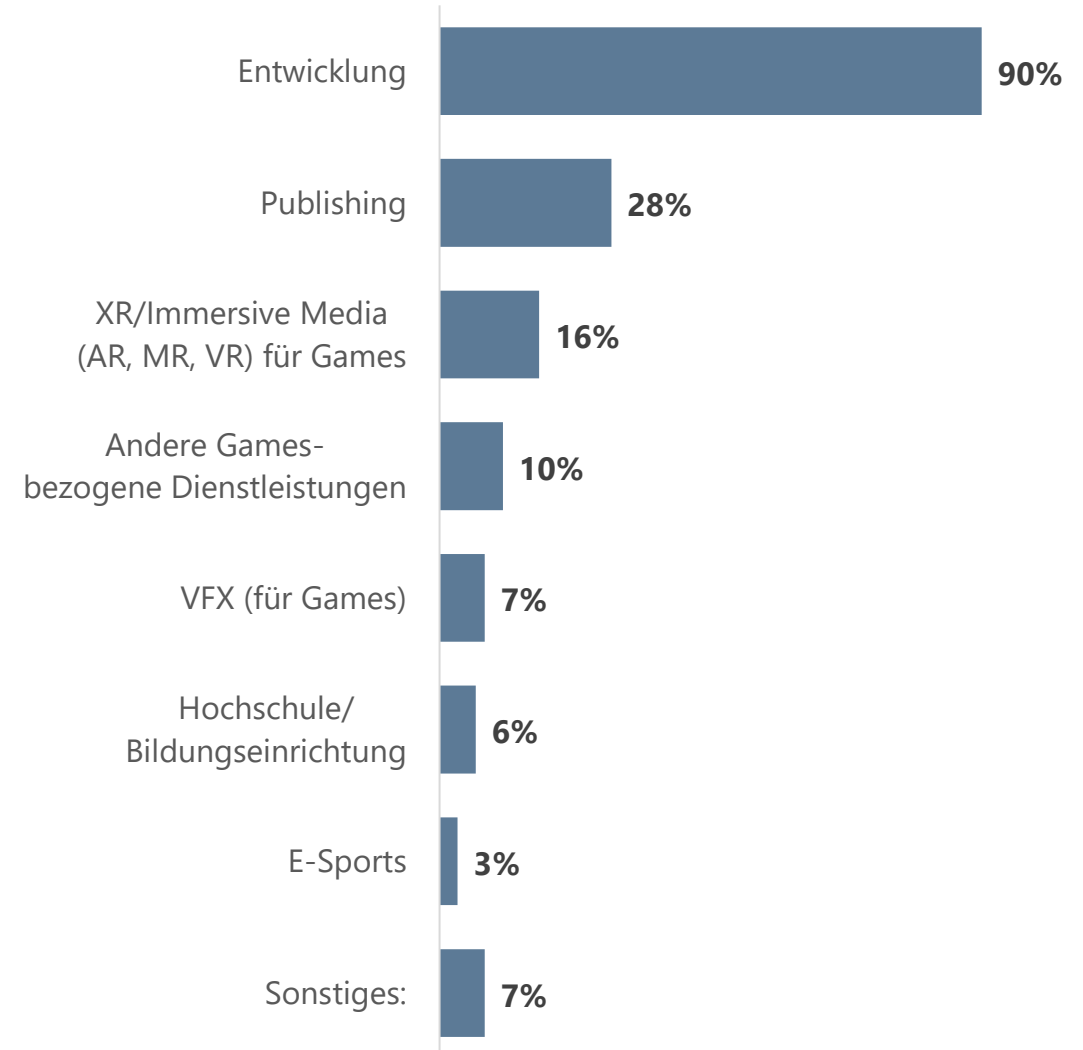
Die Tätigkeitsbereiche der Befragten zeigen ein klares Profil der bayerischen Games-Branche: Mit 90 % ist die Games-Entwicklung das mit Abstand wichtigste Arbeitsfeld. Dieser hohe Anteil macht sichtbar, dass der Standort stark produktionsorientiert geprägt ist und ein großer Teil der Wertschöpfung direkt in der Spieleentwicklung entsteht.

28 % der Akteure sind zudem vollständig oder zusätzlich im Bereich Publishing tätig und übernehmen damit Aufgaben rund um die Veröffentlichung und Distribution von Games. Jedes sechste Unternehmen (16 %) ist im Bereich XR/Immersive Media tätig. Immersive Technologien wie Virtual und Augmented Reality spielen damit für einen spürbaren Teil der Branche bereits eine wichtige Rolle.

7 % der Befragten sind im VFX-Bereich für Games tätig, 10 % erbringen andere Games-bezogene Dienstleistungen, bspw. in den Bereichen Marketing, Lokalisierung oder Community Management. Weitere 6 % zählen zum Hochschul- oder Bildungssektor. Kleinere, spezialisierte Gruppen wie der E-Sports-Bereich (3 %) vervollständigen das Bild.

Unter Sonstiges wurden zusätzliche, spezialisierte Tätigkeiten genannt, dazu gehören Gaming-Events, Pressearbeit oder die Entwicklung von Software-Tools.

VERTEILUNG DER BEFRAGTEN IM BAYERISCHEN GAMES-MARKT NACH TÄTIGKEITSBEREICH (MEHRFACHANTWORT MÖGLICH), 2025





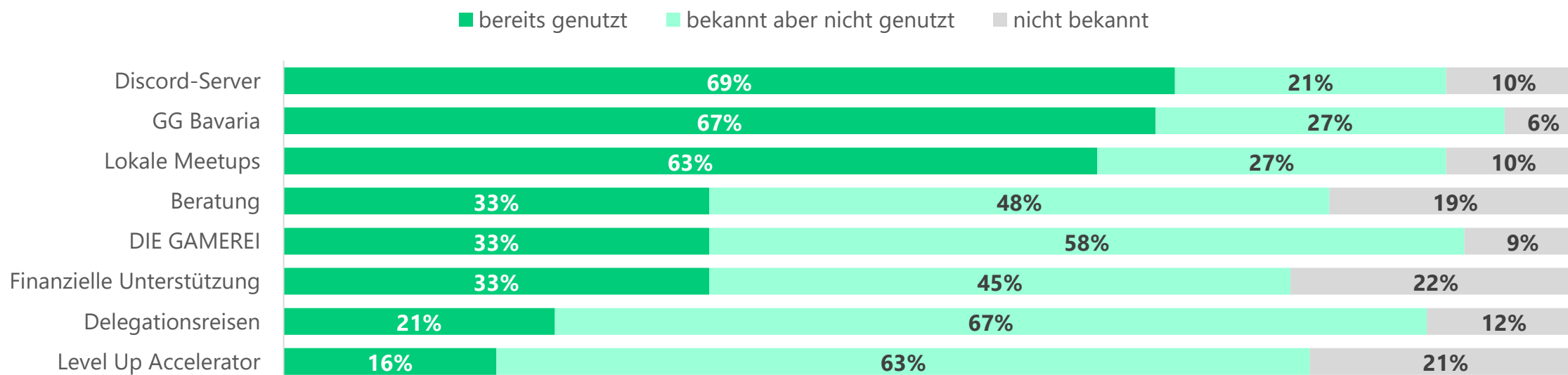
NUTZUNG & BEDEUTUNG DER GAMES-BEZOGENEN ANGEBOTE VON MEDIEN.BAYERN

GAMES/BAVARIA: WAHRNEHMUNG DER ANGEBOTE

Unter den abgefragten Games-spezifischen Angeboten von Games/Bavaria erreichen vor allem die Community-orientierten Formate hohe Reichweiten. Am stärksten wird der Discord-Server wahrgenommen: 69 % der Unternehmen haben ihn bereits verwendet, weitere 21 % kennen das Angebot. Häufig besucht wird die Gaming-Convention GG Bavaria (67 % der Befragten) und die lokalen Meetups (63 %). Diese Formate bilden klar die zentralen Kontaktpunkte für Austausch und Vernetzung.

Beratungsleistungen, DIE GAMEREI in München und die finanzielle Unterstützung werden jeweils von rund einem Drittel der Befragten in Anspruch genommen und sind insgesamt gut bekannt. Der Level Up Accelerator (16 %) und Delegationsreisen (21 %) sind ebenfalls weit bekannt, richten sich aber stärker an spezifische Zielgruppen, was die geringeren Nutzungsanteile erklärt.

BEKANNTHEIT UND NUTZUNG DER ANGEBOTE VON GAMES/BAVARIA, STAND: 10/2025

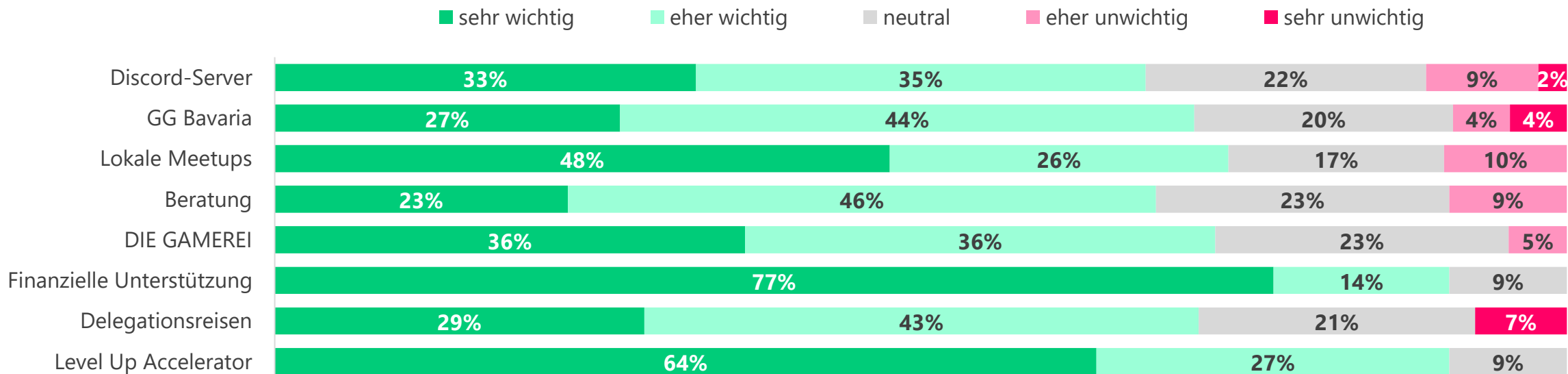


GAMES/BAVARIA: BEDEUTUNG DER ANGEBOTE FÜR DIE NUTZENDEN

Nahezu alle Angebote von Games/Bavaria werden von ihren Nutzenden überwiegend als wichtig eingestuft. Besonders hoch ist die Relevanz der finanziellen Unterstützung: 77 % bewerten sie als sehr wichtig, weitere 14 % als eher wichtig. Auch der Level Up Accelerator wird von denjenigen, die ihn bereits genutzt haben, überwiegend als sehr wichtig eingeordnet.

Die lokalen Meetups halten 74 % der Befragten für sehr oder eher wichtig, beim Discord-Server sind es 68 %. Auch GG Bavaria und die GAMEREI werden von ihren Nutzenden überwiegend als bedeutsam eingeschätzt. Dies gilt auch für Beratung und Delegationsreisen, wobei es hier etwas mehr neutrale Bewertungen gibt und im Fall der Delegationsreisen auch einzelne Einstufungen als sehr unwichtig.

BEDEUTUNG DER ANGEBOTE VON GAMES/BAVARIA FÜR DIE NUTZENDEN, STAND: 10/2025



GAMES/BAVARIA: BEURTEILUNG DER UNTERSTÜTZUNGSANGEBOTE

UNTERSTÜTZUNGSANGEBOTE UND NUTZUNG

Auch im Rahmen der Hintergrundgespräche wurde deutlich, dass die bestehenden Netzwerk- und Community-Formate einen hohen Stellenwert haben. Angebote wie die GAMEREI sowie durch Games/Bavaria unterstützte Brancheninitiativen wie die Indie Outposts werden intensiv genutzt und gelten als zentrale Anlaufstellen für Austausch und Unterstützung. Besonders hervorgehoben werden die professionelle Betreuung, die verlässliche Kommunikation und der spürbare Mehrwert bei Events sowie bei der Ansprache externer Gäste. Zugleich zeigt sich, dass die Qualität direkter Kontakte für viele Studios wichtiger ist als große, hochfrequentiert besuchte Veranstaltungsformate.

FINANZIELLE RAHMENBEDINGUNGEN

Finanzielle Hilfen haben einen entscheidenden Einfluss auf die Teilnahme an Veranstaltungen und auf die überregionale Vernetzung. Die Übernahme von Reise-, Hotel- und Cateringkosten sowie die Unterstützung bei B2B-Präsenzen und gamescom-Auftritten (u. a. Indie Arena Booth) erleichtern den Zugang. Für kleinere Studios stellen diese Zuschüsse oftmals die Voraussetzung dar, um an relevanten Treffen teilnehmen zu können.

NACHWUCHS- UND TALENTFÖRDERUNG

Für junge Teams gelten die bestehenden Förderprogramme als besonders wirksam. Reisekostenzuschüsse, Mentoring-Angebote und Accelerator-Formate gelten als niedrigschwellige Einstiege und frühe Vernetzungsprozesse. Sie fördern zudem den Community-Austausch und erleichtern es, erste

Kontakte zu knüpfen. Die Angebote tragen maßgeblich zur Nachwuchsbindung bei.

REGIONALE VERTEILUNG UND STRUKTURELLE LÜCKEN

Kritisiert wird, dass die Förder- und Netzwerkstrukturen stark auf München konzentriert sind, während Regionen wie Franken weniger profitieren. Die Indie Outposts schaffen regionale Anknüpfungspunkte und könnten stärker, auch flächendeckend, unterstützt werden. Mehrere Rückmeldungen betonen den Bedarf an zusätzlichen Hubs, um regionale Entwicklungsdynamiken sicherzustellen und die Sichtbarkeit der Branche außerhalb Münchens zu stärken.

WEITERENTWICKLUNGSPOTENZIALE

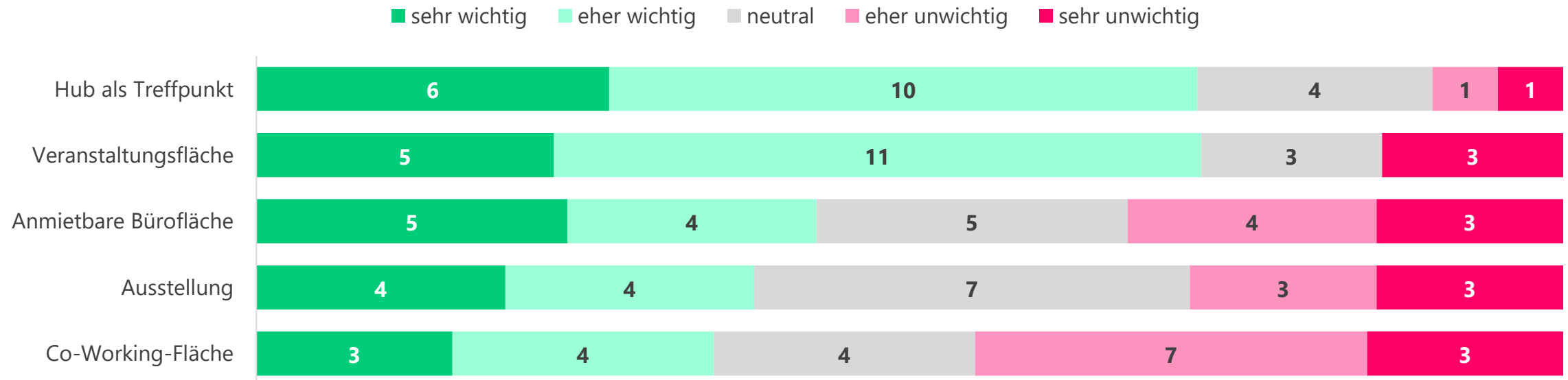
Medien.Bayern wird als relevante Schnittstelle zur Politik eingeschätzt. Gleichzeitig zeigt sich ein starker Fokus auf die Medientage, die für Games-Unternehmen als wenig relevant eingestuft werden. Großveranstaltungen wie GG Bavaria haben zwar gesellschaftlichen Wert, tragen jedoch nur begrenzt zur geschäftlichen Entwicklung bei und rechnen sich für Studios finanziell häufig nicht. Stattdessen sollten Veranstaltungen stärker auf Qualität als auf Größe ausgerichtet sein, etwa in Form von B2B-Veranstaltungen. Für GG Bavaria werden reichweitenunterstützende Maßnahmen wie Influencer-Kooperationen empfohlen.

Insgesamt wird deutlich, dass politischer Wille und strategische Priorisierung zentrale Faktoren für die positive Weiterentwicklung des Standorts sind.

DIE GAMEREI: BEDEUTUNG DER ANGEBOTE FÜR DIE NUTZENDEN

Bei den Angeboten des 2024 eröffneten Münchner Spielezentrums DIE GAMEREI zeigen sich deutliche Unterschiede in ihrer Relevanz für die Nutzenden. Besonders wichtig sind Flächen und Angebote, die Begegnung und Austausch ermöglichen: Der Hub als Treffpunkt erreicht die meisten „sehr“ bzw. „eher wichtigen“ Bewertungen. Auch die Veranstaltungsfläche wird mit vergleichbaren Bewertungen klar positiv eingeschätzt. Anmietbare Büroflächen sowie die Ausstellung von z. B. Videospiele, Spielekonsolen und Games-Artefakten werden selektiver genutzt und erfüllen eher ergänzende Funktionen. Am geringsten priorisiert wird die Co-Working-Fläche. Für außerhalb Münchens ansässige Befragte spielt dieses Angebot erwartungsgemäß eine geringere Rolle, zugleich wurde der Bedarf an vergleichbaren Angeboten an anderen Standorten Bayerns betont. Auch bei der GAMEREI ist die Nutzendenzahl in der Stichprobe gering (n=22), so dass die Ableitungen nur als Tendenz zu bewerten sind.

BEDEUTUNG DER ANGEBOTE VON DIE GAMEREI FÜR DIE NUTZENDEN (NENNUNGEN ABSOLUT), STAND: 10/2025



DIE GAMEREI: WEITERE BEURTEILUNG

SICHTBARKEIT DES POLITISCHEN ENGAGEMENTS

Die Gründung und kontinuierliche Unterstützung der GAMEREI wird als klar erkennbares politisches Engagement und stärkender Faktor für den Standort wahrgenommen. Für viele Akteure stellt die GAMEREI ein sichtbares Signal für die Relevanz der Games-Branche dar.

GAMEREIEN AUCH IN ANDEREN BAYERISCHEN REGIONEN

Gleichzeitig wird wiederholt hervorgehoben, dass vergleichbare Einrichtungen in weiteren Ballungsräumen, insbesondere in Nürnberg oder Bamberg, notwendig wären, um regionale Vernetzung zu stärken und die Sichtbarkeit der Branche insgesamt zu erhöhen. Während München und sein Umland über eine besonders dichte und funktionale Netzwerkstruktur verfügen, beschreiben andere Standorte eine geringere Einbindung und wünschen sich eine deutlich stärkere strukturelle Präsenz vor Ort.



NUTZUNG & BEDEUTUNG DER FÖRDERANGEBOTE DES FFF BAYERN

FFF BAYERN: WAHRNEHMUNG DER FÖRDERANGEBOTE

Die drei Kernangebote der Games-Förderung des FFF Bayern – Konzeptentwicklung, Prototypenentwicklung und Games-Produktion – sind nahezu allen befragten Games-Entwicklern bekannt und bilden den etablierten Förderrahmen für die bayerische Branche. Besonders stark genutzt werden Konzept- und Prototypenförderung: Beide Angebote sind fast vollständig bekannt, und jeweils rund die Hälfte der befragten Entwickler hat bereits eine Förderung erhalten. Das verweist auf ihre hohe Relevanz für frühe Projektphasen, in denen viele Studios aktiv sind und Förderung besonders wirksam einsetzen können. Die Produktionsförderung weist ebenfalls eine sehr hohe Bekanntheit auf, wird jedoch deutlich seltener genutzt. Während 83 % das Angebot kennen, haben nur 13 % bereits eine Förderung erhalten. Weniger bekannt ist die Medienstandortförderung, die nicht spezifisch für Games konzipiert ist. 57 % aller Befragten kennen dieses Angebot nicht und nur 2 % haben es bisher genutzt.

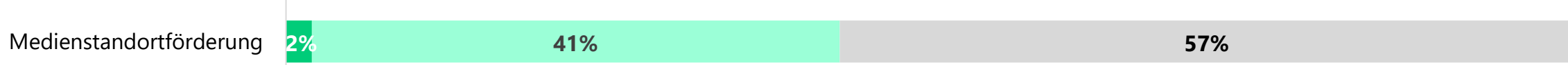
BEKANNTHEIT UND NUTZUNG DER FÖRDERANGEBOTE DES FFF BAYERN, STAND: 10/2025

GAMES-SPEZIFISCHE FÖRDERUNG

■ bereits erhalten ■ bekannt, aber noch nicht erhalten ■ nicht bekannt



NICHT GAMES-SPEZIFISCHE FÖRDERUNG



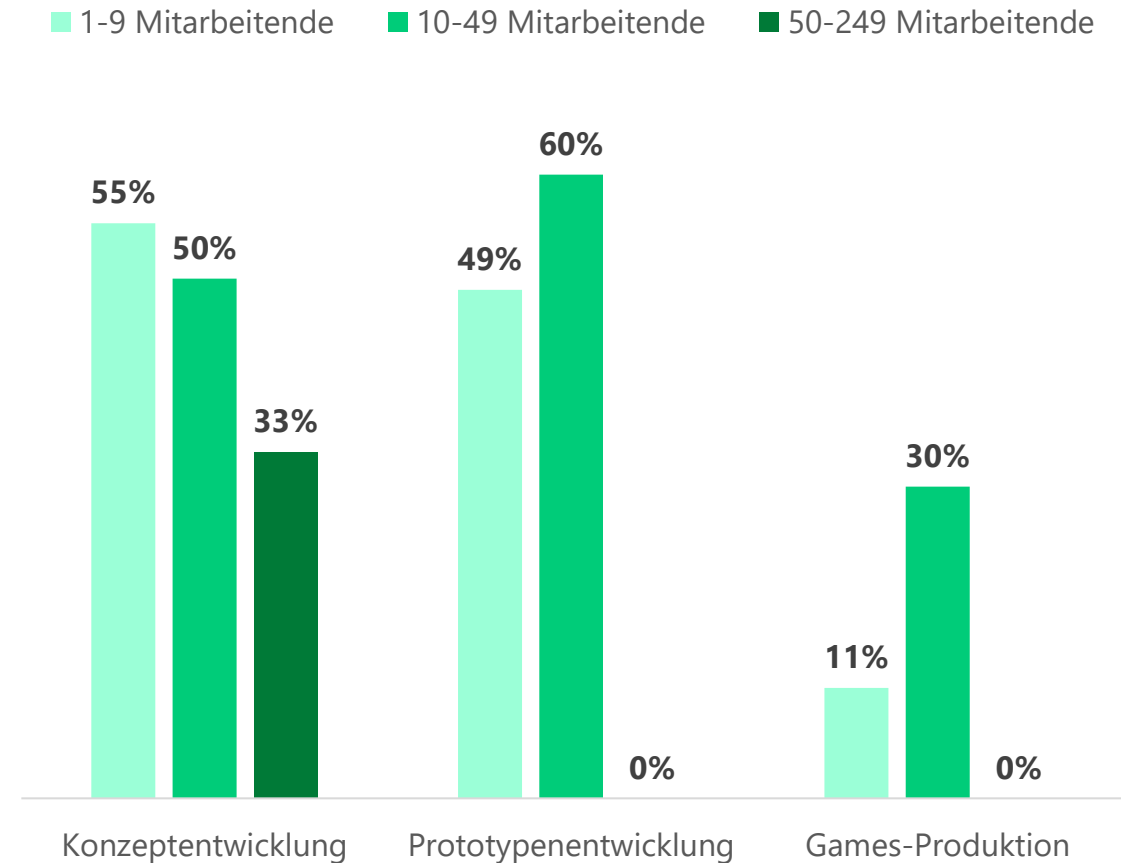
FFF BAYERN: NUTZUNG DER FÖRDERANGEBOTE NACH UNTERNEHMENSGRÖßE

Die Nutzung der FFF Bayern-Förderangebote unterscheidet sich deutlich nach Unternehmensgröße. Kleine Studios mit 1 bis 9 Mitarbeitenden greifen über alle Förderlinien hinweg am häufigsten auf die Angebote zurück: Rund die Hälfte der befragten Entwickler in dieser Größenklasse (55 %) haben bereits eine Konzeptentwicklung gefördert bekommen, 49 % eine Prototypenentwicklung. Auch die Produktionsförderung spielt hier mit 11 % eine Rolle, wenn auch auf geringem Niveau.

Unternehmen mit 10 bis 49 Mitarbeitenden nutzen die Prototypenentwicklung besonders intensiv. 60 % dieser Unternehmen haben bereits eine entsprechende Förderung erhalten. Auch die Konzeptentwicklungsförderung wird stark genutzt (50 %). Zugleich stellen Unternehmen in dieser Größenklasse die wesentliche Zielgruppe für die Produktionsförderung dar. Rund ein Drittel der Befragten in dieser Größenklasse (30 %) haben sie bereits in Anspruch genommen.

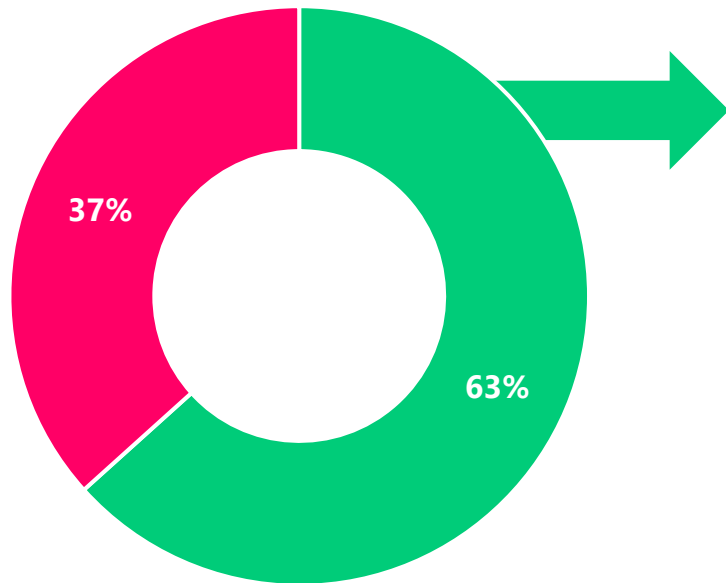
Die Nutzung unter den großen Unternehmen ab 50 Mitarbeitenden ist aufgrund der geringen Fallzahl nur sehr eingeschränkt interpretierbar. Die einzige Nutzung der Förderangebote unter den Befragten findet im Bereich der Konzeptentwicklung statt.

NUTZUNG DER ANGEBOTE DES FFF BAYERN NACH UNTERNEHMENSGRÖßE (ANTEILE INNERHALB DER GRÖßENKLASSE), STAND: 10/2025



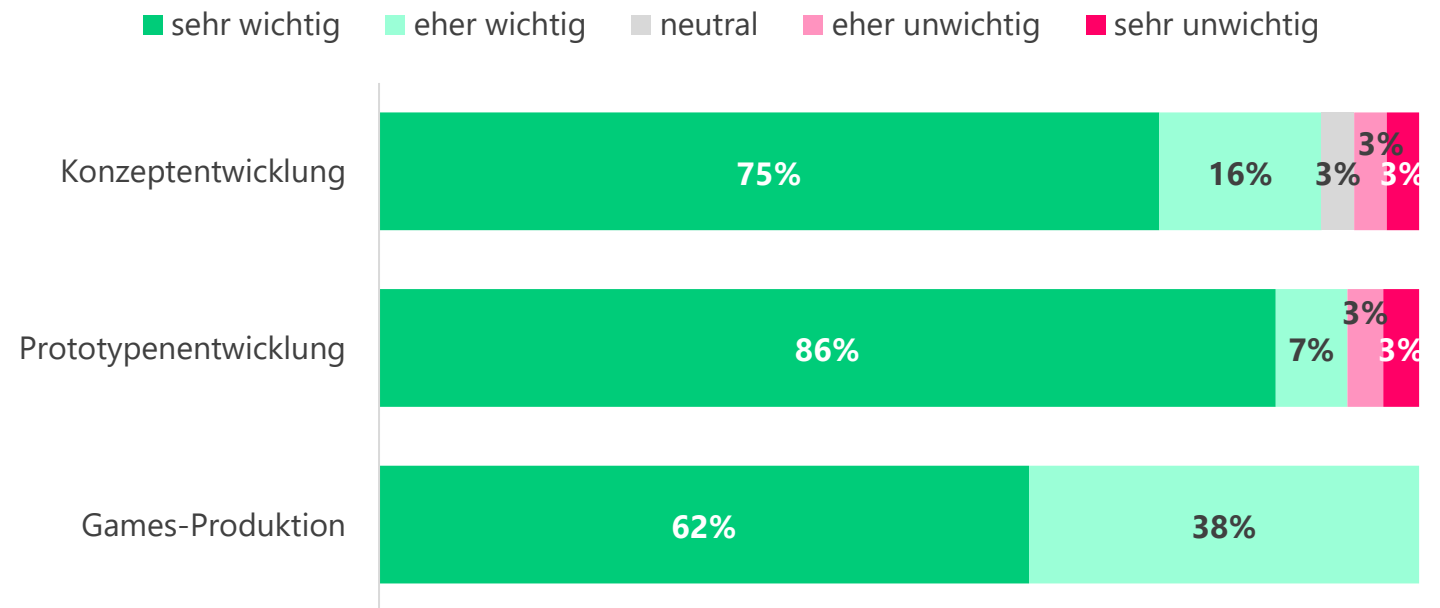
FFF BAYERN: BEDEUTUNG DER FÖRDERANGEBOTE FÜR DIE NUTZENDEN

ANGABE DER BEFRAGTEN, OB SIE BEREITS GAMES-FÖRDERUNG DES FFF BAYERN ERHALTEN HABEN, STAND: 10/2025



63 % der befragten Entwicklungsunternehmen haben bereits Förderangebote des FFF Bayern in Anspruch genommen. Von diesen wird insbesondere die Unterstützung in den frühen Entwicklungsphasen als zentral erachtet. Sowohl die Konzept- als auch die Prototypenentwicklung werden von mehr als 90 % der Fördernehmenden als sehr wichtig oder eher wichtig bewertet. Beide Förderlinien gelten damit für nahezu alle betreffenden Unternehmen als wesentliche Bausteine im Entwicklungsprozess. Die Games-Produktionsförderung wird zwar bislang gegenüber den anderen Förderangeboten wenig genutzt, aber für alle befragten Fördernehmenden ist sie von großer Relevanz.

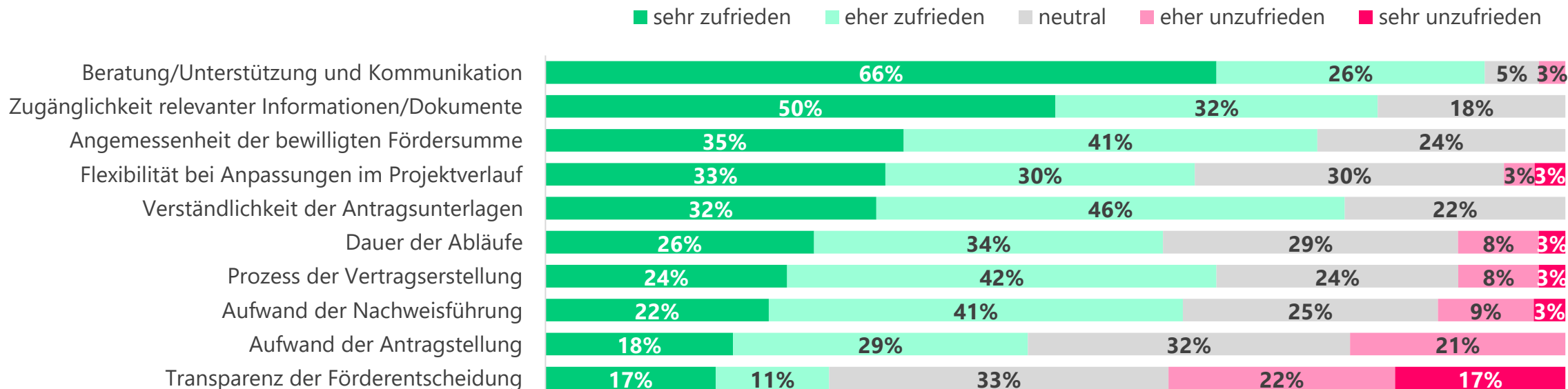
BEDEUTUNG DER FÖRDERANGEBOTE DES FFF BAYERN FÜR DIE NUTZENDEN, STAND: 10/2025



FFF BAYERN: ZUFRIEDENHEIT MIT DEM FÖRDERPROZESS

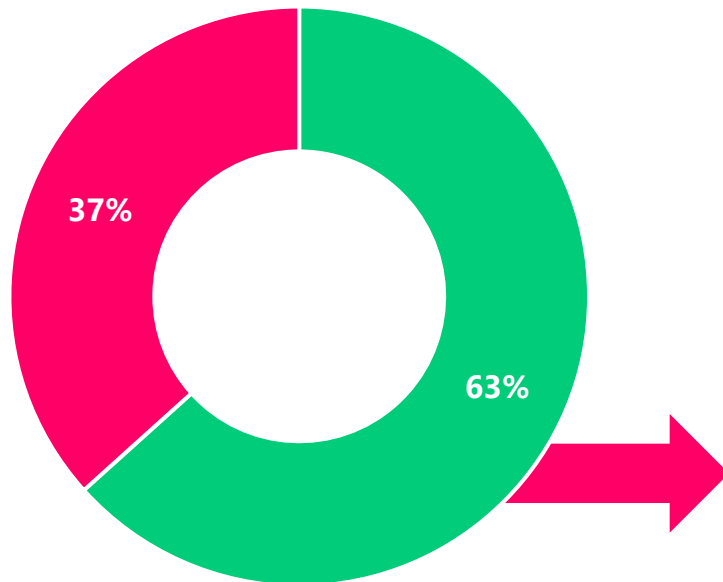
Die Zufriedenheit mit dem Förderprozess fällt insgesamt hoch aus, variiert aber je nach Aspekt teils deutlich. Am besten wird die Beratung, Unterstützung und Kommunikation mit dem FFF Bayern bewertet: 92 % der Befragten, die bereits Förderung in Anspruch genommen haben, sind hier sehr oder eher zufrieden. Ebenfalls sehr positive Werte erreichen die Zugänglichkeit relevanter Informationen und Dokumente mit 82 % Zufriedenen sowie die Verständlichkeit der Antragsunterlagen (78 %). Die Angemessenheit der bewilligten Fördersumme (76 %) wird ebenfalls überwiegend positiv beurteilt. Etwas zurückhaltender fällt die Bewertung der Flexibilität bei Anpassungen im Projektverlauf und des Aufwands der Nachweisführung (je 63 %) sowie der Dauer der Abläufe (60 %) aus. Am kritischsten sehen die Befragten den Aufwand der Antragstellung (47 % zufrieden, 21 % eher unzufrieden). Mit der Transparenz der Förderentscheidung sind 28 % zufrieden, während 39 % eher oder sehr unzufrieden sind, 33% äußern sich neutral.

ZUFRIEDENHEIT MIT DEM FÖRDERPROZESS DES FFF BAYERN FÜR DIE FÖRDEREMPFANGENDEN, STAND: 10/2025



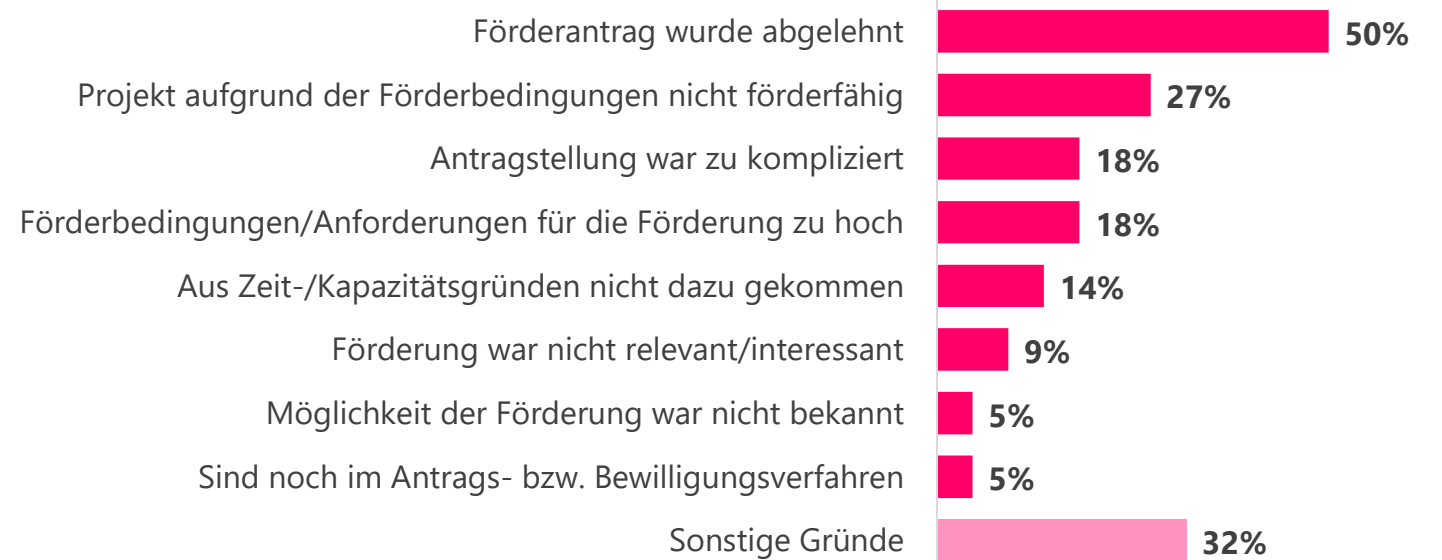
FFF BAYERN: GRÜNDE FÜR BISLANG NICHT ERHALTENE FÖRDERUNG

ANGABE DER BEFRAGTEN, OB SIE BEREITS GAMES-FÖRDERUNG DES FFF BAYERN ERHALTEN HABEN, STAND: 10/2025



37 % der befragten Entwicklungsunternehmen haben noch keine Förderangebote des FFF Bayern in Anspruch genommen. Als Gründe hierfür nennen 50 % eine Ablehnung des Förderantrags. Für 27 % waren die eigenen Projekte aufgrund der Förderbedingungen nicht förderfähig. Jeweils 18 % geben an, dass die Antragstellung zu kompliziert sei oder die Anforderungen als zu hoch empfunden wurden. Für 14 % fehlte es an Zeit bzw. Kapazitäten. Für 9 % war die Förderung nicht relevant, jeweils 5 % waren die Möglichkeit einer Förderung nicht bekannt oder sie befinden sich noch im Antrags- oder Bewilligungsverfahren. Sonstige Gründe sind u. a., dass die Fördersummen als zu gering angesehen wurden bzw. die Bundesförderung mit ihren höheren Fördersummen attraktiver sei.

GRÜNDE FÜR BISLANG NICHT ERHALTENE GAMES-FÖRDERUNG DES FFF BAYERN, STAND: 10/2025



FFF BAYERN: BEURTEILUNG DER FÖRDERANGEBOTE

STABILITÄT, RISIKOABSICHERUNG UND WACHSTUM

Die Förderung des FFF Bayern wurde auch im Rahmen der Hintergrundgespräche einhellig gelobt. Generell gelten Planbarkeit und Verlässlichkeit von Förderstrukturen als essenziell, weshalb die ab 2026 vorgesehene Verdopplung der Games-Förderung des Freistaats äußerst positiv aufgenommen wird und als starkes Signal für die zukünftige Entwicklung des Standorts gilt. Die Förderung wird als zentraler Stabilisator wahrgenommen, der Risiken insbesondere in frühen Phasen reduziert und Studios überhaupt erst in die Lage versetzt, Projekte zu starten oder fortzuführen. Mehrere Befragte betonen, dass ohne diese Förderung zahlreiche Produktionen nicht realisierbar wären und Neugründungen deutlich seltener zustande kämen; zugleich kann die Förderung in kritischen Situationen existenzsichernd wirken und den Verlust eingespielten Wissens im Ökosystem verhindern. Durch die Zuschüsse gelingt es, Beschäftigung zu sichern und von Indie- auf höhere Projektgrößen zu skalieren.

INNOVATIONS-/QUALITÄTSGEWINNE DURCH FÖRDERUNG

Die Möglichkeit, zusätzliches Budget für Writing, Audio, Art oder technische Qualität einzusetzen, wird als wesentlicher Hebel beschrieben. Die Förderung erlaubt experimentelle Ansätze, größere kreative Spielräume und den Aufbau von „Visitenkarten“-Projekten, die langfristig Wettbewerbsvorteile schaffen. Insbesondere die Prototypenförderung gilt als zentral, weil die erforderlichen Eigenanteile für viele realisierbar sind und damit risikoreiche Innovationsphasen finanzierbar bleiben.

STRUKTUREN, BERATUNG UND VERGABEPROZESSE

Der Vergabeausschuss wird als wichtiger Stabilitätsfaktor wahrgenommen, der Planbarkeit schafft und ein zunehmend gutes Verständnis der Branche entwickelt hat. Die Beratung durch den FFF Bayern wird als engagiert, fachkundig und lösungsorientiert beschrieben; auch internationale Kooperationen werden durch die Förderung erleichtert. Die steigende Zahl der Anträge wird als Zeichen der Relevanz und Attraktivität des Programms interpretiert.

BÜROKRATIE UND STRUKTURELLE GRENZEN

Gleichzeitig wird der hohe bürokratische Aufwand häufig als problematisch beschrieben – insbesondere für kleinere Studios, bei denen die administrativen Anforderungen einen erheblichen Anteil der Fördersumme wieder aufzehrten. Kritisch gesehen werden vereinzelt mangelnde Flexibilität gegenüber der dynamischen Entwicklung von Games-Projekten. Für große Studios sind die Fördersummen teilweise zu gering, weshalb Förderanträge als wenig lohnend bewertet werden.

FRAGMENTIERTE GOVERNANCE UND FEHLENDE NACHHALTIGKEIT

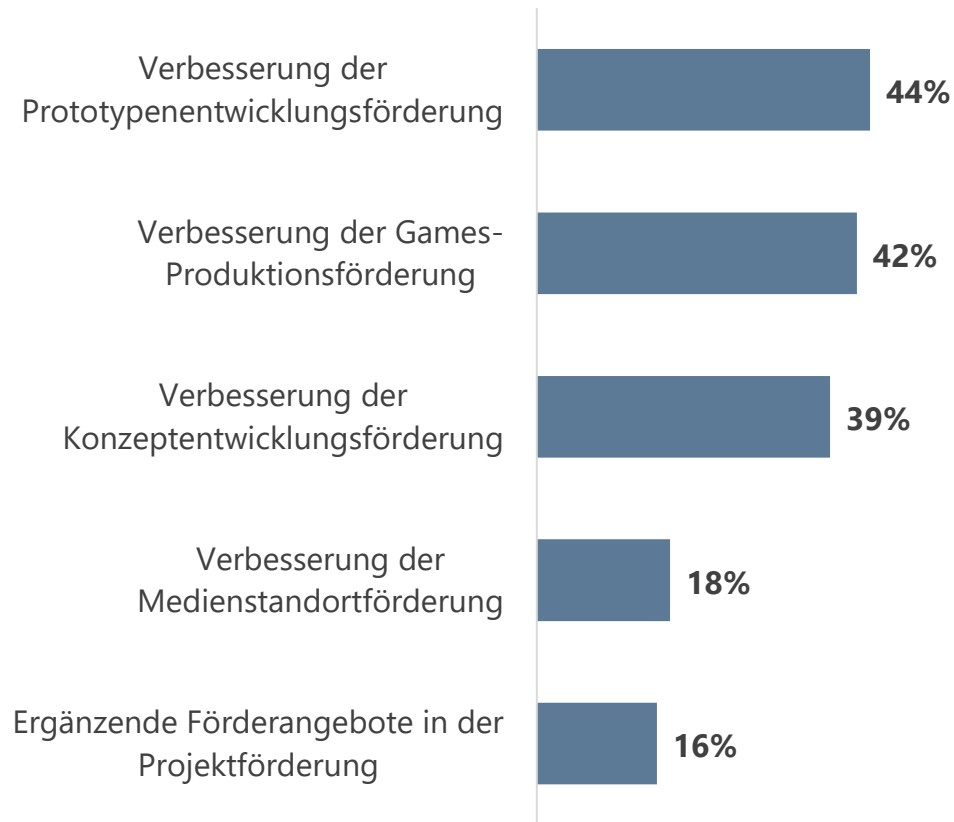
Auf struktureller Ebene wird auf eine gewisse Fragmentierung hingewiesen: Medien.Bayern und FFF Bayern arbeiteten teils parallel und nicht ausreichend synergistisch; wechselnde ministerielle Zuständigkeiten erschwerten langfristige Planung. Dies erhöhe die Anfälligkeit der Branche bei politischen Veränderungen.



ZUSÄTZLICHE UNTERSTÜTZUNGS- MAßNAHMEN

VERBESSERUNGSWÜNSCHE: BESTEHENDE FÖRDERPROGRAMME

ANTEIL DER BEFRAGTEN, DIE EINE VERBESSERUNG DER
FÖRDERPROGRAMME WÜNSCHEN, STAND: 10/2025



Die Auswertung der offenen Antworten zeigt eine Reihe übergreifender Erwartungen an die Weiterentwicklung der bayerischen Games-Förderung, die in nahezu allen Teilbereichen wiederkehren. Genannt wurden insbesondere der Wunsch nach höheren Budgets und mehr Volumen pro Antrag sowie generell flexibleren Regelungen.

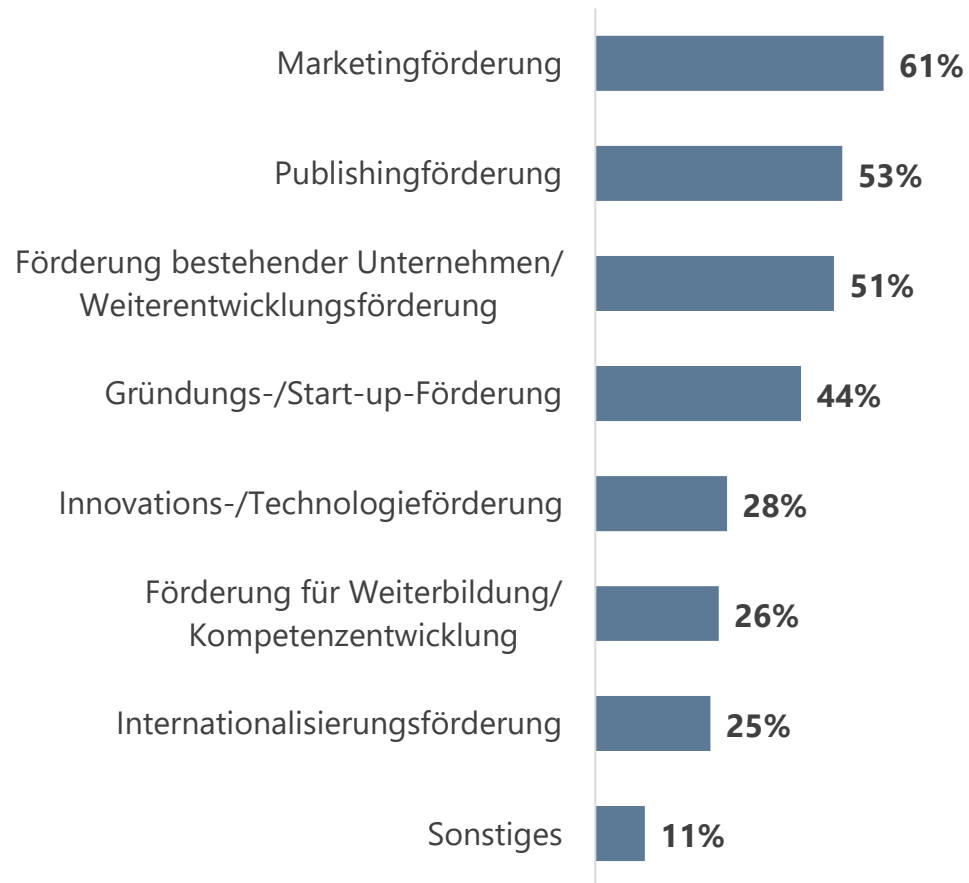
Genannt wurden zudem der Bedarf nach höheren Gesamtbudgets, kontinuierlich steigenden Fördermitteln und der Wunsch nach risikominimierenden Modellen, etwa Grundförderungen oder Personalkostenzuschüssen, außerdem öffentlich-rechtlich finanzierten Spieleprojekten, die experimentellere Entwicklungen ermöglichen würden. Viele Befragte betonten zudem, dass Fördergremien stärker mit Game-Designern besetzt sein sollten, um ungewöhnliche oder experimentelle Spielideen angemessen beurteilen zu können. Ebenso wurde eine Vereinfachung der Antragsformate angeregt.

Ergänzend wurde eine regelmäßige Anpassung der Förderrahmen an steigende Entwicklungs- und Personalkosten gefordert. Ein weiterer wiederkehrender Punkt war der Bedarf, Übergänge zwischen Konzept-, Prototypen- und Produktionsphasen fließender zu gestalten und junge Studios, Solo-Devs sowie Gründungsteams gezielt zu unterstützen, etwa durch niedrighschwellige Grundförderungen für Erstprojekte, zusätzliche Mentoring-Formate und eine Reduktion formaler Hürden bei der Antragstellung.

Details zu den Verbesserungswünschen einzelner Förderbereiche finden sich auf dem Folgechart.

GEWÜNSCHTE NEUE FÖRDERPROGRAMME

GEWÜNSCHTE NEUE FÖRDERPROGRAMME, STAND: 10/2025



Die größte Nachfrage nach neuen Förderprogrammen besteht vor allem in marktseitig relevanten Bereichen. Am häufigsten genannt wurden eine Marketing-Förderung (61 %) und eine Publishing-Förderung (53 %, unter Publishern lag der Wert bei 70 %), also Programme, die Sichtbarkeit, Vermarktung und Distribution bayerischer Spieleprojekte stärken sollen. Knapp dahinter folgt der Wunsch nach einer Förderung zur Weiterentwicklung bestehender Unternehmen (51 %), etwa zur Erweiterung bestehender Teams, dem Aufbau neuer Geschäftsfelder oder der Professionalisierung interner Strukturen. Auch eine Gründungs- bzw. Start-up-Förderung (44 %) wird verbreitet gewünscht und adressiert insbesondere junge Studios sowie Solo-Entwicklerinnen und -Entwickler, die bislang nur eingeschränkt auf passende Angebote zugreifen können.

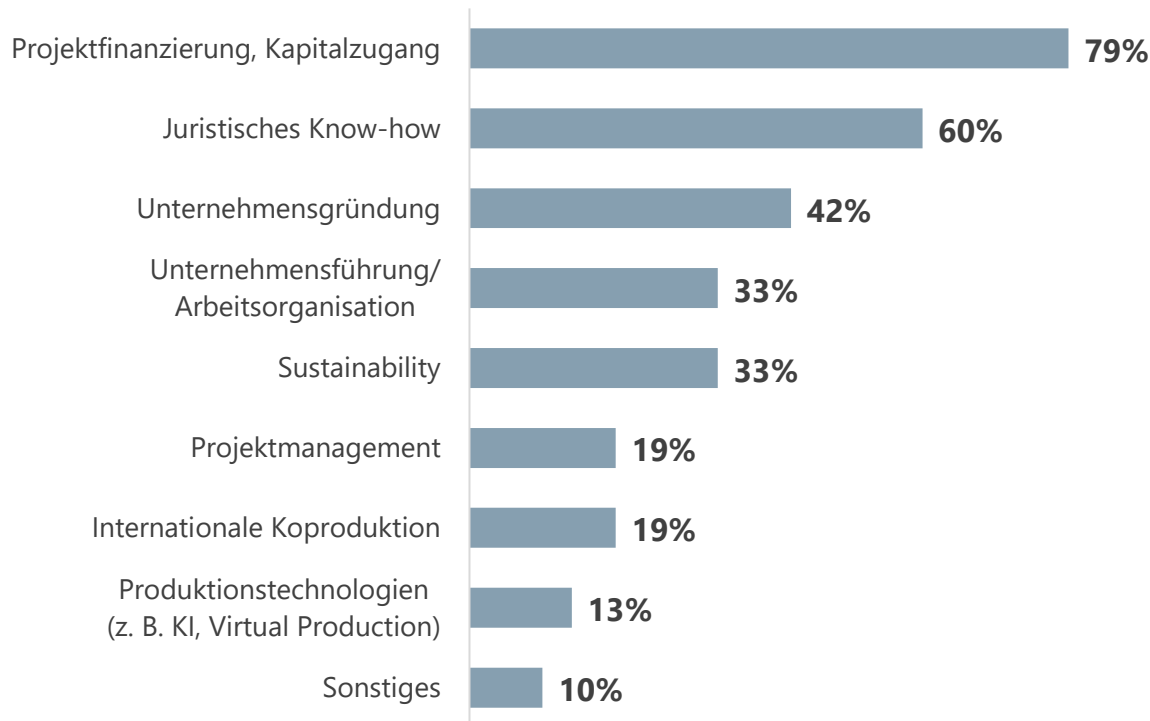
Etwas seltener wurden eine Innovations- und Technologieförderung (28 %) sowie Programme zur Weiterbildung und Kompetenzentwicklung (26 %) genannt. Diese betreffen sowohl technologische Grundlagen wie Engine- oder Tool-Entwicklung als auch die Qualifizierung von Fachkräften im Bereich Produktion, Design oder Management. Eine Internationalisierungsförderung (25 %) spielt ebenfalls eine nennenswerte Rolle, insbesondere für Studios, die weltweite Märkte adressieren und Unterstützung für Messen, Delegationsreisen oder internationale Kooperationen benötigen.

Als sonstige Vorschläge wurden vor allem spezifische strukturelle Maßnahmen genannt, darunter der Aufbau regionaler Publisher-Hubs, eine stärkere Verzahnung von Forschung und Entwicklung sowie Programme zum Ausbau von Game-Design-Kompetenzen. Ergänzend wurden Gründungs- und Weiterentwicklungsstipendien sowie Förderangebote für Spiele mit regionalem Kontext sowie für Ausbildung und Lehre angeregt.

GEWÜNSCHTE UNTERSTÜTZUNGSMABNAHMEN: FORT- UND WEITERBILDUNG

Auf die Frage nach gewünschten Maßnahmen im Bereich fachlicher Kompetenzen wünschen sich die Befragten vor allem Unterstützung bei Projektfinanzierung und Kapitalzugang. Unter Sonstiges wurden Weiterbildungen in Game Art und Design genannt sowie zu Publishing- und Vermarktungsstrategien (z. B. professionelle Gestaltung einer Steam-Page, Entwicklung wirkungsvoller Indie-Trailer). Beim Ausbau sozialer Kompetenzen besteht hoher Bedarf bei (Selbst-) Marketing/Pitch-Trainings und Leadership. Unter Sonstiges wurden Formate zu Mental Health und resilientem Arbeiten genannt.

UNTERSTÜTZUNGSMABNAHMEN IM BEREICH FORT-/WEITERBILDUNG FÜR DEN AUSBAU FACHLICHER KOMPETENZEN (HARD SKILLS), STAND: 10/2025

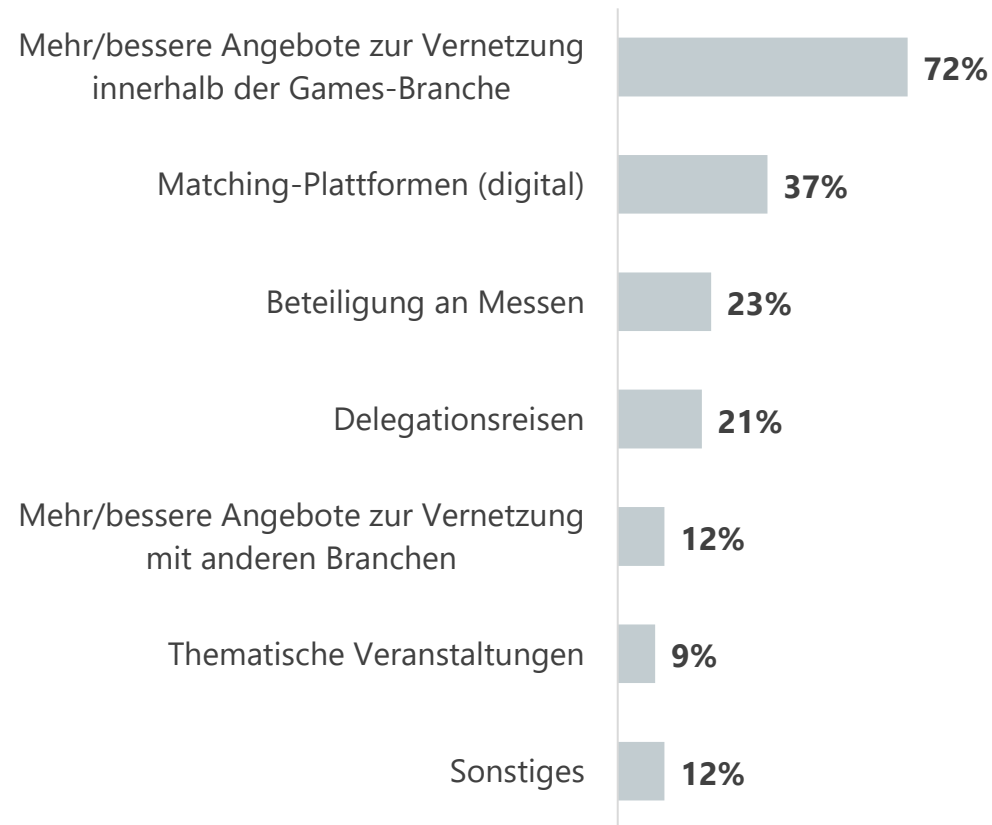


UNTERSTÜTZUNGSMABNAHMEN IM BEREICH FORT-/WEITERBILDUNG FÜR DEN AUSBAU SOZIALER KOMPETENZEN (SOFT SKILLS), STAND: 10/2025



GEWÜNSCHTE UNTERSTÜTZUNGSMAßNAHMEN: VERANSTALTUNGEN/NETWORKING

VERBESSERUNGSWÜNSCHE IM BEREICH VERANSTALTUNGEN/
NETWORKING, STAND: 10/2025



Bei den gewünschten Vernetzungsmaßnahmen steht mit 72 % der Ausbau von Angeboten innerhalb der Games-Branche klar im Vordergrund – darunter der Wunsch nach mehr Austauschformaten, regelmäßigen Treffpunkten und der Stärkung bestehender Community-Initiativen wie Game Camp, Indie Outpost oder regionalen Jams.

37 % wünschen sich digitale Matching-Plattformen, um Studios und Solo-Devs effizient mit potenziellen Partnern zu verbinden. 23 % nennen die Beteiligung an Messen, insbesondere im ausgeprägteren Maße auf der gamescom (teilweise mit dem Vorschlag ergänzender Promotion-Formate, bspw. Steam-Sales), ergänzt durch Veranstaltungen wie die Learntec. 21 % wünschen sich Delegationsreisen in Leitmärkte wie die USA, Südkorea, Japan oder Kanada sowie zu branchenspezifischen Events wie GDC, GIC, Reboot, Devcom oder dem Unreal Fest Europe.

Maßnahmen zur Vernetzung mit anderen Branchen wurden von 12 % genannt und beziehen sich vor allem auf Schnittstellen zu Forschung und Lehre (z. B. Informatik, Politik, Geschichte), zu Bildungsakteuren wie Schulen und Schulbuchverlagen sowie zu Bereichen mit wachsender Games-Relevanz wie Automobilindustrie, NGOs oder Verteidigungssektor. Thematische Veranstaltungen (9 %) umfassen Vorschläge zu Mental Health, Künstlersozialkasse, nachhaltigen Entwicklungsstrategien oder Narrative Design.

Unter Sonstiges finden sich vor allem infrastrukturelle und Community-orientierte Ergänzungen, etwa kostengünstige Arbeitsräume, zusätzliche Angebote außerhalb Münchens sowie die Idee einer dauerhaften digitalen 3D-Messe für die bayerische Games-Branche.

WEITERE UNTERSTÜTZUNGSMABNAHMEN: INFRASTRUKTUR, FÖRDERSTRUKTUREN & REGIONALE ENTWICKLUNG

INFRASTRUKTUR UND RÄUMLICHE ANGEBOTE

Grundsätzlich wird eine flächendeckende Ausweitung bestehender Angebote gefordert, etwa eine stärkere regionale Präsenz von Indie Outposts und Games/Bavaria, um auch außerhalb Münchens, insbesondere in Franken, attraktive Arbeits- und Austauschmöglichkeiten zu schaffen. Ein wiederholt genannter Wunsch betrifft den Aufbau eines großen, technisch voll ausgestatteten Studios, das allen Entwickelnden offensteht. Genannt werden freinutzbare Arbeits- und Produktionsbereiche, Motion-Capture- und Video-Setups, Räume für Workshops und Community-Events sowie Möglichkeiten für informellen Austausch. Ergänzend wurden kostenlose oder vergünstigte Coworking-Spaces angeregt, um insbesondere kleineren Studios und Solo-Devs eine kontinuierliche Arbeitsumgebung zu ermöglichen.

FÖRDERSTRUKTUREN

Aus Sicht der Befragten besteht ein Bedarf nach höheren Gesamtbudgets und kontinuierlich steigenden Fördermitteln. Außerdem werden risikominimierende Modelle als wichtig erachtet, etwa in Form von Grundförderungen, Personalkostenzuschüssen oder öffentlich-rechtlich finanzierten Games-Projekten, die experimentellere Entwicklungen ermöglichen. Zudem wurde eine Harmonisierung der Abrechnungsmodalitäten für Bundes- und Länderförderung gefordert.

E-SPORT

Wiederholt genannt wurden die Rahmenbedingungen für E-Sport im Freistaat. Gewünscht werden verbesserte Bedingungen für Turniere, Ligen und großformatige Community-Events, um Bayern als E-Sport-Standort noch attraktiver und international sichtbarer zu machen.

SICHTBARKEIT

Mehrfach wird gefordert, dass sich Bayern stärker auf der gamescom präsentiert, um gegenüber anderen Bundesländern konkurrenzfähig zu bleiben und das Standortimage zu schärfen. Ergänzend werden mehr Publisher-Developer-Events, geförderte internationale B2B-Reisen sowie gemeinsame Kreativräume als wichtige Bausteine einer aktiveren Standortkommunikation genannt.

VERNETZUNG

Insgesamt wurden stärkere Vernetzungsmöglichkeiten mit Publishern und Industrie sowie ein insgesamt besseres Zusammenspiel von Politik, Wirtschaft und Community gefordert. Die Bündelung bestehender Initiativen sowie engere Kooperationen zwischen Netzwerken, Wirtschaft und Politik gelten als zentrale Voraussetzung für eine strategische Weiterentwicklung. Genannt werden unter anderem gemeinsame Arbeitsräume für Game Jams und ein stärkeres Zusammenspiel von Community, Studios und Förderakteuren.

WEITERE UNTERSTÜTZUNGSMABNAHMEN: FORSCHUNG, TALENTENTWICKLUNG & WEITERBILDUNG

FORSCHUNG

Im Bereich Forschung wird der Ausbau von Transferstrukturen und profilbildenden Hochschulangeboten gefordert. Allgemein wird in Bayern eine Stärke in der Ausbildung klassischer Informatik gesehen, während Games-spezifische Studiengänge in zu geringem Maße angeboten werden. Gewünscht werden zusätzliche Ausbildungstracks, duale Studiengänge und Transferstellen, die Wissenschaft, Lehre und Studios enger miteinander verbinden. Games-spezifische Coaches könnten den Übergang zwischen Ausbildung, Studium und Beruf erleichtern und die Rekrutierung lokaler wie internationaler Talente unterstützen. Zudem wäre ein Ausbildungsgang im Games-Bereich zu erwägen.

SPEZIALISIERUNG

Viele Befragte wünschen sich eine stärkere fachliche Spezialisierung. Gefordert werden fortgeschrittene Kurse in Game Art, Concept, Animation oder Technical Art sowie spezialisierte Masterprogramme. Schulische Projekte sollen über einfache Umgebungen wie Roblox hinausgehen, um früh professionelle Kompetenzen zu entwickeln. Ergänzend wird der Aufbau eines Games-fokussierten Elite-Clusters mit Forschungsschwerpunkt angeregt.

WEITERBILDUNG

Unternehmen wünschen sich finanzielle Unterstützung für interne Weiterbildungsprogramme, da viele Formate kostspielig sind. Ziel ist die Steigerung internationaler Professionalität. Besonders hervorgehoben wird die

Notwendigkeit, Game-Design-Kompetenzen systematisch zu stärken.

BUSINESS-MENTORING

Es besteht ein deutliches Bedürfnis nach intensiviertem Business-Mentoring. Start-ups benötigen Beratung in Finanzierung, Marketing, Sales und bei Gründungsunsicherheiten. Es wird angeregt, Programme wie Games/Bavaria zu erweitern, um auch etabliertere Studios bei Wachstum und technischen Weiterentwicklungen zu unterstützen. Bestehende Accelerator-Programme sollte aus Sicht der Befragten verstetigt und regionale Innovation Labs – etwa nach Bayreuther Vorbild – auf weitere Standorte übertragen werden.

TALENT-PIPELINE

Mehr Praktikumsplätze, klare Karrierewege und Vorbilder nach internationalem Muster (z. B. Ubisoft) sollen den Einstieg in die Branche erleichtern. Ergänzend werden Maßnahmen im Bereich Wohnen und Arbeitsraum genannt, um Junior-Entwicklerinnen und -Entwickler langfristig an den Standort zu binden und die Talent-Pipeline nachhaltig zu sichern.

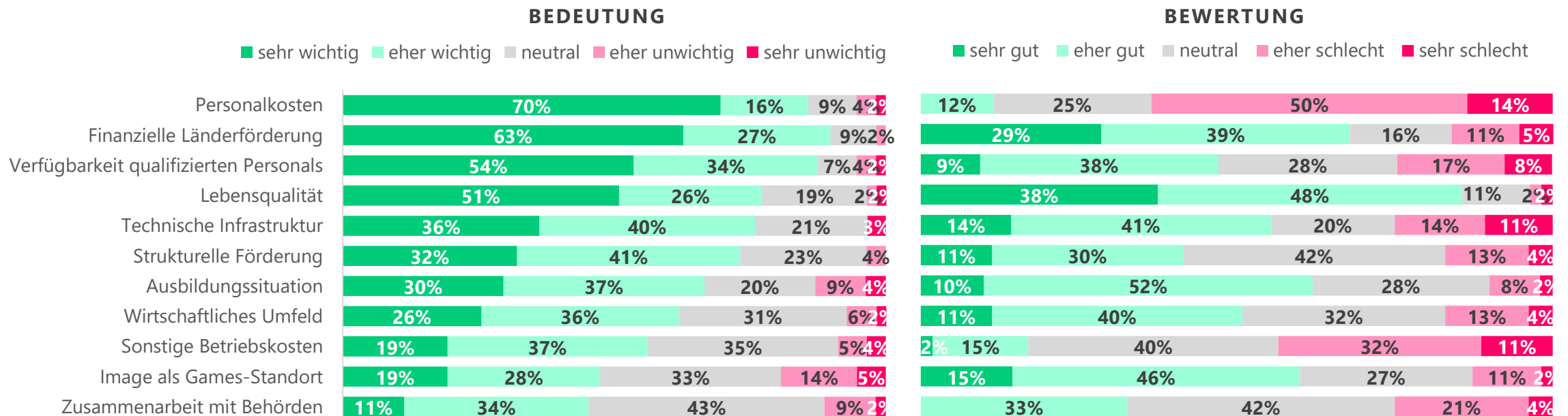


STANDORT- BEWERTUNG

BEWERTUNG DES GAMES-STANDORTS BAYERN

Personalkosten, die finanzielle Länderförderung und qualifiziertes Personal zählen zu den wichtigsten Standortfaktoren für den Games-Markt in Bayern (für je rund 85 bis 90 % der Befragten sehr wichtig oder eher wichtig). Zugleich werden gerade die Personalkosten kritisch gesehen – nur gut 10 % bewerten sie positiv, fast zwei Drittel (sehr) schlecht. Auch sonstige Betriebskosten sind für viele relevant, die Bewertung fällt aber überwiegend negativ aus. Deutlich besser schneiden andere zentrale Faktoren ab: Die finanzielle Länderförderung ist für knapp 90 % (sehr) bedeutsam und wird von rund zwei Dritteln (sehr) gut bewertet. Ausbildungssituation, technische Infrastruktur und wirtschaftliches Umfeld gelten mehrheitlich als (sehr) wichtig und werden überwiegend gut bewertet. Die Lebensqualität wird von fast 90 % gelobt. Das Image des Game-Standorts Bayern wird von rund der Hälfte positiv eingestuft und von 60 % Befragten als wichtig bewertet.

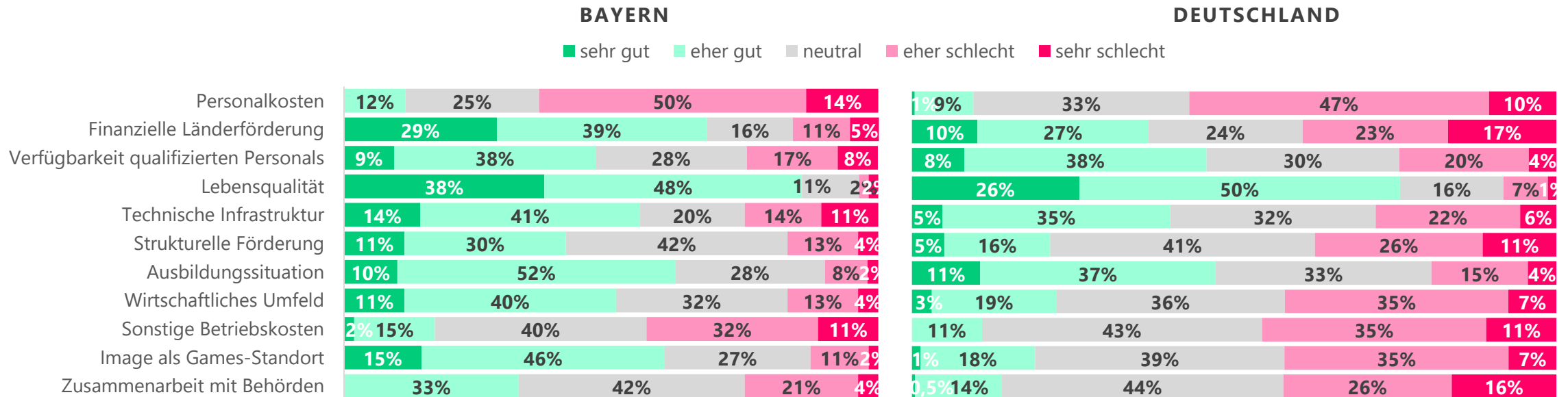
BEDEUTUNG UND BEWERTUNG VON STANDORTFAKTOREN FÜR DEN GAMES-MARKT BAYERN, STAND: 10/2025



BEWERTUNG DES GAMES-STANDORTS BAYERN UND DES GAMES-STANDORTS DEUTSCHLAND

Bei der Gegenüberstellung der Bewertungen des Games-Standorts Bayern mit denen des Games-Standorts Deutschland zeigt sich dass Personalkosten und sonstige Betriebskosten jeweils mehrheitlich schlecht bewertet, bundesweit jedoch noch negativer als in Bayern. In Bayern erhält die Länderförderung überwiegend gute Werte, während sie deutschlandweit deutlich verhaltener beurteilt wird. Auch Ausbildungssituation, technische Infrastruktur und wirtschaftliches Umfeld schneiden in Bayern klar besser ab und werden mehrheitlich positiv bewertet, während die bundesweiten Einschätzungen stärker gemischt ausfallen. Besonders hervorsticht die Lebensqualität, die in Bayern von nahezu allen Befragten gelobt wird und auch bundesweit zu den bestbewerteten Faktoren zählt, jedoch auf niedrigerem Niveau. Beim Image des Games-Standorts liegt Bayern ebenfalls deutlich vor dem Bundesdurchschnitt.

BEWERTUNG VON STANDORTFAKTOREN FÜR DEN GAMES-MARKT BAYERN AUS SICHT BAYERISCHER GAMES-UNTERNEHMEN, STAND: 10/2025 UND FÜR DEN GAMES-MARKT DEUTSCHLAND AUS SICHT GESAMTDEUTSCHER UNTERNEHMEN, STAND 06/2025



VERBESSERUNGSWÜRDIGE STANDORTFAKTOREN

Gefragt nach den stärksten Hebeln zur Verbesserung des Profils des Games-Standorts Bayern nennen die Befragten vor allem mehr bzw. bessere Förderprogramme (54 %). An zweiter Stelle stehen regulatorische Erleichterungen (42 %), etwa weniger bürokratische Anforderungen, bei der Antragstellung und Nachweiserbringung. Ebenfalls häufig genannt werden der Ausbau digitaler Infrastrukturen (29 %) sowie internationale Festivals und Events (25 %), die die Sichtbarkeit des Standorts im globalen Wettbewerb erhöhen können. Jeweils rund ein Viertel der Befragten hebt zudem Fachkräfteentwicklung und -bindung (24 %) sowie Gründerzentren bzw. Start-up-Programme (22 %) hervor. Auch der Ausbau von Ausbildungs- und Studienangeboten (20 %) sowie eine stärkere internationale Sichtbarkeit und Vermarktung (19 %) werden als wichtige Stellschrauben gesehen.

FAKTOREN, DIE DAS PROFIL VON BAYERN ALS GAMES-STANDORT AM STÄRKSTEN VERBESSERN WÜRDEN, STAND: 10/2025



ALLEINSTELLUNGSMERKMALE UND BESONDERE STÄRKEN

FÖRDERUNG

Am häufigsten wurde die starke und verlässlich ausgestaltete Förderstruktur hervorgehoben. Die FFF Bayern-Förderung gilt vielen Befragten als zentrales Alleinstellungsmerkmal – unter anderem aufgrund ihres vergleichsweise hohen Budgets, der professionellen Beratung, der langjährigen institutionellen Stabilität und der ab 2026 vorgesehenen Verdopplung der Mittel. Ergänzend wurde Games/Bavaria als wichtige Anlaufstelle genannt, die Beratung, Austauschformate, Delegationsreisen und Community-Arbeit bündelt und wesentlich zur Funktionsfähigkeit des Ökosystems beiträgt. Insgesamt wurde die lange, konsistent verfolgte Games-Politik als Standortvorteil eingestuft.

POLITISCHE UNTERSTÜTZUNG

Mehrfach wurde die klare politische Rückendeckung für die Games-Branche betont. Die aktive Rolle des Digitalministeriums, die sichtbare Aufmerksamkeit für das Thema sowie die geplante Entwicklung einer Games-Strategie werden als besondere Stärken gesehen, die Bayern im bundesweiten Vergleich positiv differenzieren. Auch das politische Selbstbewusstsein und der bayerische Gestaltungsanspruch wurden wiederholt als prägend beschrieben.

COMMUNITY UND VERNETZUNG

Sehr häufig verwiesen die Befragten auf die starke Vernetzung innerhalb der bayerischen Games-Community. Neben München wurden regionale Cluster wie Regensburg, Bayreuth, Nürnberg oder Würzburg hervorgehoben. Etablierte Studio-Netzwerke, die GAMEREI, Indie Outposts, Events wie GG Bavaria oder

der Franken Game Jam sowie eine ausgeprägte Kooperationskultur fördern Austausch und erleichtern insbesondere kleinen Studios und Newcomern den Einstieg. Zusätzlich wurde die gute Anbindung an non-endemic Industrien außerhalb des Kernmarkts, (z. B. Automobil, Maschinenbau, Healthcare) als Vorteil für Kooperationen, Serious Games und Applied Games genannt.

HOCHSCHULLANDSCHAFT UND AUSBILDUNG

Wiederholt betont wurde die vielfältige und qualitativ hochwertige Hochschul- und Ausbildungslandschaft. Genannt wurden u. a. die Universität Bayreuth mit dem Game Innovation Lab, die TU München mit ihrem hohen Informatik-Niveau sowie starke Programme in Programmierung, Animation und Medienproduktion. Diese Einrichtungen gelten als Grundlage für kontinuierlichen Talentnachschub und werden als wichtiger Grund dafür genannt, dass Bayern über ein großes Reservoir an Fachkräften verfügt.

WIRTSCHAFTS- UND STANDORTQUALITÄT

Betont wurde zudem die wirtschaftliche Stärke Bayerns, das technologische Umfeld sowie die hohe Lebensqualität. Die Lage im geografischen Herzen Europas, mit kurzen Wegen nach Österreich, in die Schweiz und nach Norditalien, sowie die Attraktivität Münchens als international anerkannter Technologiestandort erleichtern prinzipiell die Rekrutierung von Fachkräften, wobei hier auch ein Wettbewerb um Talente mit anderen Branchen (Automobil, Rüstung) besteht. Die gut ausgebaute Infrastruktur im Großraum München wurde zusätzlich als Vorteil hervorgehoben.



STANDORT- ENTWICKLUNG & SWOT-ANALYSE

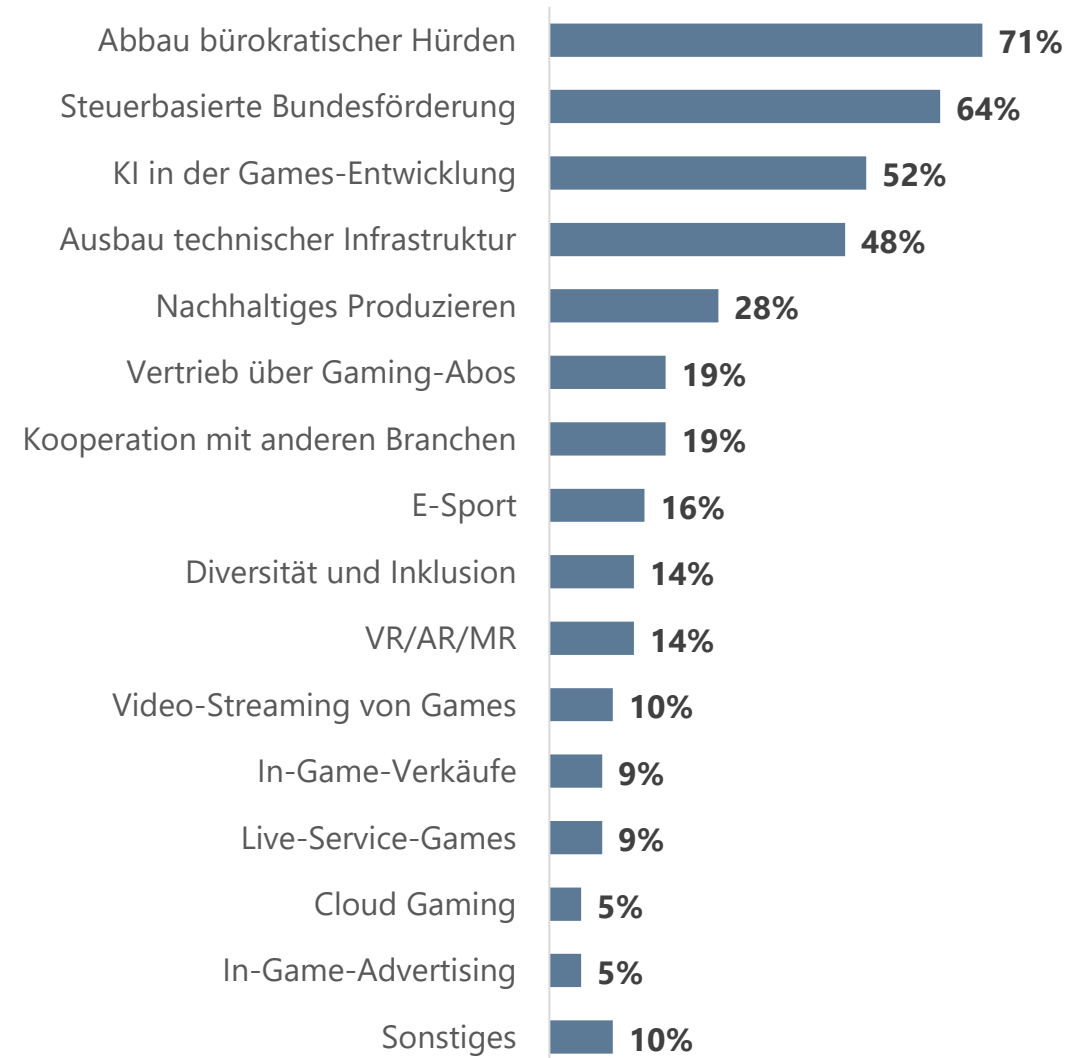
CHANCEN UND MARKTTREIBER

Gefragt nach den Themen, die künftig an Bedeutung gewinnen und die Games-Branche in Bayern positiv beeinflussen könnten, sehen die Befragten vor allem den Abbau bürokratischer Hürden als zentralen Markttreiber (71 %). Häufig genannt wird zudem eine steuerbasierte Bundesförderung (64 %), die aus Sicht vieler Studios Wachstumsimpulse setzen und internationale Wettbewerbsfähigkeit stärken würde.

Zukunftsrelevant sind zudem technologische Entwicklungen: 52 % erwarten, dass KI in der Games-Entwicklung eine prägende Rolle spielen wird, und 48 % betonen die Bedeutung eines Ausbaus technischer Infrastruktur. Darüber hinaus werden nachhaltige Produktionsweisen (28 %), Gaming-Abos und branchenübergreifende Kooperationen (je 19 %) als potenzielle Wachstumstreiber genannt. Weitere Themen wie E-Sport (16 %), Diversität und Inklusion sowie VR/AR/MR (je 14 %) werden in geringerem Maße als relevant eingeschätzt. Streaming-Modelle, Live-Service-Ansätze und Cloud-Angebote werden nur vereinzelt als Treiber genannt.

Ergänzend angeführt wurde die Idee eines „Bayern Passes“ zur gemeinsamen Sichtbarkeit bayerischer Spiele. Angeregt wurde außerdem der Abbau von Hürden in der Bundesförderung sowie die stärkere Verankerung von Games in Bildung und Ausbildung.

THEMEN, DIE ZUKÜNFTIG AN BEDEUTUNG GEWINNEN UND DIE GAMES-BRANCHE AM STANDORT BAYERN POSITIV BEEINFLUSSEN (CHANCEN/MARKTTREIBER), STAND: 10/2025



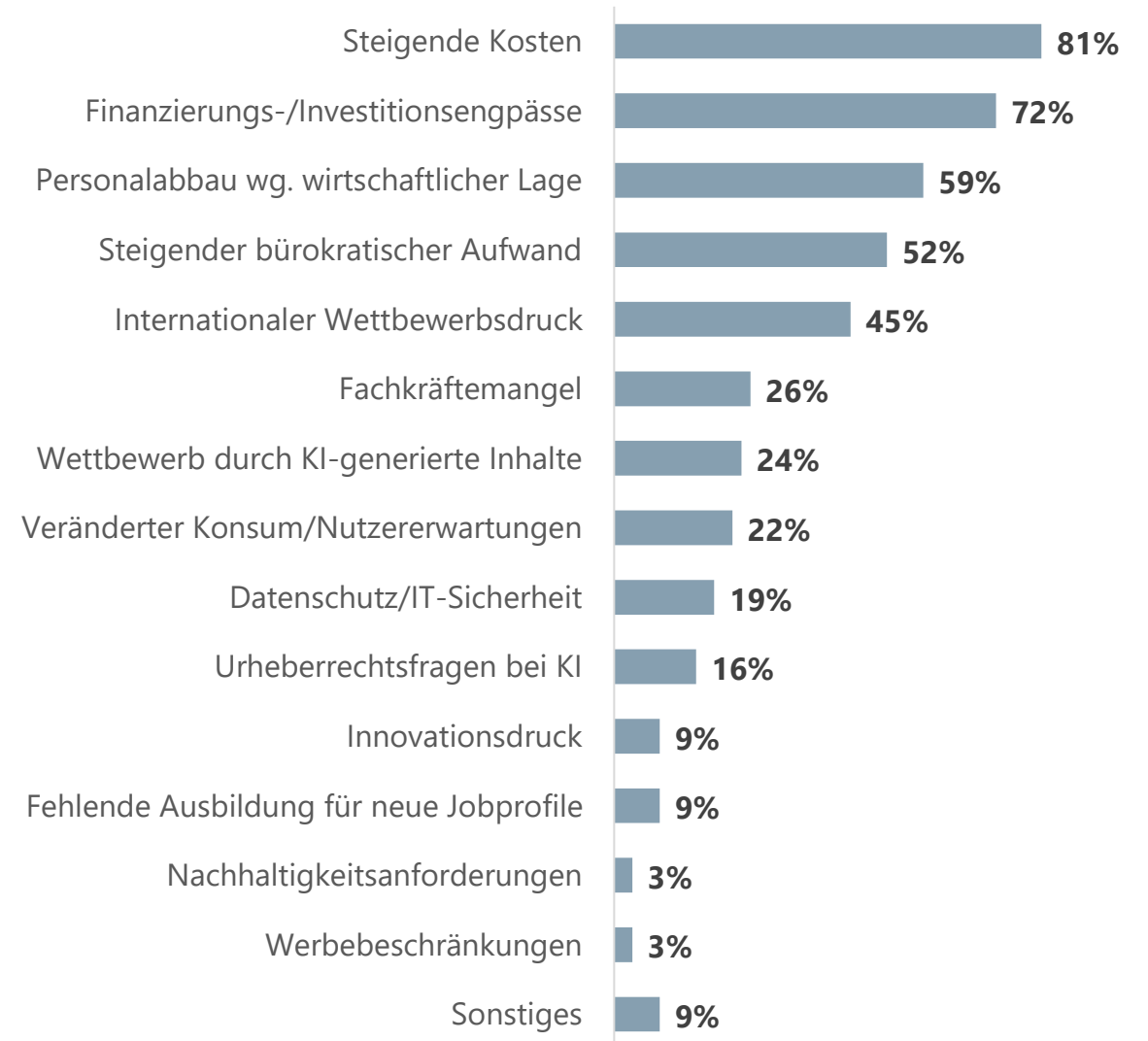
HERAUSFORDERUNGEN UND HEMMNISSE

Als zentrale Herausforderungen für die zukünftige Entwicklung der Games-Branche in Bayern werden vor allem steigende Kosten genannt (81 %), gefolgt von Finanzierungs- und Investitionsengpässen (72 %).

59 % der Befragten verweisen auf Personalabbau infolge der wirtschaftlichen Lage, während 52 % den zunehmenden bürokratischen Aufwand als Belastung sehen. 45 % nennen den internationalen Wettbewerbsdruck, 26 % den Fachkräftemangel und 24 % den Wettbewerb durch KI-generierte Inhalte. Weitere genannte Risiken betreffen veränderte Konsum- und gesteigerte Erwartungen der Nutzenden (22 %), Datenschutz und IT-Sicherheit (19 %) sowie urheberrechtliche Fragen im Zusammenhang mit KI (16 %). Seltener werden Innovationsdruck, fehlende Ausbildung für neue Jobprofile oder Nachhaltigkeits- und Werbebeschränkungen thematisiert.

Ergänzend wurden vor allem qualitative Aspekte angesprochen, darunter mangelnde kreative Leuchtturmprojekte, eine als unzureichend empfundene interdisziplinäre Zusammenarbeit zwischen Ressorts sowie der Eindruck einer hohen Konkurrenz durch die Vielzahl veröffentlichter Spiele, insbesondere in schwer vermarktbareren Genres.

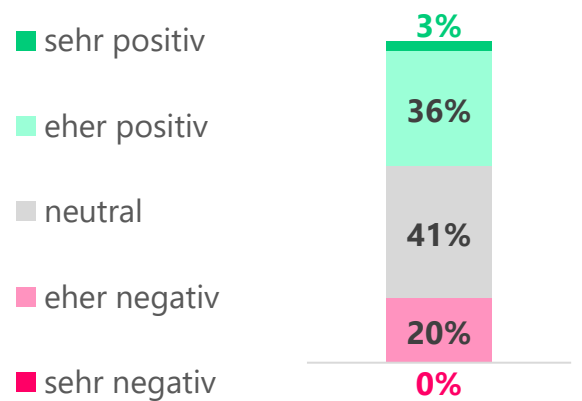
THEMEN, DIE HERAUSFORDERN UND DIE ENTWICKLUNG DER GAMES-BRANCHE AM STANDORT BAYERN HEMMEN, STAND: 10/2025



ERWARTETE ZUKÜNFTIGE ENTWICKLUNGEN

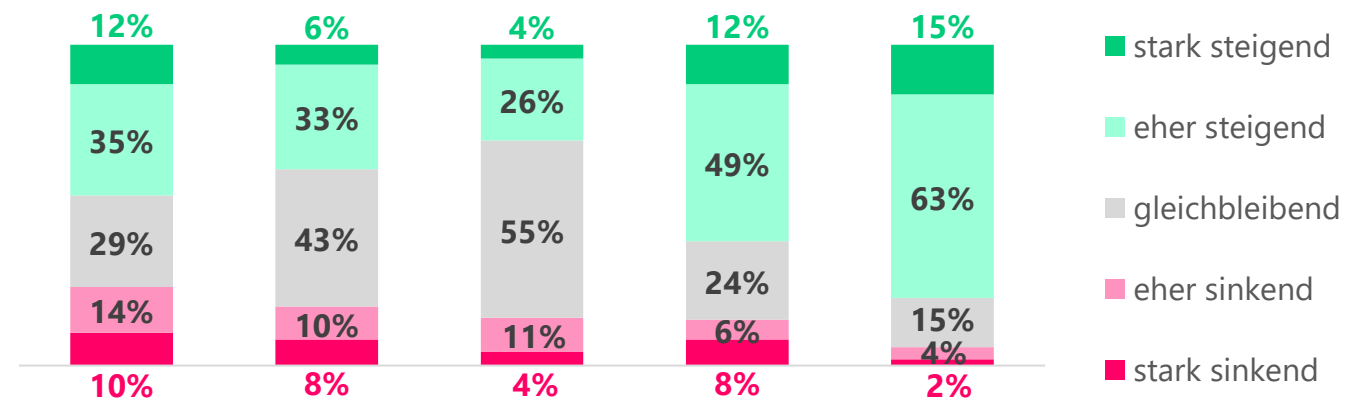
Die Erwartungen der bayerischen Games-Unternehmen zeichnen ein gemischtes, aber tendenziell positives Bild. Für die Entwicklung des Games-Standorts Bayern bis 2028 erwarten die Unternehmen zu je etwa 40 % eine positive bzw. stabile Entwicklung, während 20 % eher pessimistisch sind. Für die wirtschaftliche Situation des eigenen Unternehmens ist knapp die Hälfte optimistisch. 29 % erwarten ein gleichbleibendes Niveau, während rund ein Viertel von einer Verschlechterung ausgeht. Bei der Beschäftigtenzahl herrscht eine vorsichtig positive Haltung: 39 % rechnen mit Zuwachs, 43 % mit stabilen Werten. Die Verfügbarkeit von Personal wird überwiegend als stabil eingeschätzt (55 %). 61 % rechnen mit steigenden Umsätzen, während nur 14 % von Rückgängen ausgehen. Am klarsten fällt die Prognose bei den Kosten aus: Fast acht von zehn Befragten (78 %) gehen von steigenden Ausgaben aus, was die Kostenseite als zentrale Belastung der kommenden Jahre hervorhebt.

ERWARTETE ENTWICKLUNG DES GAMES-STANDORTS BAYERN BIS 2028, STAND: 10/2025



Entwicklung Games-Standort Bayern

ERWARTUNGEN FÜR DIE ZUKÜNFTIGE ENTWICKLUNGEN DES EIGENEN UNTERNEHMENS BIS 2028, STAND: 10/2025



Allgemeine wirtschaftliche Situation, Beschäftigte, Verfügbarkeit von Personal, Umsatz, Kosten

SWOT-ANALYSE DER GAMES-BRANCHE BAYERN

- Stabile, gut zugängliche Landesförderung (FFF Bayern)
- Langjährig konsistente Games-Politik auf Landesebene
- Positive Wahrnehmung der Förderinstrumente und flankierender Strukturen
- Leistungsfähige Hochschul- und Forschungslandschaft insb. für Informatik
- Gute infrastrukturelle Anbindung
- Zentrale Lage im europäischen Wirtschaftsraum
- Hohe Lebensqualität und wirtschaftliche Stärke als Pull-Faktoren für Fachkräfte
- Ausgeprägte Community- und Netzwerkstrukturen
- Starke Strukturen in angrenzenden Industrien

- Hohe Personal- und Betriebskosten, insbesondere im Großraum München
- Räumliche Konzentration der Branche auf den Großraum München, Unterstützungsangebote in der Fläche werden als weniger präsent wahrgenommen
- Kleinteilige Unternehmensstruktur mit begrenzter Skalierungsfähigkeit
 - Unterrepräsentierte Games-spezifische Ausbildungsangebote
 - Geringere internationale Sichtbarkeit als Berlin oder NRW
 - Struktureller Wettbewerbsnachteil für deutsche Unternehmen durch fehlende steuerbasierte Bundesförderung

- Bürokratieabbau als wirksamer Wachstumshebel für ein KMU-geprägtes Ökosystem
- Stärkung der Fläche durch Ausbau regionaler Games-Hubs
- Nutzung regionaler Hochschulstandorte als Ankerpunkte für Transfer, Gründungen und Nachwuchsentwicklung
- Vermehrter Übergang von Indie- zu AA-Produktionen durch systematische Unterstützung
- Gezielte internationale Positionierung über B2B-Formate und Leitmesse
- Positionierung als stabiler, langfristig verlässlicher Games-Standort in einem volatilen nationalen Förderumfeld

- Steigende Kosten bei volatiler Umsatzentwicklung
- Zunehmender internationaler Standortwettbewerb
- Wettbewerb um Talente auf globaler Ebene und mit anderen Branchen
 - Hoher Anpassungsdruck durch KI und neue Produktionslogiken
- Begrenzte Resilienz eines projekt- und KMU-geprägten Ökosystems bei Förderlücken
- Dauerhafte Wettbewerbsnachteile für deutsche Unternehmen bei ausbleibender steuerbasierter Förderung auf Bundesebene



HANDLUNGS- EMPFEHLUNGEN & FAZIT

ZENTRALE HANDLUNGSEMPFEHLUNGEN: PLANBARKEIT UND WACHSTUM

PLANBARKEIT LANGFRISTIG SICHERSTELLEN

Der Standort Bayern verfügt bereits über gute Strukturen im Games-Ökosystem und eine hohe politische Rückendeckung. Vor diesem Hintergrund gilt es, die bestehenden Finanzierungs- und Unterstützungsangebote dauerhaft abzusichern. Planungssicherheit ist eine zentrale Voraussetzung für die Kalkulierbarkeit unternehmerischer Risiken, für strategische Entscheidungen über einzelne Projekte hinaus sowie für Investitionen, Personalaufbau und eine nachhaltige Unternehmensentwicklung. Zugleich ist sie ein wesentlicher Faktor, um das Wachstum des Standorts langfristig sicherzustellen.

ENTWICKLUNG IN DER FLÄCHE

Die Games-Branche konzentriert sich auf den Großraum München, zugleich bestehen jedoch zahlreiche relevante Aktivitäten und Netzwerke in weiteren Regionen Bayerns. Diese regionale Vielfalt stellt eine wichtige Ressource für die Standortentwicklung dar, ist bislang jedoch nur teilweise strukturell verankert. Vor diesem Hintergrund könnte es sinnvoll sein, regionale Games-Hubs außerhalb Münchens weiter auszubauen, um Austausch, Kooperation und Talentbindung auch in der Fläche zu unterstützen.

HOCHSCHULEN ALS TRANSFER- UND GRÜNDUNGSANKER

Die Hochschul- und Forschungslandschaft zeigt sich als zentrale Stärke des Standorts, u. a. mit Blick auf Nachwuchs, technisches Know-how und Gründungsimpulse. Die Ausbildung könnte dabei noch konkreter auf zu-

künftige Kompetenzfelder ausgerichtet werden. Zudem deutet die Analyse aber auch darauf hin, dass der Transfer in unternehmerische Strukturen noch nicht überall systematisch erfolgt. Eine strategische Stoßrichtung könnte darin bestehen, Hochschulstandorte stärker als Transfer- und Gründungszentren im Games-Ökosystem zu verankern.

UNTERSTÜTZUNG KLEINER STUDIOS

Befragung und Hintergrundgespräche zeigen, dass gerade kleine Studios einen hohen Bedarf an kontinuierlicher Begleitung, Qualifizierung und Austausch haben. Dies betrifft insbesondere Unternehmensentwicklung, Projektorganisation und Marktorientierung. Entsprechende Angebote existieren bereits punktuell. Es könnte erwogen werden, Beratungs-, Mentoring- und Qualifizierungsstrukturen stärker auszubauen und zu verstetigen – auch in der Fläche.

WACHSTUMSPFADE HIN ZU STABILEN UNTERNEHMENS-STRUKTUREN

Die Ergebnisse sprechen dafür, die Entwicklung des bayerischen Games-Sektors besonders entlang anschlussfähiger Wachstumspfade zu unterstützen, die eine schrittweise Skalierung von kleinen Teams hin zu professionisierteren Unternehmensstrukturen ermöglichen. Dadurch kann sowohl die Vielfalt des Standorts langfristig gesichert als auch die Wertschöpfung erhöht werden.

ZENTRALE HANDLUNGSEMPFEHLUNGEN: STANDORTPROFIL UND SICHTBARKEIT

STÄRKEN KOMMUNIZIEREN / VIELFALT ALS STANDORT-USP

Die vorhandenen Standortqualitäten sollten noch klarer und konsistenter nach außen sichtbar gemacht werden. Dabei ist es wichtig, den Games-Standort Bayern nicht über einzelne Leuchtturmakteure, sondern als vielfältiges Games-Ökosystem zu begreifen. Die kleinteilige Unternehmenslandschaft, die hohe Gründungsdynamik, der starke Mittelbau sowie die Vielfalt an Entwicklungs- und Geschäftsmodellen prägen den Standort wesentlich. Eine Profilierung entlang dieser strukturellen Besonderheiten könnte ein realistisches und zugleich differenziertes Standortbild vermitteln, das für Talente, Partner und Investoren gleichermaßen anschlussfähig ist.

Der Großraum München bildet dabei den zentralen Schwerpunkt des bayerischen Games-Standorts, während weitere regionale Zentren jeweils eigene Schwerpunkte und Kompetenzen aufweisen. Strategisch könnte Bayern als Standort mit starkem Kern und ergänzenden regionalen Clustern stärker sichtbar gemacht werden.

INTERNATIONALE SICHTBARKEIT STÄRKEN

Internationale Kontakte sind vor allem für kleine und mittlere Studios entscheidend. Daher sollte die internationale Sichtbarkeit der Standortqualitäten noch gezielter gestärkt werden, etwa durch B2B-Formate, organisierte und kuratierte Delegationen oder Messeauftritte.

NETZWERKDICHTE ALS STANDORTMERKMAL KOMMUNIZIEREN

Das bayerische Games-Ökosystem ist geprägt durch eine hohe Netzwerkdichte mit engen Verflechtungen zwischen Unternehmen, Hochschulen, Wissenschaft, Fördergebern und weiteren branchenrelevanten Institutionen. Diese Netzwerke werden von den Akteuren als unterstützend und funktional wahrgenommen, sind nach außen jedoch bislang wenig sichtbar.

Strategisch sollte ihre Kommunikation noch systematischer erfolgen, um sie als integralen Bestandteil des Standortprofils zu etablieren und die Attraktivität des Standorts insbesondere für internationale Talente, Kooperationspartner und Investoren sichtbar zu erhöhen.

STANDORTPERSPEKTIVE: GRÜNDEN, BLEIBEN UND WACHSEN

Eine tragfähige Profilierung Bayerns als Games-Standort sollte nicht nur auf Neugründungen setzen, sondern auch die Bindung, Weiterentwicklung und Skalierung bestehender Unternehmen einbeziehen.

Eine solche Perspektive würde der Vielfalt des Ökosystems mit seinen vielen kleinen Teams gerecht werden. Gleichzeitig würde sie Bayern international als Standort für Stabilität und Professionalität positionieren.

FAZIT UND AUSBLICK

Die bayerische Games-Branche verfügt über hervorragende Voraussetzungen für eine nachhaltige und robuste Weiterentwicklung: einen starken Talentpool, leistungsfähige Hochschulen, eine gute Infrastruktur und eine sichtbar verlässliche Games-Politik. Die Ergebnisse der Studie zeigen, dass das bayerische Games-Ökosystem in besonderem Maße durch eine hohe Vielfalt an Akteuren mit kleinen und mittelgroßen Teams geprägt ist. Diese Struktur trägt wesentlich zur Dynamik und Innovationsfähigkeit des Standorts bei, bringt jedoch spezifische Anforderungen an Wachstum und Professionalisierung mit sich.

Zugleich zeigen die letzten Jahre, dass Wachstum nicht selbstverständlich bleibt und externe Marktveränderungen zunehmend Druck auf Studios ausüben. Umso wichtiger wird es, die vorhandenen Stärken strategisch auszubauen und den Standort resilient aufzustellen. Vor diesem Hintergrund kommt der langfristigen Planbarkeit und institutionellen Verlässlichkeit eine zentrale Rolle zu – sowohl in der Förderung als auch in den politischen und strukturellen Rahmenbedingungen des Standorts.

Mit der ab 2026 vorgesehenen Verdopplung der Games-Förderung des Freistaats ist ein wichtiges Signal gesetzt. Entscheidend wird sein, Förderstrukturen weiterhin stark auf Planbarkeit und Berechenbarkeit auszurichten und Mittel so auszuschütten, dass Studios Projekte sicher kalkulieren, Personal halten und Folgetitel planen können. Gefragt sind insbesondere Instrumente, die Risiko reduzieren und den Übergang zwischen Prototyp, Produktion und Markteintritt fördern sowie etablierte Studios stützen.

Auf Standortebene gibt es zahlreiche Ansatzpunkte, wie Bayern seine Stärken noch gezielter ausbauen kann, um mittelfristig auch den Aufstieg einzelner Indie- zu AA-Studios bzw. Großunternehmen zu ermöglichen. Ebenso ist ein koordinierter Austausch zwischen Hochschulen, Industrie und regionalen Hubs nötig, um die Talent-Pipeline zu stabilisieren und internationale Fachkräfte einzubinden.

Wesentliche Chancen ergeben sich zudem aus technologischen Entwicklungen. Die KI-Transformation bietet die Möglichkeit, Produktionsprozesse effizienter zu gestalten, birgt aber auch Risiken qualitativer Verwässerung („Slop Games“). Bayern kann hier eine Vorreiterrolle einnehmen, wenn Forschung, Förderung und Industrie enger verzahnt und Anwendungsszenarien konsequent erschlossen werden. Wichtig ist es dabei, Sichtbarkeit, B2B-Vernetzung und Marktzugang systematisch zu stärken.

Gleichzeitig sollten zentrale Herausforderungen adressiert werden, bspw. steigende Kosten, zunehmende Discoverability-Hürden und globale Wettbewerbsdynamiken. Mit einer konsistenten Games-Strategie und aktiver Standortkommunikation kann Bayern seine Position weiter ausbauen.

Bayerns Games-Ökosystem ist leistungsfähig, geprägt durch eine große Vielfalt und eine starke politische Rückendeckung. Entscheidend für die zukünftige Entwicklung sind die langfristige Sicherung planbarer Rahmenbedingungen, klare Wachstumspfade, auch in der Fläche, sowie die Sichtbarmachung der vorhandenen Standortqualitäten.

IMPRESSUM

DURCHGEFÜHRT VON:

Goldmedia GmbH

Oranienburger Str. 27 | 10117 Berlin
www.goldmedia.com

REDAKTION:

Juliane Müller, Mathias Birkel, Emilio Gärtner, Eduard Scholl,
Timo Benecke, Thorsten Hamdorf

ERSTELLT IM AUFTRAG VON:

Medien.Bayern

Balanstraße 73 / Haus 11 | 81541 München
www.medien-bayern.de

STAND:

Februar 2026

BILD:

kjpargeter auf Freepik.com

QUELLEN

- Bundesagentur für Arbeit (o. J.): Beschäftigungsstatistik (Stand 2023). Online unter: <https://statistik.arbeitsagentur.de/DE/Navigation/Statistiken/Fachstatistiken/Beschaeftigung/Beschaeftigung-Nav.html> [10.02.2026].
- Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (BMWE) (2024): Monitoringbericht Kultur- und Kreativwirtschaft 2024. [Monitoringbericht Kultur- und Kreativwirtschaft 2024 | BMWE](#) [10.02.2026].
- Bundesverband Musikindustrie e. V. (BVMI) (2024): Musikwirtschaft in Deutschland 2024. Online unter: <https://www.musikindustrie.de/weiteres/publikationen/musikwirtschaft-in-deutschland/musikwirtschaft-in-deutschland-2024> [10.02.2026].
- Bitkom (2022): Tax Incentives im deutschen Film- und Serienproduktionsmarkt. <https://www.bitkom.org/Bitkom/Publikationen/Tax-Incentives-im-deutschen-Film-und-Serienproduktionsmarkt> [10.02.2026].
- Bitkom Research (2024): Frauen in der IT-Branche 2024. Online unter: <https://www.bitkom.org/sites/main/files/2024-05/240424bitkom-chartsgirlsdayfraueninderitk24final.pdf> [10.02.2026].
- Deloitte (2023): Women @ the Wheel – Germany. Online unter: <https://www.deloitte.com/de/de/Industries/automotive/perspectives/women-at-the-wheel-female-empowerment-automobilindustrie.html> [06.01.2026].
- game – Verband der deutschen Games-Branche e.V. (o. J.): gamesmap.de. Online unter: <https://www.gamesmap.de/> [10.02.2026].
- Goldmedia (2025): Volkswirtschaftliche Bedeutung der Games-Branche in Deutschland und Hebeleffekte einer steuerlichen Förderung. Online unter: <https://www.goldmedia.com/studie/volkswirtschaftliche-bedeutung-der-games-branche-in-deutschland-und-hebeleffekte-einer-steuerlichen-foerderung/> [10.02.2026].
- Goldmedia (2026): Die Games-Branche in Deutschland 2025. Online unter: <https://www.goldmedia.com/studie/studie-zur-deutschen-games-branche-2025-veroeffentlicht/> [10.02.2026].
- Goldmedia (o. J.): Standortmonitor.net. Online unter: <https://standortmonitor.net/> [10.02.2026].
- Statistisches Bundesamt (Destatis) (2025a): Genesis Datenbank – Bereichsübergreifende Unternehmensstatistik. Online unter : <https://www-genesis.destatis.de/datenbank/online/statistic/48112/details/search/s/NDgxMTI%3D> [10.02.2026].
- Statistisches Bundesamt (Destatis) (2025b): Statistischer Bericht - Input-Output-Rechnung - 2022. Online unter: <https://www.destatis.de/DE/Themen/Wirtschaft/Volkswirtschaftliche-Gesamtrechnungen-Inlandsprodukt/Publikationen/Downloads-Input-Output-Rechnung/statistischer-bericht-input-output-rechnung-2180200227005-rev-2024-august-2024.html> [10.02.2026].
- Statistisches Bundesamt (Destatis) (2025c): Statistischer Bericht – Umsatzsteuerstatistik (Vorankmeldung) – 2023. Online unter: <https://www.destatis.de/DE/Themen/Staat/Steuern/Umsatzsteuer/Publikationen/Downloads-Umsatzsteuern/statistischer-bericht-umsatzsteuer-2140810237005.html> [10.02.2026].
- Verband Forschender Arzneimittelhersteller e.V. (vfa) (2023): Jede dritte Führungskraft in Deutschlands Pharmaindustrie ist weiblich. Online unter: <https://www.vfa.de/de/wirtschaft-standort/arbeit-soziales/frauen-fuehren-ein-drittel-der-forschenden-pharma-unternehmen-in-deutschland> [10.02.2026].
- Weeds, H. (2012): Superstars and the long tail: The impact of technology on market structure in media industries. Online unter: <https://ideas.repec.org/a/eee/iepoli/v24y2012i1p60-68.html> [10.02.2026].