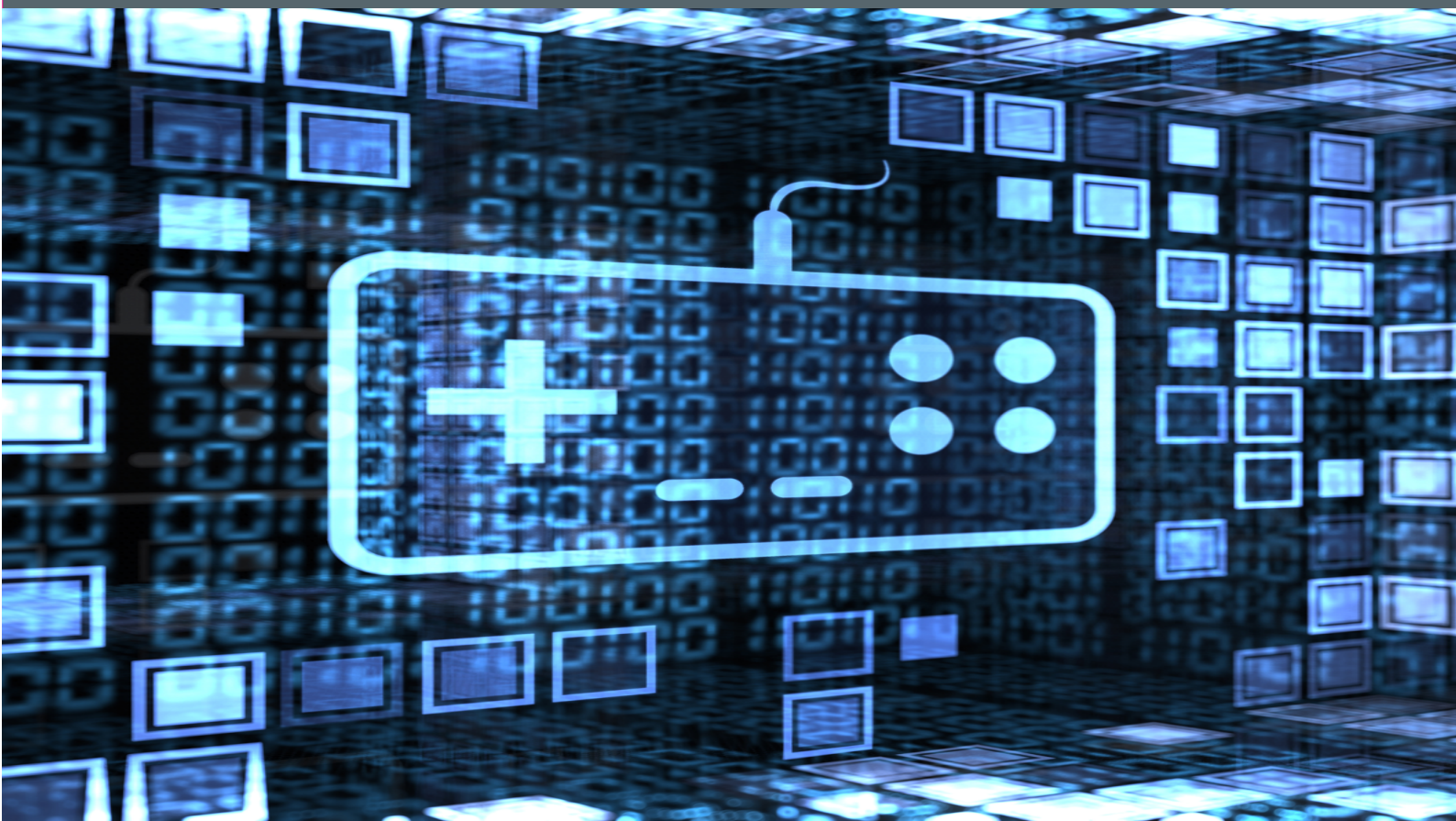


# Kreativwirtschaft Gaming in San Francisco and Seattle

**Zielmarktanalyse Geschäftsanbahnung USA 2023**



Durchführer



German American  
Chambers of Commerce  
Deutsch-Amerikanische  
Handelskammern

## IMPRESSUM

### Herausgeber

Delegiertenbüro der Deutschen Wirtschaft in San Francisco

101 Montgomery St, Suite 1900

San Francisco, CA 94104

Telefon: +1 (415) 248-1240

E-Mail: [info@gaccwest.com](mailto:info@gaccwest.com)

Internetadresse: [www.gaccwest.com](http://www.gaccwest.com)

### Text und Redaktion

Cora Lingerski

Alexandra Banning

Felix Loxen

Celina Husung

### Stand

Januar 2023

### Druck

Delegiertenbüro der deutschen Wirtschaft in San Francisco

### Gestaltung und Produktion

Delegiertenbüro der deutschen Wirtschaft in San Francisco

### Bildnachweis

Delegiertenbüro der deutschen Wirtschaft in San Francisco

Mit der Durchführung dieses Projekts im Rahmen des Bundesförderprogramms Mittelstand Global/ Markterschließungsprogramm beauftragt:



German American  
Chambers of Commerce  
Deutsch-Amerikanische  
Handelskammern

Das Markterschließungsprogramm für kleine und mittlere Unternehmen ist ein Förderprogramm des:



Bundesministerium  
für Wirtschaft  
und Klimaschutz



MITTELSTAND  
GLOBAL  
MARKTERSCHLIEßUNGS-  
PROGRAMM FÜR KMU

Die Studie wurde im Rahmen des Markterschließungsprogramms für das Projekt BMWK- Markterschließungsprogramm für KMU 2023 (1. Tranche) Geschäftsanbahnung in den USA für deutsche Unternehmen und Start-Ups der Kreativwirtschaft aus dem Bereich Games in San Francisco und Seattle erstellt.

Das Werk, einschließlich aller seiner Teile, ist urheberrechtlich geschützt.

Die Zielmarktanalyse steht der Germany Trade & Invest GmbH sowie geeigneten Dritten zur unentgeltlichen Verwertung zur Verfügung.

Sämtliche Inhalte wurden mit größtmöglicher Sorgfalt und nach bestem Wissen erstellt. Der Herausgeber übernimmt keine Gewähr für die Aktualität, Richtigkeit, Vollständigkeit oder Qualität der bereitgestellten Informationen. Für Schäden materieller oder immaterieller Art, die durch die Nutzung oder Nichtnutzung der dargebotenen Informationen unmittelbar oder mittelbar verursacht werden, haftet der Herausgeber nicht, sofern ihm nicht nachweislich vorsätzliches oder grob fahrlässiges Verschulden zur Last gelegt werden kann.

# Inhaltsverzeichnis

|             |                                                         |            |
|-------------|---------------------------------------------------------|------------|
| <b>I.</b>   | <b>Tabellenverzeichnis.....</b>                         | <b>II</b>  |
| <b>II.</b>  | <b>Abbildungsverzeichnis .....</b>                      | <b>III</b> |
| <b>III.</b> | <b>Abkürzungen.....</b>                                 | <b>IV</b>  |
| <b>IV.</b>  | <b>Währungsumrechnung .....</b>                         | <b>VI</b>  |
| <b>1.</b>   | <b>Zielmarkt USA: Kalifornien und Washington .....</b>  | <b>2</b>   |
| 1.1.        | USA .....                                               | 2          |
| 1.2         | Kalifornien .....                                       | 4          |
| 1.3         | Washington State .....                                  | 6          |
| <b>2.</b>   | <b>Gaming-Industrie in den USA.....</b>                 | <b>8</b>   |
| 2.1         | Überblick Gaming .....                                  | 8          |
| 2.2         | Marktentwicklung.....                                   | 9          |
| 2.3         | Marktpotenzial .....                                    | 10         |
| <b>3.</b>   | <b>Wettbewerbssituation .....</b>                       | <b>18</b>  |
| 3.1         | Wettbewerbssituation in den USA.....                    | 18         |
| 3.2         | Marktchancen an der Westküste .....                     | 19         |
| 3.3         | SWOT-Analyse für deutsche Unternehmen .....             | 21         |
| 3.4         | Zielgruppe.....                                         | 22         |
| 3.5         | Potenzielle Partner für deutsche Unternehmen.....       | 23         |
| <b>4.</b>   | <b>Politische und rechtliche Rahmenbedingungen.....</b> | <b>25</b>  |
| 4.1         | Richtlinien/ Vorschriften/ Gesetze .....                | 25         |
| 4.2         | Privacy & Data Security .....                           | 28         |
| 4.3         | Standards / Normen/ Zertifizierungen .....              | 29         |
| 4.4         | Produkthaftung .....                                    | 30         |
| 4.5         | Steuersystem .....                                      | 31         |
| 4.6         | Logistische Voraussetzungen .....                       | 32         |
| <b>5.</b>   | <b>Markteintrittsstrategien .....</b>                   | <b>34</b>  |
| 5.1         | Anpassung an den US-Markt.....                          | 34         |
| 5.2         | Langfristige Planung.....                               | 36         |
| 5.3         | Markthemmnisse.....                                     | 38         |
| 5.4         | Vertriebswege .....                                     | 38         |
| <b>6.</b>   | <b>Profile der Marktakteure .....</b>                   | <b>41</b>  |
|             | <b>Quellenverzeichnis.....</b>                          | <b>51</b>  |
|             | <b>Interviewverzeichnis .....</b>                       | <b>57</b>  |

# I. Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Relevante Gaming-Bereiche für den US-Markt ..... 22

Tabelle 2: Vereinfachte Übersicht der drei Ebenen des US-Steuersystems.....31

## II. Abbildungsverzeichnis

|                                                                                                     |    |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Abbildung 1: US-Wirtschaftseckdaten.....                                                            | 2  |
| Abbildung 2: Wirtschaftseckdaten Kalifornien.....                                                   | 4  |
| Abbildung 3: Landkreise der Bay Area.....                                                           | 5  |
| Abbildung 4: Wirtschaftseckdaten Washington State.....                                              | 6  |
| Abbildung 5: Casual und Hardcore Gamers.....                                                        | 8  |
| Abbildung 6: Marktgröße der Gaming-Industrie von 2011 bis 2022 in Mrd. USD.....                     | 9  |
| Abbildung 7: Vorhersage: virtuelle Spieler in den USA nach Endgeräten in Mio. (2022-2026).....      | 11 |
| Abbildung 8: Ausschnitt Umfrage: Welche Plattformen sind die interessantesten für Entwickler.....   | 12 |
| Abbildung 9: US-E-Sport Zuschauerzahlen Entwicklung.....                                            | 13 |
| Abbildung 10: Verschiedene Formen von XR.....                                                       | 14 |
| Abbildung 11: Anzahl der Nutzer von VR und AR in den USA (2017-2023 in Mio.).....                   | 14 |
| Abbildung 12: Marktkonzentration der Gaming-Industrie.....                                          | 18 |
| Abbildung 13: Marktkapitalisierung der größten Unternehmen der US-Gaming-Branche (in Mio. USD)..... | 20 |
| Abbildung 14: Der Kalifornische Gaming-Markt.....                                                   | 20 |
| Abbildung 15: Der Gaming-Markt in Washington State.....                                             | 21 |
| Abbildung 16: SWOT-Analyse US-Gaming-Industrie.....                                                 | 22 |
| Abbildung 17: ERSB-Bewertungskategorien.....                                                        | 29 |
| Abbildung 18: Schritte des Product-Market Fits.....                                                 | 35 |
| Abbildung 19: Unternehmensformen in den USA.....                                                    | 37 |
| Abbildung 20: Direkte und Indirekte Vertriebswege.....                                              | 39 |

### III. Abkürzungen

|           |                                                                       |
|-----------|-----------------------------------------------------------------------|
| 3D        | dreidimensionalen                                                     |
| 5G        | 5 <sup>th</sup> generation mobile Network                             |
| ADI       | ausländischen Direktinvestitionen                                     |
| AHK       | Deutsche Auslandshandelskammer.                                       |
| ANSI      | American National Standards Institute                                 |
| AR        | Augmented Reality                                                     |
| Bio.      | Billion                                                               |
| bspw.     | beispielsweise                                                        |
| BIP       | Bruttoinlandsprodukt                                                  |
| BSA       | Bank Secrecy Act                                                      |
| bzw.      | beziehungsweise                                                       |
| CCPA      | California Consumer Privacy Act                                       |
| CHIPS Act | Creating Helpful Incentives to Produce Semiconductors and Science Act |
| CIT       | Corporate Income Tax                                                  |
| COPPA     | Children's Online Privacy Protection Act                              |
| CPU       | Central Processing Unit                                               |
| D.C.      | District of Columbia                                                  |
| d.h.      | Das heißt                                                             |
| D&O       | Directors & Officers                                                  |
| DIN       | Deutsches Institute für Normung e.V.                                  |
| DLT       | Distributed ledger technology                                         |
| E-Sports  | Electronic Sports                                                     |
| E3        | Electronic Entertainment Expo                                         |
| EBIT      | Earnings before interest and taxes                                    |
| EIN       | Employer Identification Number                                        |
| ERA       | Entertainment Retail Association                                      |
| ESA       | Entertainment Software Association                                    |
| ESBR      | Das Entertainment Software Rating                                     |
| ESL       | Electronic Sports League                                              |
| EU        | Europäische Union                                                     |
| F&E       | Forschung und Entwicklung                                             |
| FDI       | Foreign Direct Investment                                             |
| FINCen    | Financial Crimes Enforcement Network                                  |
| FTC       | Federal Trade Commission                                              |
| FTZ       | Free-Trade Zones                                                      |
| GDC       | Game Developers Conference                                            |
| GPU       | Graphic Processing Unit                                               |
| GTAI      | Germany Trade and Invest                                              |
| HHI       | Herfindahl-Hirschman-Index                                            |
| HIPAA     | Health Insurance Portability and Accountability Act                   |
| IARC      | International Age Rating                                              |
| IDSA      | Interactive Digital Software Association                              |
| IEC       | International Electrotechnical Commission                             |
| IP        | Intellectual property                                                 |
| IRA       | Internal Revenue Service                                              |
| IRC       | Internal Revenue Code                                                 |
| IT        | Informationstechnik                                                   |
| KI        | Künstliche Intelligenz                                                |
| KMU       | Kleine und Mittlere Unternehmen                                       |
| LLC       | Limited Liability Company                                             |
| Mio.      | Millionen                                                             |

|        |                                                       |
|--------|-------------------------------------------------------|
| MMORPG | Massively multiplayer online role-playing games       |
| MR     | Mixed Reality                                         |
| Mrd.   | Milliarde                                             |
| MSB    | money services busines                                |
| NAFTA  | North American Free Trade Agreement                   |
| NAFTZ  | National Association of Foreign-Trade Zones           |
| NFT    | Non fungable token                                    |
| o.D.   | Ohne Datum                                            |
| PC     | Personal Computer                                     |
| PS     | Playstation                                           |
| PSN    | Playstation Network                                   |
| PSVR   | Playstation Virtual Reality                           |
| RAM    | Random Access Memory                                  |
| RCE    | request-for-continued-examination                     |
| SWOT   | Strenghts Weaknesses Opportunity Threads              |
| TEC    | Transatlantic Economic Council                        |
| TM     | Trademark                                             |
| TTIP   | <i>Transatlantic Trade and Investment Partnership</i> |
| u.a.   | Unter anderem                                         |
| US     | United States                                         |
| USA    | United States of America                              |
| USD    | United States Dollar                                  |
| USMCA  | United States-Mexico-Canada                           |
| USPTO  | United States Patent and Trademark Office             |
| VPI    | Verbraucherpreisindex                                 |
| Vgl.   | Vergleiche                                            |
| VR     | Virtual Reality                                       |
| WGC    | Washington Gambling Commission                        |
| WPA    | Washington Privacy Act                                |
| XR     | Extended Reality                                      |
| YTD    | Year to date                                          |
| z.B    | Zum Beispiel                                          |
| ACEEE  | American Council for an Energy-Efficient Economy      |

## IV. Währungsumrechnung

Alle Angaben sind in US-Dollar (USD) bzw. in US-Cent (Cent) angegeben.

1 USD = 0,94 Euro (Stand 15.02.2023)

1 Euro = 1,07 USD (Stand 15.02.2023)



# Zusammenfassung

Die vorliegende Zielmarktanalyse der Videospielindustrie in den USA, als Bestandteil der Geschäftsanbahnungsreise USA, wurde im Auftrag des Bundesministeriums für Wirtschaft und Klimaschutz (BMWK) verfasst und ist an deutsche Unternehmen und Entscheidungsträger gerichtet. Der Fokus liegt auf den Entwicklungen und Chancen der Gaming-Industrie in den Bundesstaaten Kalifornien und Washington State, mit Fokus auf den Städten San Francisco und Seattle.

Durch die COVID-19-Pandemie hat die US-Gaming Industrie in den letzten Jahren ein Wachstum in allen Marktsegmenten erlebt und die vielfältigen Innovationen sprechen für weiteres Wachstum in den kommenden Jahren. Während die Marktgröße im Jahr 2019 noch 64,96 Mrd. USD betrug, sind im Folgejahr 80,2 Mrd. USD zu verzeichnen. Auch in den Jahren 2021 und 2022 ist ein Wachstum zu erkennen, welches sich nur leicht verlangsamt. Im Jahr 2022 stieg die Marktgröße für die Gaming Industrie in den USA um 90,13 Mrd. USD an, eine fast dreifache Steigerung seit 2015. Laut Experten ist zu erwarten, dass auch 2023 ein starkes Jahr für die Branche wird und mit weiterem Wachstum gerechnet werden kann, besonders in den Bereichen Mobile Gaming und Spielabonnementdienste ist ein Nutzerwachstum abzu-sehen. Die US-Gaming-Industrie steht außerdem potenziell vor einem großen Wandel, welcher durch das Aufkommen des *Metaverse* und die damit verbundenen Technologien und Entwicklungen wie KI, XR und Blockchain bedingt ist.

Besonders der Gaming-Markt an der US-Westküste hebt sich hervor, da er einer der führenden auf der ganzen Welt ist. Ein idealer Standort für deutsche Unternehmen, da sich das vor Ort befindende Ökosystem, dank seiner Küstennähe und dem Zugang zu vielen wichtigen Technologiezentren, leicht an neue Trends anpassen oder diese bestimmen kann. Die Größe und unglaubliche Vielfalt des Landes und besonders die US-Bundesstaaten Kalifornien und Washington State wirken sich positiv auf die Möglichkeiten deutscher Unternehmen aus, die Innovationen auf den Markt bringen wollen. Die beiden Staaten beherbergen die zwei größten Spieleindustrien in den USA. In Kalifornien ist dafür primär das Silicon Valley verantwortlich und in Washington State die Metropolregion Seattle. Beide sind in den letzten 10 Jahren massiv gewachsen und haben den Boom der Spieleindustrie nicht nur begleitet und davon profitiert, sondern aktiv mitgeformt. Zu den dort angesiedelten Wettbewerbern gehören milliardenschwere Unternehmen, die sehr erfolgreiche Titel auf den Markt gebracht haben, wie die *Sony Corporation*, *Microsoft* und *Nintendo* – aber auch die Indie-Gaming Szene ist sehr stark ausgeprägt in San Francisco und Seattle und sehr empfänglich für Kooperationen.

Im Bereich Gaming begeben sich deutsche KMU also in eine rege Wettbewerbssituation. Es ist jedoch von Vorteil, dass immer neue und innovative Ansätze und Geschäftsmodelle gesucht werden, die über die derzeit in Kalifornien und Washington State etablierten Technologien hinausgehen. Von besonderem Interesse sind Mobile Gaming, der Bereich Online-Ökosysteme wie das *Metaverse*, Mobile XR, Cross-Plattform Games, E-Sports, Cloud Gaming, Streaming und Gaming Abonnements.

# 1. Zielmarkt USA: Kalifornien und Washington

Die Vereinigten Staaten von Amerika sind das drittgrößte Land weltweit und ähneln mit ihrer westlichen Kultur der deutschen. Um ein tiefergehendes Verständnis für deutsche Firmen mit Interesse am US-Markt zu schaffen, wird ein Überblick über das Zielland USA mit den beiden Zielmärkten Kalifornien (San Francisco) und Washington State (Seattle) gegeben.

## 1.1. USA

Die USA können sich auf eine 200-jährige demokratische Tradition berufen. Das Land hat ein präsidentiales, föderales Regierungssystem mit zwei starken politischen Parteien – den Demokraten und Republikanern. Präsident des Landes ist seit 2021 der Demokrat Joseph Biden und damit das 46. Staatsoberhaupt der USA. Bei seinem Amtseintritt litt das Land bereits an den wirtschaftlichen Folgen der COVID-19-Pandemie, von welchen es sich jedoch gut erholt hat. Laut dem Weißen Haus verzeichnete die USA, als größte Volkswirtschaft der Welt, im Laufe des Jahres 2022 ein Wirtschaftswachstum von 1,6%. Im Vorjahr 2021 waren es noch 5,7%, was das stärkste Wachstum seit 1984 war. Zudem ist die Arbeitslosenquote von 14,7% im April 2020 auf 3,7% zur Jahreswende 2022 gesunken.<sup>1,2</sup> Schwerwiegend ist jedoch die seit Monaten hohe Inflationsrate, welche zu Kaufkraftverlusten in der Bevölkerung führt und bei einer zu restriktiven Geldpolitik der US-Zentralbank (*Federal Reserve*) als Mittel zur Inflationsbekämpfung, potenziell zu einer Rezession führen kann. Das Arbeitsministerium berichtete jedoch, dass der Verbraucherpreisindex (VPI) im November 7,1% erreichte, verglichen mit einem Anstieg von 7,7% im Oktober. Der VPI-Wert vom November ist der jüngste Indikator dafür, dass die *Federal Reserve* in ihrem kontinuierlichen Kampf gegen die historisch hohe Inflation Fortschritte erzielt. Die VPI-Inflation im Jahresvergleich erreichte im Juni ein 40-Jahres-Hoch von 9,1%, tendiert aber seit sechs aufeinander folgenden Monaten absteigend.<sup>3,4</sup>

### Abbildung 1: US-Wirtschaftsdaten

|                             |                    |
|-----------------------------|--------------------|
| Bevölkerung (2022):         | 338,3 Mio.         |
| Hauptstadt:                 | Washington, D.C.   |
| Korrespondenzsprachen:      | Englisch, Spanisch |
| BIP (2022):                 | 25,04 Bio. USD     |
| Wirtschaftswachstum (2022): | 1,6%               |
| Staatsverschuldung (2023):  | 31,4 Bio. USD      |
| Bevölkerungszuwachs (2022): | 0,5%               |
| Arbeitslosenquote (2022):   | 3,7%               |
| Währungsreserven (2022):    | 40,9 Mrd. USD      |
| Warenimport (2022 YTD):     | 631.534 Mio. USD   |
| davon aus Deutschland:      | 19.559 Mio. USD    |
| Warenexport (2022 YTD):     | 453.120 Mio. USD   |
| davon nach Deutschland:     | 10.576 Mio. USD    |

Quelle: Eigene Darstellung nach Angaben von *macro trends* (2022): [U.S. Population](#), abgerufen am 03.01.2023; GTAI (2022): [Wirtschaftsdaten Kompakt USA](#), abgerufen am 03.01.2023; Central Intelligence Agency (2022): [The World Factbook - USA](#), abgerufen am 03.01.2023; U.S. Census Bureau (2022): [International Trade in Goods & Services](#), abgerufen am 03.01.2023; U.S. National Debt Clock (2023): [U.S. National Debt](#), abgerufen am 03.01.2023

## Wirtschaftsbeziehungen

Deutschland/Europa und die USA profitieren von ihren historisch gefestigten Wirtschaftsbeziehungen basierend auf gemeinsamen Werten und Interessen. Die Partnerschaft der Länder ist entscheidend bei der Eindämmung von weltweiten Problemen wie dem Krieg in der Ukraine, den Folgen der COVID-19-Pandemie oder der Bekämpfung des Klimawandels.

Beide Volkswirtschaften sind für grenzüberschreitenden Handel relativ geöffnet und nehmen aktiv am Welthandel teil – während Deutschland insbesondere von seiner starken Exportwirtschaft profitiert, sind die USA weltweit der größte Importeur von Gütern und Dienstleistungen. Gemeinsam machen die beiden Wirtschaftsräume knapp 20% des globalen Handels aus. Für die USA ist Deutschland in Europa der wichtigste Handelspartner. Aus deutscher Sicht waren die USA 2021 der größte Abnehmer deutscher Exporte und mit Hinblick auf das Gesamtvolumen des Warenverkehrs der weltweit dritt wichtigste Handelspartner. Auch bei der Beschäftigung in den USA spielen deutsche Unternehmen eine große Rolle: Mit 885.000 Arbeitsplätzen ist Deutschland der drittgrößte ausländische Arbeitgeber in den Vereinigten Staaten.<sup>5</sup> Die USA sind zudem der wichtigste Markt für deutsche Direktinvestitionen und das Hauptziel deutscher Exporte. Die deutschen Direktinvestitionen in den USA lagen 2021 bei 403,6 Mrd. USD und stiegen trotz Pandemie im Vergleich zum Vorjahr um 16%. Direktinvestitionen der USA nach Deutschland betrugen 170,2 Mrd. USD, was einen Anstieg um 12,4% im Vergleich zum Vorjahr 2020 beträgt.<sup>6</sup> Im Jahr 2021 importierten die USA Waren und Dienstleistungen im Wert von 135,2 Mrd. USD aus Deutschland und exportierten im Wert von 65,2 Mrd. USD nach Deutschland. Dabei sind Personenkraftwagen, pharmazeutische Erzeugnisse, industrielle Maschinen, Medizintechnik und reimportierte US-Waren die wichtigsten Handelsgüter für die deutsche Industrie. Für die USA sind neben den oben genannten

<sup>1</sup> Vgl. Forbes (2022): [The American Economy And The Biden Boom](#), abgerufen am 03.01.2023

<sup>2</sup> Vgl. GTAI (2022): [Wirtschaftsdaten Kompakt USA](#), abgerufen am 03.01.2023

<sup>3</sup> Vgl. Manager Magazin (2022): [US-Wirtschaft mit stärkstem Wachstum seit knapp 40 Jahren](#), abgerufen am 03.01.2023

<sup>4</sup> Vgl. Forbes (2022): [Why is Inflation so high?](#), abgerufen am 03.01.2023

<sup>5</sup> Vgl. Auswärtiges Amt (2021): [Deutschland und USA: Bilaterale Beziehung](#), abgerufen am 04.01.2023

<sup>6</sup> Vgl. Bureau of Economic Analysis (2021): [Germany International Trade and Investment](#), abgerufen am 04.01.2023

Handelsgütern vor allem Flugzeuge, Flugzeugturbinen und -teile sowie chemische Produkte wichtig gehandelte Güter für die Volkswirtschaft. Aus den starken Überschneidungen der jeweils meistgehandelten Güter zwischen den beiden Volkswirtschaften ist klar zu erkennen, dass in diesen Sektoren die USA als auch Deutschland vom Fachwissen und der Forschung und Entwicklung des jeweils anderen profitieren. Auch zukünftig werden sich hierdurch für beide Akteure wirtschaftliche Chancen ergeben.

Hinsichtlich der staatlichen Regulierungen deutscher Exporte in die USA muss beachtet werden, dass Deutschland als Mitgliedsstaat der Europäischen Union keine direkten bilateralen Handelsabkommen hinsichtlich Importrichtlinien und Zollsätzen mit den USA verhandeln kann – dies ist über die harmonisierte Gesetzgebung der EU geregelt. Durch das nicht zustande gekommene *Transatlantic Trade and Investment Partnership (TTIP)*-Abkommen, über welches die USA und EU vor einigen Jahren verhandelten, besteht derzeit kein vergleichbares Freihandelsabkommen. Seit 2007 gibt es das *Transatlantic Economic Council (TEC)* als Forum für die Partner, um Handelsbarrieren zu beseitigen, bewährte Verfahren umzusetzen, Standards zu harmonisieren und Marktzugang zu schaffen. Der TEC versucht, die Zusammenarbeit zwischen den USA und der EU zu vertiefen, indem er das Wirtschaftswachstum durch verstärkten Handel und die Schaffung von Arbeitsplätzen fördert und arbeitet zudem daran, eine Einigung über ein breites Spektrum wirtschaftlich wichtiger Themen zu erleichtern. Die Co-Vorsitzenden des TEC – der Stellvertretende Nationale Sicherheitsberater des Weißen Hauses für internationale Wirtschaftsangelegenheiten und der EU-Kommissar für Handel – kommen mindestens einmal im Jahr zusammen und fördern den Dialog und die Einigung zur weiteren Integration der transatlantischen Beziehungen.<sup>7</sup>

## Investitionsklima

Die USA sind für Anleger eine beliebte Zielregion, weil das Investitionsklima nahezu einzigartig auf der Welt ist. Prinzipiell sind die Bevölkerung und die Märkte sehr empfänglich für neue Produkte, Ideen und Investitionen. Neben dem wechselseitigen Handel spielen die USA auch als Investitionsziel für Deutschland eine sehr große Rolle. Deutschland ist volkswirtschaftlich betrachtet nach Japan und Kanada der drittgrößte ausländische Investor in den USA. Im Jahr 2021 sind 5.573 deutsche Unternehmen mit 564 Mrd. USD an ausländischen Direktinvestitionen (ADI) in den USA beteiligt – damit kommen rund 12% aller ADI der USA aus Deutschland.

Seit dem Regierungswechsel im Jahr 2021 strebt die Biden-Administration an, die USA als starken Handelspartner zu positionieren und verspricht in diesem Kontext eine engere Zusammenarbeit mit westlichen Industriestaaten – allerdings wurden die protektionistischen Maßnahmen der Trump-Ära zumeist lediglich reduziert und nicht komplett abgeschafft. Zudem erhöht der *Infrastructure Investment and Jobs Act* die Attraktivität für Investitionen in den Vereinigten Staaten. Durch die gezielten öffentlichen Investitionen soll die US-Infrastruktur erneuert werden, darunter sind u.a. die Schaffung einer klimafreundlichen Infrastruktur für den Kampf gegen den Klimawandel, Investitionen für das Stromnetz, die Wasserinfrastruktur als auch Investitionen für den Ausbau eines nationalen Breitbandnetzes.

## US-Gaming-Branche

In den Vereinigten Staaten wurde der Videospiegelmarkt in der Vergangenheit als Nischenmarkt angesehen, der ausschließlich von Jugendlichen und *Hardcore*-Enthusiasten genutzt wurde. Im Laufe der Jahre ist die Nutzung von Videospielen zum Mainstream geworden und inzwischen spielt mehr als die Hälfte der Bevölkerung der Vereinigten Staaten Videospiele. COVID-19 hat in vielerlei Hinsicht dazu beigetragen, mehrere wichtige Trends zu beschleunigen, welche Innovationen und das Wachstum auf dem Videospiegelmarkt der USA vorantreiben.<sup>8</sup> Daher sind Videospiele in den Vereinigten Staaten eine der am schnellsten wachsenden Unterhaltungsindustrien des Landes. Laut einer Studie der *Entertainment Software Association* aus dem Jahr 2020, betrug die jährliche Wirtschaftsleistung der amerikanischen Videospiegelindustrie im Jahr 2019 90,3 Mrd. USD. Darüber hinaus erzeugen Aktivitäten im Zusammenhang mit dem Videospiegelgeschäft jedes Jahr 12,6 Mrd. USD an Bundes-, Landes- und Kommunalsteuern. Der Bericht listet auch die 10 wirtschaftlich einflussreichsten US-Bundesstaaten der US-Videospiegelindustrie: Kalifornien befindet sich hierbei auf Platz eins und Washington State auf Platz zwei.<sup>9</sup> Weitere Fakten und potenzielle Trends der Gaming-Industrie in den Vereinigten Staaten sind in Kapitel 2 zu finden.

Während die unmittelbaren Prioritäten der Biden-Harris-Administration die Bekämpfung der COVID-19-Pandemie, die Bereitstellung wirtschaftlicher Hilfe, die Bekämpfung des Klimawandels, die Förderung der Rassengerechtigkeit und der Bürgerrechte sowie Sofortmaßnahmen zur Reform des Einwanderungssystems beinhalten, gibt es einige Maßnahmen der Regierung, welche die Gaming-Industrie positiv beeinflusst haben oder werden.<sup>10</sup> Präsident Biden unterzeichnete 2021 eine *Executive Order*, in der US-Behörden, die das Internet regulieren, aufgefordert werden, mit der Arbeit an mehreren Richtlinien zu beginnen, die Internetnutzer begünstigen. Der Schutz der Netzneutralität und die Gewährleistung eines zuverlässigen, für alle Amerikaner zugänglichen Internets stehen im Mittelpunkt der Verordnung. In einer modernen Welt, die stark vom Internet abhängig ist, ist die *Executive Order* vorteilhaft für Gamer. Präsident Biden möchte zudem den

<sup>7</sup> Vgl. U.S. Mission to the European Union (2022): [TRANSATLANTIC ECONOMIC COUNCIL \(TEC\)](#), abgerufen am 04.01.2023

<sup>8</sup> Vgl. Businesswire (2022): [US Video Game Market Report \(2022 to 2027\)](#), abgerufen am 04.01.2023

<sup>9</sup> Vgl. Entertainment Software Association (2020): [Report: Video Games Contribute \\$90 Billion+ to U.S. Economy](#), abgerufen am 30.01.2023

<sup>10</sup> Vgl. The White House (o.D.): [The Biden-Harris Administration Immediate Priorities](#), abgerufen am 04.01.2023

Wettbewerb zwischen Anbietern und anderen Technologieunternehmen fördern, was im Idealfall zu besseren Preisen und mehr Produktoptionen führt.<sup>11</sup>

## 1.2 Kalifornien



Quelle: gettyimages (o.D.): [California in the USA](#), abgerufen am 04.01.2023

### Abbildung 2: Wirtschaftseckdaten Kalifornien

|                            |                         |
|----------------------------|-------------------------|
| Bevölkerung (2022):        | 39.029.000              |
| Hauptstadt:                | Sacramento              |
| Gouverneur:                | Gavin Newsom (Demokrat) |
| Fläche:                    | 423.968 km <sup>2</sup> |
| BIP (2022):                | 3,12 Bio. USD           |
| Arbeitslosenquote (2022):  | 3,8%                    |
| Pro-Kopf-Einkommen (2021): | 76.386 USD              |

Quelle: Eigene Darstellung nach Angaben von CA.Gov (2022): [California's unemployment rate rose to 4.0 percent for Oct. 2022](#) abgerufen am 04.01.2023; San Francisco (2022): [Did the California exodus continue in 2022? Here's latest population data](#) abgerufen am 04.01.2023; Nations Online (2022): [Size of US States by Area](#), abgerufen am 04.01.2023; World Population Review (2022): [GDP by State 2022](#), abgerufen am 04.01.2023; Bureau of Economic Analysis (2022): [Personal Income by State](#), abgerufen am 05.01.2023

Kalifornien liegt im Westen der USA und grenzt an den Pazifischen Ozean, die Bundesstaaten Oregon, Nevada und Arizona sowie an das Land Mexiko. Die Topografie Kaliforniens ist im Verhältnis zur Größe des Staates mit alpinen Bergen, Nebelküsten, heißen Wüsten und dem fruchtbaren Längstal sehr vielfältig. Obwohl die kalifornische Bevölkerung einen Rückgang von 0,3% im Jahr 2022 im Vergleich zum Vorjahr erfahren hat, ist der Staat mit Abstand der bevölkerungsreichste US-Bundesstaat und gilt aufgrund der Wirtschaft als wichtigster Industrie- und Handelsstaat der USA. Durch die rasante Entwicklung des Silicon Valleys Ende der 1970er Jahre wurde Kalifornien zu einem weltweit führenden Hersteller von Computern und Elektronik und zieht seit jeher hochqualifizierte Arbeitskräfte aus aller Welt an. Zwar führten die Reisebeschränkungen während der Pandemie in 2020 und 2021 zu einem starken Rückgang der internationalen Migration nach Kalifornien (ein Trend, der den des restlichen Landes widerspiegelte), im Jahr 2022 erholte sich die Zahl der einwandernden Migranten in Kalifornien mit über 125.000 internationalen Zuwanderern jedoch wieder. Dem entgegen wirkte das anhaltende Wegziehen von Menschen aus Kalifornien in andere Bundesstaaten. Viele Kalifornier zogen in Bundesstaaten mit niedrigeren Lebenshaltungskosten, insbesondere aus den großen Küstenmetropolen wie San Francisco.<sup>12, 13</sup> Nicht nur die Bevölkerung in Kalifornien ist sehr divers, sondern auch die Branchencluster sind vielfältig und einflussreich. Herausstechend sind die Bereiche: IT-, Internet- und Kommunikationstechnologie (San Francisco und Silicon Valley), Bio- und Nanotechnologie (Raum San Diego, Silicon Valley, Orange County), Unterhaltungsindustrie (Los Angeles), Medizintechnik (Los Angeles, San Francisco - Bay Area) sowie Luft- und Raumfahrtindustrie (Großraum Los Angeles). Die hochqualifizierten Arbeitskräfte der Region und der gute Zugang zu akademischer Forschung und Ressourcen führender Universitäten sind ein wertvolles Kapital für Technologieunternehmen, die sich hier ansiedeln oder expandieren möchten.<sup>14</sup>

Laut *Bloomberg* ist Kalifornien auf dem besten Weg, Deutschland als viertgrößte Volkswirtschaft der Welt zu überholen und die USA und andere Länder in Bezug auf BIP-Wachstum, Marktwert von Unternehmen und erneuerbaren Energien zu übertreffen.<sup>15</sup> Kalifornien ist ein US-Top-Exporteur von Computern, nichtelektrischen Maschinen, Chemikalien, Transportausrüstung und landwirtschaftlichen Produkten. Computer und elektronische Produkte sind Kaliforniens wichtigste Exportartikel und machten 22,6% aller Exporte des Staates im Jahr 2021 aus. Kaliforniens Exporte im Wert von 175,12 Mrd. USD im Jahr 2021 betrugen laut Statistiken des US-Handelsministeriums einen Anstieg von 10,86% gegenüber dem Gesamtwert des Vorjahres von 156,1 Mrd. USD. Die drei wichtigsten Exportmärkte Kaliforniens blieben 2021 unverändert - in dieser Reihenfolge: Mexiko, Kanada, China. Deutschland befindet sich auf Platz sieben und das Exportvolumen belief sich im Jahr 2021 auf insgesamt 7,6 Mrd. USD, was einer Steigerung von 17,64% gegenüber 2020 entspricht. Im Jahr 2021 belief sich das Importvolumen Kaliforniens auf insgesamt 470,749 Mrd. USD, was einem Anstieg von 18,91% gegenüber dem Vorjahr und einem Anstieg von 15,4% gegenüber 2019 bedeutet. Die Importe stiegen in fast allen Kategorien, aber vor allem stieg Kaliforniens wichtigster Import von Computern und elektronischen Produkten gegenüber 2020 um 13,76%.<sup>16</sup>

<sup>11</sup> Vgl. Gamerant (2021): [President Biden's Net Neutrality Executive Order is Huge for Gamers](#), abgerufen am 04.01.2023

<sup>12</sup> Vgl. Britannica (o.D.): [Economy of California](#), abgerufen am 05.01.2023

<sup>13</sup> Vgl. San Francisco (2022): [Did the California exodus continue in 2022? Here's latest population data](#), abgerufen am 05.01.2023

<sup>14</sup> Vgl. GTAI (o.D.): [USA](#), abgerufen am 05.01.2023

<sup>15</sup> Vgl. Ca.Gov (2022): [ICYMI: California Poised to Become World's 4th Biggest Economy](#), abgerufen am 05.01.2023

<sup>16</sup> Vgl. Alert presented by CalCahmber (2022): [California Keeps Top Trading State Status](#), abgerufen am 05.01.2023

## San Francisco und die Bay Area

Die Stadt San Francisco ist eine der beliebtesten Städte Amerikas und lockt mit weltbekannten Sehenswürdigkeiten wie der *Golden Gate Bridge* oder den *Cable Cars* viele Besucher an. San Francisco, offiziell City and County of San Francisco, ist ein kulturelles, kommerzielles und finanzielles Zentrum von Nordkalifornien und ist mit 815.201 Einwohnern im Jahr 2021 die 16. bevölkerungsreichste US-Stadt und die viertbevölkerungsreichste in Kalifornien. Die Stadt umfasst eine Fläche von etwa 121,4 km<sup>2</sup>.<sup>17</sup> Trotz der geringen Fläche der Stadt, die auch nicht weiter expandieren kann, da sie von Wasser umgeben ist, ist die Wirtschaft vergleichsweise stark. San Francisco verzeichnete 2021 den größten BIP-Anstieg aller großen US-Bundesstaaten: Von 2020 bis Ende letzten Jahres erfasste die Stadt einen Anstieg des realen BIP um 14%. Zwischen den beiden Jahren 2020 und 2021 stieg das BIP von City and County of San Francisco, von 175,9 Mrd. USD auf 200,5 Mrd. USD.<sup>18</sup>

### Abbildung 3: Landkreise der Bay Area



Quellen: Wikitravel (o.D.): [Bay Area](#), abgerufen am 06.01.2023

San Francisco liegt in der Bay Area, welche neun Landkreise beinhaltet: Alameda, Contra Costa, Marin, Napa, San Mateo, Santa Clara, Solano, Sonoma und San Francisco. Laut einem neuen Bericht des *Kenan Institute of Private Enterprise* führte die San Francisco Bay Area das Land beim Wirtschaftswachstum im Jahr 2022 mit einem Anstieg des BIP um 4,8% an. Die Bay Area bietet Nährboden für das erfolgreichste Startup-Ökosystem der Welt.<sup>19</sup> Eine zentrale Rolle spielen dabei der Innovationskern der *Stanford University*, *University of California* und der *University of Berkeley* aus denen zahlreiche Innovationen, kreative Geschäftsideen und Patente hervorgehen. Zudem ist die Risikofreude der Unternehmensgründer hoch und die Wagniskapitalbranche in der Bay Area stark ausgeprägt. Im Süden der Bay Area befindet sich auch das bekannte Silicon Valley, in dem weltbekannte Technologiefirmen wie *Google*, *Apple* und *Facebook* ansässig sind. Das Silicon Valley hat ein einzigartiges Innovationsökosystem mit rasantem Technologiefortschritt. Die hochqualifizierten Arbeitskräfte der Region und der gute Zugang zu akademischer Forschung und Ressourcen führender Universitäten sind ein wertvolles Kapital für Technologieunternehmen, die sich hier ansiedeln oder expandieren möchten.<sup>20</sup>

Die Bay Area ist zudem Heimat einer der größten Ansammlungen von Videospielunternehmen der Welt. *Electronic Arts*, *Sony*, *Ubisoft*, *2K*, *Square Enix*, *Activision* und *Capcom* gehören zu den unzähligen Unternehmen, die in der Region präsent sind. Der Grund für die starke Gaming-Industrie ist das eben erwähnte Silicon Valley Ökosystem, welches hervorragende Verfügbarkeit von Fachkräften, und Wagniskapital sowie viel Kreativität und Risikobereitschaft bietet. Deutsche Unternehmen treffen hier auf einen Markt, der sehr empfänglich für Neues ist, müssen sich aber auch über die starke Konkurrenz im Klaren sein.<sup>21</sup>

<sup>17</sup> Vgl. United States Census Bureau (o.D.): [QuickFacts](#), abgerufen am 06.01.2023

<sup>18</sup> Vgl. The San Francisco Standard (2022): [It's Not All Doom and Gloom. SF's Economy Grew More Than Any Big U.S. County](#), abgerufen am 06.01.2023

<sup>19</sup> Vgl. SFGATE (2022): [San Francisco Bay Area has the fastest growing economy in US, report says](#), abgerufen am 06.01.2023

<sup>20</sup> Vgl. Cleanedge (2021): [Harnessing San Francisco's Clean Tech Future](#), abgerufen am 06.01.2023

<sup>21</sup> Vgl. Games Industry.biz (2019): [The heavy toll of making games in the San Francisco Bay Area](#), abgerufen am 06.01.2023



### 1.3 Washington State



Quelle: gettyimages (o.D.): [Washington State in the USA](#), abgerufen am 06.01.2023

#### Abbildung 4: Wirtschaftseckdaten Washington State

|                            |                         |
|----------------------------|-------------------------|
| Bevölkerung (2022):        | 7.799.415               |
| Hauptstadt:                | Olympia                 |
| Gouverneur:                | Jay Inslee (Demokrat)   |
| Fläche:                    | 184.661 km <sup>2</sup> |
| BIP (2022):                | 577,2 Mrd. USD          |
| Arbeitslosenquote (2022):  | 4,9%                    |
| Pro-Kopf-Einkommen (2021): | 73.775 USD              |

Quelle: Eigene Darstellung nach Angaben von IBIS World (2022): [Washington State Economic Profile](#), abgerufen am 06.01.2023; Nations Online (2022): [Size of US States by Area](#), abgerufen am 06.01.2023; Bureau of Economic Analysis (2022): [Personal Income by State](#), abgerufen am 06.01.2023; US Bureau of Labor Statistics (o.D.): [Economy at a Glance](#), abgerufen am 06.01.2023

Washington State ist, bezogen auf die Fläche, der 18. größte und nördlichste US-Bundesstaat und liegt an der Pazifikküste. Er grenzt im Norden an Kanada und wird durch Idaho und Oregon begrenzt. Die Lage Washingtons ist optimal für den See- und Lufttransport – besonders nach Alaska und Asien. Schon seit der Besiedelung der Europäer spielen Landwirtschaft, Forstwirtschaft und Fischerei eine wichtige Rolle in der Wirtschaft. Darüber hinaus trägt seit den späten 1970er Jahren die Herstellung von Hightech-Produkten stark zum Wirtschaftswachstum des Landes bei.<sup>22</sup> Nach Angaben des Handelsministeriums des Bundesstaates Washington konzentrieren sich die Schlüsselindustrien in Washington auf die Sektoren Luft- und Raumfahrt, Landwirtschaft/Nahrungsmittelherstellung, saubere Technologie, Informations- und Kommunikationstechnologie, Forstprodukte, Biowissenschaften/Gesundheitswesen, Schifffahrt und Militär/Verteidigung.<sup>23</sup>

Im Jahr 2021 exportierte Washington 53,6 Mrd. USD, was es zum achtgrößten Exporteur in den Vereinigten Staaten macht. Der Wert der Exporte Washingtons entspricht etwa 3,1% der gesamten exportierten Produkte der Vereinigten Staaten für das Jahr 2021. Die drei Top-Exporte des Staates sind Flugzeugteile (24%), Sojabohnen (13,4%), und Mais (7,1%). Washingtons drei größten Export-Handelspartner im Jahre 2021 sind China, Kanada und Japan. Deutschland befindet sich mit 1,27 Mrd. USD, was 2,4% entspricht, auf Platz zehn. Im Jahr 2021 importierte Washington 61,8 Mrd. USD und war damit der 15. größte US-Importeur. In 2021 waren die wichtigsten Importe des Staates Erdöl (10,6%), mittelgroße Autos (6,3%), Erdgas in gasförmigem Zustand (6,3%) und Videospielkonsolen mit 2,03 Mrd. USD, was 3,3% entspricht.<sup>24, 25</sup>

Washington gilt mit knapp 150 Entwicklern, Verlegern und Anbietern von Hardwarekomponenten als zweitwichtigster Standort der Videospieleindustrie in den USA. Mit Technologiegiganten wie *Microsoft* und *Amazon* als Branchenanker beherbergt Washington mehr als 14.000 IT-Unternehmen, die sich hauptsächlich auf Hardware, Software, Spiele, Cloud-Computing, mobile Apps, virtuelle und erweiterte Realität und KI konzentrieren. Die IKT-Firmen beschäftigen mehr als 200.000 Arbeitnehmer und Talente strömen weiterhin aus der ganzen Welt in den Staat, angezogen von Washingtons Unternehmergeist und dynamischen Technologiezentren, in denen Kooperation und Zusammenarbeit eine große Rolle spielen. Der Bundesstaat ist seit den 1980er Jahren ein fester Bestandteil der US-amerikanischen Videospieleindustrie, als *Nintendo* seine Tochtergesellschaft im Großraum Seattle gründete. Während die Videobranche weiter wächst, hat Washington 2020 Texas, mit einer Wirtschaftsleistung von 11,6 Mrd. USD, überholt und den zweiten Platz erreicht. Ebenfalls an zweiter Stelle in der Branche, nach Kalifornien, ist Washington in Bezug auf Arbeitsplätze (48.808).<sup>26, 27</sup>

#### Seattle

Die Metropolregion Seattle bestehend aus der Stadt Seattle, King County, Snohomish County und Pierce County in der Region Puget Sound ist die Heimat von mehr als 4,2 Mio. Menschen, was mehr als die Hälfte der Washington Gesamtbevölkerung beträgt. Die Stadt wurde in der Vergangenheit mehrfach von Forbes als die beste Stadt für Business ausgezeichnet, was bedeutet, dass Einzelpersonen hier auf besonders gute Job Chancen stoßen und Unternehmen eine rege Wirtschaft vorfinden. Zu verdanken hat Seattle dies gut ausgebildeten Arbeitskräften und einer ausgeprägten Millennium Generation, welche die Stadt mit innovativen Ideen und neuen Denkweisen beeinflusst. Seattles bekanntester Spitzname ist *the Emerald City*, in Anspielung auf die üppigen immergrünen Wälder der Gegend. Informell wird die

<sup>22</sup> Vgl. Britannica (o.D.): [Washington](#), abgerufen am 06.01.2023

<sup>23</sup> Vgl. Washington State Department of Commerce (2022): [Key Sectors Bring Focus to High Growth Industries](#), abgerufen am 06.01.2023

<sup>24</sup> Vgl. OEC (o.D.): [Washington](#), abgerufen am 09.01.2023

<sup>25</sup> Vgl. World's Top Exports (o.D.): [Washington State's Top 10 Exports](#), abgerufen am 09.01.2023

<sup>26</sup> Vgl. Expansion Solutions (2021): [Washington State: Innovation, Passion and Perseverance](#), abgerufen am 09.01.2023

<sup>27</sup> Vgl. Geek Wire (2020): [Washington State Ranks no. 2 nationwide](#), abgerufen am 09.01.2023

Stadt auch als *Rain City* und *Jet City* bezeichnet, letzterer Spitzname bezieht sich auf den lokalen Einfluss von *Boeing*, dem multinationalen Luft- und Raumfahrtunternehmen, das in Seattle gegründet wurde (*Boeing* verlegte seinen Firmensitz 2001 nach Chicago). Der Hafen von Seattle, der auch den *Seattle-Tacoma International Airport* betreibt, ist ein wichtiges Tor für den Handel mit Asien und Kreuzfahrten nach Alaska und ist einer der größten Häfen in den Vereinigten Staaten in Bezug auf die Containerkapazität. Des Weiteren ist Seattle bekannt für seinen starken Kaffeekonsum: zu den in Seattle gegründeten oder ansässigen Kaffeeunternehmen gehören *Starbucks*, *Seattle's Best Coffee* und *Tully's*. Die Stadt beherbergt auch die renommierte *University of Washington* sowie die *Seattle University*, die *Seattle Pacific University*, die *City University of Seattle* und die *Antioch University Seattle*.<sup>28,29</sup>

In 2020 wurde Seattle laut einer Studie von *Wallet Hub*, als Top US-Stadt für Gaming bewertet. Die Bewertung basiert auf Punkten wie der Gaming-Kultur jeder Stadt, der Breitband-Internetqualität, Karrieremöglichkeiten für Spieler und Entwickler sowie mehrere Metriken wie Videospiel- und Elektronikgeschäfte pro Kopf, den Anteil der Erwachsenen, die ein Smartphone besitzen, und Haushalte, die einen Computer besitzen etc. Zudem gibt es mehr als 400 Gaming-Unternehmen im Bundesstaat Washington, von denen die meisten ihren Hauptsitz in der Region Puget Sound haben. Dazu zählen Unternehmen wie *Valve*, *Bungie*, *Big Fish*, *Wizards of the Coast* und viele andere, die im Jahr 2020 rund 23.000 Mitarbeiter beschäftigten und einen Jahresumsatz von mehr als 28 Mrd. USD erwirtschafteten.<sup>30</sup> Die Ansiedlung großer Unternehmen festigte die Stellung Seattles als Gaming-Standort: *Microsoft*, Schöpfer der Xbox-Konsole, hat seinen Hauptsitz im Großraum Seattle. Der Tech-Gigant stellt nicht nur eine der beliebtesten Spielkonsolen der Welt her, sondern betreibt auch 23 Spielentwicklungsstudios. Die beiden ansässigen Tech-Titanen *Microsoft* und *Amazon* sind zusammen mehr als 200 Mrd. USD wert. Darüber hinaus gibt es in Seattle eine sehr aktive Independent-Gaming-Szene.

<sup>28</sup> Vgl. Forbes (2019): [Seattle, WA](#), abgerufen am 09.01.2023

<sup>29</sup> Vgl. Statista (2022): [GDP of the Seattle metro area from 2001 to 2021](#), abgerufen am 09.01.2023

<sup>30</sup> Vgl. Business Journal (2020): [Seattle's gaming roots run so deep the city even helped give Nintendo's Mario his name](#), abgerufen am 09.01.2023

## 2. Gaming-Industrie in den USA

Gaming gehört heutzutage zur kulturellen und gesellschaftlichen Lebensrealität und erlaubt neue Formen der Freizeitgestaltung, des Lernens und des Arbeitens. Durch die COVID-19-Pandemie hat die US-Gaming-Industrie in den letzten Jahren ein Wachstum in allen Marktsegmenten erlebt und die vielfältigen Innovationen sprechen für weiteres Wachstum in den kommenden Jahren. Im Folgenden wird beleuchtet, was der Begriff Gaming beinhaltet und welche derzeitigen und zukünftigen Entwicklungen des Gamings auf dem US-Markt zu finden sind.

### 2.1 Überblick Gaming

Gaming ist ein umfangreicher Begriff, welcher jegliche Form des Spielens auf virtuelle Weise beschreibt. Es bezieht sich besonders auf regelmäßiges Spielen, häufig als Hobby, von elektronischen Spielen, sei es auf Konsolen, Computern, Mobiltelefonen oder ähnlichen Endgeräten. Eine Person, die sich für diese Art von Spielen interessiert, wird als Gamer bezeichnet.<sup>31</sup>

Immer mehr Menschen spielen Videospiele und geben dafür mehr Geld aus als für andere Medien wie Zeitschriften, Bücher, Zeitungen oder Musik. In den Vereinigten Staaten spielen 66% aller Amerikaner – mehr als 215 Mio. Menschen jeden Alters und jeder Herkunft – regelmäßig Videospiele. Drei Viertel der Spieler sind über 18 Jahre alt und das Durchschnittsalter eines Videospielespielers liegt bei 33 Jahren. 61% aller Erwachsenen fallen unter die Kategorie Gamer, wofür zum Großteil Mobile Games, also spielen auf dem Tablet oder Handy, verantwortlich sind. Auch ist die Anzahl weiblicher Nutzer in dem letzten Jahr angestiegen und bildet inzwischen 48% aller Gamer. Die Branche erreicht merklich eine sehr breite Bevölkerungsschicht und bildet dadurch einen signifikanten Markt in den USA.<sup>32</sup>

#### Abbildung 5: Casual und Hardcore Gamers

Ein *Casual* Gamer ist jemand, der das Spielen um sein Leben herum plant, während ein *Hardcore*-Gamer sein Leben um das Spielen herum plant, so beschreibt *TotalBiscuit*, ein ehemaliger Video Gaming-Kommentator, die beiden Arten von Spielern.

*Casual*-Gamer spielen unregelmäßig oder nur ein einziges Videospiel mit geringer Intensität. Diejenigen, die wegen der Geschichte eines Spiels spielen und in ihrem eigenen gemächlichen Tempo vorgehen, sind Gamer, welche die Landschaft so weit wie möglich in sich aufnehmen und das Spiel zu einem echten atmosphärischen Erlebnis machen. Gelegenheitsspieler müssen nicht zwangsläufig Anfänger sein, sondern haben eher die Einstellung, dass der Ausgang des Spiels nicht der Hauptspielgrund ist. *Solitaire* von *Microsoft* gilt als das erste sehr erfolgreiche Gelegenheitsspiel für den PC. Statistisch umfasst die Gruppe der *Casual*-Gamer eine deutlich breitere demographische Gruppe als die *Hardcore*-Gamer. *Casual*-Gamer zeichnen sich durch mehrere Merkmale aus:

- ☐ Häufig webbasiert auf Smartphones oder PCs
- ☐ Keine hohe Lernkurve
- ☐ Nur wenige Steuerelemente - in der Regel eine oder zwei Tasten, mit denen der größte Teil des Spiels gesteuert wird
- ☐ Nicht viel Zeit zum Spielen benötigt, können normalerweise in kurzen Zeitabschnitten spielen

Ein *Hardcore*-Gamer ist ein regelmäßiger Videospieler. Diese Person besitzt in der Regel spezielle Videospielgeräte, wie Konsolen oder Gaming-PCs. Statistisch gesehen handelt es sich bei diesen Personen am häufigsten um junge Männer. *Hardcore*-Gamer wollen ihre Fähigkeiten testen, gegen andere Gamer gewinnen, Erfolge im Spiel erzielen oder den Inhalt eines Spiels in seiner Gesamtheit genießen. *Hardcore*-Games zeichnen sich durch folgende Merkmale aus:

- ☐ Spielen auf Videospielgeräten wie Konsolen oder Gaming-PCs
- ☐ Steile Lernkurve
- ☐ Viele Steuerelemente
- ☐ Hoher Zeitaufwand, Spiele erfordern viel Zeit, um zu lernen und hohes Engagement

Quelle: App Lovin (o.D.): [Hardcore Games](#), abgerufen am 30.11.2022; Gamedesing (o.D.): [Gamer Arten](#), abgerufen am 06.01.2023; Computer Hope (2022): [Casual Gaming](#), abgerufen am 30.11.2022; UrbanDictionary (o.D.): [Hardcore Gamer](#), abgerufen am 30.11.2022

<sup>31</sup> Vgl. Techopedia (2018): [Definition Gaming](#), abgerufen am 30.11.2022

<sup>32</sup> Vgl. Playtoday (2022): [Gamer Demographics](#), abgerufen am 06.01.2023



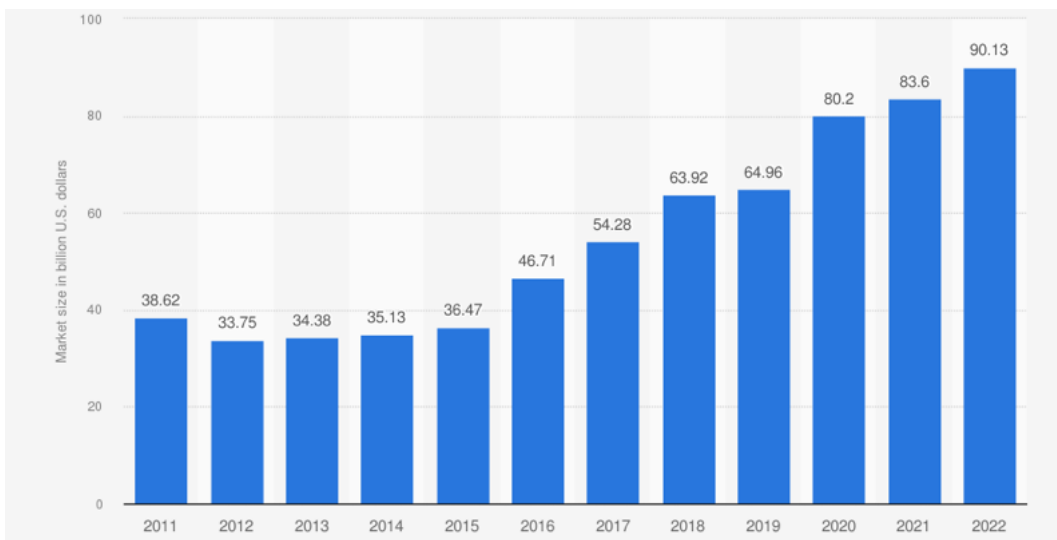
Obwohl traditionell eine einsame Form der Entspannung, haben Online *Multiplayer* Videospiele das Spielen auch zu einer beliebten Gruppenaktivität gemacht. Eine weitere Einteilung von Spielen sind die *Single-* und *Multiplayer Games*.

- **Singleplayer Games:** Spiele, die allein gespielt werden und keine Interaktivität mit anderen Gamern haben. Diese Art von Spielen erzählen traditionell eine Geschichte und nehmen den Gamer mit auf ein Abenteuer. Einige beliebte Einzelspielerspiele sind *Assassin's Creed*, *God of War* und *the Witcher*.
- **Multiplayer Games:** Spiele, die mit anderen Gamern gespielt werden. Multiplayer Spiele können lokal mit Personen im selben Raum oder über das Internet gespielt werden. Die bekanntesten Multiplayer Spiele sind *World of Warcraft*, *Grand Theft Auto*, *Among Us*, *Rocket League* und *Call of Duty*. *Massively multiplayer online role-playing games (MMORPG)* sind Spiele, bei denen Tausende von Gamern gleichzeitig in derselben Spielwelt agieren, um gegeneinander anzutreten oder zusammenarbeiten.<sup>33</sup>

## 2.2 Marktentwicklung

Der US-Gaming-Markt ist ein Sektor, der in der letzten Dekade nicht nur an Aufmerksamkeit gewonnen hat, sondern auch ein jährliches Wachstum verzeichnen konnte. Laut der Statistikplattform Statista ist die Marktgröße über die Jahre exponentiell angestiegen. Die Abbildung 6 verdeutlicht dies: die Videospielindustrie erlebte in dem Jahr 2020 einen beträchtlichen Aufschwung aufgrund der COVID-19-Pandemie, welche die Menschen dazu zwang, zu Hause zu bleiben und dazu führte vernetzte Technologien zu nutzen, um sich Unterhaltung zu verschaffen und Kontakte zu pflegen. Während die Marktgröße im Jahr 2019 noch 64,96 Mrd. USD betrug, sind im Folgejahr 2020 80,2 Mrd. USD zu verzeichnen. Viele Firmen konnten hier von der Pandemie profitieren: Sowohl *Microsoft* als auch *Sony* haben Rekordzuwächse bei ihren Spieleinnahmen veröffentlicht und allein der Konsolensektor hat im Jahr 2020 über 45 Mrd. USD umgesetzt.<sup>34</sup> Während ein Großteil der Wirtschaft um einen Neustart kämpfte, machte die Spielebranche in allen Bereichen Umsatz. Dies haben auch die Aktienanleger bemerkt: die Renditen von börsengehandelten Fonds, die sich auf Videospiele beziehen, lagen in 2020 bei über 50%, wie Bloomberg berichtete. Das übertraf sogar den Anstieg von 45% bei *Netflix*.<sup>35</sup> Auch in den Jahren 2021 und 2022 ist ein Wachstum zu erkennen, welches sich nur leicht verlangsamte. Im Jahr 2022 stieg die Marktgröße für die Gaming-Industrie in den USA um 90,13 Mrd. USD an, eine fast dreifache Steigerung seit 2015. Es ist jedoch auch zu erwähnen, dass die Spieleinnahmen im Jahr 2022 leicht zurückgingen, was vermutlich darauf zurückzuführen ist, dass die USA durch eine Chip-Knappheit die Auslieferung von Spielgeräten reduzieren bzw. verlangsamen musste. Ein weiterer Grund mögen die abklingenden Pandemieeinschränkungen gewesen sein, die der Gesellschaft erlaubten, wieder mehr Aktivitäten außerhalb des Zuhauses wahrzunehmen. Laut Experten ist zu erwarten, dass 2023 ein starkes Jahr für die Gaming-Industrie wird und mit weiterem Wachstum gerechnet werden kann, besonders in den Bereichen Mobile Gaming, *Free-to-Play* und Spielabonnementdienste ist ein Nutzerwachstum abzusehen.<sup>36</sup>

**Abbildung 6: Marktgröße der Gaming-Industrie von 2011 bis 2022 in Mrd. USD**



Quelle: Statista (2022): [Market size of the video games industry in the United States from 2011 to 2022](#), abgerufen am 01.12.2022

<sup>33</sup> Vgl. Techtarget (o.D.): [Definition Gaming](#), abgerufen am 30.11.2022

<sup>34</sup> Vgl. Forbes (2022): [How the gaming industry has leveled up during the pandemic](#), abgerufen am 01.12.2022

<sup>35</sup> Vgl. Fortune (2020): [Forget Netflix. Gaming companies are winning the pandemic](#), abgerufen am 01.12.2022

<sup>36</sup> Vgl. Games Industry. biz (2023): [Analysts offer predictions for 2023 in games](#), abgerufen am 04.01.2023

## 2.3 Marktpotenzial

Vor allem in den letzten fünf Jahren hat die Videospielindustrie eine beträchtliche Expansion erlebt, da Nutzer Spiele aller Art auf einer Vielzahl von Plattformen spielen. Die gesamte Branche ist mit ihren Angeboten von E-Sport, Streaming und virtueller Realität, um nur ein paar zu nennen, in den letzten Jahren über sich selbst hinausgewachsen. Die meiste Aufmerksamkeit – und die meisten Marketinggelder – erhalten traditionelle Spiele, die Gamer auf PCs und Konsolen wie der *Xbox Series X* von *Microsoft* und der *PlayStation 5* von *Sony* spielen können. *Microsoft*, *Sony* und große unabhängige Spielefirmen investieren Summen von 100 Mio. USD oder mehr in die Entwicklung von Blockbuster-Titeln mit ausgefeilten Handlungssträngen, fotorealistischer Grafik und Originalmusik.<sup>37</sup>

Das Jahr 2023 wird voraussichtlich eine positive Entwicklung für die Gaming-Branche nehmen: dank fortschreitender Technologie dürften die Verkäufe von Gaming-Produkten steigen. Eine Kombination aus Künstlicher Intelligenz (KI) und Extended Reality (XR) Innovationen haben das Spielerlebnis erheblich verbessert, dazu gehören z.B. realistische Grafiken und originelle Dialoge sowie Charaktertiefe. Da Unternehmen nun immer mehr in KI, XR und sogar in die 5G-Infrastruktur investieren, kann davon ausgegangen werden, dass die Grafik und das Spielerlebnis immer realitätsnaher werden. Videospiele stehen außerdem potenziell vor einem großen Wandel, der durch das Aufkommen des *Metaverse* bedingt ist – einer gemeinsamen, dauerhaften, dreidimensionalen (3D) virtuellen Welt, in der die Nutzer durch digitale Darstellungen ihrer selbst oder Avatare mit Objekten, der Umgebung und untereinander interagieren.<sup>38</sup>

Die derzeitige Inflation wirkt sich glücklicherweise nur zum Teil auf die Gaming-Branche aus. Spiele haben zwar traditionell hohe Einstiegskosten aufgrund teurer spielspezifischer Hardware und hoher Preispunkte für einzelne Spiele, wodurch Gaming-Ausgaben ein unmitelbares potenzielles Ziel sind, wenn es um das Sparen in Haushalten geht. Die Vergangenheit zeigt jedoch, dass die Videospielindustrie während der Rezession 2008 sehr widerstandsfähig war, indem sie Mio. Exemplare der Nintendo Wii- und DS-Systeme verkaufte, selbst als die Banken und der Immobilienmarkt zusammenbrachen.<sup>39</sup> Gaming hat auch Grund zur Hoffnung, basierend auf den Verkaufstrends von *Black Friday* und *Cyber Monday* 2022. Insbesondere der *Cyber Monday* generierte Online-Verkäufe in Höhe von 11,3 Mrd. USD, ein Plus von 5,8% im Jahresvergleich, angetrieben durch starke Rabatte auf Elektronik, wobei Videospiele, Konsolen, Apple Watches, Drohnen und Digitalkameras zu den Top-Produkten gehörten. Angesichts der sinkenden Inflation könnten die Verbraucher in diesem Jahr eher geneigt sein, ihr Geld für aufregende Spieletitel und Produktneuheiten auszugeben.<sup>40</sup>

Im weiteren Verlauf wird genauer auf die einzelnen Teilbereiche und Arten des Gamings geschaut, um zu sehen, welche Potenziale und Trends sich in den nächsten Jahren voraussichtlich ergeben werden und wo deutsche Unternehmen Chancen wahrnehmen können.

### Mobile Gaming

In den letzten Jahren erlebte die mobile Spielebranche ein rasantes Wachstum: Mobile Games haben sowohl Konsolen- als auch PC-Spiele überholt und sind die beliebteste Form des Spielens in den USA und weltweit.<sup>41</sup> Einer der Gründe für die Beliebtheit von Mobile Gaming ist die Zugänglichkeit – fast jeder hat ein Smartphone, mit dem gespielt werden kann. Auch traditionelle Konsolen- und PC-Spielehersteller wie *Activision Blizzard*, *Sony* und *Electronic Arts* konzentrieren sich zunehmend auf das neue Marktsegment, da es aufgrund seines steigenden Wachstums lukrative Einnahmepotenziale bietet.<sup>42</sup> Der Markt für Handyspiele ist in der Regel auch anders strukturiert: Während Spiele für den PC und Konsole häufig zwischen 40 und 80 USD kosten, sind viele Handyspiele gratis, aber *in-game* Käufe erlauben es dem Gamer für Gegenstände im Spiel Geld ausgeben.

In den letzten Jahren wurde eine breite Palette von Handyspielen auf den Markt gebracht, die von Puzzlespielen über Strategie- und Multiplayer-Spielen bis hin zu klassischen Arcade-Spielen reicht. Die Einführung der App-Stores von *Apple* und *Google* machte dem Konsolenmarkt mit erfolgreichen Titeln wie *Angry Birds*, *Candy Crush* und *Words with Friends* zunehmend Konkurrenz.<sup>43</sup> Aufgrund der Vielfalt, lässt sich für Mobile Gaming keine typische Altersgruppe zuordnen. Auch die Zahl der weiblichen und männlichen Spieler ist sehr ausgewogen. Die weitverbreitete Nutzung von Handys und die Verfügbarkeit von Handyspielen zu jeder Tageszeit hat dazu geführt, dass immer mehr Menschen spielen.<sup>44</sup> Auch die Herangehensweise der Entwickler hat sich verändert: Die erfolgreichsten Spiele der letzten Jahre, gemessen in Spielerzahlen und Umsatz, sind sogenannte *Free-to-Play* Spiele. Bei diesen ist der *Download* und das unbegrenzte Spielen komplett kostenlos. Spielende, die kein Geld ausgeben, haben keinen großen Nachteil gegenüber solchen, die für Gegenstände im Spiel zahlen und trotzdem ist der Kauf von kostenpflichtigen, häufig nur kosmetischen, Gegenständen vor allem unter jüngeren Spielenden sehr beliebt. Der Vorteil bei einem Geschäftsmodell wie diesem, ist die geringe Hürde Nutzer zu gewinnen. Beispielfhaft lässt sich hier

<sup>37</sup> Vgl. Cloud Emperium (2021): [Financials for 2021](#); abgerufen am 06.01.2023

<sup>38</sup> Vgl. EY(2022): [What's possible for the gaming industry in the next dimension?](#); abgerufen am 05.12.2022

<sup>39</sup> Vgl. The Washington Post (2022): [Are video games recession-proof? Sort of, experts say](#); abgerufen am 04.01.2023

<sup>40</sup> Vgl. Insider Intelligence (2023): [US Video Gaming Industry in 2023: Gaming Devices & Video Game Content Viewership Trends](#); abgerufen am 31.01.2023

<sup>41</sup> Vgl. Statista (2022): [Mobile Gaming](#); abgerufen am 26.01.2023

<sup>42</sup> Vgl. Verdict (2022): [What is mobile gaming and why does it matter?](#); abgerufen am 30.11.2022

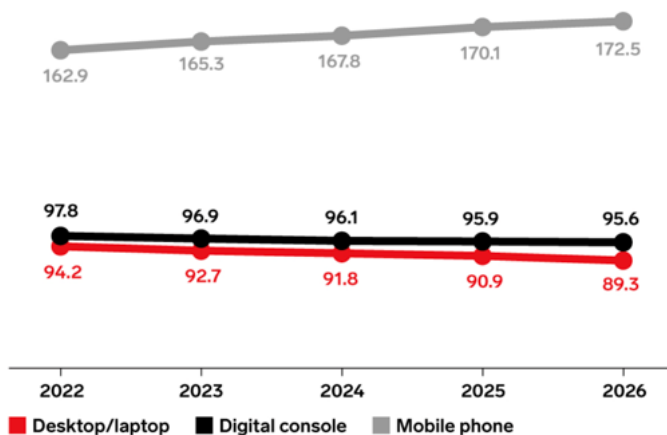
<sup>43</sup> Vgl. LG (2022): [A Brief History of Gaming](#); abgerufen am 05.12.2022

<sup>44</sup> Vgl. udonis (2022): [the Modern Mobile Gamer](#); abgerufen am 06.01.2023

*Fortnite* nennen, eines der meistgespielten Spiele der letzten Jahre, welches 2018 2,4 Mrd. USD nur mit *in-game* Käufen umgesetzt hat.<sup>45</sup>

Im Jahr 2022 war Mobile Gaming, mit 48,3% der US-Bevölkerung (162,9 Mio. Menschen) die Spiele auf ihren Smartphones spielten, das größte Segment der Gaming-Branche. Mobile Spiele haben sich zur mit Abstand beliebtesten App-Kategorie entwickelt und machten 22% der Apps im App Store von *Apple* und 14% bei *Google Play* aus.<sup>46</sup> Es prognostiziert fast jeder vierte (24%) der Videospielentwickler, dass mobile Spiele bis 2025 stärker wachsen werden als andere Arten von Spielen und damit Prognosen für Konsolenspiele (10%) und das *Metaverse* (18%) weit übertreffen werden.<sup>47</sup> Die Abbildung zeigt das voraussichtliche Wachstum für US-Mobile Games im Vergleich zu PC- oder Konsolenspielen.

**Abbildung 7: Vorhersage: virtuelle Spieler in den USA nach Endgeräten in Mio. (2022-2026)**



Quelle: Insider Intelligence (2023): [US Video Gaming Industry in 2023: Gaming Devices & Video Game Content Viewership Trends](#), abgerufen am 31.01.2023

Viele wichtige Trends, die für Mobile Games in 2023 kommen werden, spielen auch eine Rolle für PCs und Konsolen, werden aber eine enorme Auswirkung auf die mobile Spieleindustrie haben und so eine weitere Form des Wachstums sein. Ein Trend ist die plattformübergreifende Entwicklung von Handyspielen. Dies ermöglicht es die Spiele nicht nur auf dem Smartphone zu spielen, sondern auch auf anderen Endgeräten. Während solche *Cross-Plattform* Games schon existieren, ist zu erwarten, dass diese stark ausgebaut werden. Weitere Entwicklungen, die in 2023 eine Rolle für Mobile Games spielen sind Online-Ökosysteme wie das *Metaverse*, Cloud-Streaming, Blockchain Technologie, Mobile XR, Big Data und KI.<sup>48</sup> Da diese Trends nicht nur für mobile Geräte interessant sind, wird im Laufe des Kapitels in einzelnen Punkten auf sie eingegangen.

## Konsolen Gaming

Konsolen sind eine der ältesten und beliebtesten Plattformen zum Spielen. Unter einer Videospielkonsole versteht man ein spezielles Computersystem, das für interaktives Videospiel und die Anzeige von Videos entwickelt wurde. Sie funktioniert ähnlich wie ein PC und ist mit denselben wesentlichen Komponenten ausgestattet, darunter eine Zentraleinheit (CPU), eine Grafikeinheit (GPU) und ein Arbeitsspeicher (RAM).<sup>49</sup> Zu den Top 3 der meistverkauften Videospielkonsolen aller Zeiten zählen die *Playstation 2*, der *Nintendo DS* und der *Gameboy*.<sup>50</sup> Der US-Markt für Heimkonsolen wird von *Nintendo*, *Sony* und *Microsoft* dominiert. Im Jahr 2021 stand die *Nintendo Switch* an der Spitze der weltweit verkauften Spielkonsolen.<sup>51</sup> Die *Playstation* und *Xbox* sind die momentan erfolgreichsten stationären Konsolen auf dem Markt. Stationär bedeutet, dass sie an einen großen Bildschirm, meist einem Fernseher, angeschlossen werden und mit dem dazugehörigen *Controller* das Spielen ermöglicht wird. Die *Nintendo Switch* gehört zu den *handheld* Konsolen mit eingebautem Bildschirm und *Controller*.

Laut Analysten war die *PS5* im April 2022 in den USA die erfolgreichste Konsole in Bezug auf die Hardware-Umsätze. Jedoch konnte die *Nintendo Switch* sowohl im April als auch im Jahr 2022 die höchsten Verkaufszahlen generieren. Die *Xbox Series X/S* belegte in beiden Zeiträumen den zweiten Platz bei den verkauften Einheiten. Erwähnenswert ist, dass die *Nintendo Switch* und die *Xbox Series S* deutlich weniger als die *PS5* kosten und *Sonys* *New-Generation*-Konsole daher mit weniger Verkäufen die Umsatz-Charts dominieren konnte.<sup>52</sup>

<sup>45</sup> Vgl. Forbes (2022): [Video Gaming Industry & Its Revenue Shift](#), abgerufen am 05.12.2022

<sup>46</sup> Vgl. udonis (2022): [the Modern Mobile Gamer](#), abgerufen am 06.01.2023

<sup>47</sup> Vgl. Insider Intelligence (2023): [US Video Gaming Industry in 2023: Gaming Devices & Video Game Content Viewership Trends](#), abgerufen am 31.01.2023

<sup>48</sup> Vgl. Extern Labs (2022): [Top Trends That Will Rule The Mobile Gaming Industry In 2023](#), abgerufen am 30.01.2023

<sup>49</sup> Vgl. Techopedia (2017): [Video Game Console](#), abgerufen am 30.11.2022

<sup>50</sup> Vgl. IGN (2022): [Best Selling Video Game Consoles](#), abgerufen am 30.11.2022

<sup>51</sup> Vgl. Statista (2022): [Console Gaming](#), abgerufen am 30.11.2023

<sup>52</sup> Vgl. Play3.de (2022): [US-Charts im April: PS5 dominiert Umsatz-Charts - Elden Ring nicht mehr an der Spitze](#), abgerufen am 30.11.2022

Eine Marktsättigung ist momentan nicht abzusehen und ein Rückgang nach dem pandemiebedingten Boom ist weder außergewöhnlich noch alarmierend, jedoch müssen Konsolen angepasst werden, um auf dem Markt relevant zu bleiben. Im Juli 2022 kündigte *Sony* an, dass ihr *PSVR 2* mit einem VR-Headset geliefert wird. Das Erscheinungsdatum ist Ende Februar dieses Jahres, jedoch sind die Vorbestellungen weitaus geringer ausgefallen als zunächst erwartet. Das kann zum einen an dem Preis liegen, aber auch zum anderen an dem Fakt, dass Konsumenten VR-Modelle nicht wie erwartet annehmen.<sup>53</sup> Mit Hinblick auf die Konkurrenz durch Mobile Games, sind sich Unternehmen, wie *Microsoft* jedoch bewusst, dass Spielkonsolen teuer sein können und nehmen Anpassungen an: die *Xbox One S* ist beispielsweise günstiger als ihr Vorgänger, die *Xbox One*.

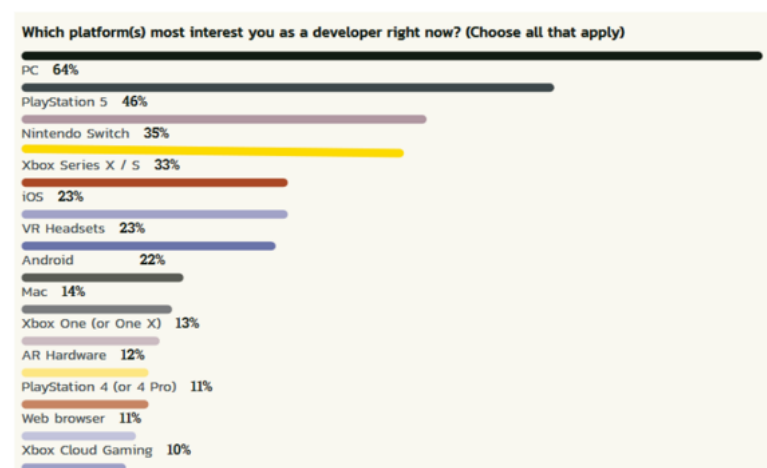
Es ist ebenfalls zu beobachten, dass Spiele, die aus der Cloud gestreamt werden, definitiv an Zugkraft gewinnen. Es hat sich verändert, wie große Marken wie *Microsoft* und *Nintendo* Konsolen herstellen. Beispielsweise verzichtete *Microsoft* auf ein Laufwerk in seiner *Xbox One S* und entschied sich für herunterladbare Spiele. *Nintendo* hat ebenfalls Anpassungen vorgenommen: mit dem *Nintendo Switch* ist es nun möglich, Spiele auf einen Fernseher zu streamen. Während zu erwarten ist, dass die genannten Marktführer weiterhin relevant und innovativ bleiben und neue Trends in ihre Konsolen integrieren, ist es auch möglich das neue Marktteilnehmer wie *Netflix*, sich im Videospielbereich einen Namen machen werden.<sup>54</sup>

## PC Gaming

Der Hauptunterschied zwischen Gaming-PCs und normalen PCs liegt in ihrer Gesamtleistung. Gaming-PCs sind leistungsfähiger und legen ihren Schwerpunkt auf die Grafikverarbeitung. Standard-PCs sind vergleichsweise einfach und können die Anforderungen von hochauflösenden, komplexen Spielen in der Regel nicht erfüllen.<sup>55</sup> Die größte Plattform für den Vertrieb von Spielen auf dem PC ist der *Steam-Client* von *Valve*. Dies ist ein Programm, mit dem ein Gamer ein Spiel kaufen, herunterladen und spielen sowie mit anderen Gamern interagieren kann. Andere populäre Spieleshops auf dem PC sind der *Epic Games Store* und der *Microsoft Store*.<sup>56</sup>

PC Gaming wird am ehesten mit der Kategorie des *Hardcore Gamers* verbunden, da die Anschaffung eines Gaming-PCs kostspielig ist, Gamer im Gegenzug aber komplexere Spiele als z.B. auf mobilen Geräten spielen können, in die allerdings auch mehr Zeit investiert werden muss, um sie durchzuspielen. Diese Art wird demographisch von jungen Männern dominiert, und der Markt ist in den vergangenen Jahren zwar gewachsen, aber nicht mit Mobile Games zu vergleichen. Dass PC-Games immer noch sehr relevant sind, zeigt jedoch der frisch erschienene elfte *GDC State of the Game Industry Report*, welcher dieses Jahr, das Meinungsbild von über 2.300 Fachleuten der Spielebranche widerspiegelt. Wie die folgende Abbildung zeigt, finden Game Entwickler, mit 64%, dass PCs die momentan interessanteste Plattform sind. Bei einer weiteren Frage stimmten zudem 57% dafür, dass die Entwicklung ihres nächsten Projekts sich auf PCs beziehen wird.<sup>57</sup>

**Abbildung 8: Ausschnitt Umfrage: Welche Plattformen sind die interessantesten für Entwickler**



Quelle: ARPost (2023): [GDC 2023 State of the Game Industry Report Includes Insights Into VR and AR](#), abgerufen am 30.01.2023

Die PC Gaming Trends für 2023 ähneln den für Mobile Games. *Cross-Plattform Gaming* wird auch für PCs eine große Rolle spielen, da Prozesse noch stark verbesserungswürdig sind. Dazu gehören der Mangel an verfügbarer Technologie in Verbindung mit gestiegenen Preisen für Komponenten, Schwierigkeiten bei der plattformübergreifenden Zuordnung von Spielern aufgrund von Kommunikationsfehlern

<sup>53</sup> Vgl. Bloomberg (2023): [Sony Slashes PlayStation VR2 Headset Output After Pre-Orders Disappoint](#), abgerufen am 30.01.2023

<sup>54</sup> Vgl. Thomas Publishing Company (2022): [What Will Gaming Consoles Look Like in the Future?](#), abgerufen am 30.01.2023

<sup>55</sup> Vgl. Streamers Playbook (o.D.): [Gaming PC vs. Regular PC](#), abgerufen am 30.11.2022

<sup>56</sup> Vgl. Techtarget (o.D.): [Definition Gaming](#), abgerufen am 30.11.2022

<sup>57</sup> Vgl. ARPost (2023): [GDC 2023 State of the Game Industry Report Includes Insights Into VR and AR](#), abgerufen am 30.01.2023

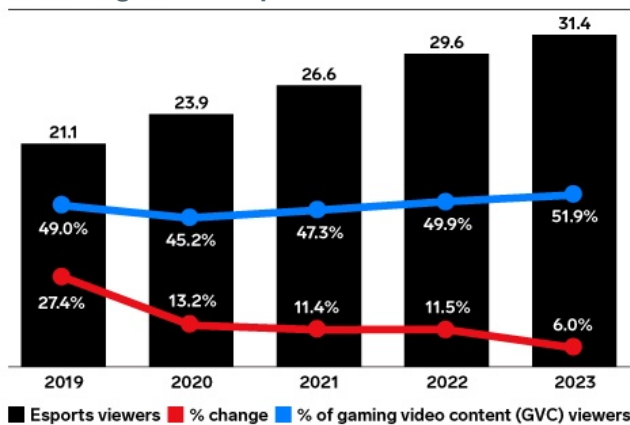
und Spieler, die beim Versuch, plattformübergreifende Funktionen zu verwenden, in eine Endlosschleife geraten. Auch Cloud Gaming ist ein erwähnenswerter Trend in dieser Kategorie, da Gamer Inhalte sofort nach ihrer Veröffentlichung herunterladen können. Dies wird das Spielen nicht nur für PC-Besitzer erschwinglicher machen, sondern auch die Einzelhandels-Gaming-Branche drastisch beeinflussen, indem der Mittelsmann zwischen dem Unternehmen und dem Spieler ausgeschaltet wird. Des Weiteren werden VR und AR auch für PCs relevant und das besonders und überraschenderweise in Verbindung mit Fitness. Während ein weitverbreitetes Klischee von Spielern darin besteht, dass sie zu sitzendem Verhalten neigen, hat Fitness-Gaming den Nutzern neue Möglichkeiten gegeben, ihre Gesundheit zu verbessern. Mit dem Umschnallen von VR- oder AR-Geräten, können Sie mithilfe eines virtuellen Kampfes wie Boxen ihre Ausdauer trainieren.<sup>58</sup>

## E-Sports

Ein weiterer wichtiger Aspekt der Gaming-Branche ist E-Sports, bzw. E-Sport Turniere die Mio. Zuschauer anziehen. E-Sports, oder elektronische Sportarten, sind eine schnell wachsende Industrie, die in den letzten Jahren rasant an Popularität gewonnen hat. E-Sportler treten in Videospielen gegeneinander an, dabei gibt es eine Vielzahl von Spielen, die für E-Sports verwendet werden, darunter beliebte Titel wie *League of Legends*, *Dota 2*, *Counter-Strike: Global Offensive* und *Overwatch*. Die Preisgelder für die Top E-Sportler - finanziert zu einem Großteil aus Werbeeinnahmen - können so hoch sein, dass die Gamer ihre Karrieren finanzieren können. Durch die Möglichkeit E-Sport Turniere auch während COVID-19 durchzuführen, wurde dieser Markt während der Pandemie kaum beeinflusst. Die Arenen wurden zwar nicht mehr gefüllt, aber die ohnehin deutlich größere Zuschauergruppe auf Plattformen wie *Twitch* und *YouTube* ist geblieben. Diese Videospiel-spezifischen Streaming-Plattformen bieten den Fans eine direkte Verbindung zu Spielern und Teams. E-Sports hat diese Reichweite zu einem großen Teil wegen der sozialen Komponente von Live-Streaming und Gaming erreicht.<sup>59</sup>

Der nordamerikanische ist einer der wichtigsten E-Sport Märkte, sowohl was die Zuschauerzahlen als auch die Einnahmen betrifft. In Nordamerika sollen in diesem Jahr 300 Mio. USD an E-Sports Einnahmen erzielt werden, während Europa nach Schätzungen von *PwC* voraussichtlich 138 Mio. USD erreichen wird. Geld fließt in den E-Sport durch Medienrechte, Ticketverkäufe für Live-Events, Fan-Artikel-Verkäufe und In-Game-Käufe, aber der größte Teil der Einnahmen (69%) stammt laut den von Statista zitierten Zahlen von *Newzoo*, aus Sponsoring und Werbung. E-Sport ist eine schnell wachsende Szene und die Zukunft sieht sehr vielversprechend aus, vor allem da die Turniere durch Streaming eine weltweite Zuschauerschaft gewinnen. Wie die Abbildung zeigt, schätzt *Insider Intelligence*, dass E-Sports Zuschauerzahlen in den USA im Jahr 2022 insgesamt 29,6 Mio. betragen haben und es zu erwarten ist, dass es 2023 schließlich 31,4 Mio. werden. Ebenfalls in der Abbildung zu sehen ist, dass ein Großteil der Zuschauer Gaming-Inhalte gestreamt hat.

**Abbildung 9: US-E-Sport Zuschauerzahlen Entwicklung**



Quelle: Morgen Stanley (2022): [Video gaming Outlook 2023](#), abgerufen am 06.01.2023

Die Zukunft der E-Sport-Branche wird wahrscheinlich von mobilen Geräten angetrieben werden, welche die Eintrittsbarrieren weiter senken und noch mehr Gamern und Fans den Zugang ermöglichen werden.<sup>60</sup> Des Weiteren kann davon ausgegangen werden, dass mehr Sportvereine das Geschäftspotenzial der Branche wahrnehmen und mit E-Sports Geld verdienen. Es ist zu erwarten, dass die Branche mehr von Indie-Game-Entwicklern, Einzelpersonen oder kleinen Entwicklern, die ohne technische oder finanzielle Hilfe von großen Spieleherstellern Spiele erstellen, genutzt werden. Auch soll es bald mehr Spiele geben die Frauen als Hauptfiguren haben und so ein Publikum anziehen, dass einen größeren Frauenanteil hat. Letztendlich kann auch hier gesagt werden, dass der Markt weiterwachsen und auch, dass das *Metaverse* einen Einfluss haben, wird.<sup>61</sup>

<sup>58</sup> Vgl. Acer (2023): [5 PC Gaming Trends to Watch for in 2023](#), abgerufen am 30.01.2023

<sup>59</sup> Vgl. Insider Intelligence (2022): [E-Sports Ecosystem market Report](#), abgerufen am 05.12.2022

<sup>60</sup> Vgl. Insider Intelligence (2022): [E-Sports Ecosystem market Report](#), abgerufen am 05.12.2022

<sup>61</sup> Vgl. MITECHNEWS.COM (o.D.): [Esports Trends Expected In 2023](#), abgerufen am 30.01.2023



## Extended Reality und das Metaverse

XR und das *Metaverse* sind zwei Technologien, die das Potenzial haben, das Leben und die Art und Weise, wie wir miteinander interagieren, zu revolutionieren. XR ermöglicht es Benutzern, sich mehr oder weniger in einer virtuellen Welt zu bewegen, während das *Metaverse* eine Sammlung von virtuellen Welten ist, in der Benutzer interagieren können. Beide Technologien sind einzigartig und verändern die Art und Weise, wie Menschen miteinander kommunizieren, spielen und lernen. XR umfasst jede Art von Technologie, welche die Realität durch das Hinzufügen digitaler Elemente verändert. Dazu gehören Mixed Reality (MR), Virtual Reality (VR) und Augmented Reality (AR), welche für Zwecke wie Spielentwicklung, Gaming oder auch zu pädagogischen Absichten verwendet werden können. Das *Metaverse* bietet eine Plattform für Benutzer, um neue Welten zu erkunden und erschaffen, indem sie verschiedene digitale Territorien miteinander verbinden. Innerhalb des *Metaverses* können die Nutzer verschiedene Aktivitäten und Interaktionen durchführen. Sie können z.B. Land kaufen, ihre eigenen Räume bauen und Token ausgeben, um zur Wirtschaft des Spiels beizutragen, wodurch der Eindruck entsteht, dass sie sich in einer authentischen Umgebung befinden.<sup>62</sup> Beide Technologien bieten einzigartige Möglichkeiten, eine neue Art des sozialen Interagierens und des Lernens zu erleben. Mit zunehmender Reife wird das *Metaverse* weiterhin verschiedene Technologien wie VR, AR, MR und 3D-Fähigkeiten einbeziehen. Es wird auch mit dem dezentralen Web 3.0-Konzept in Verbindung gebracht werden, welches viele als das nächste Kapitel in der Entwicklung des Internets ansehen.<sup>63</sup>

### Abbildung 10: Verschiedene Formen von XR

**VR:** eine Technologie, welche die Schaffung einer vollständig immersiven digitalen Umgebung ermöglicht. Bei VR-Erlebnissen wird die physische oder reale Umgebung vollständig ausgeblendet.

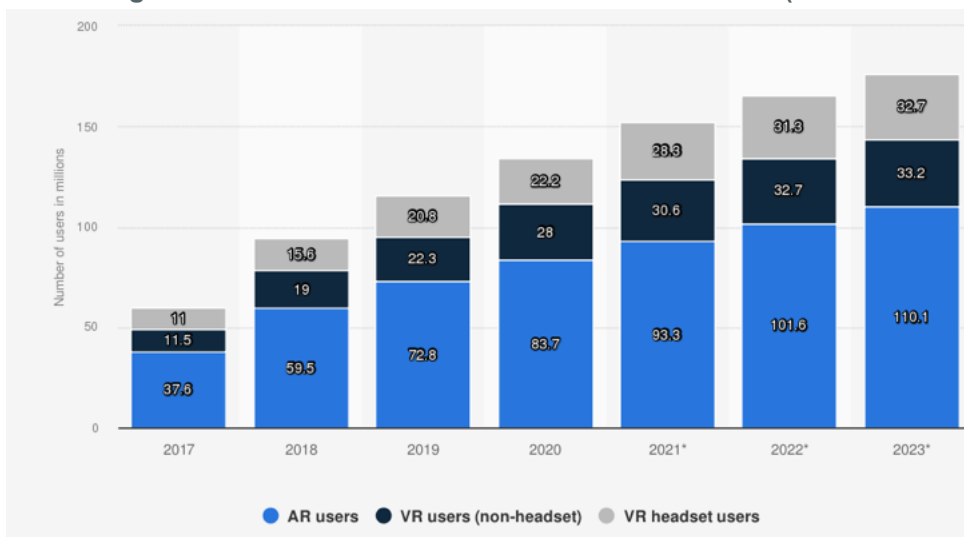
**AR:** eine Technologie, welche die Überlagerung digitaler Elemente in die reale Umgebung ermöglicht. In der AR-Erfahrung können eine zusammengesetzte Ansicht aus physischen oder realen Elementen und digitalen Elementen gesehen werden. Es gibt jedoch keine Wechselwirkung zwischen den digitalen Elementen und den physischen.

**MR:** eine Technologie, die nicht nur die Überlagerung digitaler Elemente in die reale Umgebung, sondern auch deren Interaktion ermöglicht. In der MR-Erfahrung kann der Benutzer sowohl die digitalen als auch die physischen Elemente sehen und mit ihnen interagieren. Daher erhalten MR-Erfahrungen Input aus der Umgebung und ändern sich entsprechend.

Quelle: Interaction Design Foundation (2022): [Beyond AR vs. VR: What is the Difference between AR vs. MR vs. VR vs. XR?](#), abgerufen am 27.01.2023

Wie in folgender Abbildung zusehen ist, wurden VR- und AR-Technologien über die letzten Jahre immer relevanter. Besonders AR wird häufig genutzt, hier hat sich die Zahl seit 2018 fast verdoppelt. Auch VR wird immer beliebter, im Jahr 2020 nutzten in den USA 28 Mio. Menschen mindestens einmal pro Monat VR. Die entsprechende Zahl für 2023 wurde mit über 33,2 Mio. Nutzern prognostiziert.

**Abbildung 11: Anzahl der Nutzer von VR und AR in den USA (2017-2023 in Mio.)**



Quelle: Statista (2022): [Number of virtual reality \(VR\) and augmented reality \(AR\) users in the United States from 2017 to 2023](#), abgerufen am 12.12.2022

Während viele glauben, dass das *Metaverse* schließlich die gesamte Gesellschaft, einschließlich der Geschäftswelt und der sozialen Medien, durchdringen wird, hat sich Gaming schnell zu einem Spitzenreiter in diesem Bereich entwickelt. Einige Spielefirmen experimentieren bereits mit einer Präsenz im *Metaverse*, und viele andere entwickeln Strategien für ihren eigenen Einstieg. Viele Spieleunternehmen haben bereits einen frühen Prototyp des *Metaverse* entwickelt, um ihre Position als Vorreiter in der Gaming-Branche zu sichern. So haben beispielsweise die weit verbreiteten Spiele *Minecraft* und *Fortnite* sowie die beliebte Spieleplattform *Roblox* viele Aspekte des *Metaverses* integriert, darunter virtuelle Welten, in denen sich Spieler zum Spielen treffen und soziale Funktionen wie Chats im Spiel nutzen. Viele

<sup>62</sup> Vgl. Hackernoon (2022): [The potential of Metaverse gaming in 2023](#), abgerufen am 01.12.2022

<sup>63</sup> Vgl. EY (2022): [What's possible for the gaming industry in the next dimension?](#), abgerufen am 05.12.2022

Spieleunternehmen bieten auch spielinterne Zahlungssysteme und spielinterne Gegenstände wie Kleidung, Requisiten, Waffen und Fahrzeuge an, die mit den Spielern über verschiedene Plattformen mitreisen. Der Übergang ins *Metaverse* ist aber noch lange nicht besiegelt, und von Seiten der Hard- und Software Hersteller gibt es noch deutliche Unsicherheiten bezüglich der Umsetzung und Praktikabilität. Eine Umfrage unter Führungskräften der Beratungsfirma EY kam zu folgendem Ergebnis: 50% geben an, dass sie wissen, was das *Metaverse* ist und wie ihr Unternehmen daran teilnehmen wird; 26% wissen, was es ist, sind sich aber nicht sicher, wie sie daran teilnehmen werden. Schließlich verstehen 24% das Konzept des *Metaverses*, wissen aber nicht, wie es im Einzelnen funktioniert. Die Umfrage ergab jedoch auch, dass viele Unternehmen versuchen das *Metaverse* zu ihrem Vorteil zu nutzen. Auf die Frage nach den möglichen Vorteilen, die sich aus der Teilnahme am *Metaverse* ergeben, gab fast die Hälfte der Befragten (48%) an, dass sich dadurch Möglichkeiten für neue Geschäftsmodelle ergeben, während 40% die Möglichkeit nannten, engere Beziehungen zwischen Marken und Kunden aufzubauen. Sie nannten auch die Einführung neuer Produkte und Dienstleistungen, die Verbesserung der Kundenakquise und den Aufbau neuer Gemeinschaften innerhalb ihres Kundenstamms als Chancen. Auf der Produktseite geben fast die Hälfte aller befragten Führungskräfte (49%) an, dass sie Investitionen in virtuelle, erweiterte oder gemischte Realitätserlebnisse priorisieren.<sup>64</sup>

Für deutsche Unternehmen bieten sich hier verschiedene Möglichkeiten, in das *Metaverse* einzusteigen. Dazu gehören neben der bereits erläuterten XR unter anderem auch, NFT, Kryptowährung, Blockchain oder KI.

**Kryptowährung und NFT (Non-Fungible Token):** Virtuelle Vermögenswerte sind ein unvermeidlicher Bestandteil eines *Metaverse*-Spiels. Diese virtuellen Währungen bauen eine Wirtschaft in virtuellen Räumen auf. Sie funktionieren ähnlich wie reale Währungen, indem sie es den Nutzern ermöglichen, Transaktionen durchzuführen, digitale Vermögenswerte zu erwerben und Geschäfte miteinander abzuschließen. Der Fluss von Kryptowährungen ist leicht nachvollziehbar und im Vergleich zu traditionellem Fiat-Geld in größerem Maße frei von Eingriffen.<sup>65</sup> Auch *NFTs* sind immer mehr ein Gesprächsthema im Gaming-Bereich. Digitale Gegenstände als *NFT* an Gamer zu verteilen ist eine immer mehr diskutierte Option - ob sich dieses Konzept durchsetzt, ist allerdings fragwürdig, da kein echtes Problem damit gelöst werden würde. Die häufig zitierte Umfrage von EY ist zu dem Schluss gekommen, dass Unsicherheiten im Zusammenhang mit digitalen Vermögenswerten bestehen: 90% der Führungskräfte gaben an, dass sie zwar an digitalen Vermögenswerten interessiert sind, dass ihre Unternehmen aber derzeit kein tragfähiges Geschäftsmodell haben, um daraus wert zu schöpfen. Außerdem sind die Befragten skeptisch, was den langfristigen Wert von *NFTs* angeht.<sup>66</sup>

**Blockchain:** Die Blockchain ist nicht mehr nur ein mit Bitcoin und Kryptowährung verbundenes Konzept, sondern eine entscheidende Komponente der Dezentralisierung. Im *Metaverse* verspricht Blockchain, den Benutzern mehr Kontrolle über ihre Online-Erfahrung und Produkte zu geben. Blockchain schlägt im *Metaverse* bereits Wellen, als eine Möglichkeit, durch *NFTs*, *Smart Contracts* und dezentralisierte Finanzierungen in Künstler zu investieren und diese zu unterstützen. Blockchain-Technologien sind eines der wichtigsten Elemente eines *Metaverse*-Gaming-Projekts. Da das *Metaverse* die Dezentralisierung als Kernprinzip unterstützt, hilft *DLT* (*Distributed ledger technology*), die gewünschten Ziele in vollem Umfang zu erreichen. Dezentrale Spiele sind frei von der Kontrolle zentraler Behörden und bieten eine benutzerfreundliche Schnittstelle für Spieler.<sup>67</sup>

**KI:** Die Verbesserung der Verbindung zwischen der physischen und der digitalen Welt erfordert ein gewisses Maß an Computerintelligenz. KI ist für mehrere *Metaverse*-Erfahrungen unerlässlich: Es kann bei der Verarbeitung natürlicher Sprache helfen, um sicherzustellen, dass Maschinen uns verstehen können. KI unterstützt auch Computer Vision und *Simultaneous Location* und Mapping-Technologien, die Maschinen helfen, unsere physische Umgebung zu verstehen. Darüber hinaus spielt KI eine zentrale Rolle bei der Avatar-Animation. Neue Tracking-Technologien ermöglichen es Headsets, Gesichts- und Körperbewegungen von Benutzern in Avatar-Animationen zu übersetzen - obwohl Hand-, Augen- und Gesichtsverfolgung nicht perfekt sind. Entwickler verwenden häufig KI, um die Animationslücken zu füllen, in denen die Tracking-Technologie die Benutzerbewegung nicht erfasst.<sup>68</sup>

## Streaming

Beim Streaming liegt das Hauptaugenmerk auf Videospielen. Die Nutzer können anderen Leuten beim Spielen zusehen, mit anderen Zuschauern interagieren oder ihr eigenes *Gameplay* live in die Welt streamen. Es werden viele verschiedene Spiele gestreamt, wobei beliebte Titel wie *Fortnite*, *Teamfight Tactics*, *League of Legends* und *Grand Theft Auto V* zu den meistgesehenen gehören. Auch die Interaktion mit der Zuschauerschaft ist ein wichtiger Aspekt des Streamings, um eine eigene *Community* aufzubauen. Dies geschieht größtenteils durch einen Chat oder Unterhaltungen mit ausgewählten Zuschauern. Die größte Streaming Plattform ist *Twitch*. Streamer haben auch die

<sup>64</sup> Vgl. EY (2022): [What's possible for the gaming industry in the next dimension?](#), abgerufen am 01.12.2022

<sup>65</sup> Vgl. Blockchain Council (2022): [Exploring the Metaverse: Gaming Infrastructure and Opportunities](#), abgerufen am 01.12.2022

<sup>66</sup> Vgl. EY(2022): [What's possible for the gaming industry in the next dimension?](#), abgerufen am 05.12.2022

<sup>67</sup> Vgl. Blockchain Council (2022): [Exploring the Metaverse: Gaming Infrastructure and Opportunities](#), abgerufen am 01.12.2022

<sup>68</sup> Vgl. XR Today (2022): [What is the Metaverse? A New Reality Explained](#), abgerufen am 27.01.2023



Möglichkeit, durch Abonnements, Werbepartner und Partnerschaften mit dem von ihnen gewählten Streaming Anbieter Geld zu verdienen.<sup>69</sup>

Es gibt drei Arten von Streaming-Diensten: Live-Video-Streaming Apps, Video-Streaming-Apps auf Abruf und Video-Streaming-Apps von TV-Anbietern oder Netzwerken. Jedoch ist nur die erste Art entscheidend, wenn es um spielbezogene Inhalte geht, da es sich bei vielen Live-Streaming-Inhalten um Videospiele handelt, die zeitgleich oder im Nachhinein kommentiert werden. *Twitch* ist ein Paradebeispiel dafür, mit durchschnittlich 2,9 Mio. gleichzeitigen Nutzern zu einem bestimmten Zeitpunkt, 1.247 Mrd. Minuten geschauten Material und einem Wert von rund 15 Mrd. USD.<sup>70</sup>

Laut einer Prognose von Statista gibt es in den Vereinigten Staaten in 2023 158,2 Mio. Live-Stream-Zuschauer. Diese Zahl soll bis 2026 164,6 Mio. erreichen. Dabei sind Nachrichten die beliebteste US-Kategorie, für 29% sind es Sport Games und für 19% Videospiel-Wettbewerbe. Gaming ist eine beliebte Kategorie für Live- Streamer und es wird erwartet, dass Live-Streaming im Gaming-Bereich bis 2024 über 900 Mio. Zuschauer erreichen wird, darauf soll auch besonders Mobile Game Streaming einen Einfluss haben.<sup>71</sup>

## Cloud Gaming

Cloud-Gaming ist eine der spannendsten Innovationen der letzten Jahre und die Beliebtheit steigt, da Spiele immer realistischer werden. Cloud-Gaming beschreibt einen Gaming-Service, der es Gamern ermöglicht, über eine Livestream-Verbindung auf Videospiele zuzugreifen und diese zu spielen. Das Ziel dieser Technologie ist es, den Gamern den Zugang zu Spielinhalten zu ermöglichen, ohne etwas herunterladen oder installieren zu müssen. Es wird eine Verbindung zum Server hergestellt und Gamern können direkt ins Spielgeschehen einsteigen. Cloud-Gaming ist im Vergleich zu herkömmlichen Methoden auch recht erschwinglich.<sup>72,73</sup> Spiele, für die normalerweise ein leistungsstarker, teurer Gaming-PC erforderlich ist, auf jedem beliebigen Gerät spielen zu können, ist eine Entwicklung, welche die Industrie in den kommenden Jahren verändern wird. So können durch das streamen auch ältere Computer, Handys und Tablets, sofern sie über eine gute Internetverbindung verfügen, in eine erstklassige Spielkonsole verwandelt werden.<sup>74</sup> Durch 5G- Service hat Cloud Gaming zudem einen starken Einfluss auf den Gebrauch von Mobil Gaming.

## Monetarisierung von Games

Die Monetarisierung ist ein entscheidender Teil eines jeden Spiels. Für die Entwickler kann sie den Unterschied zwischen einem profitablen Titel und einem wirtschaftlichen Misserfolg ausmachen. Für die Spieler kann sie den Unterschied zwischen einem fesselnden Erlebnis und einem Paywall-Albtraum bedeuten. Allerdings ist die Monetarisierung in modernen Spielen komplexer als früher. Einige Monetarisierungsmethoden können kontraintuitiv sein, und es ist üblich, dass Spiele verschiedene Methoden gleichzeitig anwenden. Zu den verbreiteten Monetarisierungsmethoden gehören:<sup>75</sup>

- ❑ **Premium Game Monetization:** Die Premium-Monetarisierung ist die "traditionelle" Art, Spiele zu verkaufen: ein Vorabverkauf, bei dem der Spieler das gesamte Spiel kauft, bevor er es spielen kann. Lange Zeit geschah dies nur in physischen Geschäften, aber heutzutage werden viele Spiele digital über Online-Shops wie *Steam* verkauft. Ein Vorabverkauf bedeutet, dass der Publisher von allen Spielern den gleichen Betrag erhält, der in der Regel hoch ist. Diese Vorabzahlung kann jedoch eine hohe Einstiegshürde darstellen.
- ❑ **Microtransaction:** Mikrotransaktionen sind Käufe im Spiel, die eine kleine Menge an Inhalten oder Funktionen freischalten und in der Regel mehrfach gekauft werden können. Sie sind mittlerweile weit verbreitet und können sehr effektiv sein, um Einnahmen zu erzielen. Mikrotransaktionen funktionieren gut, weil sie Spielern, die mehr ausgeben wollen, die Möglichkeit dazu geben. Mikrotransaktionen können entweder rein kosmetisch sein oder das Spielgeschehen beeinflussen.
- ❑ **Subscriptions:** Bei dieser Methode ist ein Abonnement erforderlich, um das Spiel oder Teile davon zu spielen. Die Spieler können das Abonnement in Blöcken von einem oder mehreren Monaten erwerben, und die freigeschalteten Inhalte sind nur so lange verfügbar, wie sie weiterbezahlen. Für die Entwickler bedeutet dies eine stabile Einnahmequelle.
- ❑ **In-Game Advertisement:** Werbung ist eine beliebte Monetarisierungsoption in kostenlosen Handyspielen. Diese können Werbeanzeigen, Ladebildschirm-Anzeigen, Pop-ups und mehr verwenden, um die Aufmerksamkeit der Spieler zu gewinnen. Bei nicht-mobilen Spielen wird nur selten Werbung geschaltet, mit Ausnahme von Produktplatzierungen in Sportspielen. Die effektivste und lukrativste Form ist die belohnte Werbung, bei der für das Ansehen eines Werbevideos eine Währung im Spiel erhält.<sup>76</sup>

<sup>69</sup> Vgl. Webwise (o.D.): [What is Twitch](#), abgerufen am 06.01.2023

<sup>70</sup> Vgl. Twitchtracker (2022): [Statistics](#) abgerufen am 05.12.2022

<sup>71</sup> Vgl. Demand Sage(2023): [51+ Live Streaming Statistics For 2023 \(Data & Infographics\)](#), abgerufen am 27.01.2023

<sup>72</sup> Vgl. Techtarget (o.D.): [Definition Gaming](#), abgerufen am 30.11.2022

<sup>73</sup> Vgl. BCS (2022): [What ist he future of gaming](#) abgerufen am 05.12.2022

<sup>74</sup> Vgl. Dot Esports (2020): [What is cloud gaming?](#), abgerufen am 30.11.2022

<sup>75</sup> Vgl. Rocketbrush (2022): [Game Monetization](#), abgerufen am 17.01.2023

<sup>76</sup> Vgl. Rocketbrush (2022): [Game Monetization](#), abgerufen am 17.01.2023

Die dargestellten Modelle umfassen nicht alle Monetarisierungsmodelle, aber die wichtigsten und beliebtesten. Auch Kombinationen treten immer häufiger auf.

Ein weiteres, sehr lukratives Geschäft ist die Monetarisierung von *Communities*. *Communities* können zum Beispiel die Anhängerschaft eines Spieles, einer E-Sport Veranstaltungen oder eines Streamers sein. Sie zeichnen sich als homogene Masse aus und Gaming-Dienstleister sind in der Lage sehr gezielt Werbung zu schalten. Viele der Gemeinschaften sind nur bedingt verwaltet, oder finden nur in Chatrooms oder auf jährlichen Veranstaltungen zusammen. Eine *Community* für ein Spiel zu formen, die eigene Foren, Chaträume und Streamer haben, und damit auch von diesen Services abhängig sind, hat großes Monetarisierungspotenzial.

## Gaming Abonnements

Gaming Abonnements sind Flatrate Angebote, wie *Netflix* und *Hulu* sie für Filme und Serien anbieten, und gegen eine monatliche oder jährliche Zahlung kann eine Vielzahl von Titeln gespielt werden. Da den Gamern diese Spiele nicht gehören, sondern ihnen bloß Zugriff gewährt wird, kann ein Spiel jederzeit aus dem Sortiment genommen werden. Früher musste man für ein Videospiel eine physische Kopie des Titels kaufen, aber in den letzten Jahren haben Abonnementdienste, die gegen eine wiederkehrende Gebühr Zugang zu einem Katalog von Spielen bieten, die Branche verändert. Neue Umfragen deuten darauf hin, dass diese Dienste auf Dauer Bestand haben werden, denn die meisten *Hardcore*-Gamer geben an, dass sie diese bereits nutzen. Abo-Plattformen haben jedoch noch viel Spielraum, um ihren Kundenstamm zu erweitern.<sup>77</sup>

Immer mehr Game Entwickler und Plattformen bieten Abonnements an, die sogar Zugang zu spannenden *First-Party*-Spielen gewähren. Dies ist für die meisten Spieler ein interessantes und überzeugendes Angebot. Es eröffnet viele Möglichkeiten, Titel zu spielen, die Gamer sonst vielleicht nicht in Betracht gezogen hätten. Es ist Vielzahl von Titeln, Genres und Möglichkeiten, die diese Dienste so verlockend machen.<sup>78</sup> Die Abonnementdienste für Videospiele haben jedoch nicht immer die größten Bibliotheken, und die Spiele kommen und gehen im Laufe der Zeit.<sup>79</sup> Trotzdem wird die Popularität von Gaming Abonnements in den nächsten Jahren weiter zunehmen. Ähnlich wie man in den USA zu einem *Verizon* oder US-Mobile Mobilfunkvertrag ein *Hulu* oder *Disney+* Abonnement bekommen kann, wird sich ein vergleichbares Angebot wahrscheinlich auch für Gaming Abonnements durchsetzen.

## Gamifizierung

Bei der Gamifizierung geht es darum, etwas zu nehmen, das kein Spiel ist, und Spielmechanismen anzuwenden, um das Engagement, die Zufriedenheit und die Loyalität der Nutzer zu erhöhen. Das bedeutet, dass die Gamifizierung Elemente aus dem Spieldesign und den allgemeinen Prinzipien und Theorien, die das Spielen vorantreiben, aufgreift und sie auf andere Kontexte anwendet. Zweitens wird Gamification in der Regel zur Lösung von Problemen eingesetzt. Diese reichen von Problemen des Engagements am Arbeitsplatz, über die Motivation von Schülern bis hin zu dem Abbau von Apathie bei Wahlen.<sup>80</sup> Die Anwendungsbereiche sind vielfältig, und viele Bereiche unseres alltäglichen Lebens eröffnen noch viele Möglichkeiten für Gamifizierung. Es gibt dementsprechend viel Potenzial auf dem US-Markt und es ist zu erwarten, dass sich Gamifizierung in den kommenden Jahren auf immer mehr Sektoren ausweitet.

<sup>77</sup> Vgl. Morning consult (2022): [The subscription economy](#), abgerufen am 10.01.2023

<sup>78</sup> Vgl. Keengamer (2022): [Gaming Subscription](#), abgerufen am 10.12.2022

<sup>79</sup> Vgl. PC Mag (2022): [Best Videogame subscription](#), abgerufen am 10.12.2022

<sup>80</sup> Vgl. Growth Engineering (2021): [Gamification](#), abgerufen am 12.01.2023

### 3. Wettbewerbssituation

Das Erstellen einer Wettbewerbsanalyse kann beim Einstieg in einen neuen Markt von großem Vorteil sein und zum Erfolg des Vorhabens beitragen. Eine solche Analyse hilft dabei fundierte und strategische Entscheidungen zu treffen und Marktchancen korrekt einzuschätzen. Es ist ratsam für deutsche KMU den US-Markt genau zu betrachten, um Risiken und Chancen zu kennen, potenzielle Eintrittsbarrieren abzuschätzen und Marktlücken zu identifizieren. Zum besseren Verständnis wird daher im Folgenden ein Überblick über die Wettbewerbssituation im Gaming-Bereich in den USA und speziell in Kalifornien und Washington gegeben. Zudem sollen eine SWOT-Analyse und eine Darstellung der Marktsituation deutschen Unternehmen dabei helfen, die Möglichkeiten und potenziellen Partnerschaften im US-Gaming-Markt besser abschätzen zu können.

#### 3.1 Wettbewerbssituation in den USA

Der Gaming-Markt an der US-Westküste ist sehr wettbewerbsintensiv, da viele der wichtigen und großen Marktakteure dort angesiedelt sind. Zudem herrscht durch ansteigende Profite und wachsender Nachfrage ein immer größerer Druck neuere und innovativere Produkte auf den Markt zu bringen. Zu den Wettbewerbern gehören milliardenschwere Unternehmen, aber auch viele kleine Akteure, die sehr erfolgreiche Titel auf den Markt gebracht haben. Auch Nicht-Gaming-Unternehmen versuchen, in die Welt der Videospiele einzusteigen, wie z.B. Technologie- und Streaming-Giganten, die kürzlich ihre Absichten ankündigten, ein Teil der Gaming-Branche sein zu wollen. Um auf einem derart dynamischen Markt konkurrieren zu können, müssen deutsche Unternehmen nicht nur über technischen und künstlerischen Scharfsinn, sondern auch über geschäftliche und operative Kompetenz verfügen. Da die Kundenerwartungen drastisch steigen, werden kontinuierliche Innovation und Produktdifferenzierung eine wichtige Säule des Erfolgs sein.<sup>81</sup>

Obwohl sich die Cluster gegenseitig unterstützen, konkurrieren viele der amerikanischen Firmen, Startups sowie etablierten Unternehmen in der Gaming-Industrie gegeneinander. Die Abbildung 12 zeigt die Marktkonzentration des nordamerikanischen Gaming-Marktes an. Die Marktkonzentration ist ein Maß für den Gesamtmarktanteil der größten Unternehmen in einer Branche. Sie ist ein Indikator für den Grad des Wettbewerbs in einem Markt, wobei eine hohe Konzentration auf mangelnden Wettbewerb und eine niedrige Konzentration auf einen wettbewerbsintensiven Markt hinweist. Die Marktkonzentration kann anhand verschiedener Kennzahlen gemessen werden, darunter der *Herfindahl-Hirschman-Index (HHI)* und das Konzentrationsverhältnis.<sup>82</sup> Wie auf der Abbildung zu sehen, ist die Gaming-Industrie stark fragmentiert, da die Nachfrage nach Online-Spielen und die zunehmende Verbreitung mobiler Anwendungen in der Region für einen anhaltenden intensiven Wettbewerb zwischen den Marktteilnehmern sorgen. Zudem führen die Hauptakteure der Branche, wie die *Sony Corporation*, *Microsoft* und *Nintendo* kontinuierlich Innovationen ein und bringen Spielkonsolen der nächsten Generation auf den Markt, was den Wettbewerb weiter verstärkt.

#### Abbildung 12: Marktkonzentration der Gaming-Industrie

##### Market Concentration



Quelle: Mordor Intelligence (o.D.): [NORTH AMERICA GAMING MARKET - GROWTH, TRENDS, COVID-19 IMPACT, AND FORECASTS \(2023 - 2028\)](#), abgerufen am 12.12.2022

<sup>81</sup> Vgl. EY (2022): [What's possible for the gaming industry in the next dimension?](#), abgerufen am 01.12.2022

<sup>82</sup> Vgl. The Economic Times (2022): [What is Market Concentration](#), abgerufen am 13.12.2022

In der 300 Mrd. USD schweren Videospielebranche gibt es in den USA die drei zuvor erwähnten großen Akteure. Der japanische Unterhaltungselektronik-Koloss *Sony*, welcher stark in den USA vertreten ist, hat seit 1994 mehr als 500 Mio. Exemplare seiner *PlayStation* verkauft. Über eine Tochtergesellschaft kontrolliert das Unternehmen eine Reihe von Studios - darunter *Insomniac* und *Housemarque* -, welche exklusive Titel für Geräte entwickelt haben, wie etwa die *Spider-Man-Saga*. *Sony* hat auch in *Epic Games* investiert, das Unternehmen hinter *Fortnite*. Der Technologiekonzern *Microsoft* plant im Frühjahr 2023 seinen Kauf von *Activision Blizzard* für 69 Mrd. USD zu finalisieren, was die größte Übernahme in der Geschichte des Sektors darstellen wird. Durch die Übernahme erhält das Unternehmen wichtige Titel wie *Call of Duty*, *World of Warcraft* und *Diablo*. Die Gruppe, die hinter den *Xbox*-Konsolen steht, hat dank früherer Übernahmen bereits die Kontrolle über große Spielertitel wie *Minecraft*, *Elder Scrolls* und *Fallout*. *Nintendo* setzt auf selbst entwickelte Spiele wie *Mario*, *Zelda* oder *Pokémon*. Die Veröffentlichung von Nintendos Spiels *Animal Crossing* im März 2020 wurde zu einem sozialen Phänomen, als die COVID-19-Pandemie eine weltweite Verlagerung des Lebensalltags in Innenräume auslöste. Im letzten Geschäftsjahr verkaufte das Unternehmen eine Rekordzahl von 28,8 Mio. *Switch*-Spielgeräten.<sup>83</sup>

Neben den drei großen Marktakteuren gibt es noch viele weitere relevante Unternehmen auf dem US-Markt. Z.B. den Spielentwickler *Take-Two*, welcher mit beliebten Spielen wie *Grand Theft Auto*, *NBA 2K* und *Red Dead Redemption* aufwarten kann. Auch *Take-Two* selbst hat bereits Akquisitionen getätigt und 12,7 Mrd. USD für die Übernahme des Handyspielentwicklers *Zynga*, dem Erfinder der Landwirtschaftssimulation *FarmVille*, ausgegeben. Des Weiteren stieg der Wert des US-Unternehmens *Epic Games* im vergangenen Jahr nach einer Finanzierungsrunde durch Investoren, darunter *Sony*, auf fast 29 Mrd. USD. *Electronic Arts* erwirtschaftete im vergangenen Jahr einen Umsatz von 5,6 Mrd. USD und verfügt über ein Portfolio sehr populärer Lizenzen wie *FIFA*, *Battlefield* und *The Sims*. Das französische Unternehmen *Ubisoft* (*Assassin's Creed*, *Far Cry*), welches auch in den USA ansässig ist, wird mit rund sechs Mrd. Euro bewertet und ist ebenfalls ein wichtiger Akteur in diesem Sektor.<sup>84</sup> Zu den etablierten und erfolgreichen Unternehmen gehören neben den eben genannten auch *Tencent*, *Unity*, *NetEase*, *Roblox* und mehr.<sup>85</sup> Außerdem hat *Netflix* angekündigt in die Welt der Spiele einzusteigen, indem es mobile Spiele entwickelt und veröffentlicht. Diese Art von Dienst ist eher mit *Apple Arcade* vergleichbar als mit einem echten *Netflix* für Spiele – die Spiele sollen den Abonnenten ohne zusätzliche Kosten zur Verfügung gestellt werden.<sup>86</sup>

### 3.2 Marktchancen an der Westküste

Die Gaming-Branche an der US-Westküste ist eine der führenden auf der ganzen Welt. Es ist ein idealer Standort für die Gaming-Industrie, da sich das vor Ort befindende Ökosystem dank seiner Küstennähe und dem Zugang zu vielen wichtigen Technologiezentren wie dem Silicon Valley oder dem Großraum Seattle leicht an neue Trends anpassen oder diese bestimmen kann. Die Region überzeugt zudem durch ihre reichhaltige Kultur und ihre pulsierende Kreativität, die sich in vielen Gaming-Produkten widerspiegelt.

Die US-Bundesstaaten Kalifornien und Washington State beherbergen die zwei größten Spieleindustrien unter den US-Bundesstaaten. In Kalifornien ist dafür primär das Silicon Valley verantwortlich und in Washington State die Metropolregion Seattle. Beide sind in den letzten 10 Jahren massiv gewachsen und haben den Boom der Spieleindustrie nicht nur begleitet und davon profitiert, sondern aktiv mitgeformt.<sup>87</sup> Dass der Markt besonders intensiv in Kalifornien ist, zeigt sich in folgender Abbildung (Stand Februar 2022). Laut Statista sind die drei größten Gaming-Unternehmen in Kalifornien, von denen zwei ihren Hauptsitz in der San Francisco Bay Area haben.<sup>88,89</sup> Die San Francisco Bay Area ist eines der Epizentren der Spieleentwicklung, da dort über 91 Firmen im Markt aktiv sind – wodurch auch die Zahl der Arbeitsplätze in der Bay Area sehr hoch ist.<sup>90</sup> In der Washington Seattle Gegend befindet sich ein weiteres gut vernetztes Gaming-Cluster von über 71 Unternehmen.<sup>91</sup>

<sup>83</sup> Vgl. Techxplore (2022): [Four giants: The major players in video game industry](#), abgerufen am 17.01.2023

<sup>84</sup> Vgl. Techxplore (2022): [Four giants: The major players in video game industry](#), abgerufen am 17.01.2023

<sup>85</sup> Vgl. Companies Market Cap (2022): [Largest video game companies by market cap](#), abgerufen am 12.12.2022

<sup>86</sup> Vgl. Esportsbets (2021): [How will Netflix adapt to the gaming industry](#), abgerufen am 17.01.2023

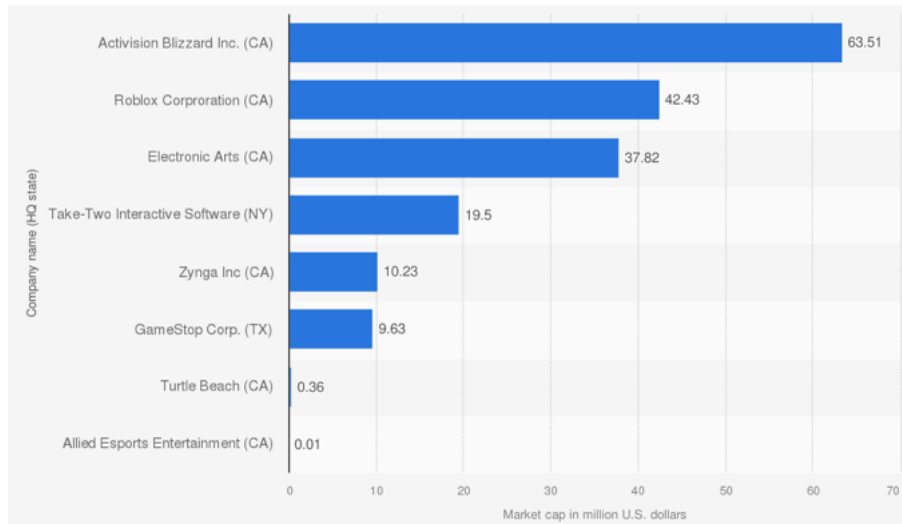
<sup>87</sup> Vgl. ESA: (o.D.) [Video Game Impact Report](#), abgerufen am 11.01.2023

<sup>88</sup> Vgl. Electronic Arts (2022): [About EA](#), abgerufen am 12.12.2023

<sup>89</sup> Vgl. Roblox (2022): [Roblox Company Information](#), abgerufen am 12.12.2022

<sup>90</sup> Vgl. Game Job Hunter (2022): [Video Games Companies in San Francisco](#), abgerufen am 12.12.2022

<sup>91</sup> Vgl. Game Job Hunter (2022): [Video Game Studios in Seattle](#), abgerufen am 12.12.2022

**Abbildung 13: Marktkapitalisierung der größten Unternehmen der US-Gaming-Branche (in Mio. USD)**

Quelle: Statista (2022): [Market capitalization of the largest gaming industry companies in the United States as of February 2022](#), abgerufen am 01.12.2022

Insgesamt ist die Gaming-Branche an der US-Westküste eine der lebendigsten und innovativsten in der ganzen Welt. Der Standort bietet viele Möglichkeiten um Investorenkapital, Arbeitsmöglichkeiten und kreative Köpfe zu finden. Er verfügt über alle Ressourcen, die deutsche Unternehmen zum Ausbau ihres Unternehmens benötigen.

Bemerkenswert an der US-Westküste ist auch, dass es eine der bekanntesten Regionen für E-Sports, mit einer Reihe von professionellen E-Sports Organisationen ist. Es gibt viele Veranstaltungsorte in der Gegend, die sich auf E-Sports konzentrieren, einschließlich bekannter Austragungsorte wie der *ESL-Arena* in Los Angeles oder dem *Chase Center* in San Francisco. Sie bieten einzigartige Erfahrungen für E-Sports Enthusiasten und ein fantastisches Umfeld für Wettbewerbe und Events.

## Kalifornien

Kalifornien ist mit seinen Metropolen wie San Francisco, Los Angeles und San Diego global gesehen eines der größten Technologie-Zentren. Im Staat gibt es insgesamt 900 Videospielunternehmen, wobei sich die meisten davon fast gleichmäßig auf Los Angeles und San Francisco verteilen und die Bay Area als Ganzes das größte Cluster für Videospielfirmen der Welt beherbergt. Darunter fällt auch der größte Streaming Anbieter weltweit, das Unternehmen *Twitch*, welches seinen Sitz mitten in San Francisco hat. Zudem haben die *Golden Gate Warriors*, das Basketball Team von San Francisco, mit den *Golden Guardians* ein E-Sport Franchise gegründet. Einen weiteren Marktführer beherbergt San Francisco mit *Discord*, einen Anbieter für Video-, Sprachanrufe und Kurznachrichten, der sich auf Videospieler spezialisiert hat und über 350 Mio. registrierte Benutzer hat.<sup>92</sup>

**Abbildung 14: Der Kalifornische Gaming-Markt**

Quelle: Entertainment Software Association (2022): [Californian Video game Industry](#), abgerufen am 06.01.2023

<sup>92</sup> Vgl. Discord (2022) [Our Story](#), abgerufen am 05.12.2022

Eine neue Studie der *Entertainment Software Association (ESA)* zeigt, dass die Videospielindustrie in Kalifornien eine jährliche Wirtschaftsleistung von 51,8 Mrd. USD erbringt, entweder durch die direkte Gaming-Industrie (22,5 Mrd. USD) oder durch andere Teilnehmer des Videospiel-Ökosystems, wie z.B. Zulieferer (29,3 Mrd. USD). Damit liegt der Bundesstaat bei der Wirtschaftsleistung mit Abstand an erster Stelle.<sup>93</sup> Außerdem unterhält die Videospielindustrie in Kalifornien stand 2020 etwa 218.090 Arbeitsplätze, entweder direkt durch die Industrie (etwa 57.400) oder durch Zulieferer und andere unterstützende Arbeitsplätze (etwa 160.700) - mehr als in jedem anderen Staat.<sup>94</sup>

## Washington State

Die Videospielindustrie des Bundesstaates Washington hat im Jahr 2019 Texas überholt und nach Kalifornien den zweiten Platz in der Gesamtwirtschaftsleistung eingenommen. Im Bundesstaat Washington stellt die lokale Spieleindustrie 48.808 Arbeitsplätze zur Verfügung, mit einer Wirtschaftsleistung von 11,6 Mrd. USD. Die *ESA* erfasst 151 Publisher, Entwickler, Hardwarefirmen, Universitäten und andere Unternehmen in Washington, die mit der Spieleindustrie des Bundesstaates verbunden sind.<sup>95</sup>

Der pazifische Nordwesten ist die Heimat einiger der größten Namen in der Spieleindustrie. Diese Unternehmen, zu denen u.a. *Valve*, *Microsoft Game Studios*, *Bungie*, *Big Fish* und *Wizards of the Coast* gehören, beschäftigen rund 23.000 Mitarbeiter und erwirtschaften einen Jahresumsatz von mehr als 28 Mrd. USD.<sup>96</sup> Grundpfeiler für den Erfolg von Washington, und Seattle im speziellen ist das unternehmensfreundliche Umfeld, in dem es keine Einkommens- oder Körperschaftssteuer gibt.

### Abbildung 15: Der Gaming-Markt in Washington State



Quelle: Entertainment Software Association (2022): [Washington Video game Industry](#), abgerufen am 06.01.2023

Die Videospielindustrie profitiert stark von dem bestehenden Ökosystem aus Talenten, Industrie und Bildungsprogrammen. Seattle beherbergt nicht nur die beiden größten Cloud-Computing-Unternehmen der Welt, sondern auch mehr als 150 Videospielunternehmen, welche die interaktiven Erlebnisse entwickeln. Aufgrund der großen Anzahl von Technologieunternehmen in der Region liegt Seattle bei den Beschäftigungsmöglichkeiten für Gamer und Entwickler an erster Stelle in den USA. Die *Emerald City* belegte außerdem den zweiten Platz bei der Internetqualität und den fünften bei der Spielumgebung.<sup>97</sup>

## 3.3 SWOT-Analyse für deutsche Unternehmen

Für deutsche KMU im Gaming-Bereich können sich vielversprechende Marktchancen ergeben, wenn sie ihre innovativen Lösungen und ihr Potenzial an die Gegebenheiten auf dem US-Markt anpassen. Als Ergänzung zum vorherigen Punkt werden in der folgenden Abbildung die Stärken und Schwächen deutscher Unternehmen auf dem US-Markt, sowie die Chancen und Risiken des Marktes für Gaming-Lösungen dargestellt. Eine solche Analyse kann ein erster Schritt sein, um zu erkennen, ob eine Erweiterung der Geschäfte im Ausland sinnvoll ist und kann branchenspezifisch angepasst werden.

<sup>93</sup> Vgl. PR NewsWire (2022): [Economic Impact Report](#), abgerufen am 05.12.2022

<sup>94</sup> Vgl. PR NewsWire (2022): [Economic Impact Report](#), abgerufen am 05.12.2022

<sup>95</sup> Vgl. Geekwire (2022): [National Videogame Output ranking](#), abgerufen am 05.12.2022

<sup>96</sup> Vgl. Seattleme (2021): [Video Game Industry History](#), abgerufen am 05.12.2022

<sup>97</sup> Vgl. Seattle Pi (2020): [Best Cities for Gamers Ranking](#), abgerufen am 05.12.2022



Abbildung 16: SWOT-Analyse US-Gaming-Industrie

| Deutsche Gaming-Teilnehmer auf dem amerikanischen Markt                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Stärken ( <i>Strengths</i> )                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | Schwächen ( <i>Weaknesses</i> )                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> Angebot hochqualitativer Leistungen und Produkte unter der Marke <i>Made in Germany</i></li> <li><input type="checkbox"/> Operative Daten aus bestehender Geschäftstätigkeit in Deutschland, die beim Markteinstieg genutzt werden können</li> <li><input type="checkbox"/> Fachliche Kompetenz und technisches Know-how</li> <li><input type="checkbox"/> Umfangreiche Spielinfrastruktur und hoch entwickelte Technologie</li> <li><input type="checkbox"/> Starke Verbraucherschutzbestimmungen</li> <li><input type="checkbox"/> Immer ausgefeiltere Technologie und Spielprodukte und Ausweitung der Spiele auf neuen Plattformen</li> <li><input type="checkbox"/> Starke Erfahrung in Forschung und Entwicklung, welches einen Vorteil gegenüber der Konkurrenz schafft</li> </ul>                                                                                                                                                                                                  | <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> Fehlendes Vertriebs- und Partnernetzwerk</li> <li><input type="checkbox"/> Fehlende Kenntnisse über regionale Bedingungen</li> <li><input type="checkbox"/> Fehlende Kenntnisse über Kundenbedürfnisse und -akquise in den USA, daher Nachteile bei Marketing</li> <li><input type="checkbox"/> Fehlende Kenntnisse über Antragsprozesse für Ausschreibungen, Fördermittel und Genehmigungen</li> <li><input type="checkbox"/> Fehlende Kenntnisse über Vertrags- und Handelsrecht</li> <li><input type="checkbox"/> Import: bestehende Handelshemmnisse (z.B. Einfuhrzölle)</li> <li><input type="checkbox"/> Hohe Kosten im Zusammenhang mit der Entwicklung und Vermarktung von Spielen</li> <li><input type="checkbox"/> Begrenzter Zugang zu internationalen Märkten aufgrund von Sprachbarrieren</li> <li><input type="checkbox"/> Relativ kleine Spieleindustrie in Deutschland</li> </ul> |
| Amerikanischer Markt für Gaming                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| Chancen ( <i>Opportunities</i> )                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | Risiken ( <i>Threats</i> )                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> Enormes Wachstumspotenzial und viele unerschlossene Märkte und neue Technologien, die es zu erforschen gilt</li> <li><input type="checkbox"/> Aufkommen neuer Technologien wie <i>Virtual Reality</i> und <i>Augmented Reality</i></li> <li><input type="checkbox"/> Wachsende Beliebtheit des mobilen Spielens und der zunehmenden Nutzung von Streaming-Diensten</li> <li><input type="checkbox"/> Einführung neuer Vorschriften und Initiativen, wie der Initiative <i>Games for Change</i></li> <li><input type="checkbox"/> Eine große und engagierte Gemeinschaft von Spielern, die sich für diese Branche begeistern</li> <li><input type="checkbox"/> Markt der viele Möglichkeiten für Wachstum bietet</li> <li><input type="checkbox"/> Gut ausgebaute, aber erweiterbare Infrastruktur mit gesuchten Lösungen für einen effizienten und einfachen Vertrieb</li> <li><input type="checkbox"/> Staatliche Unterstützung, einschließlich Subventionen und Steueranreize</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> Unterschiede im Geschäftsmodell und Erwartungen an Projektentwickler</li> <li><input type="checkbox"/> Hoher Wettbewerbsdruck</li> <li><input type="checkbox"/> Hohe Markteintrittskosten</li> <li><input type="checkbox"/> Dynamisches und sich schnell veränderndes Wettbewerbsumfeld</li> <li><input type="checkbox"/> Komplexität und Uneinheitlichkeit des Marktes</li> <li><input type="checkbox"/> Zunehmenden Wettbewerb aus anderen Ländern wie China und Japan</li> <li><input type="checkbox"/> Bedrohung durch Piraterie sowie das Aufkommen neuer Technologien wie der Emulation</li> <li><input type="checkbox"/> Gefahr steigender Entwicklungskosten und zunehmender Komplexität der Spieleentwicklung</li> <li><input type="checkbox"/> Bedrohung durch zunehmende Regulierung und Zensur sowie das Aufkommen neuer Geschäftsmodelle</li> </ul>                                  |

Quelle: eigene Darstellung basierend auf The Digital School (2021): [Comprehensive SWOT Analysis of Electronic Arts – One Of The Worlds Best Video Game Company](#), abgerufen am 30.01.2023; Pestle Analysis (2022): [Video Gaming Industry Analysis: In-Depth Data, Stats and Trends](#), abgerufen am 30.01.2023; Medium (2018): [Esports Industry SWOT Analysis](#), abgerufen am 30.01.2023

### 3.4 Zielgruppe

Die Geschäftsanbahnung richtet sich vorrangig an kleine und mittlere deutsche Unternehmen (KMU) mit innovativen Konzepten im Bereich der Videospielindustrie. Entwicklungen und innovative Ideen im Bereich Gaming bieten sich für eine Vielzahl von Anwendungsgebieten am amerikanischen Markt an, weshalb die Region für eine große Bandbreite von Unternehmen mit entsprechenden Lösungen interessant sein kann. Die nachfolgende Tabelle dient als Marktüberblick der in Kalifornien und Washington State nachgefragten Segmente, schließt weitere Lösungen jedoch nicht aus:

Tabelle 1: Relevante Gaming-Bereiche für den US-Markt

|                                                                                                 |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Videospiel-Entwicklung                                                                          |
| Online und Cloud Gaming                                                                         |
| Abonnementdienste                                                                               |
| Spielkonsolen, Gaming-PCs und Zubehör (Grafikkarten, Tastaturen, Mäuse, Monitore, VR-Kopfhörer) |
| Mobile Games (Smartphones & Tablets)                                                            |

AR- und VR-Technologien

E-Sports Event Organisationen

Gaming Advertising

Game Streaming Dienste

Quelle: eigene Darstellung

### 3.5 Potenzielle Partner für deutsche Unternehmen

Es kann auch von Vorteil sein mit lokalen Partnern zusammen zu arbeiten, da es den Einstieg in den US-Markt vereinfachen kann. Die Marktkennntnisse der lokalen Partner können besonders vorteilhaft sein in Bezug auf Regulierungen auf Bundesstaatenebene, da diese je nach Staat abweichen und für deutsche Unternehmen komplex sein können. Viele der involvierten Organisationen und Unternehmen bekunden ihre Offenheit gegenüber Kooperationen und Synergien mit in- und ausländischen Technologielösungsanbietern und Fachexperten. Hier ein Einblick in potenzielle Partner-Optionen:

#### Unternehmen in der Gaming-Industrie

- ❑ **Spielentwicklungs- und Verlagsunternehmen:** Eine Partnerschaft mit einem Spieleentwicklungsunternehmen oder einem Verlag kann helfen, ein Spiel schnell und effizient auf den Markt zu bringen.
- ❑ **Konsolenhersteller:** Partnerschaften mit Konsolenherstellern können für die Entwicklung exklusiver Spiele oder die Bereitstellung exklusiver Inhalte für Konsolen von Vorteil sein.
- ❑ **Influencer und Streamer:** Partnerschaften mit *Influencern* und *Streamern* erleichtern die Bewerbung für ein Spiel und schaffen Aufmerksamkeit.
- ❑ **Merchandising-Unternehmen:** Partnerschaften mit Merchandising-Unternehmen zur Herstellung von Produkten wie T-Shirts, Mützen und anderen Artikeln, die zur Bewerbung für ein Spiel beitragen können.
- ❑ **Bildungsunternehmen:** Partnerschaften mit Bildungsunternehmen können helfen, Lernspiele zu entwickeln oder Spiele in die Klassenzimmer zu bringen.
- ❑ **Werbeagenturen:** Partnerschaften mit Werbeagenturen, um ein Spiel über traditionelle und digitale Marketingkanäle zu bewerben.
- ❑ **App-Stores und Spielbibliotheken:** Durch die Zusammenarbeit mit App-Stores wird ein Spiel einem großen Publikum zugänglich gemacht.
- ❑ **Vertriebsunternehmen:** Partnerschaften mit Vertriebsunternehmen erleichtern den Vertrieb eines Spiels in Einzelhandelsgeschäften.<sup>98</sup>

Die Partnerschaft mit größeren Gaming-Unternehmen sowie Startups kann Zugang zu Ressourcen wie Finanzierung und Marketing-Know-how verschaffen. Dies kann von unschätzbarem Wert sein, wenn es darum geht, Produkte auf den Weg und in die Hände der Spieler zu bringen. Die Etablierung von Geschäftsbeziehungen und -partnerschaften kann auch helfen, einen guten Ruf aufzubauen. Dies kann einen Vorteil gegenüber Konkurrenten verschaffen, die versuchen, auf dem Spielmarkt Fuß zu fassen. Außerdem verfügen einheimische Partner generell über umfangreiche Erfahrungen in der Spielebranche und können wertvolle Ratschläge und Fachwissen anbieten, die bei der Entwicklung und der Verbreitung des Produkts helfen können. Außerdem können sie Zugang zu einem etablierten Publikum schaffen, was helfen kann, neue Spieler zu erreichen und die Nutzerbasis zu erweitern. Partnerschaften mit größeren Spieleunternehmen können helfen, Netzwerkeffekte zu nutzen, indem deutsche Unternehmen von dem bereits vorhandenen Netzwerk von Spielern profitieren. Dies kann einen Wettbewerbsvorteil verschaffen und helfen, die Reichweite zu vergrößern.

#### Interessenvertretungen und Verbände

In San Francisco und Seattle gibt es einige gemeinnützige Organisationen, welche die Interessen ihrer kommunalen Bevölkerung in Hinblick auf Spiele mehr zugänglich für alle machen wollen. Die *Gameheads* Organisation in Oakland z.B. nutzt Videospieldesign, -entwicklung und *DevOps*, um einkommensschwache und farbige Jugendliche für eine Karriere in der Technologie- und Videospielbranche zu begeistern, vorzubereiten und auszubilden.<sup>99</sup> Neben Organisationen vertreten auch Universitäten die Bildung von aufsteigenden Talenten, wie z.B. das *Connected Learning Lab* an der *University of California Irvine*.<sup>100</sup> In Seattle vertritt die gemeinnützige Organisation *Game to Grow* die Nutzung von Spielen aller Art für therapeutische, pädagogische und gemeinschaftliche Zwecke.<sup>101</sup>

<sup>98</sup> Vgl. Companies Market Cap (2022): [Largest video game companies by market cap](#), abgerufen am 12.12.2022

<sup>99</sup> Vgl. Gameheads (2023): [Mission](#), abgerufen am 17.01.2023

<sup>100</sup> Vgl. Connected Learning Labs (2023): [What is Connected Learning](#), abgerufen am 17.01.2023

<sup>101</sup> Vgl. Game to Grow (2023): [About Game to Grow](#), abgerufen am 17.01.2023

Wichtige Markttreiber, die sich für Gaming-Unternehmen und ihre Gemeinschaft einsetzen, sind Interessenverbände wie *Coalitions*, *Associations* oder *Councils*, wodurch es von Interesse sein kann, sich mit ihnen auszutauschen und gegebenenfalls Partnerschaften einzugehen. In San Francisco und Seattle befinden sich unter anderem lokale Kammern der *International Game Developers Association*, ein Ortsverband und globales Netzwerk von Personen in allen Bereichen der Spieleentwicklung.<sup>102</sup> In Kalifornien gibt es außerdem Gemeinschaftsfördernde Verbände wie die *Sacramento Developer Collective* und die *Streaming Video Technology Alliance*.<sup>103, 104</sup> Ein wichtiger Verband für Seattle ist das *Washington Interactive Network*, eines der größten Gaming-Cluster und -Netzwerke im Bundestaat Washington.<sup>105</sup>

## Wichtige Veranstaltungen

Aufgrund der Bedeutung der Videospielindustrie finden in den USA auch wichtige Veranstaltungen statt. Spielveranstaltungen und -kongresse dienen vielen Zwecken, u.a. bieten sie eine Plattform, auf der Interessierte und Industrievertreter neue Spiele und Produkte vorstellen, mehr über die Branche erfahren und sich mit anderen Spielern und Fachleuten vernetzen können. Außerdem bieten sie Spieleentwicklern und -verlagen die Chance, ihre Produkte zu präsentieren, und den Spielern die Möglichkeit, an Turnieren und Wettbewerben teilzunehmen. Ein paar wichtige Veranstaltung in 2023 sind:

- **GDC Game Developers Conference:** 20-24 März 2023 - Die GDC-Konferenz findet jedes Jahr in San Francisco statt und besteht aus zwei Preisverleihungen, einer ganztägigen Konferenz und einer Ausstellung.<sup>106</sup> Sie bringt die Spieleentwickler-Gemeinschaft zusammen, um fünf Tage lang Ideen auszutauschen, Probleme zu lösen und die Zukunft der Branche mitzugestalten - durch Bildung, Inspiration und Networking. Zu den Teilnehmern gehören Programmierer, Künstler, Produzenten, Spieldesigner, Audioexperten und Führungskräfte aus der Wirtschaft.<sup>107</sup> GDC ist vor allem geeignet für Unternehmen in den Bereichen Spiel-Design, Programmieren, Marketing, Produktion und Team-/Studio-Management, Visuelle Kunst, Sounddesign und Komposition.<sup>108</sup>
- **2023 Electronic Entertainment Expo (E3):** Die jährlich stattfindende Electronic Entertainment Expo (E3) ist eine der größten Veranstaltung der Spielebranche. Sie findet in Los Angeles, Kalifornien, statt und bringt drei Tage lang die besten Vertreter der Spielwelt zusammen, um Vorschauen auf Videospiele, Ankündigungen und Einblicke in die Branche zu geben.
- **PAX West 2023:** Die PAX West ist die größte Videospielveranstaltung für Verbraucher in den Vereinigten Staaten. Sie findet in Seattle, Washington, statt und bringt Entwickler, Publisher und Gamer für vier Tage mit Panels, Turnieren und Events zusammen.
- **IndieCade 2023:** Die IndieCade ist die größte Veranstaltung für unabhängige Spieleentwickler. Sie findet in Los Angeles statt und zelebriert die Kreativität und Innovation der Indie-Gaming-Szene.
- **E3 Coliseum 2023:** Das E3 Coliseum ist eine zweitägige Veranstaltung mit Panels und Diskussionen von Experten der Spieleindustrie. Sie findet parallel zur Hauptveranstaltung der E3 in Los Angeles statt und ist für die Öffentlichkeit zugänglich.<sup>109</sup>

<sup>102</sup> Vgl. IGDA (2023): [About Us](#), abgerufen am 17.01.2023

<sup>103</sup> Vgl. SVTA (2023): [Streaming Video Technology Alliance](#), abgerufen am 17.1.2023

<sup>104</sup> Vgl. SDC (2023): [Who We Are](#), abgerufen am 17.01.2023

<sup>105</sup> Vgl. WIN (2023): [About](#), abgerufen am 17.01.2023

<sup>106</sup> Vgl. GDC (2022): [What is the Game Developers Conference?](#), abgerufen am 12.12.2022

<sup>107</sup> Vgl. GDC (2022): [What is the Game Developers Conference?](#), abgerufen am 12.12.2022

<sup>108</sup> Vgl. GDC (2022): [Why should you attend GDC?](#), abgerufen am 12.12.2022

<sup>109</sup> Vgl. Vitagaming (2023): [Gaming Events to look forward to in 2023](#), abgerufen am 17.01.2023

## 4. Politische und rechtliche Rahmenbedingungen

Das folgende Kapitel gibt einen Einblick in den rechtlichen Rahmen, der den Vertrieb von Videospielen in den Vereinigten Staaten regelt. Sowohl die Bundes- als auch die Landesgesetze von Kalifornien und Washington State werden erörtert, ebenso wie die Produkthaftung und die Frage, wie sich KMU rechtlich schützen können. Darüber hinaus werden die Steuern auf nationaler und bundesstaatlicher Ebene erörtert.

### 4.1 Richtlinien/ Vorschriften/ Gesetze

Der Ursprung des US-amerikanischen Rechts liegt überwiegend im sogenannten *Common Law*, welches zur Zeit des amerikanischen Unabhängigkeitskrieges in Kraft trat. An der Spitze der Normenhierarchie stehen neben der US-Verfassung die völkerrechtlichen Verträge sowie die Bundesgesetze. Diese bilden gleichsam die Grundlage und Grenze für das gesamte Bundesrecht und das Recht der einzelnen 50 Bundesstaaten, welche politisch teilsouverän sind und über ihre eigene Verfassung verfügen. Daneben steht ihnen in all denjenigen Bereichen die Gesetzgebungskompetenz zu, in denen die Verfassung des Bundes keine vorsieht.

Das Bundesrecht entspringt der Verfassung, die alle gesetzgeberischen Kompetenzen dem Kongress auf Bundesebene zuweist. Als Auswirkung des dominierenden Föderalismus-Prinzips sind nur einzelne Kompetenzen dem Bund übertragen. Nahezu jedes Gesetz wird im *United States Code* kodifiziert. Durch zahlreiche Gesetze wird den Behörden der Exekutive die Befugnis eingeräumt, Verordnungen mit entsprechender Rechtswirkung zu erlassen, die dann im *Code of Federal Regulations* veröffentlicht werden. Eine Vielzahl gerichtlicher Verfahren wird aufgrund von Bundesgesetzen oder -verordnungen entschieden. Die Urteile in diesen Fällen entfalten aufgrund des *stare-decisis*-Gebots, was bedeutet bei früheren Entscheidungen zu bleiben, selbst Rechtskraft und müssen bei nachfolgenden Entscheidungen beachtet werden.

Der rechtliche Schutz des geistigen Eigentums von Videospielen durch Urheberrecht, Patente und Marken hat als relativ neues und sich entwickelndes Gebiet des geistigen Eigentums ähnliche Probleme wie die urheberrechtlichen Bestimmungen für Softwaresysteme.<sup>110</sup>

#### Urheberrecht (Copyright Law)

Der *Copyright Act* von 1976 zählt die Anforderungen an ein Urheberrecht in den USA auf, nennt aber keine Videospiele. Das *United States Copyright Office* weist ausdrücklich darauf hin, dass das Urheberrecht nicht die Idee für ein Spiel, seinen Namen, Titel oder die Methoden zum Spielen schützt. Das Urheberrecht schützt auch nicht die Idee, das System, das Gerät oder das Markenmaterial, das an der Entwicklung, der Vermarktung oder dem Spielen eines Spiels beteiligt ist. Sobald ein Spiel veröffentlicht wurde, hindert nichts im Urheberrechtsgesetz andere daran, ein weiteres Spiel zu entwickeln, das auf ähnlichen Prinzipien beruht.<sup>111</sup>

In den Vereinigten Staaten können jedoch der zugrunde liegende Quellcode und die künstlerischen Elemente des Spiels, einschließlich Kunst, Musik und Dialoge, durch das Urheberrecht geschützt werden. Im Allgemeinen ist der zugrundeliegende Code als literarisches Werk geschützt, während die künstlerischen Elemente und der Ton als audiovisuelles Werk geschützt sind. Elemente der Spielweise eines Videospiels sind jedoch in der Regel nicht urheberrechtlich zu schützen; Konzepte der Spielweise fallen unter die Unterscheidung zwischen Idee und Ausdruck, die im *Copyright Act* von 1976 kodifiziert wurden, so dass das Urheberrecht nicht zum Schutz von Ideen, sondern nur zum Schutz des Ausdrucks dieser Ideen verwendet werden kann.<sup>112</sup>

In den USA können Unternehmen der Urheber eines audiovisuellen Werks sein, was in der Regel, die am häufigsten verwendete Klassifizierung für ein Videospiel ist. In diesem Fall würde das Unternehmen, welches das Werk in Auftrag gibt, als Urheber gelten und nicht die Mitarbeiter oder andere Mitwirkende.

#### Patentrecht (Patent Law)

Das Patentrecht regelt das Verfahren zur Erlangung eines Patents zum Schutz einer Erfindung. Sie gewähren den Erfindern von Spielen und Spielprodukten für einen bestimmten Zeitraum das ausschließliche Recht an ihren Erfindungen. Hier einige spielbezogene Erfindungen, die häufig patentiert werden:

<sup>110</sup> Vgl. World Intellectual Property Organization (2021): [When video games meet IP law](#), abgerufen am 19.12.2022

<sup>111</sup> Vgl. U.S. Copyright Office (2021): [Circular 61 Copyright Registration of Computer Programs](#), abgerufen am 19.12.2022

<sup>112</sup> Vgl. U.S. Copyright Office (2021): [Circular 61 Copyright Registration of Computer Programs](#), abgerufen am 19.12.2022

- ☐ Spielideen
- ☐ Spielsteuerungen und -systeme
- ☐ Methoden und Anleitungen
- ☐ Spielfiguren und anderes Zubehör

Im Allgemeinen sehen sich die USA als ein Land von Erfindern. Es gehört zum *American Dream*, dass jeder mit einer Idee für eine Erfindung im Kopf und einer Garage für den Prototyp im Hinterhof zum erfolgreichen Unternehmer werden kann. Dieser Umstand schlägt sich auch in der Gesetzgebung nieder und wird vor allem daran deutlich, dass unter anderem Artikel I, Sektion 8 der Verfassung der Vereinigten Staaten dem Kongress das Recht einräumt, Rechtsvorschriften zu erlassen, die Erfindungen schützen.

Das Patentrecht in den USA wird durch den *Patent Act (35 U.S. Code)* geregelt. Die zuständige Behörde ist das *United States Patent and Trademark Office (USPTO)*. Die drei Patentarten, die in den USA grundsätzlich zur Verfügung stehen, sind die *utility patents*, *design patents* und *plant patents*. *Utility patents* sind Patente für technische Innovationen, also Patente im europäischen Sinn. Der Designschutz in den USA erfolgt durch die sogenannten *design patents*. Das Pendant dazu ist das deutsche oder europäische Geschmacksmuster. Darüber hinaus kennt das US-Recht noch die sogenannten *plant patents*, d.h. Patente, die dem hiesigen Artenschutz (Pflanzenschutz) entsprechen.<sup>113</sup>

Auch in den USA muss vor einer Patenterteilung ein Prüfungsverfahren durchlaufen werden, in dem ein sachkundiger Prüfer die angemeldete Erfindung auf ihre Patentfähigkeit hin prüft. Der Anmelder sollte einen ersten negativen Prüfungsbescheid sorgfältig und vollständig erwidern, da ein zweiter Prüfungsbescheid typischerweise nur noch schwer widerlegt werden kann. In diesem Fall hat der Anmelder nur noch sehr eingeschränkte Möglichkeiten, Änderungen an den Patentansprüchen vorzunehmen und/oder sachlich zu argumentieren. Gegebenenfalls muss er einen kostenpflichtigen Antrag auf erneute Überprüfung (*request-for-continued-examination (RCE)*) stellen, wenn er den Prüfer mit neuen Argumenten und/oder Änderungen der Anmeldung von der Patentfähigkeit überzeugen will.<sup>114</sup>

## Markenrecht (Trademark Law)

Unterhaltungsunternehmen sehen sich durch die Globalisierung der Märkte regelmäßig mit der Frage konfrontiert, wo und wann sie sich hinsichtlich ihrer Produkte auf Markenschutz berufen können und diese entsprechend kennzeichnen dürfen. Markenrechtlicher Schutz gilt streng territorial; jedes Land verfügt über eigene Kennzeichnungs- und Schutzvorschriften. In den USA ist zwischen drei verschiedenen Arten von Marken zu unterscheiden: Die *Common Law Trademark*, die *State Trademark* und die *Registered Trademark*. Der Schutz der *State Trademark* beschränkt sich nur auf einzelne Bundesstaaten, während die *Registered Trademark* US-weiten Schutz nach dem Bundesmarkengesetz *Lanham Act* gewährleistet.<sup>115</sup> Markenschutz entsteht in den USA nach dem *Common Law* bereits mit der Verwendung einer Marke im geschäftlichen Verkehr, ohne dass es der Registrierung der Marke bedarf. Erforderlich ist lediglich die dauerhafte und ernsthafte Nutzung der Marke im Geschäftsverkehr. Schutz entsteht also kraft Benutzung der Marke, jedoch nur in den Regionen, in denen sie tatsächlich gewerblich genutzt wird. Dieselbe Marke kann also in einem Bundesstaat von unterschiedlichen Unternehmen verwendet werden. Markenschutz nach dem *Common Law* erlaubt es dem Eigentümer der Marke, diese mit dem <sup>TM</sup>-Symbol zu kennzeichnen.<sup>116</sup> Auf diese Weise signalisiert der Verwender, dass er Markenschutz beansprucht und bewirkt somit einen erhöhten Rechtsstatus. Zugleich soll es Nachahmer abhalten, die Marke zu verwenden.

Das *State Trademark* entsteht kraft Registereintragung nach dem jeweiligen Staatenrecht und ist nur in den Staaten zulässig, in denen die Marke tatsächlich am Geschäftsverkehr teilnimmt. Im Vergleich, mit dem bereits durch das *Common Law* vorhandenen Schutz, lässt sich durch die Registereintragung der Beginn der Markennutzung nachweisen, was bei eventuellen späteren Rechtsstreitigkeiten vorteilhaft ist. Auch ein *State Trademark* wird mit dem <sup>TM</sup>-Symbol gekennzeichnet.<sup>117</sup> US-weiter Markenschutz wird durch Registrierung der Marke als sogenannte *Federal Trademark* beim *USPTO* erzielt. Der Antrag auf Eintragung darf die Marke nach Schrift, Design und weiteren Merkmalen beschreiben und muss eine Produktklassifizierung enthalten.

Ergibt die Prüfung des Amtes, dass keine Verwechslungsgefahr mit bereits vorhandenen Marken besteht, erfolgt eine Veröffentlichung des Antrags. Andere Markeninhaber können nun binnen 30 Tagen Widerspruch gegen die Eintragung erheben, wenn sie sich durch die einzutragende Marke in ihren Rechten beeinträchtigt fühlen. Bleibt Widerspruch aus, erteilt das Amt eine Eintragungsbescheinigung und der zunächst zehnjährige Markenschutz beginnt. Von nun an darf das Unternehmen seine Produkte in den USA mit dem ® hinter dem Markennamen kennzeichnen und in den Handel bringen.<sup>118</sup>

<sup>113</sup> Vgl. BITLAW (2020): [Patent Law in the United States](#), abgerufen am 19.12.2022

<sup>114</sup> Vgl. Patent- und Markenzentrum Baden-Württemberg (2020): [U.S.-Patentrecht](#), abgerufen am 19.12.2022

<sup>115</sup> Vgl. 26 German American Law Journal (2017): [Verwendung amerikanischer Markenschutz-Symbole in Deutschland](#), abgerufen am 19.12.2022

<sup>116</sup> Vgl. 26 German American Law Journal (2017): [Verwendung amerikanischer Markenschutz-Symbole in Deutschland](#), abgerufen am 19.12.2022

<sup>117</sup> Vgl. 26 German American Law Journal (2017): [Verwendung amerikanischer Markenschutz-Symbole in Deutschland](#), abgerufen am 19.12.2022

<sup>118</sup> Vgl. 26 German American Law Journal (2017): [Verwendung amerikanischer Markenschutz-Symbole in Deutschland](#), abgerufen am 19.12.2022



## Lizenzvereinbarungen (Licensing)

Lizenzvereinbarungen sind in der Videospielbranche weit verbreitet. Eine Lizenz gewährt einer Partei das Recht, das geistige Eigentum eines Urhebers zu nutzen, z.B. eine Figur oder ein Logo. In der Regel zahlt der Lizenznehmer eine Gebühr an den Lizenzgeber (den Schöpfer oder Herausgeber) und erhält im Gegenzug die Möglichkeit, das geistige Eigentum für eine bestimmte Verwendung in einer bestimmten Region für einen vereinbarten Zeitraum zu nutzen. Der Inhaber des *Intellectual Property* hat die Möglichkeit, die Vereinbarung zu gestalten und zu entscheiden, was er zulässt und was nicht. Während die Lizenzierung oft für die Spiele selbst genutzt wird, wie z.B. bei Spielen, die sich auf Sportligen oder Filme beziehen, wird sie am häufigsten für die Herstellung und den Verkauf von Videospielartikeln verwendet.

## In-Game Währung

In-Game-Währungen können u.a. den Bestimmungen des *Bank Secrecy Act (BSA)* unterliegen, der vom *Financial Crimes Enforcement Network (FINCen)* des Finanzministeriums verwaltet und durchgesetzt wird. Gemäß den *FINCen*-Bestimmungen ist ein *money services business (MSB)* im Allgemeinen eine natürliche oder juristische Person, die virtuelle Währungen erstellt, erwirbt, vertreibt, tauscht, annimmt oder überträgt.<sup>119</sup> Je nach den Umständen können Videospiel-Publisher als *MSBs* behandelt werden und müssen daher die entsprechenden Meldeverpflichtungen und andere regulatorische Bedingungen erfüllen. Spieleentwickler und -publisher, die diese Einstufung vermeiden wollen, müssen ihre Spielwährungen so strukturieren, dass ihre Währung keinen echten Geldwert haben kann. Das heißt, die virtuelle Währung muss begrenzt und nicht übertragbar sein, sie darf nur innerhalb des Videospieles oder der App verwendet werden und darf in keiner Weise ein Eigentumsrecht darstellen. Die Nutzungsbedingungen solcher Videospiele sollten sorgfältig formuliert werden, um sicherzustellen, dass die virtuelle Währung nicht in Bargeld umgetauscht oder zurückerstattet werden kann und dass sie nicht zwischen Nutzern übertragbar ist.

## E-Sports & Glücksspiel

E-Sport unterscheidet sich in vielerlei Hinsicht von anderen professionellen Sportarten, aber einer der bemerkenswertesten Aspekte aus rechtlicher Sicht ist, dass die Spiele Eigentümer haben. Zwar kann niemand das Recht beanspruchen, zu kontrollieren, wer traditionelle Sportarten spielt, Athleten, Teams, Spieleentwickler, Sponsoren, Investoren und Fans müssen sich jedoch an die Bedingungen des Rechteinhabers des Spiels halten, wenn sie an der geschäftlichen oder professionellen Seite des E-Sports beteiligt sein wollen. Diese Unterscheidung gibt den Eigentümern des geistigen Eigentums an Videospielen - den Herausgebern - viel Macht darüber, wer ihre Spiele spielt und wie sie gespielt werden. Sie können entscheiden, ob und wem sie eine Lizenz erteilen, sie können verlangen, dass Turniere auf bestimmte Art und Weise organisiert und durchgeführt werden und sie können Glücksspiele bei Turnieren mit ihren Spielen erlauben oder verbieten.

### Kalifornischer Wahlvorschlag 26

Die kalifornische Verfassung und das staatliche Gesetz beschränken das Glücksspiel in Kalifornien. Die erste Sportwetten-Initiative wurde von den Stämmen der amerikanischen Ureinwohner des Staates vorgeschlagen und hätte Sportwetten für den Einzelhandel in allen staatlichen Stammescasinos und auf Rennstrecken legalisiert. Online-Sportwetten wären nach dem Wortlaut des Gesetzesentwurfs verboten gewesen.<sup>120</sup> Die oberste Priorität der Stämme ist die Aufrechterhaltung ihrer Exklusivität des Glücksspiels im Bundesstaat, aber das Verbot von Online-Sportwetten stieß auf Widerstand, da es ein zentraler Bestandteil des lukrativen Marktpotenzials für Glücksspiel in Kalifornien ist. Möglicherweise werden mobile Sportwetten erlaubt, aber nur über Stammescasinos und nicht über Anbieter wie *DraftKings* und *FanDuel*. *Proposition 26* wurde bei den Wahlen am 8. November 2022 nicht angenommen, da 67% der kalifornischen Wähler mit Nein stimmten.

### Kalifornischer Wahlvorschlag 27

Vorschlag 27 hätte es Stämmen oder Glücksspielunternehmen erlaubt, Online-Sportwetten in Kalifornien anzubieten. Er verpflichtet Stämme und Glücksspielunternehmen, die Online-Sportwetten anbieten, zu bestimmten Zahlungen an den Staat für bestimmte Zwecke, z.B. zur Deckung der staatlichen Regulierungskosten und zur Bekämpfung der Obdachlosigkeit. Mit dem Vorschlag wäre auch eine neue Regulierungsstelle für Online-Sportwetten geschaffen worden, schließlich hätte eine Annahme des Vorschlags neue Möglichkeiten zur Eindämmung illegaler Online-Sportwetten geschaffen.<sup>121</sup> *Proposition 27* wurde nicht angenommen: 82,3% der kalifornischen Wähler stimmten am 8. November 2022 gegen ihn.

### Washington State House Bill 2638

Am 25. März 2020 unterzeichnete der Gouverneur des Bundesstaates Washington, Jay Inslee, den Gesetzesentwurf 2638, mit dem mehrere Gesetze und regulatorische und lizenzrechtliche Anforderungen bzw. Straftatbestände im Glücksspielgesetz geändert wurden. Damit sind

<sup>119</sup> Vgl. Entertainment Software Rating Board (o.D.): [Our History](#), abgerufen am 19.12.2022

<sup>120</sup> Vgl. Legislative Analyst's Office (2022): [Proposition 26](#), abgerufen am 05.01.2023

<sup>121</sup> Vgl. Legislative Analyst's Office (2022): [Proposition 27](#), abgerufen am 05.01.2023



nun Sportwetten erlaubt, die den Bestimmungen von Stammes- und staatlichen Glücksspielverträgen unterliegen. Washingtons Sportwettengesetz und die genehmigten Änderungen des Stammesstaatsvertrags erlauben mobile Sportwetten, vorausgesetzt, dass die Wette in einer Spielanlage des Stammes platziert und akzeptiert wird, während der Kunde, der die Wette platziert, physisch in den Räumlichkeiten der Spielanlage des Stammes anwesend ist. Der Gesetzentwurf erlaubt es 29 Casinos von Ureinwohnern, Sportwetten im Einzelhandel ausschließlich auf ihrem Land anzubieten.<sup>122</sup> Diese Sportwetten werden von der *Washington Gambling Commission (WGC)* beaufsichtigt und sind die einzige Form von legalen Sportwetten in Washington. Das bedeutet, dass die Sportwettengesetze des Bundesstaates Washington derzeit zwar Wetten auf Sportspiele erlauben, aber nur in Stammescasinos. Mit anderen Worten: Die Stammescasinos haben praktisch ein Monopol auf dem Sportwettenmarkt.

## 4.2 Privacy & Data Security

Der Datenschutz in den Vereinigten Staaten ist kompliziert. Eines der ersten Datenschutzgesetze war der *Health Insurance Portability and Accountability Act (HIPAA)*, ein Bundesgesetz, das sich auf Einrichtungen des Gesundheitswesens und deren Geschäftspartner bezieht. Mit der Zeit begann die *Federal Trade Commission (FTC)*, gegen Unternehmen wegen Verstößen gegen den Datenschutz vorzugehen, wobei sie davon ausging, dass die Handlungen der Unternehmen unlautere Handelspraktiken darstellten. Die *FTC* stellte klar, dass Unternehmen die Verbraucher sowohl darüber informieren müssen, dass das Unternehmen Kundendaten sammelt, als auch darüber, wie diese Daten verwendet werden. Wenn ein Unternehmen Kundendaten außerhalb des Geltungsbereichs seines Datenschutzhinweises verwendet, stellt dies eine unlautere und irreführende Handelspraxis dar, die von der *FTC* verfolgt werden kann. Einzelne Bundesstaaten haben ähnliche Verwaltungsbehörden und erheben datenschutzrechtliche Klagen gegen Unternehmen wegen derselben Art von Praktiken.<sup>123</sup>

### Datenschutz für Kinder

Mit der zunehmenden Verbreitung des Internets machte sich die Regierung Gedanken über die Privatsphäre von Kindern, die das Internet nutzen. Dies führte 1998 zur Verabschiedung des *Children's Online Privacy Protection Act (COPPA)*. *COPPA* stellte mehrere Anforderungen an Webseiten mit Inhalten, die sich an Kinder unter 13 Jahren richten. Unter anderem mussten Webseiten, die Kenntnis darüber hatten, dass ein Benutzer unter 13 Jahren war/ist, eine Datenschutzrichtlinie veröffentlichen und die Zustimmung der Eltern einholen, bevor sie die persönlichen Daten des Kindes erfassen, verwenden oder weitergeben, und den Eltern die Möglichkeit geben, die von dem Kind erfassten, persönlichen Daten zu überprüfen.<sup>124</sup> Wenn eine Webseite keine personenbezogenen Daten von ihren Nutzern erhebt, findet *COPPA* keine Anwendung. Wenn jedoch personenbezogene Daten gesammelt werden, müssen webbasierte Videospiele, die sich an Kinder richten oder solche, die wissen, dass sie Daten von Kindern sammeln, den *COPPA* einhalten. Ebenso unterliegen Apps oder andere Spiele, die auf Handys und Tablets heruntergeladen werden können, dem *COPPA*. Dieses Datenschutzgesetz wird von der *FTC* durchgesetzt. Auch die Generalstaatsanwälte vieler einzelner Bundesstaaten haben bereits rechtliche Schritte wegen kinderbezogener Datenschutzpraktiken eingeleitet. Erst Anfang 2023 entschied ein US-Bezirksgericht, dass der Generalstaatsanwalt von New Mexico eine Klage gegen mehrere Technologieunternehmen - darunter Google und Twitter - einreichen kann, weil diese ohne Zustimmung personenbezogene Daten von Kindern gesammelt und damit gegen bundesstaatliche und staatliche Gesetze verstoßen haben.

### CCPA

Das neue kalifornische Datenschutzgesetz - der *California Consumer Privacy Act (CCPA)* - ist ein umfassendes Gesetz, das die Privatsphäre der Einwohner Kaliforniens schützen soll. Das *CCPA* gilt für jedes Unternehmen, das personenbezogene Daten von Verbrauchern sammelt, dass in Kalifornien tätig ist und (1) einen jährlichen Bruttoumsatz von mehr als 25 Mio. USD erzielt, (2) personenbezogene Daten von 50.000 oder mehr Verbrauchern oder Haushalten kauft, erhält oder verkauft oder (3) mehr als die Hälfte seines Jahresumsatzes mit dem Verkauf personenbezogener Daten von Verbrauchern erwirtschaftet. Viele Technologieunternehmen sind in Kalifornien ansässig, und Kalifornien hat fast 40 Mio. Einwohner. Es ist also nicht schwer, diese Schwelle zu erreichen, weshalb die meisten Hersteller von Videospielen und Streaming-Diensten den Anforderungen des *CCPA* unterliegen. Zu diesen Anforderungen gehören u.a. das gut sichtbare Platzieren von Datenschutzhinweisen, das Recht des Verbrauchers, eine Kopie der persönlichen vom Unternehmen gesammelten personenbezogenen Daten zu erhalten, und das Recht die Löschung der eigenen personenbezogenen Daten zu verlangen.<sup>125</sup>

### Washington Privacy Act (WPA)

Der *Washington Privacy Act (WPA)* ist ein Gesetz zum Schutz der Privatsphäre oder zum Datenschutz, das vom Senat *Ways & Means* der

<sup>122</sup> Vgl. Washington State Gambling Commission (2020): [Sports Wagering Bill](#), abgerufen am 05.01.2023

<sup>123</sup> Vgl. Washington State Gambling Commission (2020): [Sports Wagering Bill](#), abgerufen am 05.01.2023

<sup>124</sup> Vgl. Federal Trade Commission (1998): [Children's Online Privacy Protection Rule \("COPPA"\)](#), abgerufen am 05.01.2023

<sup>125</sup> Vgl. State of California Department of Justice, Office of Attorney General (2023): [California Consumer Privacy Act \(CCPA\)](#), abgerufen am 22.01.2023

66. Legislaturperiode des Staates Washington entworfen und noch nicht verabschiedet wurde. Falls es angenommen wird, gilt das *WPA* für Unternehmen, die entweder in Washington ansässig sind oder Produkte oder Dienstleistungen für Einwohner von Washington anbieten. Die Unternehmen müssen entweder personenbezogene Daten von mindestens 100.000 Verbrauchern kontrollieren oder verarbeiten oder mehr als 50% ihrer Bruttoeinnahmen aus dem Verkauf personenbezogener Daten erzielen und personenbezogene Daten von mindestens 25.000 Verbrauchern verarbeiten oder kontrollieren.<sup>126</sup> Der *WPA* wurde erstmals 2019 und erneut 2021 vorgeschlagen und wurde beide Male nicht angenommen.<sup>127</sup>

### 4.3 Standards / Normen/ Zertifizierungen

Das *Entertainment Software Rating Board (ESRB)* ist eine Selbstregulierungsorganisation, die Alters- und Inhaltsbewertungen für Videospiele in den Vereinigten Staaten und Kanada vergibt.<sup>128</sup> Das *ESRB* wurde 1994 von der *Entertainment Software Association (ESA)*, früher *Interactive Digital Software Association (IDSA)* als Reaktion auf die Kritik an umstrittenen Videospielen mit übermäßig gewalttätigem oder sexuellem Inhalt gegründet, insbesondere nach den Anhörungen des Kongresses im Jahr 1993 nach der Veröffentlichung von *Mortal Kombat*, *Night Trap*, und *Doom*.<sup>129</sup> Die Industrie wurde durch diese Anhörungen unter Druck gesetzt und gründete das *ESRB*, um ein freiwilliges Bewertungssystem zu schaffen, das auf dem Filmbewertungssystem der *Motion Picture Association of America* basiert und zusätzlich die Interaktivität von Videospielen berücksichtigt. Das *ESRB* vergibt Bewertungen für Spiele auf der Grundlage ihres Inhalts. Dabei wird, ähnlich wie in vielen Ländern, ein Filmbewertungssystem verwendet, welches aus einer Kombination aus sechs altersbasierten Stufen besteht. Diese sollen den Verbrauchern helfen, den Inhalt und die Eignung eines Spiels zu bestimmen, sowie ein System von "Inhaltsdeskriptoren" aufzeigen, die bestimmte Arten von Inhalten in einem bestimmten Spiel beschreiben. Seit kurzem enthalten die Bewertungen auch Deskriptoren für Spiele mit Online-Interaktivität oder In-Game-Monetarisierung. Die Einstufungen werden durch eine Kombination von Indikatoren bestimmt, welche vom Herausgeber des Spiels in Form von ausgefüllten Fragebögen und Videomaterial des Spiels zur Verfügung gestellt werden, sowie durch eine Überprüfung dieser Materialien durch ein Gremium. Die Bewertungen richten sich hauptsächlich an Eltern, damit diese fundierte Entscheidungen über den Kauf von Spielen für ihre Kinder treffen können. Sobald ein Spiel eine Bewertung erhalten hat, erstellt das *ESRB* einen Ethikkodex für die Werbung und Verkaufsförderung von Videospielen, der sicherstellt, dass die Marketingmaterialien für Spiele auf ein angemessenes Publikum ausgerichtet sind.<sup>130</sup> Die folgende Abbildung zeigt sie unterschiedlichen Kategorien:

Abbildung 17: ERSB-Bewertungskategorien

|                                                                                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
|-------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  | <p><b>Everyone:</b> Der Inhalt des Spiels ist im Allgemeinen für alle Altersgruppen geeignet. Das Spiel kann minimale Gewalt enthalten, die mit Cartoons oder Fantasieelementen dargestellt wird.</p> <p>Diese Spiele können mit Spielen verglichen werden, die von der deutschen Prüfstelle für Computerspiele, der Unterhaltungssoftware Selbstkontrolle (USK), mit USK 0 oder USK 6 bewertet wurden.</p>                     |
|  | <p><b>Everyone 10+:</b> Der Inhalt des Spiels ist im Allgemeinen für Kinder ab 10 Jahren geeignet. Das Spiel kann etwas mehr Cartoons, Fantasy oder leichte Gewalt, leicht unangebrachtes Vokabular und/oder leicht provokative Anspielungen oder Materialien enthalten.</p> <p>Diese Spiele können mit Spielen verglichen werden, die von der Unterhaltungssoftware Selbstkontrolle (USK) mit USK 6 oder</p>                   |
|  | <p><b>Teen:</b> Der Inhalt des Spiels ist in der Regel für Personen ab 13 Jahren geeignet. Der Inhalt des Spiels kann Gewalt, anzügliche Themen, groben Humor, minimale Menge an Blut, simuliertes Glücksspiel und/oder stark unangebrachtes Vokabular enthalten.</p> <p>Diese Spiele können mit Spielen verglichen werden, die von der Unterhaltungssoftware Selbstkontrolle (USK) mit USK 12 oder USK 16 bewertet wurden.</p> |
|  | <p><b>Mature 17+:</b> Der Inhalt des Spiels ist im Allgemeinen für Personen ab 17 Jahren geeignet. Es kann intensive Gewaltdarstellungen, Blut, sexuelle Inhalte und/oder sehr stark unangebrachtes Vokabular.</p> <p>Diese Spiele können mit Spielen verglichen werden, die von der Unterhaltungssoftware Selbstkontrolle (USK) mit USK 18 bewertet wurden.</p>                                                                |
|  | <p><b>Rating Pending:</b> Dieses Spiel hat noch keine offizielle <i>ESRB</i>-Bewertung erhalten. Dieses Logo wird nur in Werbematerialien für das Spiel verwendet, bevor es eine offizielle <i>ESRB</i>-Bewertung bekommt.</p>                                                                                                                                                                                                  |

Quelle: Eigene Darstellung, teilweise mit Informationen von Entertainment Software Rating Board (2023): [Ratings Guide](#), abgerufen am 10.01.2023

<sup>126</sup> Vgl. Consumer Privacy Act (2022): [Washington Privacy Act \(WPA\)](#), abgerufen am 23.01.2023

<sup>127</sup> Vgl. International Association of Privacy Professionals (2022): [Unpacking Washington state's cluster of comprehensive privacy bills](#), abgerufen am 23.01.2023

<sup>128</sup> Vgl. Office of the Comptroller of the Currency (o.D.): [Bank Secrecy Act \(BSA\)](#), abgerufen am 09.01.2023

<sup>129</sup> Vgl. The New York Times (2018): ["When Mortal Kombat Came Under Congressional Scrutiny"](#), abgerufen am 19.12.2022

<sup>130</sup> Vgl. Entertainment Software Rating Board (2023): [Advertising Principles and Guidelines](#), abgerufen am 08.01.2023

Das *ESRB*-Bewertungssystem wird durch die freiwillige Einflussnahme der nordamerikanischen Videospielindustrie und des Einzelhandels auf physische Veröffentlichungen durchgesetzt; die meisten Geschäfte verlangen von den Kunden die Vorlage eines Lichtbildausweises, wenn sie Spiele mit der höchsten *ESRB*-Alterseinstufung kaufen und führen keine Spiele, die nicht vom *ESRB* eingestuft wurden. Seit kurzem bietet das *ESRB* auch ein System zur automatischen Vergabe von Einstufungen für digital vertriebene Spiele und mobile Apps an. Diese beruht auf einer Umfrage, die vom Herausgeber des Spiels beantwortet wird und nicht mehr von einer manuellen Bewertung durch *ESRB*-Mitarbeiter abhängig ist, so dass Online-Shops Titel auf der Grundlage des *ESRB* filtern und beschränken können. Über die *International Age Rating Coalition (IARC)* können durch diese Methode gleichwertige Bewertungen für andere Länder erstellt werden.<sup>131</sup> Neben der Bewertung von Spielen bietet das *ESRB* auch Zertifizierungsdienste für den Online-Datenschutz auf Webseiten und mobilen Anwendungen an. Es gab Versuche, Bundes- und Landesgesetze zu verabschieden, um Einzelhändler zur Einhaltung des *ESRB* zu zwingen, aber der *Supreme Court* hat im Jahr 2011 in *Brown versus Entertainment Merchants Association* entschieden, dass Videospiele geschützte Meinungsäußerung sind und solche Gesetze verfassungswidrig sind.

Im Jahr 2005 verabschiedete die kalifornische Legislative die Gesetzesvorlage *AB 1179*, die den Verkauf von Gewaltvideospiele an Personen unter 18 Jahren verbietet und eine klare Kennzeichnung über das bestehende *ESRB*-Bewertungssystem hinaus vorschrieb. Das Gesetz sah eine Geldstrafe von maximal 1.000 USD für jeden Verstoß vor.<sup>132</sup> Das Gesetz wurde im Oktober 2005 von Gouverneur Arnold Schwarzenegger unterzeichnet, aber vor Gericht angefochten. Die *Entertainment Merchants Association* reichte vor dem Bundesgericht, dem *United States District Court for the Northern District of California*, eine Klage gegen *AB 1179* ein (*Brown v. Entertainment Merchants Association*). Sie argumentierten, dass das Gesetz die Rechte von Minderjährigen nach dem ersten Verfassungszusatz einschränke. Das Bundesbezirksgericht untersagte die Durchsetzung des Gesetzes mit der Begründung, es verstoße gegen den ersten Verfassungszusatz. Der 9. US-Berufungsgerichtshof bestätigte dies. In einem weiteren Berufungsverfahren stellte der Oberste Gerichtshof der Vereinigten Staaten mit 7:2 Stimmen fest, dass das kalifornische Gesetz gegen den ersten Verfassungszusatz verstößt. Das Gesetz wurde für ungültig erklärt, und die Entscheidung dient als Präzedenzfall dafür, dass Videospiele durch den ersten Zusatzartikel der Verfassung der Vereinigten Staaten geschützt sind.

## 4.4 Produkthaftung

Die Produkthaftung in den USA unterscheidet sich stark vom deutschen Recht und ist in vielen Fällen auf bundesstaatlicher Ebene geregelt, was bedeutet, dass es zahlreiche Unterschiede zwischen den einzelnen Bundesstaaten gibt. Im Allgemeinen kann die Produkthaftung in den USA auf drei verschiedene Ansprüche gestützt werden: *breach of warranty*, *negligence* und *strict liability*. *Breach of warranty* bezieht sich auf alle verschuldensunabhängigen Haftungsansprüche, die sich aus den vertraglich festgelegten Eigenschaften eines Produkts ergeben, während *negligence* der Fahrlässigkeitshaftung des deutschen §823 BGB entspricht. Hier liegt die volle Beweislast beim Kläger.<sup>133</sup> Die wichtigste Grundlage für einen Haftungsanspruch ist die verschuldensunabhängige Haftung, deren Rechtsgrundlage nicht durch Gesetze des Bundes- oder Landesgesetzgebers, sondern durch Präzedenzfälle, das *case law*, geschaffen werden. Beachtenswert ist auch, dass im Gegensatz zum deutschen Recht die Urteile von einer Jury, bestehend aus US-Bürgern, gefällt werden.

Die verschuldensunabhängige *strict liability* kann alle Glieder der Lieferkette betreffen, vom Entwickler bis zum Hersteller, Händler oder Versender des fehlerhaften Produkts. Am Anfang der Lieferkette können sich Entwurfs- und Konstruktionsfehler gravierend auswirken, da in den meisten Fällen nicht ein einzelnes Produkt, sondern eine ganze Serie betroffen ist. Zudem sollte beachtet werden, dass die Verbraucher durch ausdrückliche Warnhinweise und Gebrauchsanweisungen auf alle möglichen Risiken im Zusammenhang mit der Verwendung des Produkts aufmerksam gemacht werden müssen.<sup>134</sup> Dazu gehören auch Warnungen vor einer möglichen fehlerhaften Verwendung des Produkts. In zahlreichen Staaten haftet ein Hersteller für ein fehlerhaftes Produkt im Rahmen der verschuldensunabhängigen Haftung, auch ohne fahrlässig gehandelt zu haben, wenn nachgewiesen werden kann, dass das Produkt fehlerhaft war und der Fehler einen Schaden verursacht hat. Nicht nur der Hersteller kann Adressat einer Produkthaftungsklage sein, sondern der Geschädigte kann auch andere Unternehmen in der Vertriebskette verklagen.<sup>135</sup> Um Gefährdungshaftung in einem Rechtsstreit festzustellen, muss der Kläger im Allgemeinen nachweisen, dass:

- ☐ das Produkt fehlerhaft war, als es den Einflussbereich des Beklagten verlassen hat
- ☐ das Produkt in der bestimmungsgemäßen Art und Weise oder in einer vernünftigen vorhersehbaren Art und Weise verwendet wurde
- ☐ das Produkt den Schaden des Klägers verursacht hat

<sup>131</sup> Vgl. Entertainment Software Rating Board (2023): [About the International Age Rating Coalition - IARC](#), abgerufen am 09.01.2023

<sup>132</sup> Vgl. California Office of Legislative Counsel (2005): [Title 1.2A of Part 4 of Division 3 of the California Civil Code](#), abgerufen am 09.01.2023

<sup>133</sup> Vgl. IHK Region Stuttgart (2021): [Produkthaftung in den USA](#), abgerufen am 16.12.2022

<sup>134</sup> Vgl. GTAI (2021): [US Product Liability: Preventive Measures Before Product Liability](#), abgerufen am 16.12.2022

<sup>135</sup> Vgl. Legal Match (2021): [Chain of Distribution in a Defective Products Claim](#), abgerufen am 16.12.2022

In den deutschen Medien werden die USA oft so dargestellt, als gäbe es überhöhte Schadensersatzforderungen aufgrund von Bagatellschäden oder von Verbrauchern, die Produkte zunächst falsch benutzen und später den Hersteller mit Klagen überhäufen. Dies entspricht jedoch nur teilweise der Realität. Zwar gab es in der Vergangenheit einige Fälle, in denen Klägern eine für deutsche Verhältnisse außerordentlich hohe Entschädigung zugesprochen wurde, doch sind diese Fälle Ausnahmen. In den meisten Fällen gibt es keine Schäden, die die Zahlung eines Geldbetrags erfordern, da die meisten Fälle mit einem Vergleich enden. Ein Vergleich wird in der Regel geschlossen, weil der Prozess für das Unternehmen mit so hohen Kosten verbunden ist (Anwaltskosten, zeitaufwändige Vorbereitung des Prozesses usw.), dass ein Vergleich die wirtschaftlich sinnvolle Alternative ist, selbst wenn das Unternehmen sich keiner Rechtsverletzung schuldig gemacht hat. Es ist ratsam, eine Produkthaftpflichtversicherung für den US-Markt abzuschließen, aber auch zu prüfen, ob die Gültigkeit einer bestehenden Produkthaftpflichtversicherung aus Deutschland auf den US-Markt ausgedehnt werden kann.

Deutsche Unternehmen mit US-Tochtergesellschaften sollten beim Abschluss einer Versicherung für das US-Geschäft prüfen, welcher Versicherungsschutz von Deutschland aus angeboten werden kann bzw. welche Versicherung in den USA abgeschlossen werden kann, die auch für die anderen ausländischen Gesellschaften, in diesem Fall speziell für eine deutsche Muttergesellschaft, Schutz bieten. Um im Besitz aller Fakten zu sein, sollten deutsche Unternehmen Angebote von US-Maklern einholen und Kosten und Leistungen der Versicherungsoptionen vergleichen. Der Versicherungsschutz umfasst in der Regel:

- ☐ Schäden aus Gewährleistungshaftung, immaterielle Schäden, Kosten eines Rückrufs (*Product Liability*)
- ☐ Gerichts- und Anwaltskosten, soweit diese ausdrücklich in dem Deckungsschutz eingeschlossen sind (z.B. bei D&O Versicherung). Diese sind nach US-Recht grundsätzlich auch im Erfolgsfall von der jeweiligen Partei selbst zu tragen, da kein Kostenerstattungsanspruch besteht.

Das Delegiertenbüro der deutschen Wirtschaft in San Francisco ist stets bemüht, die Richtigkeit aller Informationen zu rechtlichen Fragen zu gewährleisten. Wir übernehmen jedoch keine Verantwortung und es handelt sich dabei nicht um verbindliche Auskünfte zum geltenden US-Recht. Für genauere Informationen zu Ihrem konkreten Vorhaben wenden Sie sich bitte an einen Anwalt. Für juristische Kontakte in Kalifornien und den USA steht das Delegiertenbüro gerne zur Verfügung.

## 4.5 Steuersystem

Das Steuersystem in den USA ermöglicht es, dass Steuern sowohl auf Bundesebene (*Federal Level*) als auch von den einzelnen Bundesstaaten (*State Level*) und auf lokaler Ebene durch Städte, Landkreise und Kommunen (*Cities, Counties, Municipalities*) mit Selbstverwaltungsrecht erhoben werden können. Diese drei Dimensionen können unter Umständen zu Mehrfachbesteuerungen führen. Die folgende Tabelle bietet einen Überblick der verschiedenen Steuerarten und -ebenen, welche im weiteren Verlauf näher erläutert werden.

**Tabelle 2: Vereinfachte Übersicht der drei Ebenen des US-Steuersystems**

| Steuerebene                  | Ertragsabhängige Steuern                                                                     | Nicht Ertragsabhängige Steuern                                                       |
|------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------|
| Bundesebene                  | Federal Individual Income Tax<br>Federal Corporate Income Tax<br>Federal Social Security Tax | Federal Estate & Gift Tax<br>Federal Excise Tax                                      |
| Bundesstaaten                | State Individual Income Tax<br>State Corporate Income Tax<br>State Social Security Tax       | State Excise Tax<br>State Sales Tax<br>State Property Tax<br>State Estate & Gift Tax |
| Städte, Kommunen, Landkreise | Local Individual Income Tax<br>Local Corporate Income Tax                                    | Local Sales Tax<br>Local Property Tax<br>Local Real Estate Transfer Tax              |

Quelle: Rödl & Partner (2015): Steuern in den USA, abgerufen am 11.12.2022

Die zuständigen US-Finanz- und Steuerbehörden auf Bundesebene sind das US-Finanzministerium und die ihm unterstellte Steuerbehörde *Internal Revenue Service (IRS)*. Der *IRS* ist für die Steuergesetzgebung zuständig, die im *Internal Revenue Code (IRC)* niedergelegt ist. Zu den wichtigsten Steuerarten gehören die Bundeseinkommenssteuer für natürliche Personen, die Bundeskörperschaftssteuer, die Bundesnachlass- und Schenkungssteuer, die Bundesverbrauchssteuer und die Bundessozialversicherungssteuer.

Wenn Unternehmen in den USA geschäftlich tätig sind, gibt es auf Bundesebene die *Corporate Income Tax (CIT)*, die auf das Einkommen von Unternehmen erhoben wird und mit der deutschen Körperschaftssteuer vergleichbar ist. Das zu versteuernde Einkommen für Zwecke der *CIT* ist die Differenz zwischen den Bruttoeinkünften (z.B. Dividenden, Gebühren, bestimmte Zinseinnahmen) und allen abzugsfähigen



Posten (z.B. Betriebsausgaben, Abschreibungen, bestimmte Zinszahlungen, staatliche und lokale Steuern). US-Unternehmen unterliegen der globalen Einkommenssteuer, unabhängig vom Standort des Unternehmens oder der Staatsangehörigkeit der Beteiligten. Zur Vermeidung von Doppelbesteuerung gibt es für international tätige Unternehmen Doppelbesteuerungsabkommen mit anderen Staaten, darunter auch Deutschland.

Die meisten Bundesstaaten und einige Städte mit Selbstverwaltungsrechten erheben auch ihre eigene Körperschaftsteuer. Während die Bundessteuer auf dem weltweit zu versteuernden Einkommen basiert, besteuern die einzelnen Staaten nur den Teil des Einkommens, der dem jeweiligen Staat zugerechnet werden kann. Neben der Körperschaftssteuer, der Umsatzsteuer und der staatlichen Grundsteuer erheben die einzelnen Bundesstaaten auch umsatzabhängige Steuern wie die *Franchise Tax* oder Gewerbesteuer wie die *Corporate License Tax*. Die Körperschaftssteuer muss auf Ebene des Bundesstaates gezahlt werden, wenn ein Unternehmen entweder in dem Staat gegründet wurde oder dort eine steuerpflichtige Tätigkeit ausübt, d.h. *Nexus*.<sup>136</sup> Wird eine Geschäftstätigkeit in mehreren Staaten ausgeübt, muss die Körperschaftssteuer möglicherweise auch in jedem einzelnen Staat auf die dort erzielten Gewinne gezahlt werden. Vor der Aufnahme einer Geschäftstätigkeit in den USA ist es ratsam, die Art und die Sätze der erhobenen Steuern zu vergleichen, da einige Staaten keine einzelnen Steuerarten erheben. In Nevada, Wyoming, South Dakota, Texas und Ohio muss bspw. keine Körperschaftssteuer gezahlt werden.<sup>137</sup>

Auf lokaler Ebene gibt es Grundsteuern sowie lokale Einkommens- und Körperschaftssteuern. Lokale Grundsteuern sind die wichtigsten Einnahmen für Gemeinden und Landkreise. Die Steuern werden auf Grundbesitz, aber auch auf andere Vermögenswerte wie Kraftfahrzeuge, Inventar oder immaterielle Vermögenswerte erhoben. Die Grundsteuer basiert auf einem bestimmten Anteil des Wertes des besteuerten Vermögens (*Ad-Valorem*-Besteuerung). Die Höhe der Steuerschuld wird auf der Grundlage des üblichen Marktpreises unabhängig von der tatsächlichen Nutzung oder dem Gewinn des betreffenden Wirtschaftsguts ermittelt. In den USA ist es ratsam, sich frühzeitig mit Steuerberatern in Verbindung zu setzen, um konkrete wirtschaftliche Aktivitäten in den USA vorzubereiten und alle notwendigen Informationen über die Besteuerung in der jeweiligen Zielregion im Voraus einzuholen.

## 4.6 Logistische Voraussetzungen

Neben den rechtlichen Aspekten der Geschäftstätigkeit in den USA gibt es auch logistische Aspekte zu berücksichtigen, unabhängig davon, ob es sich um ein digitales oder physisches Produkt handelt. Handelsabkommen und die Lieferkette sind Elemente, die sich auf das Geschäft in den Vereinigten Staaten auswirken können.

### USMCA

Die Vereinigten Staaten, Kanada und Mexiko haben seit 1994 eine Freihandelszone, das *North American Free Trade Agreement (NAFTA)*. *NAFTA* schuf eine Freihandelszone und hob die Zölle auf die meisten von den Unterzeichnerstaaten produzierten Waren, die Hindernisse für grenzüberschreitende Investitionen darstellten und den Waren- und Dienstleistungsverkehr innerhalb der drei Länder, auf.<sup>138</sup> *NAFTA* wurde durch das Abkommen *United States-Mexico-Canada (USMCA)* als neues Gesetz ersetzt, welches am 1. Juli 2020 in Kraft trat. Das *USMCA* beinhaltet Rechte an geistigem Eigentum für das 21. Jahrhundert, einschließlich Rechte zur Förderung von Innovationen und zur Schaffung von Wirtschaftswachstum. Diese Rechte schließen den digitalen Handel ein, wie z.B. Software, was die Erhebung von Zöllen auf elektronisch vertriebene Produkte verbietet. Das Abkommen verbessert und schützt auch das digitale Ökosystem, indem es sicherstellt, dass Daten nicht grenzübergreifend übertragen werden können und indem es Grenzen für den Ort der Datenspeicherung und -minimierung festlegt.<sup>139</sup>

### Foreign Trade Zone

*Free-Trade Zones (FTZ)* sind internationale Freihandelszonen, die jedoch von der US-Zoll- und Grenzschutzbehörde gesichert werden und sich hauptsächlich an Flughäfen, Seehäfen und Grenzübergängen befinden. In der Freihandelszone können Waren gelagert, ausgestellt, montiert, hergestellt und verarbeitet werden, ohne dass Zölle zu entrichten sind, da diese Artikel nicht für den Verbrauch bestimmt sind. Würden diese Artikel innerhalb der Freihandelszone verbraucht werden, müsste der Importeur die Zölle entrichten, die Waren können jedoch ohne zusätzliche Zölle oder Steuern aus der Zone exportiert werden.<sup>140</sup> Die *National Association of Foreign-Trade Zones (NAFTZ)* stellt fest, dass es in den USA 195 Freihandelszonen gibt, in denen 440.000 Arbeitnehmer in mehr als 3.000 Unternehmen beschäftigt sind. Im Jahr 2018 belief sich der Wert der empfangenen Waren auf 793 Mrd. USD, wobei 504 Mrd. USD auf Waren entfielen, die 63,5% der

<sup>136</sup> Vgl. Sales Tax Institute (o.D.): [What is Nexus?](#), abgerufen am 16.12.2022

<sup>137</sup> Vgl. IRS (o.D.): [Forming a Corporation](#), abgerufen am 16.12.2022

<sup>138</sup> Vgl. U.S. Customs & Border Protection (2021): [North American Free Trade Agreement](#), abgerufen am 15.12.2022

<sup>139</sup> Vgl. Office of the U.S. Trade Representative (o.D.): [United States-Mexico-Canada Trade Fact Sheet](#), abgerufen am 15.12.2022

<sup>140</sup> Vgl. U.S. Customs and Border Protection (2020): [About Foreign-Trade Zones and Contact Info](#), abgerufen am 16.12.2022

Gesamtaktivität ausmachen. Unter den Top 10 der Waren mit ausländischem Status in den Freihandelszonen befinden sich Unterhaltungselektronik, Fahrzeugteile, sonstige Elektronik und Maschinenausrüstung.<sup>141</sup> Um die Kosten niedrig zu halten, kann es günstiger sein, Waren in einer Freihandelszone zu produzieren als im US-Zollgebiet. In diesem Fall müssen die Zölle erst dann entrichtet werden, wenn die Waren in das US-Zollgebiet versandt werden, was näher am Zeitpunkt der Zahlung für den Kauf der Waren liegt, so dass *Just-In-Time* Lieferungen möglich sind.

## Lieferengpässe

Die Chipkrise des Jahres 2021 war das Ergebnis aus großer Nachfrage und begrenztem Angebot. Als Auswirkung der COVID-19-Pandemie führte der Wunsch nach Unterhaltung zu Hause dazu, dass die Lagerbestände für die neuesten Spielkonsolen und Grafikkarten weit über den üblichen Ansturm zum Verkaufsstart hinaus reichten. Die daraus entstandene Krise hat zu erheblichen Preissteigerungen, Engpässen und Wiederverkäufen bei Verbrauchern und Herstellern von Videospielkonsolen, Grafikkarten, Computern und anderen elektronischen Produkten geführt.

Das am 9. August 2022 von Präsident Biden unterzeichnete Gesetz *Creating Helpful Incentives to Produce Semiconductors and Science Act of 2022 (CHIPS Act)* soll die Forschung und Herstellung von Halbleitern in den USA fördern und mit rund 280 Mrd. USD an zu Verfügung stehenden Mitteln den internationalen Mangel an Halbleiterchips beheben, der u.a. die Gaming-Industrie schwer getroffen hat.<sup>142</sup>

Um die Versorgung mit einheimischen Chips zu sichern, stellt das *CHIPS*-Gesetz Mittel für die amerikanische Halbleiterforschung, -entwicklung, -herstellung und die Schaffung von Arbeitskräften zur Verfügung, darunter:

- ☐ 39 Mrd. USD für Produktionsanreize, darunter 2 Mrd. USD für ältere Chips, die in Automobilen und Verteidigungssystemen verwendet werden
- ☐ 13,2 Mrd. USD für F&E und das Schulen von Arbeitskräften
- ☐ 500 Mio. USD für internationale Sicherheit in der Informations- und Kommunikationstechnologie und für Aktivitäten in der Halbleiter-Lieferkette, wie Forschung und Design oder Verpackung und Vertrieb
- ☐ eine 25% Steuergutschrift für Investitionen in die Herstellung von Halbleitern und zugehörigen Anlagen.<sup>143</sup>

Die US-Ausfuhrkontrollen für Halbleiter sind nicht neu, aber die Übernahme einer größeren Führungsrolle in diesem Bereich wird die Vereinigten Staaten dazu zwingen, sich noch sorgfältiger gegen unerlaubte Exporte kontrollierter Technologie zu schützen. So werden beispielsweise die *CHIPS*-Fördermittel mit gewissen Rahmenbedingungen versehen, die sicherstellen sollen, dass die subventionierten Unternehmen bestimmte Anlagen nicht hauptsächlich in Konkurrenzländern wie China bauen. Die US-Ausfuhrkontrollen für Hochleistungschips sind weitreichend, und die Durchsetzung der Vorschriften nimmt tendenziell zu. Die US-Ausfuhrkontrollen betreffen sowohl die Ausfuhr als auch die Wiederausfuhr in Drittländer, den Rücktransfer innerhalb des Landes und sogar die Weitergabe von Zeichnungen, Entwürfen, Formeln und anderen Technologien an ausländische Staatsangehörige in den Vereinigten Staaten. Da die Halbleiterindustrie von den Vorteilen des *CHIPS and Science Act* profitiert, wird auch das Bewusstsein für die Einhaltung der Exportbestimmungen wachsen.

<sup>141</sup> Vgl. The National Association of Foreign-Trade Zones (2018): [U.S. Foreign-Trade Zones](#), abgerufen am 16.12.2022

<sup>142</sup> Vgl. The White House. (2022): [FACT SHEET: CHIPS and Science Act](#), abgerufen am 12.01.2023

<sup>143</sup> Vgl. Reuters. (2022): [Passage of the CHIPS and Science Act: What does this mean for U.S. export controls?](#) abgerufen am 12.01.2023



## 5. Markteintrittsstrategien

Der US-Markt bietet durch seine Größe und Vielfalt gute Absatzchancen für innovative Lösungen, daher kann die Expansion nach Kalifornien für deutsche Unternehmen ein lohnender Schritt sein. Mit zahlreichen Anbietern ist der Markt an der US-Westküste jedoch wettbewerbsintensiv und sollte sorgfältig analysiert werden. Eine umfassende Analyse beinhaltet u.a. eine Erhebung der wirtschaftlichen Faktoren, des Produkt- oder Dienstleistungsbedarfs im Zielland sowie eine detaillierte Betrachtung der Konkurrenz. Eine genaue Überprüfung dieser Gesichtspunkte ist essenziell, da Erfolg oder Scheitern von einem Zusammenspiel vielfältiger einzelner unternehmerischer Entscheidungen und Faktoren abhängt. Die Beachtung und Umsetzung folgender Punkte kann einen positiven Unterschied beim Markteintritt machen und sich lukrativ auf das Vorhaben der Expansion auswirken:

- ☐ Anpassung an amerikanische Geschäftsgepflogenheiten
- ☐ Aufbau und Pflege von Kontakten und Kundenbeziehungen
- ☐ Ausreichende Finanzierung und langfristige Investitionsbereitschaft
- ☐ Auswahl des richtigen Personals (Einstellung amerikanischer Mitarbeiter von großem Vorteil)
- ☐ Bestehende kurz-, mittel- und langfristige Geschäftspläne
- ☐ Bestehende Nachfrage nach dem Produkt oder der Dienstleistung (*Pull-Faktor*)
- ☐ Differenzierung durch Alleinstellungsmerkmale
- ☐ Durchdachte Standortwahl (strategische Ansiedlung im Vergleich zu kurzfristigen Anreizprogrammen)
- ☐ Information zu rechtlichen Rahmenbedingungen (alle Staaten haben eigene Vorschriften und Gesetze)
- ☐ Marktkennntnisse (regionale Marktgegebenheiten, Wettbewerb, Vertriebswege, Multiplikatoren etc.)
- ☐ Realistische Ziele (z.B. zunächst kein nationales, sondern regionales Wachstum)
- ☐ Vorhandenes Netzwerk von Geschäftspartnern
- ☐ Stabilität im Heimatmarkt
- ☐ Aktives Risikomanagement

### 5.1 Anpassung an den US-Markt

Deutsche Unternehmer müssen sich bewusst sein, dass sich ausländische Märkte generell vom heimischen Markt unterscheiden und für eine erfolgreiche Auslandsexpansion eine Anpassung auf verschiedenen Ebenen stattfinden muss. Auch wenn die US-Marktgröße attraktiv ist, sollten sich Neueinsteiger keinen Illusionen hingeben. Der US-Markt ist einer der wettbewerbsstärksten Märkte der Welt und erfordert eine intensive Vorbereitung und Ausdauer.<sup>144</sup> Dafür gibt es keine allgemeingültige Herangehensweise, die für jedes Unternehmen funktioniert. Es gibt jedoch einige allgemeine Faktoren, die vor und während einer geplanten Geschäftserweiterung berücksichtigt werden sollten.

#### Networking

In den USA ist ein bedeutendes Thema und ein erster Schritt hin zu einem besseren Marktverständnis, das sogenannte *Networking*. Dies ist ein Austausch von Ideen und Informationen und dient dazu ein Netzwerk aus beruflichen oder sozialen Kontakten aufzubauen. Es wird häufig von Fachleuten genutzt, um ihren Bekanntenkreis zu erweitern, sich über Jobmöglichkeiten zu informieren oder um das Bewusstsein für Neuheiten und Entwicklungen in ihrem Arbeitsfeld zu schärfen. Geschäftsinhaber nutzen das Vernetzen zudem, um Beziehungen zu Personen und Unternehmen aufzubauen, mit denen zukünftige Geschäfte gemacht oder Partnerschaften eingegangen werden könnten.<sup>145</sup> Ein umfassendes Netzwerk an Kontakten wird in den USA als ein Indikator für Erfolg angesehen. Viele US-Geschäftsleute sind offen für einen Austausch und bereit, ihre Ratschläge, persönlichen Erfahrungen oder Kontakte zu teilen. Deutsche Unternehmen zögern dagegen häufig, mit der Konkurrenz oder Mitbewerbern zu kommunizieren, weil fälschlicherweise angenommen wird, dass nur Gespräche mit zukünftigen Kunden und Investoren das Geschäft voranbringen. Um sich in den USA bestmöglich zu vernetzen, sollten informelle Gespräche jedoch so häufig wie möglich wahrgenommen werden. Es kann dabei helfen, offene Fragen zu klären oder mit Kontakten im Bereich Gaming verknüpft zu werden, bei denen sich eine selbstständige Kontaktaufnahme generell schwierig gestalten würde. Zudem können beim *Networking* viele Informationen zum Markteinstieg eingeholt werden, ohne vorher viel Geld in eine Expansion zu investieren. *Networking* ist daher in den Vereinigten Staaten unerlässlich, um Wissen zu erweitern, Wissenslücken zu schließen, Ideen voranzutreiben und die Sichtbarkeit des Unternehmens zu erhöhen.

<sup>144</sup> Vgl. GTAI (2022): [Factsheet: USA](#), abgerufen am 06.12.2022

<sup>145</sup> Vgl. Investopedia (2022): [Networking](#), abgerufen am 06.12.2022

## Product-Market-Fit

Ein weiterer Teil der Adaption ist die lokale Anpassung der Geschäftsidee. In den USA wird dies als *Product-Market Fit* bezeichnet, was bedeutet, dass ein Produkt auf den Zielmarkt zugeschnitten und für eine Zielgruppe angepasst wird.<sup>146</sup> Deutsche KMU müssen das Bewusstsein entwickeln, dass gewisse Änderungen vorgenommen werden müssen, um Kunden auf dem US-Markt anzusprechen. Hierbei sollte nicht der Fehler begangen werden, den Erfolg eines Produkts anhand der deutschen Kundenzufriedenheit zu messen. Die Zielmarktanpassung kann sich neben dem Produkt auf Dienstleistungen, das gesamte Geschäftsmodell oder auch den Preis beziehen. In der folgenden Abbildung ist veranschaulicht welche Punkte deutsche Unternehmen bei der Produkthanpassung beachten sollten.

**Abbildung 18: Schritte des Product-Market Fits**



Quelle: Singshot (2022): [How to Find Your Product-Market Fit and Grow Your Company](#), abgerufen am 07.12.2022

Die Grundlage der Anpassung ist es, die Zielgruppe zu kennen und gleichzeitig zu wissen welche unerfüllten Bedürfnisse diese hat. Dies ist einer der wichtigsten Voraussetzungen, denn ohne bestehende Nachfrage, wird kein Produkt oder keine Dienstleistung erfolgreich auf einem Markt sein. Danach sollte bei der Produktentwicklung oder -anpassung darauf geachtet werden, eine Version zu entwickeln die es einem Team ermöglicht, mit dem geringsten Aufwand die maximale Menge an validiertem Wissen über Kunden zu sammeln. Auf dem US-Markt wird dies *Minimum Viable Product* genannt und ist eine Testversion, die minimal funktionsfähig ist und es möglich macht schnelles Nutzerfeedback zu erhalten. Die Rückmeldung der Kunden ist entscheidend, denn sie sind diejenigen die später das fertige Produkt kaufen sollen, daher sollte basierend auf ihrem Feedback das Produkt weiterhin angepasst werden. Letztendlich sollte ein sogenanntes Wertversprechen definiert werden, welches beinhaltet wie das Produkt oder die Dienstleistung die Bedürfnisse der Kunden erfüllt und was die einzigartigen Unterscheidungsmerkmale sind.<sup>147</sup> Die Prüfung des *Product-Market Fits* sollte idealerweise vor dem Markteintritt durchgeführt werden und definitiv bevor Geld in Marketing und Vertrieb investiert wird.

## Vorstellung der Geschäftsidee

Nachdem sichergestellt wurde, dass die Geschäftsidee auf den US-Markt passt, ist ein weiterer hilfreicher Schritt die innovative Idee in einem sogenannten *Business Pitch* vorzustellen. Ein *Pitch* ist eine kurze Präsentation der eigenen innovativen Lösung. Diese Präsentation kann dazu dienen Investoren zu gewinnen, potenzielle Kunden davon zu überzeugen ein Produkt oder eine Dienstleistung zu kaufen oder um Partnerschaften und Ressourcen zu finden die ein Unternehmen geschäftlich voranbringen.<sup>148</sup> Während in Deutschland der Fokus auf Jobtitel und detaillierte technische Expertise gelegt wird, spielt dies auf dem US-Markt eine geringere Rolle. Generell interessieren sich Amerikaner für den Nutzen den ein Produkt schafft und für eine gute Geschichte dahinter (das sogenannte Storytelling).<sup>149</sup> Zudem kommen viele Amerikaner gerne schnell auf den Punkt und versuchen Ausführungen zu quantifizieren. Beispiele dafür sind der *EBIT* (*Earnings before interest and taxes*), welcher die Profitabilität eines Unternehmens anzeigt oder der *Break-Even Point*, der angibt ab welchem Punkt die Gesamteinnahmen den Gesamtausgaben entsprechen. Ein kurzer prägnanter *Pitch*, der individuell auf jeden neuen Gesprächspartner angepasst wird, ist daher wichtig. Einige Punkte sollten in jedem Pitch enthalten sein:

<sup>146</sup> Vgl. Founders-playbook (2018): [Product-Market Fit](#), abgerufen am 07.12.2022

<sup>147</sup> Vgl. Singshot (2022): [How to Find Your Product-Market Fit and Grow Your Company](#), abgerufen am 07.12.2022

<sup>148</sup> Vgl. Study.com (2019): [Business Pitch: Definition, Types & Importance](#), abgerufen am 07.12.2022

<sup>149</sup> Vgl. VDI-Z (2021): [Wie deutsche IT-Unternehmen den US-Markt erobern können](#), abgerufen am 07.12.2022

- ❑ Welches Problem soll gelöst werden? (Innovationen die konkrete, signifikante Probleme lösen, haben besser Chancen in den USA)
- ❑ Was ist die Geschichte der Innovation? (Amerikaner sind Sympathisanten von *Storytelling*)
- ❑ Veranschaulichen der Geschäftsidee (Graphiken, Fotos, Videos)
- ❑ Beantworten wichtiger Punkte (definiere Markt, Konkurrenz, Wachstumspotentiale, gegenwärtiger Status des Unternehmens und was durch den *Pitch* erreicht werden soll bzw. was die Ziele sind)
- ❑ Allgemein verständliche und kurze Erklärungen (Amerikaner bevorzugen es *short and sweet*)<sup>150,151</sup>

Während deutsche Unternehmen gerne bescheiden bei den genauen Fakten bleiben, sollten sie sich bewusst sein, dass die US-Seite *Pitches* von Amerikanern gewohnt sind, welche oftmals wahre Verkaufstalente sind. Andersgesagt, in Deutschland gehört ein bescheidenes Auftreten zum guten Ton, während Investoren in Amerika im geschäftlichen Umfeld einem ständigen *overselling* begegnen. Es wird also deutlich, dass nicht nur das Produkt angepasst werden muss, sondern auch die Verkaufs- und Präsentationsweise.

## Kulturelle Unterschiede

Interkulturelle Unterschiede bei einer Expansion ins Ausland sind nicht unüblich. Grundlegend gilt, dass amerikanische Geschäftspartner andere Gebräuche und Sitten haben als Deutsche. In der Kommunikation können Sprachbarrieren auftreten und Aussagen missinterpretiert werden. In Gesprächen und bei der Vorstellung von Lösungen sind Amerikaner oft bereit, Rückmeldung und allgemeine Ratschläge zu geben. Allerdings sollte von deutscher Seite darauf geachtet werden, Enthusiasmus und überschwängliches Lob zurückhaltend zu betrachten. An der Westküste der Vereinigten Staaten wird es im Allgemeinen vermieden zu direkt zu sein und lieber freundlich und herzlich agiert. Das Gleiche gilt für Kritik: diese wird oftmals sehr vorsichtig und versteckt formuliert, weshalb genaues Nachfragen empfehlenswert sein kann. In Kalifornien, insbesondere im Silicon Valley, bevorzugen Amerikaner ein lockeres Geschäftsumfeld und erscheinen als einladend und warmherzig, was jedoch nicht bedeutet, dass sie per se eine persönliche Beziehung eingehen möchten. Diese Lockerheit spiegelt sich auch in der Arbeitskleidung wider. Es wird außerhalb von Banken selten ein Anzug oder Ähnliches getragen, der Kleidungsstil ist eher ungezwungen (*casual*). Der lockere Kleidungsstil reflektiert jedoch nicht die Arbeitsweise der Amerikaner. Generell kann gesagt werden, dass sehr viel und hart gearbeitet wird und es weniger Urlaubstage gibt als in Deutschland. Im Silicon Valley besteht oft der Drang, sich zu beweisen und dem Druck auf dem schnelllebigen Arbeitsmarkt standzuhalten. Es ist keine Seltenheit, nach 1-3 Jahren den Arbeitsplatz zu wechseln, um dem persönlichen und beruflichen Entwicklungsbedarf gerecht zu werden. Anders als in Deutschland können Arbeitsverhältnisse jederzeit ohne Angabe von Gründen und ohne Einhaltung von Fristen gekündigt werden.

## 5.2 Langfristige Planung

Der Eintritt in den US-Markt ist mit viel Aufwand verbunden. Es dauert in der Regel ein paar Jahre, bis ein KMU in den USA Gewinne erzielt. Daher ist es empfehlenswert langfristig zu planen und bestmöglich dauerhaft Geschäfte in den USA zu tätigen. Um die Ernsthaftigkeit des Vorhabens zu demonstrieren, ist eine Präsenz auf dem US-Markt sehr ratsam. Hierbei können sich Unternehmen entscheiden, ob sie eine Niederlassung oder eine Tochtergesellschaft gründen wollen. Während eine Niederlassung dasselbe Unternehmen ist, welches lediglich örtlich vom Hauptsitz getrennt ist, ist eine Tochtergesellschaft eine selbstständige Rechtsform. Das Gründen einer Tochtergesellschaft ist zwar mit höherem finanziellem und rechtlichem Aufwand verbunden, bietet aber auch einige Vorteile. U.a. besteht in der Regel eine Haftungsminimierung, da Schadensersatzansprüche auf die Tochtergesellschaft limitiert werden können und somit die Muttergesellschaft schützen. Zudem können durch eine Tochtergesellschaft Steuern minimiert werden, da für eine Niederlassung eine US-Körperschaftsteuer und zusätzlich eine US-Niederlassungssteuer (*Branch Profit Tax*) gezahlt werden müssen.<sup>152</sup> Eine Niederlassung in den USA eröffnet durch Freihandelsabkommen zwischen den USA und 20 anderen Staaten Zugang zu mehreren internationalen Märkten: Australien, Bahrain, Kanada, Chile, Kolumbien, Costa Rica, Dominikanische Republik, El Salvador, Guatemala, Honduras, Israel, Jordanien, Korea, Mexiko, Marokko, Nicaragua, Oman, Panama, Peru und Singapur.<sup>153</sup> Alternativ bietet das Delegiertenbüro der deutschen Wirtschaft in San Francisco Unterstützung beim Markteinstieg mit einem *Virtuellen Office*-Angebot, um den Prozess zu vereinfachen.

Entscheidet sich eine Firma dazu vor Ort ein Unternehmen zu gründen, sollten einige Punkte beachtet werden. Zunächst sollte sich darüber bewusst gemacht werden, welcher Standort, der am strategisch wertvollste ist und welche Unternehmensform sich am besten eignet. In den USA gibt es folgende Strukturen:

<sup>150</sup> Vgl. USA Today (2022): [10 tips for making the perfect pitch](#), abgerufen am 07.12.2022

<sup>151</sup> Vgl. Founder Institute (o.D.): [How to Pitch Your Startup](#), abgerufen am 07.12.2022

<sup>152</sup> Vgl. Becker International Law (2019): [Soll ich Eine Tochtergesellschaft in Den USA Gründen? Von Müttern und Töchtern!](#), abgerufen am 08.12.2022

<sup>153</sup> Vgl. Office of the United States Trade Representative (o.D.): [Trade Agreements](#), abgerufen am 09.12.2022

### Abbildung 19: Unternehmensformen in den USA

- **Sole Proprietorship:** Eine der einfachsten und am häufigsten vorkommenden Formen von Unternehmen, die nur einen Eigentümer haben. Der Eigentümer ist steuerlich nicht vom Unternehmen getrennt und zahlt daher persönliche Einkommensteuern (*personal income taxes*) für sein Profit. Jegliche Haftbarkeit fällt auf den Eigentümer zurück und wird vom Unternehmen begrenzt. Diese Form von Unternehmen ist auf Grund fehlender staatlicher Regulierung einfach zu gründen und aufzulösen.
- **Partnership:** Diese Form gleicht der der *Sole Proprietorship* sehr, besteht aber aus zwei oder mehreren Eigentümern. Bei einer *General Partnership* teilen sich alle Beteiligten den Profit und die finanzielle und rechtliche Verantwortung gleichermaßen. Es gibt zudem noch die *Limited Partnership* und die *Limited Liability Partnership*, bei denen die Verantwortungen anders verteilt sind.
- **LLCs:** Eine *Limited Liability Company* ist eine mehr formelle Unternehmensstruktur und schützt die Eigentümer vor persönlicher Haftbarkeit. Sie ähnelt der deutschen GmbH und kann als Mischung aus einer *Corporation* und einer *Partnership* bzw. *Sole Proprietorship* gesehen werden.
- **Corporations:** Diese Form ist eine Rechtskörperschaft die von Aktieninhabern (*shareholder*) besessen wird. Sie haben mehr formelle Vorschriften als LLCs und sind für Investoren in der Regel am attraktivsten. Die meisten großen Unternehmen in den USA sind *Corporations*.

Quelle: Eigene Darstellung, teilweise mit Informationen von TRUiC (2021): [How to Start a Business in California](#), abgerufen am 08.12.2022

Nach der Auswahl der Unternehmensstruktur kann das Unternehmen in Kalifornien online günstig registriert werden. Die *Secretary of State* verlangt beispielsweise für eine *LLC* eine Gebühr von 70 USD und für eine *Corporation* eine von 100 USD. Zudem wird ein Name, ein registrierter Vertreter, der für wichtige Dokumente zuständig ist und eine Arbeitserlaubnis benötigt. Eine Arbeitserlaubnis und somit eine *Employer Identification Number (EIN)* wird vom *Internal Revenue Service (IRS)* vergeben und kann nur erhalten werden, wenn ein entsprechendes Visum vorhanden ist. Beim US-Generalkonsulat kann als zukünftiger Firmeninhaber ein Antrag für ein Investorenvisum E2 gestellt werden. Dieses Visum wird in der Regel erteilt, wenn der Antragsteller substanziell in den USA investiert hat oder gerade dabei ist substanziell zu investieren und idealerweise bereits US-Personal beschäftigt. Danach kann mit Hilfe der Dokumente ein Geschäftskonto eröffnet werden, Versicherungen abgeschlossen und Genehmigungen und Lizenzen beantragt werden, die vom kalifornischen Staat verlangt werden.<sup>154,155</sup> Bei der Firmengründung sollte ein Anwalt und Steuerberater vor Ort zu Rate gezogen werden.

Unabhängig davon für welche Art von Marktpresenz sich ein Unternehmen entscheidet, bei einer Expansion ist es von Vorteil eine Mischung aus deutschem und amerikanischem Personal zu haben. Dies vereint das deutsche Wissen zum Unternehmen und dessen Fähigkeiten und die amerikanische strategische Positionierung und Vermarktung des Unternehmens vor Ort. Das Vermischen von deutscher und amerikanischer Geschäftsmentalität ist oft eine zielführende Kombination. Jemanden vor Ort zu haben ist des Weiteren wichtig um die Bedürfnisse von Kunden und Partnern entsprechend zu adressieren. Amerikaner erwarten schnelle Rückmeldungen, dauerhafte Erreichbarkeit und zeitnahes Handeln. Lokales Personal oder Servicepartner sollten daher immer vor Ort und ansprechbar sein.

### Markteintrittskosten

Kostenaspekte spielen selbstverständlich eine bedeutende Rolle bei der langfristigen Planung. Daher müssen deutsche KMU frühzeitig überlegen, ob sie über ausreichende finanzielle Mittel verfügen oder ob sie diese langfristig beschaffen können. Unternehmen müssen sich zunächst auf dem Markt etablieren, weshalb eine langfristige Planung entscheidend ist, und dabei hilft ein Gefühl zu bekommen, ab welchem Zeitpunkt ein profitabler Erfolg erzielt werden kann. Neben den generellen Betriebskosten sollten Kosten wie Rechtsberatung, Steuerberatung und Wirtschaftsprüfung mit einbezogen werden. Bevor Geld investiert wird, sollte also ein langfristiger Businessplan erstellt werden. Die Finanzierung sollte zunächst über deutsche Kreditinstitute und Banken erfolgen, da es höchst unwahrscheinlich ist als ausländisches Unternehmen in der Anfangsphase einen Kredit von amerikanischen Banken zu erhalten. Auch ist es hilfreich eine gewisse Summe, bestmöglich 50% der benötigten Finanzierung, an Eigenkapital aufzuweisen. Dies erleichtert einerseits den Zugang zu Krediten mit guten Konditionen und andererseits verringert es die Abhängigkeit von Kreditinstitutionen.

Es kann aus finanzieller Sicht auch von Vorteil sein, eine Partnerschaft mit einem US-Unternehmen einzugehen, da diese schon über Geldmittel verfügen oder Ansprüche auf staatliche Zuschüsse und Kredite haben. Eine andere Möglichkeit der Kapitalbeschaffung, bei der eine Zusammenarbeit mit amerikanischen Marktakteuren vorteilhaft sein kann, sind Investoren. An der Westküste, insbesondere im Silicon Valley, gibt es viele Investoren, die an innovativen Lösungen interessiert sind und auch in ausländische Unternehmen investieren. Hierbei ist zu bemerken, dass amerikanische Investoren generell eine viel höhere Risikobereitschaft und mehr Risikokapital haben als deutsche und daher auch höhere Summen investieren.

<sup>154</sup> Vgl. TRUiC (2021): [How to Start a business in California](#), abgerufen am 08.12.2022

<sup>155</sup> Vgl. Unternehmer.de (2020): [Gründen in den USA: Das musst du wissen](#), abgerufen am 08.12.2022

Zudem gibt es in den USA generell keine Wirtschaftsförderprogramme auf Bundesebene, die mit deutschen Förderprogrammen vergleichbar sind. Stattdessen wird Wirtschaftsförderung hauptsächlich durch die einzelnen Bundesstaaten betrieben. Hierbei verwalten die Bundesstaaten individuelle Förderfonds. Bewerber können unter Umständen neben den Barmitteln aus den Förderfonds auch auf kommunale Mittel zurückgreifen. Auf regionaler Ebene gibt es zudem zusätzliche Förderprogramme in Form von Fonds, die von einem kommunalen Verbund aufgebracht werden. Zusätzliche Fördermaßnahmen werden u.a. durch Steuernachlässe oder sonstige Vergünstigungen, wie z.B. Ermäßigungen beim Kauf von Grundstücken ermöglicht. Sowohl die Höhe der Mittel und Vergünstigungen als auch die Regelungen zur Gewährung fallen in den verschiedenen Bundesstaaten unterschiedlich aus. Grundsätzlich werden die Entscheidungen auf Projektbasis gefällt. Bei Ausschreibungen für ein konkretes Projekt stimmen somit bundesstaatliche, regionale und kommunale Förderverbände gemeinsam über die gewährten Fördermittel ab.

### 5.3 Markthemmnisse

Die USA sind für Anleger eine beliebte Zielregion, wenn es um internationale Geschäfte oder Expansionen geht. Allerdings sind auch einige Hindernisse wie die logistischen Anforderungen aufgrund der Größe des Marktes und juristische Voraussetzungen beim Markteintritt zu beachten. Wie bereits erwähnt unterscheiden sich die Bedürfnisse der Verbraucher im Falle von Deutschland und den USA zwischen den zwei Ländern, sodass Produkte und Marketingstrategien sorgfältig angepasst werden müssen. So sind deutsche Unternehmer oftmals stärker an technischen Details interessiert und tendieren dazu, vor Entscheidungen alle potenziellen Möglichkeiten zu analysieren. US-Amerikaner sind oft schneller in der Entscheidungsfindung und tendieren bei der Produktwahl zum Praktischen. Vereinfacht lässt sich sagen, dass für deutsche Unternehmen die Fakten zählen, während für amerikanische Unternehmen oftmals die Produktpräsentation eine entscheidende Rolle spielt.

Neben den kulturellen Unterschieden existieren in den USA auch Unterschiede im Vertrags- und Haftungsrecht sowie bei technischen Standards. Teilweise unterscheiden sich diese Regelungen auch zwischen den einzelnen Bundesstaaten. Unternehmen, die in den USA tätig sind, sollten sich umfassend über die entsprechende Rechtslage auf nationaler und regionaler Ebene informieren, um sich gegen etwaige Regressansprüche abzusichern. Das *American National Standards Institute (ANSI)*, welches auch Mitglied der *International Organization for Standardization* und der *International Electrotechnical Commission (IEC)* ist, entwickelt und koordiniert freiwillige Standards in den Vereinigten Staaten. Dieses Institut hat bereits über 250 Standard-Entwicklungsorganisationen akkreditiert und ermöglicht den Zugriff auf mehr als 10.000 Standards.<sup>156</sup> Als deutsches Pendant zum *ANSI* kann das Deutsche Institut für Normung e.V. (DIN) angesehen werden. Neben den *ANSI*-Standards gibt es ca. 800 weitere Standards, auf die sich Hersteller beziehen können. Zudem müssen Exporteure nationale und staatliche Gesetze und Vorschriften beachten.

Auch bei Importen von deutschen Produkten in die USA muss darauf geachtet werden, dass in den USA in gewissen Bereichen immer noch Handelshemmnisse so wie sogenannte *Local Content Requirements (Buy America)* bestehen. Durch das internationale Abkommen *The Plurilateral Agreement on Government Procurement* sind Deutschland und andere EU-Staaten von der sogenannten *Buy-American-Klausel* für öffentliche Projekte unter bestimmten Gegebenheiten ausgenommen.<sup>157</sup> Eine weitere Marktbarriere stellen die Zölle auf ausländische Produkte dar. Diese sind sehr produkt- und teilespezifisch und können daher variieren.<sup>158</sup> Unternehmen sollten also genau abwägen, welche Produkte sie in die USA exportieren und welche sie besser vor Ort herstellen.

Im Vergleich zu anderen Ländern sind die rechtlichen Markteintrittsbarrieren für ausländische Firmen jedoch verhältnismäßig gering und der erstarkende Protektionismus hat bisher wenig Auswirkungen auf deutsche Unternehmen. In einigen Industrien sind jedoch z.B. ausländische Direktinvestitionen (*Foreign Direct Investments, FDIs*) aus Staatssicherheitsgründen explizit beschränkt (z.B. militärisches Beschaffungswesen oder Bergbau). Neben den gesetzlichen Markteintrittsbarrieren sollten sich Unternehmen auch informieren, wie es mit Patenten oder Urheberrechtsschutz aussieht. Gegebenenfalls sind Prozessverfahren patentiert.

### 5.4 Vertriebswege

Ist die Entscheidung für den Markteintritt gefallen, haben deutsche Unternehmen viele Möglichkeiten, Vertriebsaktivitäten in den USA nachhaltig aufzubauen. Je nach Geschäftsausrichtung und erwartetem Engagement in den USA sollte die Gestaltung der Vertriebskanäle differenziert werden. Wie in Deutschland gibt es in Amerika die Möglichkeit zwischen direkten und indirekten Distributionswegen zu wählen. Welcher Weg am besten ist, hängt jedoch von vielen Faktoren und vom Ziel des jeweiligen Unternehmens ab:

- ☐ Art des Produktes (Wie schnell muss es beim Kunden ankommen?)

<sup>156</sup> Vgl. American National Standards Institute (o.D.): [Company Overview](#), abgerufen am 08.12.2022

<sup>157</sup> Vgl. World Trade Organization (2014): [Parties and Observers to the GPA](#), abgerufen am 08.12.2022

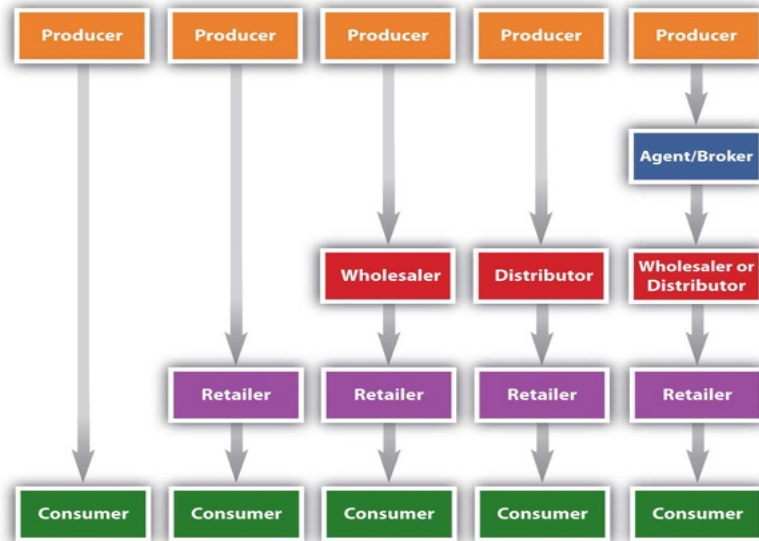
<sup>158</sup> Vgl. U.S. International Trade Commission (2022): [Harmonized Tariff Schedule](#), abgerufen am 08.12.2022



- ☐ Art des Marktes (Geht das Produkt an ein anderes Unternehmen oder an eine Privatperson?)
- ☐ Art der Kunden (Wie bevorzugt der Kunde es einzukaufen?)
- ☐ Konkurrenzbetrachtung (Wie beliefert die Konkurrenz ihre Kunden?)
- ☐ Kosten- und Nutzenbetrachtung (Welche Methode bringt das Geschäft am besten voran?)<sup>159</sup>

Nach dem Betrachten dieser Punkte kann sich das KMU zwischen dem Direktvertrieb und Vertriebspartnern entscheiden. Es ist jedoch vorweg erwähnenswert, dass beide Möglichkeiten sich in den USA nicht ausschließen und eine Mischung aus beidem sinnvoll sein kann. Wie in folgender Abbildung zu sehen, können die Vertriebswege sehr unterschiedlich sein.

**Abbildung 20: Direkte und Indirekte Vertriebswege**



Quelle: Libraries (o.D.): [Typical Marketing Channels](#), abgerufen am 09.12.2022

Beim Direktvertrieb wird die Ware direkt an den Kunden verkauft. Diese Variante ermöglicht es Unternehmen im direkten Kontakt mit Kunden zu sein, was in den USA von großem Vorteil ist. Amerikanische Kunden legen viel Wert auf eine gute Serviceleistung, zuverlässige Ansprechpartner und schnelle Rückmeldung. Direktvertrieb kann in den USA auf verschiedene Art und Weisen verwirklicht werden: Verkauf in der Werksanlage des Herstellers, Verkauf im Versandhandel oder Verkauf durch das Eröffnen eigener Geschäfte. Das Delegationsbüro San Francisco hat die Erfahrung gemacht, dass hochtechnische oder erklärungsbedürftige Produkte durch den Direktvertrieb verkauft werden sollten. So kann gewährleistet werden, dass keine falschen Informationen an den Kunden gegeben werden. Ein gut eingeschnittenes deutsch- amerikanisches Vertriebs- und Customer Service Team, ist dafür besonders geeignet. Durch den Direktvertrieb hat das Unternehmen mehr Kontrolle und ist in der Lage eine gute Kundenbeziehung aufzubauen. Der Nachteil ist, dass diese Option die teurere ist, da viele Kosten für Punkte wie Lagerung, Lieferpersonal, Logistiksysteme, Geschäfte und Fahrzeuge aufkommen können. Das Kapital und die Logistik müssen also ausreichend sein, um eine Massendistribution zuzulassen.

Bei der indirekten Variante wird ein Vertriebspartner oder mehrere Vertriebspartner beauftragt, die den Vertrieb der Ware übernehmen. Das Unternehmen ist hier nicht direkt am Vertrieb beteiligt und muss sich auf eine dritte Person verlassen. Dies kann Vor- und Nachteile haben. Ein Unternehmen kann sich so besser auf die anderen Geschäftsfunktionen konzentrieren und hat keine Ausgaben für Lagerung und Lieferpersonal. Der Nachteil ist, dass durch die Abgabe an einen Vertreter der Kontakt und die Kommunikation zu den Kunden erschwert wird und das Unternehmen geringere Kontrolle auf den Vertriebsprozess ausüben kann. Selbstverständlich müssen die Vertriebspartner bezahlt werden, jedoch ist dies generell günstiger als der Direktvertrieb und hat zum Vorteil, dass das Unternehmen vom Fachwissen der Vertriebspartner profitieren kann. Grundsätzlich bieten sich innerhalb der USA mehrere Arten von Vertriebspartnern an, darunter fallen Handelsvertreter (*Agent*), Vertragshändler (*Distributor*), Großhändler (*Wholesaler*) und Einzelhändler (*Retailer*). Ein Agent vermittelt gegen eine Provision Aufträge, verfügt allerdings nicht über die Befugnis, Verträge eigenständig abzuschließen. Somit findet der Verkauf von Waren im Namen und auf Rechnung des deutschen Unternehmens statt. Ein Distributor oder *Wholesaler* dagegen kauft die Produkte und Waren direkt ein und verkauft sie dann unter eigenem Namen weiter an bestimmte *Retailer*. Dadurch übernimmt der Distributor oder *Wholesaler* auch die Risiken des Verkaufs und ist für den Service nach dem Verkauf des Produktes zuständig. Aufgrund der Größe der USA und den Unterschieden in den verschiedenen Regionen ist es nur selten möglich, die USA mit einem Partner abzudecken.<sup>160,161</sup>

<sup>159</sup> Vgl. Small business (2020): [How to Choose the Right Distribution Channel for your Business](#), abgerufen am 09.12.2022

<sup>160</sup> Vgl. Economicsdiscussion (o.D.): [Types of Distribution Channels](#), abgerufen am 09.12.2022

<sup>161</sup> Vgl. Digital Sales (o.D.): [Vertriebswege – direkt oder indirekt, welcher Weg ist besser](#), abgerufen 09.12.2022



## Digitale Vertriebswege

Anders als bei physischen Kopien von Videospielen betrifft der Verteilungsprozess digitaler Kopien nur den Herausgeber, die Verteilungsplattform (z.B.: *Steam*, *PSN*, *Google Play Store*, *App Store*) und die Spieler. Auch der Publisher kann sich stärker an der Entscheidung über den Preis oder die Verkaufsmethode für seine digitalen Kopien beteiligen. Digitale Kopien sind jedoch im Vergleich zu physischen Kopien in der Regel mit geringeren Rechten verbunden.<sup>162</sup>

Laut einem Bericht der *Entertainment Retail Association (ERA)*, waren 89,5% der Videospielkäufe digitale Downloads, während die restlichen 10,5% physisch waren. Es ist allerdings auch erwähnenswert, dass diese Zahl hauptsächlich auf Mobile Spiele zurückzuführen ist - rund 30% der Umsätze wurden mit Mobile Gaming erzielt.<sup>163</sup>

## Unterstützung des Delegiertenbüros

Das Delegiertenbüro der deutschen Wirtschaft in San Francisco unterstützt gerne bei der US-Expansion mit strategischer Beratung, bei der Geschäftspartnersuche, beim Einrichten einer lokalen Geschäftspräsenz oder bei Fragen zur Standortwahl. Das Netzwerk des Delegiertenbüros verfügt über umfangreiche Kontakte im Bereich Gaming und kann deutsche KMU beim zielgerichteten Aufbau eines Netzwerkes unterstützen.

<sup>162</sup> Gamerbraves (o.D.): [Game distribution process summarized! How does digital copies and physical copies distributed?](#), abgerufen am 24.01.2023

<sup>163</sup> Gamebyte (2023): [90% of video game sales in 2022 were digital](#), abgerufen am 24.01.2023

## 6. Profile der Marktakeure

Gemäß der Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO) der Europäischen Union werden hier keine personenbezogenen Daten genannt, diese können jedoch je nach Verfügbarkeit bei dem Delegiertenbüro der deutschen Wirtschaft in San Francisco erfragt werden.

### Kalifornien: Relevante Gaming-Unternehmen

| Institution                                                                                                                                              | Kurzbeschreibung                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <a href="#">2K</a><br>10 Hamilton Landing<br>Novato, CA 94949<br>+415 479 3634                                                                           | 2K entwickelt und veröffentlicht Spiele für Videospielekonsolen, PCs und mobile Geräte, wobei die Produkte sowohl im Einzelhandel als auch als digitale Downloads erhältlich sind.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| <a href="#">31st Union</a><br>5 S. Ellsworth Ave.<br>San Mateo, CA 94401<br>+1 650 458 0049                                                              | 31st Union ist ein Zusammenschluss verschiedener Entwickler, die gemeinsam Spiele entwickeln. Die Union ist Studio-Unabhängig, autonom und wird unterstützt von ihren Verlegern 2K und der Muttergesellschaft Take-Two Interactive, einem der weltweit führenden Unternehmen für Gaming.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| <a href="#">Activision Blizzard</a><br>3100 Ocean Park Boulevard<br>Santa Monica, CA 90405<br>+1 310 255 2000                                            | Activision Blizzard, Inc. ist eines der weltweit größten Unternehmen für Gaming mit Niederlassungen in Nordamerika, Europa und Asien. Zu den bekanntesten Entertainment-Franchises gehören <i>Call of Duty</i> ®, <i>Skylanders</i> ® und <i>World of Warcraft</i> ®.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| <a href="#">Crunchyroll</a><br>9050 Washington Blvd.<br>Culver City, CA 90232                                                                            | Crunchyroll verbindet Anime- und Manga-Fans in über 200 Ländern und Gebieten mit den Inhalten und Erlebnissen. Neben kostenlosen werbefinanzierten und abonnierten Premium-Inhalten bedient Crunchyroll die Anime-Community mit Events, Kinofilmen, Spielen, Verbraucherprodukten, Sammlerstücken und Manga-Veröffentlichungen.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| <a href="#">Deviation Games</a><br>12100 Wilshire Blvd.<br>Los Angeles, CA 90025<br><a href="mailto:Info@deviationgames.com">Info@deviationgames.com</a> | Deviation Games ist ein unabhängiges Entwicklungsstudio in Los Angeles, und arbeitet unter anderem mit Sony zusammen, um neue Playstations auf den Markt zu bringen.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| <a href="#">Discord</a><br>444 De Haro St.<br>San Francisco, CA 94107<br>+1 415 645 4065<br><a href="mailto:info@discord.com">info@discord.com</a>       | Discord ist eine Sprach-, Video- und Text-App, die es Freunden und Gemeinschaften ermöglicht, sich zu treffen und ihre Interessen zu erkunden. Mit 150 Mio. monatlichen Nutzern in 19 Mio. aktiven Gemeinschaften, den sogenannten Servern, ist Discord zu einem der beliebtesten Kommunikationsdiensten der Welt geworden. Discord wurde ohne den Verkauf von Werbung oder Nutzerdaten entwickelt und bietet stattdessen ein Premium-Abonnement namens Nitro an, das den Nutzern besondere Vorteile wie eine höhere Qualität der Streams und lustige Anpassungen bietet.                                                                                                              |
| <a href="#">Electronic Arts</a><br>209 Redwood Shores Parkway<br>Redwood City, CA 94065<br>+1 650 628 1500                                               | Electronic Arts Inc. ist eine der größten Videospielemarken der Welt. Das Unternehmen wurde im Mai 1982 von dem Apple-Mitarbeiter Trip Hawkins gegründet und war ein Pionier der frühen Heimcomputerspielindustrie. Derzeit entwickelt und veröffentlicht Electronic Arts Spiele etablierter Franchises, darunter <i>Battlefield</i> , <i>Need for Speed</i> , <i>The Sims</i> , <i>Medal of Honor</i> , <i>Command &amp; Conquer</i> , <i>Dead Space</i> , <i>Mass Effect</i> , <i>Dragon Age</i> , <i>Army of Two</i> , <i>Apex Legends</i> und <i>Star Wars</i> sowie die EA Sports-Titel <i>FIFA</i> , <i>Madden NFL</i> , <i>NBA Live</i> , <i>NHL</i> und <i>EA Sports UFC</i> . |
| <a href="#">Exent</a><br>115 Sansome St. Suite 500<br>San Francisco, CA 94104<br><a href="mailto:Busdev@exent.com">Busdev@exent.com</a>                  | Exent ist ein Games-on-Demand-Anbieter, der Mio. von Spielern mehr als 2.000 PC- und Handyspiele von mehr als 150 Publishern und Entwicklern im Rahmen von monatlichen Abonnements und kostenlosen, werbegestützten Angeboten zur Verfügung stellt. Die Premium-Abonnementdienste von Exent werden als White-Label-Lösung angeboten, die es Breitbandanbietern, Mobilfunkanbietern, OEMs, Websites und Einzelhändlern ermöglicht, ihren Endkunden Games on Demand anzubieten.                                                                                                                                                                                                          |
| <a href="#">Forte</a><br>PO Box 191373<br>San Francisco, CA 94119                                                                                        | Forte entwickelt Technologie für Spiele, die sicher, einfach zu bedienen und vollständig konform ist. Seine End-to-End-Blockchain-Plattform ermöglicht das Entstehen einer Community-Ökonomie, eines Systems, in dem die Interessen von Spieleentwicklern und Spielern aufeinander abgestimmt sind, was zu gesünderen, nachhaltigen Communities führt.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| <a href="#">Glu Mobile</a><br>875 Howard St. Suite 100<br>San Francisco, CA 94103<br>+1 415 800 6100                                                     | Glu Mobile ist ein führender Entwickler und Herausgeber von Handyspielen, welcher die Kreativität fördert, um seinen Spielern interaktive Erlebnisse von Weltklasse zu bieten.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| <a href="#">GreenPark Sports</a><br>1290 Howard Ave.<br>Burlingame, CA 94010<br>+1 650 477 2812                                                          | GreenPark entwickelt mobile Spiele-Apps und hat es sich zur Aufgabe gemacht, den enthusiastischsten Sportfans der Welt die Möglichkeit zu geben, ihre ultimative Fan-Community aufzubauen und sich mit anderen zu vernetzen, die ihre besondere Leidenschaft teilen.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| <a href="#">Infinity Ward</a><br>21255 Burbank Blvd.<br>Los Angeles, CA 91367<br>+1 818 386 0072                                                         | Das Studio Infinity Ward ist stolz darauf, eines der leidenschaftlichsten und erfolgreichsten Entwicklerteams der Branche zu haben, das vor allem als das ursprüngliche Studio hinter der Call of Duty-Reihe bekannt ist.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |

|                                                                                                                                                                             |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <a href="#">Naughty Dog</a><br>2425 Olympic Blvd.<br>Santa Monica, CA 90404<br>+1 310 633 9100                                                                              | Naughty Dog entwickelt die meistverkauften Videospiele für Playstation-Plattformen. Naughty Dog beherbergt auch das ICE-Team der Sony World Wide Studios, eine zentrale Technologiegruppe, die sich auf die Entwicklung zentraler Grafiktechnologien, für die von Sonys Erstveröffentlichungstitel konzentriert, darunter Low-Level-Game-Engine-Komponenten, Grafikverarbeitungs-pipelines, unterstützende Tools sowie Grafik-Profil- und Debugging-Tools.                                                                                                                                                                                                           |
| <a href="#">Netflix Games Studio</a><br>5808 W. Sunset Blvd.<br>Los Angeles, CA 90028<br>+1 408 540 3700                                                                    | Netflix hat ein eigenes Spielestudio gegründet, um originale Spiele ohne Werbung oder In-App-Käufe zu entwickeln, und hat in der Vergangenheit viele Entwickler gekauft.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| <a href="#">Niantic</a><br>582 Market St. Suite 412<br>San Francisco, CA<br>+1 650 539 4653                                                                                 | Niantic ist das weltweit führende Unternehmen für AR-Technologie, das kreative und ansprechende Erlebnisse in der realen Welt schafft. Ihre Produkte inspirieren zu Erkundungstouren im Freien, Bewegung und sinnvoller sozialer Interaktion.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| <a href="#">Obsidian Entertainment</a><br>100 Spectrum Center Dr. Suite 200<br>Irvine, CA 92618<br>+1 949 379 3300                                                          | Obsidian Entertainment, ein Xbox Game Studio ist einer der weltweit führenden Entwickler von Rollenspielen wie zum Beispiel <i>Fallout: New Vegas</i> und <i>Star Wars Knights</i> .                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| <a href="#">Oculus HQ (Meta)</a><br>1 Hacker Way<br>Menlo Park, CA 94025<br>+1 650 543 4800                                                                                 | Das Oculus-Team bei Facebook entwickelt VR-Hardware und -Software, um das Metaverse Nutzern zugänglich zu machen. Mit globalen Abteilungen, die sich mit VR-Forschung, Computer Vision, Haptik, sozialer Interaktion und mehr befassen, ist Oculus bestrebt, den Stand der Technik voranzutreiben. Die Oculus-Hardwarepalette umfasst derzeit folgende Produkte: <i>Rift</i> , <i>High-End-PC-VR-Headset</i> , <i>Touch-Controller</i> und <i>Gear VR</i> , alles auf Basis der Oculus-Plattform.                                                                                                                                                                    |
| <a href="#">PlayStation</a><br>2207 Bridgepointe Parkway<br>San Mateo, CA 94404<br>+1 800 345 7669                                                                          | PlayStation ist eine Videospielemarke, die aus fünf Videospielekonsolen für den Heimgebrauch, zwei Handhelds, einem Media Center und einem Smartphone sowie einem Online-Dienst und mehreren Zeitschriften besteht. Die Marke wird von Sony Interactive Entertainment, einer Abteilung von Sony, produziert; die erste PlayStation-Konsole wurde im Dezember 1994 in Japan und im darauffolgenden Jahr weltweit veröffentlicht.                                                                                                                                                                                                                                      |
| <a href="#">Riot Games</a><br>12333 W. Olympic Blvd.<br>Los Angeles, 90064<br>+1 424 231 1111                                                                               | Riot Games, Inc. ist ein amerikanischer Videospieleentwickler, -verleger und Veranstalter von Esports-Turnieren mit Sitz in Los Angeles, Kalifornien.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| <a href="#">Sensor Tower</a><br>2261 Market St. #4331<br>San Francisco, CA 94111<br>+1 888 285 6786<br><a href="mailto:Support@sensortower.com">Support@sensortower.com</a> | Sensor Tower bietet mit seiner Software-Suite Marktinformationen und Analysen für die mobile App-Wirtschaft. Sie bedient sowohl unabhängige als auch Fortune-500-Kunden in den Bereichen mobile Spiele, Reisen, Musik, Finanzen, eCommerce und Unterhaltung. Ihre Suite besteht aus kostenlosen, SMB- und Enterprise-Lösungen, einschließlich Store Intelligence, Usage Intelligence, Ad Intelligence und App Intelligence.                                                                                                                                                                                                                                          |
| <a href="#">Sony Interactive Entertainment</a><br>2207 Bridgepointe Parkway<br>San Mateo, CA 94404<br>+1 651 379 1888                                                       | Sony Interactive Entertainment (SIE) ist für die Marke PlayStation und die Produkt- und Dienstleistungsfamilie verantwortlich. Seit der Markteinführung der Original-PlayStation in Japan im Jahr 1994 hat PlayStation Innovationen auf den Markt gebracht. Die PlayStation-Produkt- und Dienstleistungsfamilie umfasst PlayStation4, PlayStationVR, PlayStationVita, PlayStation3, PlayStation Store, PlayStation Plus, PlayStation Video, PlayStation Music, PlayStation Now, PlayStation Vue und gefeierte PlayStation-Softwaretitel von SIE Worldwide Studios.                                                                                                   |
| <a href="#">Supergiant Games</a><br>505 Florida St.<br>San Francisco, CA 94110<br>+1 918 258 5765                                                                           | Supergiant Games ist ein Spieleentwicklungsunternehmen, das Videospiele entwickelt und T-Shirts, Kunstdrucke, Klingeltöne, CDs, USB-Sticks, Soundtracks und andere Produkte im Zusammenhang mit diesen Spielen verkauft. Bastion ist das erste von Supergiant Games entwickelte Action-Rollenspiel. Transistor ist ein Sci-Fi-Action-Rollenspiel, in dem die Spieler mit einer Waffe unbekannter Herkunft durch eine futuristische Stadt kämpfen müssen.                                                                                                                                                                                                             |
| <a href="#">Twitch</a><br>350 Bush St.<br>San Francisco, CA 94101<br><a href="mailto:info@twitch.tv">info@twitch.tv</a>                                                     | Twitch ist eine soziale Videoplattform, auf der Gamer Videospiele übertragen, ansehen und darüber sprechen können. Die Videoplattform von Twitch ist das Rückgrat des gesamten Videospiele-Ökosystems, sowohl für die Live-Übertragung als auch für die Verbreitung. Dazu gehören Spieleentwickler, Publisher, Medien, Veranstaltungen, nutzergenerierte Inhalte und die gesamte E-sports-Szene. Im Februar 2014 stufte das WallStreet Journal Twitch als viertgrößte Webseite in Bezug auf den Spitzen-Internetverkehr in den USA ein und stärkte damit die Marke als führendes Unternehmen der Unterhaltungsbranche und das Epizentrum von Social Video für Gamer. |
| <a href="#">Unity</a><br>30 3rd St.<br>San Francisco, CA 94103<br>+1 415 539 3162                                                                                           | Unity ist eine Plattform für die Erstellung und den Betrieb von Echtzeit-3D-Inhalten (RT3D). Die Nutzer sind vor allem Spieleentwickler, Künstler, Architekten, Automobil-Designern, Filmemachern und anderen. Unity ist die Grundlage, auf der die leistungsfähigsten digitalen Inhalte der Welt entstehen. Die Unity-Plattform bietet ein Paket an Softwarelösungen für die Erstellung, Ausführung und Vermarktung interaktiver 2D- und 3D-Inhalte in Echtzeit für Mobiltelefone, Tablets, PCs, Konsolen sowie <i>Augmented</i> - und <i>Virtual-Reality</i> -Geräte.                                                                                              |
| <a href="#">Uplandme, Inc</a><br>756 California St.<br>Mountain View, CA 94041                                                                                              | Upland ist ein Immobilienhandelsspiel mit einer dezentralisierten Wirtschaft. Die Spieler kaufen, verkaufen, handeln und entwickeln virtuelle Immobilien, die auf realen Adressen basieren. Die Blockchain-Technologie stellt sicher, dass die Spieler wirklich Eigentümer sind. Upländer sammeln <i>Ingame</i> -Währung als Belohnung für ihren Besitz und für den Abschluss von Missionen                                                                                                                                                                                                                                                                          |

## Washington State: Relevante Gaming-Unternehmen

| Institution                                                                                           | Kurzbeschreibung                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <a href="#">343 Industries</a><br>1 Microsoft Way<br>Redmond, WA 98052                                | 343 Industries hat es sich zur Aufgabe gemacht, erstklassige Sci-Fi-Entertainment-Erlebnisse im legendären Halo-Universum zu schaffen. Als Teil der Xbox Game Studios sind sie ein Team von engagierten Künstlern, Programmierern, Designern, Animatoren, Produzenten, Geschichtenerzählern und Träumern aus allen Bereichen des Lebens, die sich auf die gemeinsame Vision konzentrieren, die fesselndsten und schönsten Welten der Branche zu erschaffen.                                                                                                   |
| <a href="#">Amazon Games</a><br>440 Terry Ave. N<br>Seattle, WA 98109<br>+1 949 358 7000              | Amazon Games entwickelt und veröffentlicht aktiv ein Portfolio von Original-IP und anspruchsvollen Spielen, die die Spieler lieben und über Jahre hinweg spielen. Sie streben danach, fesselnde Ziele zu schaffen, um neue Spiele und Spielinhalte zu entdecken. Mit Prime Gaming, Twitch, Amazon Retail, Prime Video, Game Growth und weiteren Angeboten entwickelt Amazon Games einen unglaublichen Sandkasten, um Spieler und Entwickler mit den Spielen und Communities zu verbinden und die Spielerfahrungen auf neue und aufregende Weise zu erweitern. |
| <a href="#">ArenaNet</a><br>3180 139th Ave. SE #5<br>Bellevue, WA 98005<br>+1 425 247 2500            | ArenaNet ist ein amerikanischer Videospielentwickler. Sie sind vor allem für die Entwicklung der Online-Rollenspielserie Guild Wars bekannt.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| <a href="#">Big Fish Games</a><br>906 Alaskan Way Suite 700<br>Seattle, WA 98104<br>+1 206 213 5753   | Mit 20 Jahren Erfahrung in der Entwicklung und Veröffentlichung von Spielen ist Big Fish Games führend in den größten Spielkategorien der Welt - Free-To-Play und Premium PC & Mac.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
| <a href="#">Bungie</a><br>550 106th Ave. NE<br>Bellevue, WA 98004<br>+1 425 440 6800                  | Bungie ist ein Videospielentwicklungsunternehmen im Besitz von Sony Interactive Entertainment und dient auch als Inkubator für kleinere Unternehmen, die ihre Ideen zum Leben erwecken wollen.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| <a href="#">Cascade Game Foundry</a><br>15127 24th St. NE #15<br>Redmond, WA 98052<br>+1 425 591 6417 | Cascade Game Foundry entwickelt die nächste Generation von Simulationsspielen.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| <a href="#">Drifter Entertainment</a><br>4056 9th Ave. NE<br>Seattle, WA 98105<br>Info@driftermv.com  | Drifter® ist ein Spieleentwicklungsstudio mit Sitz in Seattle. Das Team besteht aus Fachleuten, die jahrelang in der Spieleindustrie an Franchises wie Gears of War, Halo, Doom und Call of Duty gearbeitet haben und die ihre Leidenschaft und Erfahrung in die Entwicklung einiger der besten Spiele der Welt einfließen lassen.                                                                                                                                                                                                                            |
| <a href="#">Endeavor One</a><br>1204 E. Columbia St.<br>Seattle, WA 98112<br>+1 206 451 7311          | Endeavor One® ist ein Entwickler von Originalprodukten für die VR-Branche. Sie konzentrieren sich auf Spitzentechnologie und erlebnisorientiertes Gameplay.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| <a href="#">Intercept Games</a><br>900 N. 34th St.<br>Seattle, WA 98103                               | Intercept Games ist ein neues Entwicklungsstudio, das sich derzeit auf die Entwicklung von Kerbal Space Program 2 konzentriert. Sie spezialisieren sich vor allem auf den Weltraum, Simulationen, Strategie und natürlich alles, was mit Videospielen zu tun hat. Das Studio legt großen Wert auf einen einladenden und vielfältigen Arbeitsbereich, der Kreativität und Leidenschaft fördert.                                                                                                                                                                |
| <a href="#">Xbox Game Studios Publishing</a><br>1 Microsoft Way<br>Redmond, WA 98052                  | Xbox Game Studios Publishing ist eine Gruppe von Fachleuten aus der Spielebranche, die mit unabhängigen Entwicklern von Weltrang an innovativen Xbox-Franchises arbeiten. Ihre Studiopartner verschieben die Grenzen der Technologie, des Geschichtenerzählens und der Spielerbindung, um großartige Spiele für ein breites Publikum auf der ganzen Welt zu entwickeln.                                                                                                                                                                                       |
| <a href="#">Lost Lake Games</a><br>600 1st Ave. Suite 102<br>Seattle, WA 98104<br>+1 206 817 2307     | Lost Lake ist ein unabhängiges Spielentwicklungsstudio, das sich auf PC- und konsolenbasierte Multi-genre-Spiele konzentriert.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| <a href="#">MXTreality</a><br>3200 1st Ave. S, Suite 300<br>Seattle, WA 98134<br>+1 844 697 2333      | MXTreality ist ein Technologieunternehmen, das sich auf Virtual- und AR-Erlebnisse und -Lösungen sowohl für B2B- als auch für B2C-Umgebungen spezialisiert hat. Das Unternehmen wurde 2013 gegründet und hat Niederlassungen in Seattle, WA, und London, UK. MXTreality glaubt an die Schaffung immersiver und fesselnder Erlebnisse für jeden, auf jedem Gerät.                                                                                                                                                                                              |
| <a href="#">Nintendo</a><br>4600 150th Ave. NE<br>Redmond, WA 98052<br>+1 425 882 2040                | Nintendo of America wurde 1980 gegründet und ist eine hundertprozentige Tochtergesellschaft von Nintendo Co. Ltd, die Videospiele und Konsolen für die Unterhaltungsindustrie herstellt.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| <a href="#">Penny Arcade</a><br>9660 153rd Ave. NE<br>Redmond, WA 98052<br>+1 206 368 8000            | Sie erstellen und verbreiten Spielinhalte, hauptsächlich online, an Mio. von Lesern weltweit. Ursprünglich als dreimal wöchentlicher Comicstrip gestartet, hat sich Penny Arcade zum größten Gaming-Festival Nordamerikas (PAX), der größten Gaming-Wohltätigkeitsorganisation Nordamerikas (Child's Play) und einer Reihe von Videoserien, Videospielen und Büchern entwickelt.                                                                                                                                                                              |

|                                                                                                                           |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <a href="#">Pluto VR</a><br>154 N. 35th St. #200<br>Seattle WA, 98103<br>+1 360 362 5173                                  | Pluto VR wurde 2015 von Gibson, Jared Cheshier, dem ehemaligen Disney-Animationsmanager Jonathan Geibel und PopCap-Mitbegründer John Vechev gegründet. Zu seinen anderen Projekten gehören ein gleichnamiger Kommunikationsdienst für VR-Umgebungen und Metachromium, ein räumlicher Browser, mit dem Sie Webbrowser-Apps als Overlay über jedem anderen VR-Spiel öffnen können.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| <a href="#">Polyarc Games</a><br>1932 1st. Ave. Suite 510<br>Seattle, WA 98101<br>+1 206 240 5647                         | Fasziniert von den kontinuierlichen Fortschritten in der virtuellen Realität konnten die Gründer von Polyarc diese anregenden und bedeutenden kreativen Möglichkeiten nicht ignorieren. Nachdem sie Bungie 2015 verlassen hatten, machten sie sich selbstständig und ergriffen die unverkennbare Chance, die Zukunft der Spieleentwicklung zu beeinflussen.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
| <a href="#">PopCap Games (Electronic Arts)</a><br>800 5th Ave.<br>Seattle, WA 98104                                       | PopCap ist ein Spieleentwicklungsstudio mit Sitz in der Innenstadt von Seattle. Das im Jahr 2000 gegründete PopCap, das vor allem für Bejeweled, Peggle, Zuma, Insaniquarium und Plants vs. Zombies bekannt ist, ist ein Studio von Electronic Arts.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
| <a href="#">Rainway</a><br>2505 3rd Ave. #324<br>Seattle, WA 98121<br>+1 206 588 1602<br>Community@rainway.com            | Rainway bringt interaktives Echtzeit-Streaming mit einer Reihe von Tools für unabhängige Entwickler, Spieleentwickler und Organisationen auf ein neues Niveau.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| <a href="#">Starform</a><br>1501 E. Madison St.<br>Seattle, WA                                                            | Starform entwickelt fantastische Unterhaltung, indem es kleine Teams von talentierten Spieleentwicklern zusammenstellt. Jedes Team ist völlig autonom und erhält die Werkzeuge, die Infrastruktur und die Unterstützung, um seine Spiele in Zusammenarbeit mit den Spielern zu entwerfen und zu entwickeln.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
| <a href="#">Sucker Punch Productions</a><br>929 108th Ave. Suite 200<br>Bellevue, WA 98004<br>+1 425 649 2192             | Sucker Punch Productions, LLC ist ein amerikanischer Videospielentwickler mit Sitz in Bellevue, Washington. Das Unternehmen ist vor allem für die Entwicklung von Actionspielen für PlayStation-Konsolen wie Sly Cooper, Infamous und Ghost of Tsushima bekannt.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| <a href="#">The Pokémon Company International</a><br>10400 4th St. NE Suite 2800<br>Bellevue, WA 98004<br>+1 425 229 6000 | The Pokémon Company International, eine Tochtergesellschaft von The Pokémon Company in Japan, verwaltet das Eigentum außerhalb Asiens und ist für das Markenmanagement, die Lizenzierung, das Marketing, das Pokémon Trading Card Game, die Zeichentrickserie, das Home Entertainment und die offizielle Pokémon-Website zuständig.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| <a href="#">Turnt Gaming</a><br>2577 25th Ave. W<br>Seattle, WA 98199                                                     | Das Turnt Gaming-Portfolio entwickelt interaktive Unterhaltungsprodukte und -medien der nächsten Generation mit einem starken Fokus darauf, die Art und Weise, wie Spiele und Live-Inhalte konsumiert werden, neu zu gestalten. Sie arbeiten mit Blockchain-, Gaming- und Wettunternehmen zusammen, um neue Wege des Spielens zu schaffen.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| <a href="#">Valve Corporation</a><br>10400 4th St. NE, Floor 14<br>Bellevue, WA 98004<br>+1 425 889 9642                  | Valve ist ein Unternehmen für Unterhaltungssoftware und Technologie. Der erste Titel des Unternehmens, Half-Life, wurde mit über 50 Preisen für das Spiel des Jahres ausgezeichnet und zum "Besten PC-Spiel aller Zeiten" gekürt. Valve entwickelt Spitzentechnologien wie die Source®-Spiele-Engine und Steam®, eine führende Plattform für digitale Inhalte, die Millionen von Nutzern auf der ganzen Welt Tausende von Spielen bietet. Im Jahr 2015 führte Valve die Steam-Hardware-Geräte ein, eine Sammlung von Hardware-Geräten, die Steam über den Desktop hinaus erweitern. Im Jahr 2016 startete SteamVR, eine Plattform für die Erstellung und den Vertrieb von führenden VR-Produkten. |
| <a href="#">Zynga</a><br>159 S. Jackson St.<br>Seattle, WA 98104<br>+1 855 449 9642                                       | Zynga ist ein amerikanischer Entwickler, der soziale Videospieldienste betreibt. Das Unternehmen konzentriert sich in erster Linie auf mobile und Social-Networking-Plattformen und möchte die Welt durch Spiele verbinden. Zynga startete sein bekanntestes Spiel, FarmVille, im Juni 2009 auf Facebook und erreichte innerhalb von sechs Wochen zehn Millionen täglich aktive Nutzer (DAU).                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |

## Kalifornien: Verbände, Forschung, und Institutionen

| Institution                                                                                                                                                                            | Kurzbeschreibung                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <a href="#">Games and Interactive Media at Stanford (GAIMS)</a><br>269 Campus Dr.<br>Stanford, CA 94305                                                                                | GAIMS bringt verschiedene Personengruppen auf dem Campus und in der Umgebung zusammen, die sich für verschiedene Aspekte dieses Themas interessieren. Die Gemeinschaft umfasst Experten für Gaming-Medien und -Geschichte, Technologien, wissenschaftliche Forschung, Industrie und künstlerischen Wert - bis hin zu Enthusiasten, die einfach nur ein gutes Spiel genießen. Darüber hinaus organisieren sie Veranstaltungen zu den Themen Forschung, Bildung, Gemeinschaftsbildung und Freizeitgestaltung.                                                                                                                        |
| <a href="#">Gnomon School of Visual Effects, Games &amp; Animation</a><br>1015 N. Cahuenga Blvd.<br>Los Angeles, CA 90038<br>+1 323 466 6710<br>Info@gnomon.edu                        | Gnomon ist ein College das sich auf die technische und künstlerische Ausbildung spezialisiert hat, die für Karrieren im Bereich der visuellen Effekte und für den Erfolg im Spielbereich erforderlich ist.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| <a href="#">Institute for Interactive Arts, Design, and Technology (InArt) at California State University</a><br>5151 State University Dr.<br>Los Angeles, CA 90032<br>+1 323 343 3000 | Das Institute for Interactive Arts, Research, and Technology (InArt) ist ein interdisziplinäres Institut an der California State University, Los Angeles, das künstlerische Forschung und kritisches Design im Bereich der digitalen Erzählung und des kritischen Spieldesigns zusammenführt und synergetisch nutzt. Dozenten, Studenten und Künstler arbeiten eng zusammen, um neue und frische Medieninhalte und digitale Geschichten zu schaffen: Spiele, Experimente mit räumlichem Storydesign, improvisationsbasiertes Theater, 360°-Erzählungen, VR-Erlebnisse, Apps und Erzählungen in sozialen Medien im weitesten Sinne. |



|                                                                                                                                                      |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <a href="#">International Game Developers Association- San Francisco Chapter</a><br>(Virtual)<br>+1 510 325 0239<br>Info@igda.org                    | IGDA ist ein lokaler Ortsverband der International Game Developers Association, einem 501(c)(6) gemeinnützigen Berufsverband und einem globalen Netzwerk, das Personen aus allen Bereichen der Spieleentwicklung umfasst - von Programmierern und Produzenten bis hin zu Autoren, Künstlern, QA und Lokalisierung.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| <a href="#">Sacramento Developer Collective</a><br>Lab 7 Coworking<br>2417 21st St.<br>Sacramento, CA 95818<br>info@sacdevcollective.org             | Das Sacramento Developer Collective hat es sich zur Aufgabe gemacht, die Karriere und das Leben von Videospiel- und Kreativentwicklern zu verbessern, indem es Mitglieder mit Gleichgesinnten zusammenbringt, die berufliche Entwicklung fördert und sich für Themen einsetzt, die die Entwicklergemeinschaft betreffen. Die Idee ist, Entwicklern einen Ort zu bieten, an dem sie zusammenkommen, Ideen austauschen, Freundschaften schließen und lernen können, wie man in der Branche Fuß fassen kann.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| <a href="#">Streaming Video Technology Alliance</a><br>5177 Brandin Ct.<br>Fremont, CA 94538                                                         | Die SVTA ist eine gemeinnützige technische Vereinigung, die den Unternehmen der Streaming-Video-Branche ein Forum zur Zusammenarbeit bei der Verbesserung der Interoperabilität von Streaming-Video bietet. Netzbetreiber, Dienstanbieter (CDNs), Verkäufer, Forschungseinrichtungen und andere technische Verbände arbeiten in Arbeitsgruppen zusammen, um bewährte Verfahren und Spezifikationen für Streaming-Video zu definieren, die eine einheitlichere Erfahrung für den Endbenutzer gewährleisten und die weitere Verbreitung von Online-Video fördern. Die Ergebnisse der Arbeitsgruppen werden als technische Dokumente veröffentlicht, die der Branche frei zur Verfügung stehen.                                                                                                                                                                                                                       |
| <a href="#">The Museum of Art and Digital Entertainment (MADE)</a><br>921 Washington St.<br>Oakland, CA 94607<br>+1 510 457 0211<br>Info@themade.org | Das Museum of Art and Digital Entertainment wurde 2011 als gemeinnützige Einrichtung gegründet, die sich der Bewahrung unseres digitalen Erbes in spielbarer Form widmet und die nächste Generation von Spieleentwicklern inspirieren möchte. MADE versucht, die Erhaltung von Videospielen als historisches und künstlerisches Medium im Kontext unserer Zeit zu legitimieren.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| <a href="#">UC Santa Barbara Center for Digital Games Research</a><br>2201 North Hall<br>Santa Barbara, CA 93106<br>+1 805 893 7787                  | Das Center for Digital Games Research bringt Fakultätsmitglieder der UC Santa Barbara aus verschiedenen Bereichen zusammen, um gemeinsam an der Erforschung und Gestaltung von digitalen Medien, Spielen und Spieltechnologien zu arbeiten. Sie erforschen, wie Menschen Spielerfahrungen verarbeiten und wie man wirkungsvollere und effektivere Spiele entwickeln kann. Sie erforschen die vielen Möglichkeiten, wie digitale Medien und Spiele das heutige Leben beeinflussen und wie man sie jetzt und in Zukunft verbessern und innovativ nutzen kann.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| <a href="#">VR/AR Association – San Francisco Chapter</a><br>(Virtual)<br>+1 650 374 0036<br>Info@thevrara.com                                       | Die 2015 gegründete VR/AR Association ist eine globale Mitgliedergemeinschaft von Experten im Bereich Virtual Reality und Augmented Reality mit Chaptern in Großstädten auf der ganzen Welt, um die Forschung zu fördern, Standards zu entwickeln und Mitglieder zu fördern und zu verbinden. Die VR/AR Association fördert und unterstützt VR/AR-Chapter in Städten auf der ganzen Welt. Die Chapter werden von einem Chapter President geleitet, der die Mission der VR/AR Association unterstützen soll. Zu seinen Aufgaben gehören die Organisation von Treffen mit Rednern, Podiumsdiskussionen und Präsentationen im zweimonatlichen Rhythmus, die Unterstützung von Forschungsarbeiten und Fallstudien in den Ortsverbänden sowie die Förderung von Mitgliedsunternehmen und Einzelpersonen, die an der Entwicklung aller Aspekte des Ökosystems der virtuellen und erweiterten Realität interessiert sind. |

## Washington State: Verbände, Forschung, und Institutionen

| Institution                                                                                                                                                   | Kurzbeschreibung                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <a href="#">Academy of Interactive Entertainment (AIE) – Seattle</a><br>305 Harrison St. Suite 405<br>Seattle, WA 98109<br>+1 206 428 6350<br>Seattle@aie.edu | Die Academy of Interactive Entertainment (AIE) ist eine Bildungseinrichtung für 3D-Animation, Spieldesign und visuelle Effekte. Die AIE wurde als gemeinnützige Organisation gegründet, um den kreativen digitalen Sektor zu fördern. Sie leistete Pionierarbeit bei der Entwicklung spezieller Qualifikationen für Spiele und ist auch weiterhin durch Industriepartnerschaften und dynamischen Unterricht innovativ. Die AIE-Kurse sind praxisnah, karriereorientiert und werden von branchenerfahrenen Lehrern in einer unterhaltsamen und kreativ anspruchsvollen Studioumgebung durchgeführt. |
| <a href="#">DigiPen Institute of Technology</a><br>9931 Willows Rd. NE<br>Redmond, WA 98052<br>+1 866 478 5236<br>Outreach@digipen.edu                        | DigiPen ist eine Universität für Interaktive Medien und Videospiele. Sie bietet Studiengänge in Informatik, Computertechnik, Tontechnik, Animation, Spieleentwicklung und Spieldesign an.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| <a href="#">International Game Developers Association – Seattle Chapter</a><br>(Virtual)<br>Contact@igdaseattle.org                                           | IGDA ist ein lokaler Ortsverband der International Game Developers Association, ein nach 501(c)(6) gemeinnütziger Berufsverband, der Personen aus allen Bereichen der Spieleentwicklung umfasst - von Programmierern und Produzenten bis hin zu Autoren, Künstlern, QA und Lokalisierung.                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| <a href="#">Seattle Association for Women in Science (AWIS)</a><br>1100 Fairview Ave. N<br>Seattle, WA 98109<br>Info@seattleawis.org                          | Die Aufgabe der Seattle Area Chapter of the Association for Women in Science (AWIS) ist es, ein breites interdisziplinäres Umfeld zu schaffen, um die Karrieren von Frauen in Wissenschaft und Technik voranzutreiben und die Beteiligung von Mädchen an den Wissenschaften zu fördern. Die gesamte Gemeinschaft von Seattle wird davon profitieren, wenn Frauen in allen MINT-Bereichen positiv repräsentiert, entlohnt und für ihre Leistungen anerkannt werden.                                                                                                                                 |

|                                                                                                                                                                                                                                             |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <a href="#">Seattle Indies</a><br>Seattle, WA<br>+1 360 217 9965<br><a href="mailto:Contact@seattleindies.org">Contact@seattleindies.org</a>                                                                                                | Seattle Indies ist eine gemeinnützige Organisation, die sich auf die Schaffung einer lebendigen Gemeinschaft für unabhängige Spieleentwickler im Großraum Puget Sound konzentriert. Sie bieten wöchentliche und monatliche Treffen an, die es den Leuten ermöglichen, Spiele zu entwickeln, Feedback auszutauschen, sich zu vernetzen und die neuesten Nachrichten in der Branche zu diskutieren, und bemühen sich, jeden mit einer Leidenschaft für die Entwicklung von Spielen einzubeziehen.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| <a href="#">Seattle Online Broadcasters Association (SOBA)</a><br>Seattle, WA<br><a href="mailto:Info@seattleoba.org">Info@seattleoba.org</a>                                                                                               | Die Seattle Online Broadcasters Association ist eine Non-Profit-Organisation, die mit dem Ziel gegründet wurde, der Online-Rundfunk-Community in der Region Seattle eine Ressource für Zusammenarbeit, Bildung und gegenseitige Unterstützung zu bieten. Sie veranstalten eine Reihe von regelmäßigen sozialen, Bildungs- und Networking-Veranstaltungen für ihre Mitglieder, darunter das Hauptereignis, ein monatliches Treffen im GameWorks Seattle.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| <a href="#">University of Washington Game Research Group</a><br>1851 Grant Lane NE<br>Seattle, WA 98105                                                                                                                                     | Die Game Research Group erforscht neue Ideen und Ansätze für die Organisation und den Zugang zu Videospielen und interaktiven Medien, das Verständnis des Nutzerverhaltens im Zusammenhang mit Videospielen und die Nutzung von Videospielen für informelles Lernen. Sie erforscht verschiedene Themen im Zusammenhang mit der Datenmodellierung, der Erstellung von Metadaten und dem Aufbau von kontrollierten Vokabularen für Spiele und andere verwandte Medien wie Musik, Kunstwerke, Videos und mehr. Die Gruppe ist auch für die Entwicklung und Pflege des Videospiel-Metadatenschemas verantwortlich, um die Katalogisierungspraxis dieser populären kulturellen Artefakte in Kulturerbe-Organisationen voranzutreiben und die Nutzung von Spielen in Bildung und Wissenschaft zu unterstützen.                                                                                                               |
| <a href="#">University of Washington Reality Lab</a><br>Paul G. Allen Center, Box 352350<br>185 E. Stevens Way NE<br>Seattle, WA 98195<br>+1 206 616 3413<br><a href="mailto:Realitylab@cs.washington.edu">Realitylab@cs.washington.edu</a> | Das UW Reality Lab vereint ein interdisziplinäres Team von UW-Fakultäten, Doktoranden und Studenten, die in den Bereichen 3D-Computersehen und -wahrnehmung, Objekterkennung, Grafik, Spielwissenschaft und -pädagogik, verteiltes Rechnen, Stream Processing, Datenbanken und Computerarchitektur sowie Datenschutz und Sicherheit arbeiten.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| <a href="#">Washington Interactive Network</a><br>8383 158th Ave. NE Suite 225<br>Redmond, WA 98052<br><a href="mailto:Info@washingtoninteractivenetwork.org">Info@washingtoninteractivenetwork.org</a>                                     | Washington Interactive Network ist eine gemeinnützige 501c3-Organisation mit der Aufgabe, das Cluster der interaktiven Medien im Bundesstaat Washington zu fördern, zu pflegen und auszubauen. Durch die Förderung einer Gemeinschaft rund um das Branchencluster hat WIN dazu beigetragen, mehr hochwertige Arbeitsplätze in der Region zu schaffen. Heute zählt die Branche im Bundesstaat Washington mehr als 400 Unternehmen mit einem Umsatz von über 28 Milliarden Dollar und ist weltweit führend bei der Entwicklung interaktiver Medien und der Schaffung von geistigem Eigentum.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| <a href="#">VR/AR Association – Seattle Chapter (Virtual)</a><br><a href="mailto:Info@thevrara.com">Info@thevrara.com</a>                                                                                                                   | Die 2015 gegründete VR/AR Association ist eine globale Mitgliedergemeinschaft der besten Köpfe im Bereich Virtual Reality und Augmented Reality mit Chaptern in Großstädten auf der ganzen Welt, um die Forschung zu fördern, Standards zu entwickeln und Mitglieder zu fördern und zu verbinden. Die VR/AR Association fördert und unterstützt VR/AR-Chapter in Städten auf der ganzen Welt. Die Chapter werden von einem Chapter President geleitet, der die Mission der VR/AR Association unterstützen soll. Zu seinen Aufgaben gehören die Organisation von Treffen mit Rednern, Podiumsdiskussionen und Präsentationen im zweimonatlichen Rhythmus, die Unterstützung von Forschungsarbeiten und Fallstudien in den Ortsverbänden sowie die Förderung von Mitgliedsunternehmen und Einzelpersonen, die an der Entwicklung aller Aspekte des Ökosystems der virtuellen und erweiterten Realität interessiert sind. |

## Kalifornien: Unterstützung für Entrepreneurure

| Institution                                                                                                                                                                                          | Kurzbeschreibung                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <a href="#">Bay Area Council Economic Institute</a><br>353 Sacramento Street<br>San Francisco, CA 94111<br>+1 415 981 7117<br><a href="mailto:Bacei@bayareacouncil.org">Bacei@bayareacouncil.org</a> | Das Wirtschaftsinstitut des Bay Area Council bietet eine gemeinsame Plattform für Führungskräfte, um bei Schlüsselfragen, die die regionale Wirtschaft betreffen, zu handeln. Es erreicht dies durch die Erstellung zielgerichteter Analysen zu Schlüsselfragen, die die Bay Area und ihre Zukunft betreffen, und durch die Mobilisierung regionaler und staatlicher Führungspersönlichkeiten, um diese Fragen auf der Grundlage von Arbeitspartnerschaften und einer soliden Grundlage wirtschaftlicher und politischer Analysen anzugehen. |
| <a href="#">Central California</a><br>P.O. Box 11445<br>Bakersfield, CA 93389<br>+1 888 998 2345<br><a href="mailto:jfaughn@centralcalifornia.org">jfaughn@centralcalifornia.org</a>                 | Die California Central Valley Economic Development Corporation (CCVEDC) ist eine regionale Marketinggruppe, deren Aufgabe es ist, die Schaffung von Arbeitsplätzen in den Tal-, Berg- und Wüstengemeinden in Fresno, Kern, Kings, Madera, Merced, San Joaquin, Stanislaus und Tulare zu fördern.                                                                                                                                                                                                                                             |
| <a href="#">Disney Accelerator</a><br>500 S. Buena Vista St.<br>Burbank, CA 91521<br><a href="mailto:Info@disneyaccelerator.com">Info@disneyaccelerator.com</a>                                      | Disney Accelerator ist ein Unternehmensentwicklungsprogramm, das das Wachstum innovativer Unternehmen aus aller Welt beschleunigen soll.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| <a href="#">German Accelerator Inc.</a><br>325 Forest Ave<br>Palo Alto, CA 94301<br><a href="mailto:Info@germanaccelerator.com">Info@germanaccelerator.com</a>                                       | German Accelerator Inc. beschäftigt sich in erster Linie mit der Beratung und Unterstützung des Managements von privaten, gemeinnützigen und öffentlichen Organisationen. Diese Einrichtungen führen in der Regel eine Vielzahl von Aktivitäten durch, wie z.B. strategische und organisatorische Planung, Finanzplanung und Budgetierung, Marketingziele und -politik, Planung, Bewertung und Auswahl von Informationssystemen, Planung der Personalpolitik und -praxis sowie Planung der Produktionsplanung und -steuerung.                |

|                                                                                                                                                                |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <a href="#"><u>Greater Sacramento Economic Council</u></a><br>400 Capitol Mall<br>Sacramento, CA 95814<br>+1 916 441 2144<br>Info@greatersacramento.com        | Der Wirtschaftsrat von Greater Sacramento ist der Katalysator für innovative Wachstumsstrategien in der Hauptstadtregion von Kalifornien. Der Rat ist dafür verantwortlich Unternehmen zu halten, anzuziehen, zu vergrößern und zu skalieren, fortschrittliche Industrien zu entwickeln und Arbeitsplätze und Investitionen in der gesamten Region um Sacramento zu schaffen. Als öffentlich-private Partnerschaft hat der Rat die Aufgabe, das Wirtschaftswachstum voranzutreiben. |
| <a href="#"><u>Hella Ventures</u></a><br>44 Montgomery St.<br>San Francisco, CA 94104                                                                          | HELLA Ventures ist der Corporate-Venture-Capital-Arm von HELLA, der sich um Investitionen in Unternehmen in der Frühphase bemüht und gleichzeitig als strategischer Geldgeber mit Branchenkenntnis und Marktzugang auftritt. Die Kernaufgabe von HELLA Ventures besteht darin, die Wertschöpfung für Start-ups und HELLA zu maximieren, indem Fachwissen kombiniert und das Beste aus beiden Welten herausgeholt wird.                                                              |
| <a href="#"><u>Los Angeles County Economic Development Corporation</u></a><br>444 S. Flower St.<br>Los Angeles, CA 90071<br>+1 213 622 4300<br>Info@laedc.org  | Das LAEDC ist die lokale Wirtschaftsförderung im County LA. Die Organisation bietet Unterstützung wie Standortsuche, allgemeine Recherche und Kontaktvermittlung für Unternehmen, die an einer Ansiedlung in dieser Gegend interessiert sind.                                                                                                                                                                                                                                       |
| <a href="#"><u>Plug &amp; Play LLC</u></a><br>440 N. Wolfe Rd.<br>Sunnyvale, CA 94085<br>+1 408 524 1400                                                       | Das Plug and Play Tech Center (oder "Plug and Play") ist eine Plattform für Frühphasen-Investoren und Unternehmensinnovationen mit Hauptsitz in Sunnyvale, Kalifornien, im Silicon Valley.                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| <a href="#"><u>San Diego Regional Economic Development Corporation</u></a><br>530 B St.<br>San Diego, CA 92101<br>+1 619 234 8484<br>Info@sandiegobusiness.org | Die San Diego Regional Economic Development Corporation - kurz EDC - ist eine unabhängig finanzierte Wirtschaftsentwicklungsorganisation, die Unternehmen, Regierung und Führungskräfte der Zivilgesellschaft für eine integrative Wirtschaftsentwicklungsstrategie mobilisiert, den regionalen Wohlstand zu maximieren, die globale Wettbewerbsfähigkeit zu verbessern und San Diego effektiv für Investitionen und Talente zu positionieren.                                      |
| <a href="#"><u>US Market Access Center</u></a><br>101 Jefferson Drive<br>Menlo Park, CA 94025<br>+1 415 462 4633<br>Info@usmarketaccess.com                    | Das US Market Access Center (abgekürzt USMAC) ist ein Business Accelerator und Handelstor in die Vereinigten Staaten für internationale High-Tech-Unternehmen. Das USMAC ist auf den US-Marktzugang für kleine bis mittlere, wachstumsstarke Unternehmen in den Bereichen Information und Kommunikation, saubere Technologien und Biowissenschaften spezialisiert, die planen, ihr Marketing, ihren Vertrieb und ihre Geschäftstätigkeit in die Vereinigten Staaten auszuweiten.    |

## Washington State: Unterstützung für Entrepreneure

| Institution                                                                                                                                        | Kurzbeschreibung                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <a href="#"><u>Bellevue Chamber of Commerce</u></a><br>330 112th Ave. NE #100<br>Bellevue, WA 98004<br>+1 425 454 2464<br>Info@bellevuechamber.org | Die Bellevue Chamber ist die Stimme der Wirtschaft in der Eastside und vertritt Tausende von Arbeitsplätzen in der Gemeinde.                                                                                                                                                                                                                                                                              |
| <a href="#"><u>CoMotion Labs</u></a><br>4000 Mason Rd. Suite 304<br>Seattle, WA 98105<br>+1 206 543 3970<br>Uwcomotion@uw.edu                      | CoMotion Labs bietet ein branchenübergreifendes Inkubationsumfeld für Start-ups in der Frühphase. Von kritischer Infrastruktur bis hin zu Mentoring und Networking - CoMotion Labs fördert und ermöglicht den Erfolg. Die Start-ups kommen aus verschiedenen Branchen wie IT, Maschinenbau, Clean Tech und AR/VR und reichen von Pre-Seed bis Series A.                                                   |
| <a href="#"><u>Innovation Triangle</u></a><br>Bellevue, WA 98004                                                                                   | Das Innovation Triangle ist eine bahnbrechende Partnerschaft zwischen den Washingtoner Städten Bellevue, Kirkland und Redmond im Osten Seattles sowie dem Hafen von Seattle, die sich dem Aufbau und der Erhaltung des weltweit führenden Innovations- und Technologiezentrums verschrieben haben. Sie stellen die Talente und das Umfeld für Technologieunternehmen bereit, um die Zukunft zu gestalten. |
| <a href="#"><u>OneRedmond</u></a><br>8383 158th Ave. NE Suite 225<br>Redmond, WA 98052<br>+1 425 885 4014<br>Info@oneredmond.org                   | OneRedmond ist die Handelskammer, das Unternehmen für wirtschaftliche und berufliche Entwicklung und die Gemeinschaftsstiftung für die Stadt Redmond in Washington.                                                                                                                                                                                                                                       |
| <a href="#"><u>Pioneer Square Labs</u></a><br>240 2nd Ave. S #300<br>Seattle, WA 98104<br>Hello@psl.com                                            | Pioneer Square Labs ist ein amerikanisches Startup-Studio und Risikokapitalfonds, der 2015 gegründet wurde und seinen Sitz in Seattle, Washington, hat. Es wird von führenden Risikofirmen im ganzen Land finanziert. PSL entwickelt und testet neue Geschäftsideen und gründet neue Unternehmen aus den erfolgreichen Ideen.                                                                             |

|                                                                                                                                                                                                                   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <a href="#">Seattle Metropolitan Chamber of Commerce</a><br>1301 Fifth Ave. Suite 1500<br>Seattle, WA 98101<br>+1 206 389 7200<br><a href="mailto:Info@seattlechamber.com">Info@seattlechamber.com</a>            | Die Kammer setzt sich für die Innovation und den Unternehmergeist ihrer Mitglieder ein, um den wirtschaftlichen Wohlstand zu fördern, sich für ein vitales Unternehmensumfeld einzusetzen und nachhaltige und gesunde Gemeinschaften in der Region Seattle aufzubauen. Heute vertritt die Kammer 2.200 Unternehmen und rund 700.000 Arbeitskräfte in der Region.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| <a href="#">Seattle Office of Economic Development</a><br>700 5th Ave. Suite 5752<br>Seattle, WA 98104<br>+1 206 684 8090<br><a href="mailto:Oed@seattle.gov">Oed@seattle.gov</a>                                 | Das Amt für Wirtschaftsentwicklung (Office of Economic Development, OED) setzt sich für den Aufbau einer integrativen Wirtschaft in der Stadt Seattle ein. Das OED arbeitet auf allen Ebenen der lokalen Wirtschaft, um Klein- und Kleinstunternehmen zu unterstützen, Partnerschaften mit Geschäftsvierteln in der Nachbarschaft, Unterstützung kreativer Wirtschaftszweige und Arbeitnehmer, Partnerschaften mit Schlüsselindustrien, die Innovation, Arbeitsplatzwachstum und globale Wettbewerbsfähigkeit fördern, und in die lokalen Arbeitskräfte zu investieren, wobei der Schwerpunkt auf jungen Menschen, Geringverdienern sowie arbeitslosen und unterbeschäftigten Erwachsenen liegt. |
| <a href="#">Techstars Seattle Accelerator</a><br>1100 NE Campus Parkway<br>Seattle, WA 98195<br>+1 303 720 6559<br><a href="mailto:Info@techstars.com">Info@techstars.com</a>                                     | Techstars führt weltweit 45-50 verschiedene Accelerator-Programme durch, von denen Seattle eine der Niederlassungen ist. Während der dreimonatigen Programme werden die Unternehmen von Mentoren aus der Branche und einem Netzwerk von Unternehmenspartnern, Investoren und Alumni unterstützt. Darüber hinaus bieten sie Finanzierungs- und Fundraising-Möglichkeiten sowie Workshops an, und jedes Unternehmen erhält lebenslangen Zugang zu Techstar-Ressourcen.                                                                                                                                                                                                                             |
| <a href="#">Washington State Department of Commerce</a><br>2001 6th Ave. Suite 2600<br>Seattle, WA 98121<br>+1 360 725 4000<br><a href="mailto:Communications@commerce.wa.gov">Communications@commerce.wa.gov</a> | Das Handelsministerium ist die einzige Behörde der Landesregierung, die sich mit allen Aspekten der kommunalen und wirtschaftlichen Entwicklung befasst: Planung, Infrastruktur, Energie, öffentliche Einrichtungen, Wohnungsbau, öffentliche Sicherheit und Verbrechenopfer, internationaler Handel, Unternehmensdienstleistungen und vieles mehr. Sie arbeiten mit Kommunalverwaltungen, Stämmen, Unternehmen und führenden Persönlichkeiten des öffentlichen Lebens im ganzen Bundesstaat zusammen, um die Gemeinden und Einwohner zu stärken.                                                                                                                                                |

## Kalifornien: Rechtsanwälte, Unternehmensberater und Steuerberater

| Institution                                                                                                                                                                                                                                        | Kurzbeschreibung                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <a href="#">FeldbergPacific Law Group</a><br>Achim W. Hoelzle Attorney at law<br>101 California Street, 23rd Floor<br>San Francisco, CA 94111<br>+1 415 398 5555<br><a href="mailto:Ahoelzle@feldbergpacific.com">Ahoelzle@feldbergpacific.com</a> | FeldbergPacific Law ist eine Anwaltskanzlei, die sich auf die rechtliche Beratung von Start-up- und mittelständischen Unternehmen und Risikokapitalinvestoren in den Bereichen Software, Biotechnologie, medizinische Geräte, erneuerbare Energien und Medien spezialisiert hat. Sie konzentrieren sich auf Unternehmens-, M&A- und VC-Transaktionen sowie Lizenz-, Entwicklungs- und Vertriebsverträge. Zugehören als Rechtsanwalt sind sie in Deutschland und Kalifornien. |
| <a href="#">Foley &amp; Lardner, LLP</a><br>Thomas Carlucci<br>555 California Street, Suite 1700<br>San Francisco, CA 94104<br>+1 415 434 4484<br><a href="mailto:Tcarlucci@foley.com">Tcarlucci@foley.com</a>                                     | Mit Büros in den USA und auf der ganzen Welt kombiniert Foley leistungsstarke nationale Ressourcen mit einem lokalen Fokus, um Beratung in Wirtschaft und Recht zu liefern.                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| <a href="#">Kilpatrick Townsend &amp; Stockton, LLP</a><br>Siegmar Pohl, Partner<br>Two Embarcadero Center, Suite 1900<br>San Francisco, CA 94111<br>+1 415 576 0200                                                                               | Die Anwälte und Mitarbeiter von Kilpatrick Townsend & Stockton nehmen sich die Zeit, die Geschäfte ihrer Kunden zu verstehen und arbeiten mit ihnen zusammen, um ihre Geschäftsziele zu erreichen - sei es bei der Verwaltung komplexer Transaktionen, bei der Bewältigung globaler Compliance, beim Erfolg in Rechtsstreitigkeiten oder beim Schutz ihres geistigen Eigentums.                                                                                              |
| <a href="#">O'Melveny &amp; Myers, LLP</a><br>Caitlin M. Bair<br>Two Embarcadero Center, 28th Floor<br>San Francisco, CA 94111<br>+1 415 984 8700                                                                                                  | O'Melveny, besteht aus Hunderten von Anwälten in 15 Büros weltweit. Sie sind die "go to"-Berater für einige der bekanntesten Unternehmen der Welt.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
| <a href="#">Prager Metis CPAs, LLC</a><br>John Gosch<br>Partner, German Speaking Desk<br>2381 Rosecrans Avenue, Suite 350<br>El Segundo, CA 90245<br>+1 310 207 2220<br><a href="mailto:Jgosch@pragermetis.com">Jgosch@pragermetis.com</a>         | Prager Metis CPAs ist Berater für Dienstleistungen in den Bereichen Buchhaltung, Rechnungsprüfung, Steuern, Beratung und internationale Dienstleistungen. John Gosch ist Partner in der Abteilung für internationale und beratende Dienstleistungen von Prager Metis CPAs. John Gosch betreut Kunden in den Bereichen Konsumgüter, Herstellung und Vertrieb, Online-Einzelhandel, digitale Medien, Technologie und Unternehmensgründung.                                     |
| <a href="#">Seyfarth Shaw, LLP</a><br>Christian Rowley<br>Partner<br>560 Mission Street, Suite 3100<br>San Francisco, CA 94105<br>+1 415 397 2823                                                                                                  | Seyfarth Shaw LLP bietet strategische und praktische Rechtsberatung für Unternehmen jeder Größe. Mit mehr als 800 Anwälten in den USA, London und Shanghai bieten sie sowohl eine nationale und internationale Plattform, um die wechselnden geschäftlichen und rechtlichen Bedürfnisse ihrer Kunden in den Bereichen Prozessführung, Arbeitsrecht, Gesellschaftsrecht, Immobilienrecht und Sozialleistungen zu erfüllen.                                                    |

|                                                                                                                                                                                                               |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b><u>Spott, Lucey &amp; Wall, Inc.</u></b><br>Charlotte Wall Partner<br>601 Montgomery St. Suite 1400<br>San Francisco, CA 94111<br>+1 415 217 6900<br>Info@spottluceywall-cpas.com                          | Spott Lucey & Wall ist eine lokale CPA-Firma, die Steuer- und Bescheinigungsdienstleistungen anbietet. Sie verfügen über mehr als 30 Jahre Erfahrung in der Unterstützung internationaler Geschäfts- und Privatkunden bei der Abwicklung ihrer anspruchsvollen grenzüberschreitenden Transaktionen.                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| <b><u>Squire Patton Boggs, LLP</u></b><br>Mark C. Dosker<br>Partner, Chair Global German Practice<br>475 Sansome Street, 16th Floor<br>San Francisco, CA 94111<br>+1 415 954 0200<br>Mark.dosker@squirepb.com | Squire Patton Boggs beraten eine vielfältige Mischung von Kunden, von Fortune 100- und FTSE 100-Unternehmen bis hin zu jungen Unternehmen und Einzelpersonen. Sie bieten die gesamte Bandbreite der Rechtsberatung, die für die Umsetzung praktischer Strategien und die Beilegung von Streitigkeiten erforderlich ist.                                                                                                                                                                                                                                                               |
| <b><u>TaxPoint, Inc.</u></b><br>Horst Liebl CPA<br>2804 Camino Dos Rios, Suite 205<br>Newbury Park, CA 91320                                                                                                  | Ihre CPAs sprechen Deutsch, Spanisch und Japanisch und sind spezialisiert auf die internationale Steuer-Compliance und die Anforderungen an die Einreichung von Steuer- und Geschäftsunterlagen für Unternehmen und Privatpersonen, die in den USA und auf multinationaler Ebene tätig sind. Sie helfen Kunden z.B. bei Fragen zu ausländischen Steuererklärungen, ausländischen Konten und Vermögensberichten, Intercompany-Preisgestaltung, Einreichung für bestimmte ausländische Unternehmen und Partnerschaften, ausländische Treuhandgesellschaften und Eigentumsübertragungen. |
| <b><u>Taylor Wessing US</u></b><br>Sarah Cole<br>88 Kearny Street, Suite 1770<br>San Francisco, CA 94108<br>+1 650 666 8400                                                                                   | Taylor Wessing ist eine internationale Anwaltskanzlei mit umfassendem Service, die mit Kunden in den dynamischsten Branchen der Welt arbeitet.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| <b><u>U.S. Steuerberatung, LLC</u></b><br>Jens Faulhaber, Partner<br>11601 Wilshire Boulevard, Suite 500<br>Los Angeles, CA 90025<br>+1 646 513 3218<br>Jfaulhaber@ussteuerberatung.com                       | U.S. Steuerberatung LLC ist ein internationales Team von Wirtschaftsprüfern, Steuerberatern und Unternehmensberatern mit Sitz in Los Angeles, New York City und Stamford. Ihre Dienstleistungen umfassen Back-Office-Unterstützung, Aufzeichnungen, Audits, Erstellung von Einkommenssteuererklärungen, allgemeine Steuerkonformität und sowohl nationale als auch internationale Steuerplanung.                                                                                                                                                                                      |

## Washington State: Rechtsanwälte, Unternehmensberater und Steuerberater

| Institution                                                                                                                                                                | Kurzbeschreibung                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b><u>Carol L. Edward and Associates</u></b><br>Carol L Edward, Attorney<br>500 Denny Way<br>Seattle, WA 98109<br>+1 206 956 9556<br>Contact.us@seattle-immigration.com    | Rechtsanwältin Carol L. Edward ist eine Einwanderungsanwältin, die in Fällen von US-Visa, Einwanderung und Staatsbürgerschaft hilft.                                                                                                                                                                                                                                           |
| <b><u>Gordon, Rees, Scully, Mansukhani, LLP</u></b><br>Allen W. Estes III, Partner<br>701 Fifth Ave. Suite 2100<br>Seattle, WA 98104<br>+1 206 695 5127<br>Aestes@grsm.com | Gordon Rees Scully Mansukhani, LLP, gemeinhin als Gordon & Rees bezeichnet, ist eine AmLaw 100-Anwaltskanzlei mit Sitz in den Vereinigten Staaten und mehr als 1.000 Anwälten, die in allen 50 Bundesstaaten tätig sind.                                                                                                                                                       |
| <b><u>Harris Bricken</u></b><br>Nadja Vietz, International Law Attorney<br>600 Stewart St. Suite 1200<br>Seattle, WA 98101<br>+1 206 224 5657                              | Harris Bricken bietet eine breite Palette von Rechtsdienstleistungen im Bereich des Wirtschaftsrechts.                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| <b><u>Ketter Sheppard</u></b><br>Kenneth Sheppard, Attorney<br>50 116th Ave. SE, Suite 201<br>Bellevue, WA 98004<br>+1 206 382 2600<br>Sksp@sksp.com                       | Ketter Sheppard ist eine Anwaltskanzlei und Mitglied des International Business Law Consortium, eines weltweiten Zusammenschlusses führender internationaler Anwaltskanzleien mit entsprechenden Mitgliedern in allen Teilen der Welt.                                                                                                                                         |
| <b><u>Lana Kurilova Rich PLLC</u></b><br>Lana Kurilova Rich, Attorney<br>11004 11th St. Suite 119<br>Bellevue, WA 98004<br>+1 425 289 0629<br>Lkrich@lkrichlaw.com         | Diese Steuerrechtskanzlei bietet Lösungen für bundesstaatliche und einzelstaatliche Steuerfragen, einschließlich staatlicher Umsatzsteuerangelegenheiten, auf allen Ebenen der Komplexität. Rechtsanwältin Lana Kurilova Rich ist eine ehemalige Wirtschaftsprüferin mit mehr als 15 Jahren Erfahrung im Steuer- und Wirtschaftsrecht in den Vereinigten Staaten und Russland. |



[Seattle CPA Professionals, LLC](#)

559 NE 80th St  
Seattle, WA 98115  
+1 206 420 7329

Seattle CPA Professionals bietet Steuer- und Buchhaltungsdienstleistungen im Großraum Seattle an. Wir helfen Ihnen, Ihrem Unternehmen, Ihrem Trust oder Ihrem Nachlass, die Steuergesetze des IRS und der Bundesstaaten einzuhalten.

# Quellenverzeichnis

- 26 German American Law Journal (2017): [Verwendung amerikanischer Markenschutz-Symbole in Deutschland](#), abgerufen am 19.12.2022
- Acer (2023): [5 PC Gaming Trends to Watch for in 2023](#), abgerufen am 30.01.2023
- Alert presented by CalCahmber (2022): [California Keeps Top Trading State Status](#), abgerufen am 05.01.2023
- American National Standards Institute (o.D.): [Company Overview](#), abgerufen am 08.12.2022
- App Lovin (o.D.): [Hardcore Games](#), abgerufen am 30.11.2022
- ARPost (2023): [GDC 2023 State of the Game Industry Report Includes Insights Into VR and AR](#), abgerufen am 30.01. 2023
- Auswärtiges Amt (2021): [Deutschland und USA: Bilaterale Beziehung](#), abgerufen am 04.01.2023
- BCS (2022): [What ist he future of gaming](#) abgerufen am 05.12.2022
- Becker International Law (2019): [Soll Ich Eine Tochtergesellschaft in Den USA Gründen? Von Müttern und Töchtern!](#), abgerufen am 08.12.2022
- BITLAW (2020): [Patent Law in the United States](#), abgerufen am 19.12.2022
- Blockchain Council (2022): [Exploring the Metaverse: Gaming Infrastructure and Opportunities](#), abgerufen am 01.12.2022
- Bloomberg (2023): [Sony Slashes PlayStation VR2 Headset Output After Pre-Orders Disappoint](#), abgerufen am 30.01.2023
- Britannica (o.D.): [Economy of California](#), abgerufen am 05.01.2023
- Britannica (o.D.): [Washington](#), abgerufen am 06.01.2023
- Bureau of Economic Analysis (2021): [Germany International Trade and Investment](#), abgerufen am 04.01.2023
- Bureau of Economic Analysis (2022): [Personal Income by State](#), abgerufen am 06.01.2023
- Business Journal (2020): [Seattle's gaming roots run so deep the city even helped give Nintendo's Mario his name](#), abgerufen am 09.01.2023
- Businesswire (2022): [US Video Game Market Report \(2022 to 2027\)](#), abgerufen am 04.01.2023
- CA.Gov (2022): [California's](#) unemployment rate rose to 4.0 percent for Oct. 2022 abgerufen am 04.01.2023
- CA.Gov (2022): [ICYMI: California Poised to Become World's 4th Biggest Economy](#), abgerufen am 05.01.2023
- California Office of Legislative Counsel (2005): [Title 1.2A of Part 4 of Division 3 of the California Civil Code](#), abgerufen am 09.01.2023
- Central Intelligence Agency (2022): [The World Factbook - USA](#), abgerufen am 03.01.2023
- Cleanedge (2021): [Harnessing San Francisco's Clean Tech Future](#), abgerufen am 06.01.2023
- Cloud Emperium (2021): [Financials for 2021](#): abgerufen am 06.01.2023
- Companies Market Cap (2022): [Largest video game companies by market cap](#), abgerufen am 12.12.2022
- Computer Hope (2022): [Casual Gaming](#), abgerufen am 30.11.2022
- Connected Learning Labs (2023): [What is Connected Learning](#), abgerufen am 17.01.2023
- Consumer Privacy Act (2022): [Washington Privacy Act \(WPA\)](#), abgerufen am 23.01.2023
- Demand Sage(2023): [51+ Live Streaming Statistics For 2023 \(Data & Infographics\)](#), abgerufen am 27.01.2023

Digital Sales (o.D.): [Vertriebswege – direkt oder indirekt, welcher Weg ist besser](#), abgerufen 09.12.2022

Discord (2022) Our Story, abgerufen am 05.12.2022

Dot Esports (2020): [What is cloud gaming?](#), abgerufen am 30.11.2022

Economicsdiscussion (o.D.): [Types of Distribution Channels](#), abgerufen am 09.12.2022

Electronic Arts (2022): [About EA](#), abgerufen am 12.12.2023

Entertainment Software Association (2020): [Report: Video Games Contribute \\$90 Billion+ to U.S. Economy](#), abgerufen am 30.01.2023

Entertainment Software Association (2022): [Californian Video game Industry](#), abgerufen am 06.01.2023

Entertainment Software Association (2022): [Washington Video game Industry](#), abgerufen am 06.01.2023

Entertainment Software Rating Board (2023): [About the International Age Rating Coalition - IARC](#), abgerufen am 09.01.2023

Entertainment Software Rating Board (2023): [Advertising Principles and Guidelines](#), abgerufen am 08.01.2023

Entertainment Software Rating Board (2023): [Rating Guide](#), abgerufen am 10.01.2023

Entertainment Software Rating Board (o.D.): [Our History](#), abgerufen am 19.12.2022

ESA: (o.D.) [Video Game Impact Report](#), abgerufen am 11.01.2023

Esportsbets (2021): [How will Netflix adapt to the gaming industry](#), abgerufen am 17.01.2023

Expansion Solutions (2021): [Washington State: Innovation, Passion and Perseverance](#), abgerufen am 09.01.2023

Extern Labs (2022): [Top Trends That Will Rule The Mobile Gaming Industry In 2023](#), abgerufen am 30.01.2023

EY (2022): [What's possible for the gaming industry in the next dimension?](#), abgerufen am 05.12.2022

Federal Trade Commission (1998): [Children's Online Privacy Protection Rule \("COPPA"\)](#), abgerufen am 05.01.2023

Forbes (2019): [Seattle, WA](#), abgerufen am 09.01.2023

Forbes (2022): [How the gaming industry has leveled up during the pandemic](#), abgerufen am 01.12.2022

Forbes (2022): [The American Economy And The ‚Biden Boom‘](#), abgerufen am 03.01.2023

Forbes (2022): [Video Gaming Industry & Its Revenue Shift](#), abgerufen am 05.12.2022

Forbes (2022): [Why is Inflation so high?](#), abgerufen am 03.01.2023

Fortune (2020): [Forget Netflix. Gaming companies are winning the pandemic](#), abgerufen am 01.12.2022

Founder Institute (o.D.): [How to Pitch Your Startup](#), abgerufen am 07.12.2022

Founders-playbook (2018): [Product-Market Fit](#), abgerufen am 07.12.2022

Game Job Hunter (2022): [Video Game Studios in Seattle](#), abgerufen am 12.12.2022

Game Job Hunter (2022): [Video Games Companies in San Francisco](#), abgerufen am 12.12.2022

Game to Grow (2023): [About Game to Grow](#), abgerufen am 17.01.2023

Gamebyte (2023): [90% of video game sales in 2022 were digital](#), abgerufen am 24.01.2023

Gamedesinging(o.D.) [Gamer Arten](#) abgerufen am 06.01.2023

Gameheads (2023): [Mission](#), abgerufen am 17.01.2023

Gamerant (2021): [President Biden's Net Neutrality Executive Order is Huge for Gamers](#), abgerufen am 04.01.2023

- Gamerbraves (o.D.): [Game distribution process summarized! How does digital copies and physical copies distributed?](#), abgerufen am 24.01.2023
- Games Industry. biz (2023): [Analysts offer predictions for 2023 in games](#), abgerufen am 04.01.2023
- Games Industry.biz (2019): [The heavy toll of making games in the San Francisco Bay Area](#), abgerufen am 06.01.2023
- GDC (2022): [What is the Game Developers Conference?](#), abgerufen am 12.12.2022
- GDC (2022): [Why should you attend GDC?](#), abgerufen am 12.12.2022
- Geek Wire (2020): [Washington State Ranks no. 2 nationwide](#), abgerufen am 09.01.2023
- Geekwire (2022): [National Videogame Output ranking](#), abgerufen am 05.12.2022
- gettyimages (o.D.): [California in the USA](#), abgerufen am 04.01.2023
- gettyimages (o.D.): [Washington State in the USA](#), abgerufen am 06.01.2023
- Growth Engineering (2021): [Gamification](#) abgerufen am 12.01.2023
- GTAI (2021): [US Product Liability: Preventive Measures Before Product Liability](#), abgerufen am 16.12.2022
- GTAI (2022): [Factsheet: USA](#), abgerufen am 06.12.2022
- GTAI (2022): [Wirtschaftsdaten Kompakt USA](#), abgerufen am 03.01.2023
- GTAI (o.D.): [USA](#), abgerufen am 05.01.2023
- Hackernoon (2022): [The potential of Metaverse gaming in 2023](#), abgerufen am 01.12.2022
- IBIS World (2022): [Washington State Economic Profile](#), abgerufen am 06.01.2023
- IGDA (2023): [About Us](#), abgerufen am 17.01.2023
- IGN (2022): [Best Selling Video Game Consoles](#), abgerufen am 30.11.2022
- IHK Region Stuttgart (2021): [Produkthaftung in den USA](#), abgerufen am 16.12.2022
- Insider Intelligence (2022): [E-Sports Ecosystem market Report](#) abgerufen am 05.12.2022
- Insider Intelligence (2023): [US Video Gaming Industry in 2023: Gaming Devices & Video Game Content Viewership Trends](#), abgerufen am 31.01. 2023
- Insider Intelligence (2023): [US Video Gaming Industry in 2023: Gaming Devices & Video Game Content Viewership Trends](#), abgerufen am 31.01. 2023
- Interaction Design Foundation (2022): [Beyond AR vs. VR: What is the Difference between AR vs. MR vs. VR vs. XR?](#), abgerufen am 27.01.2023
- International Association of Privacy Professionals (2022): [Unpacking Washington state's cluster of comprehensive privacy bills](#), abgerufen am 23.01.2023
- Investopedia (2022): [Networking](#), abgerufen am 06.12.2022
- IRS (o.D.): [Forming a Corporation](#), abgerufen am 16.12.2022
- Keengamer (2022): [Gaming Subscription](#), abgerufen am 10.12.2022
- Legal Match (2021): [Chain of Distribution in a Defective Products Claim](#), abgerufen am 16.12.2022

Legislative Analyst's Office (2022): [Proposition 27](#), abgerufen am 05.01.2023

LG (2022): [A Brief History of Gaming](#), abgerufen am 05.12.2022

Libraries (o.D.): [Typical Marketing Channels](#), abgerufen am 09.12.2022

Manager Magazin (2022): [US-Wirtschaft mit stärkstem Wachstum seit knapp 40 Jahren](#), abgerufen am 03.01.2023

Medium (2018): [Esports Industry SWOT Analysis](#), abgerufen am 30.01.2023

MITECHNEWS.COM (o.D.): [Esports Trends Expected In 2023](#), abgerufen am 30.01.2023

Mordor Intelligence (o.D.): [NORTH AMERICA GAMING MARKET - GROWTH, TRENDS, COVID-19 IMPACT, AND FORECASTS \(2023 - 2028\)](#), abgerufen am 12.12.2022

Morgen Stanley (2022): [Video gaming Outlook 2023](#), abgerufen am 06.01.2023

Morning consult (2022): [The subscription economy](#), abgerufen am 10.01.2023

Nations Online (2022): [Size of US States by Area](#), abgerufen am 06.01.2023

OECD (o.D.): [Washington](#), abgerufen am 09.01.2023

Office of the Comptroller of the Currency (o.D.): [Bank Secrecy Act \(BSA\)](#), abgerufen am 09.01.2023

Office of the U.S. Trade Representative (o.D.): [United States-Mexico-Canada Trade Fact Sheet](#), abgerufen am 15.12.2022

Office of the United States Trade Representative (o.D.): [Trade Agreements](#), abgerufen am 09.12.2022

Patent- und Markenzentrum Baden-Württemberg (2020): [U.S.-Patentrecht](#), abgerufen am 19.12.2022

PC Mag (2022): [Best Videogame subscription](#), abgerufen am 10.12.2022

Pestle Analysis (2022): [Video Gaming Industry Analysis: In-Depth Data, Stats and Trends](#), abgerufen am 30.01.2023

Play3.de (2022): [US-Charts im April: PS5 dominiert Umsatz-Charts - Elden Ring nicht mehr an der Spitze](#), abgerufen am 30.11.2022

Playtoday (2022): [Gamer Demographics](#), abgerufen am 06.01.2023

PR NewsWire (2022): [Economic Impact Report](#), abgerufen am 05.12.2022

PR NewsWire (2022): [Economic Impact Report](#), abgerufen am 05.12.2022

Reuters (2022): [Passage of the CHIPS and Science Act: What does this mean for U.S. export controls?](#) abgerufen am 12.01.2023

Roblox (2022): [Roblox Company Information](#), abgerufen am 12.12.2022

Rödl & Partner (2015): Steuern in den USA, abgerufen am 11.12.2022

RUIC (2021): [How to Start a Buiness in California](#), abgerufen am 08.12.2022

Sales Tax Institute (o.D.): [What is Nexus?](#), abgerufen am 16.12.2022

San Francisco (2022): [Did the California exodus continue in 2022? Here's latest population data](#), abgerufen am 05.01.2023

San Francisco (2022): [Did the California exodus continue in 2022? Here's latest population data](#) abgerufen am 04.01.2023

SDC (2023): [Who We Are](#), abgerufen am 17.01.2023

Seattleme (2021): [Video Game Industry History](#), abgerufen am 05.12.2022

Seattple Pi (2020): [Best Cities for Gamers Ranking](#), abgerufen am 05.12.2022

SFGATE (2022): [San Francisco Bay Area has the fastest growing economy in US, report says](#), abgerufen am 06.01.2023



- Singshot (2022): [How to Find Your Product-Market Fit and Grow Your Company](#), abgerufen am 07.12.2022
- Singshot (2022): [How to Find Your Product-Market Fit and Grow Your Company](#), abgerufen am 07.12.2022
- Small business (2020): [How to Choose the Right Distribution Channel for your Business](#), abgerufen am 09.12.2022
- State of California Department of Justice, Office of Attorney General (2023): [California Consumer Privacy Act \(CCPA\)](#), abgerufen am 22.01.2023
- Statista (2022): [Console Gaming](#), abgerufen am 30.11.2023
- Statista (2022): [GDP of the Seattle metro area from 2001 to 2021](#), abgerufen am 09.01.2023
- Statista (2022): [Market capitalization of the largest gaming industry companies in the United States as of February 2022](#), abgerufen am 01.12.2022
- Statista (2022): [Market size of the video games industry in the United States from 2011 to 2022](#), abgerufen am 01.12.2022
- Statista (2022): [Mobile Gaming](#), abgerufen am 26.01.2023
- Statista (2022): [Number of virtual reality \(VR\) and augmented reality \(AR\) users in the United States from 2017 to 2023](#), abgerufen am 12.12.2022
- Streamers Playbook (o.D.): [Gaming PC vs. Regular PC](#), abgerufen am 30.11.2022
- Study.com (2019): [Business Pitch: Definition, Types & Importance](#), abgerufen am 07.12.2022
- SVTA (2023): [Streaming Video Technology Alliance](#), abgerufen am 17.1.2023
- Techopedia (2017): [Video Game Console](#), abgerufen am 30.11.2022
- Techopedia (2018): [Definition Gaming](#), abgerufen am 30.11.2022
- Techtarget (o.D.): [Definition Gaming](#), abgerufen am 30.11.2022
- Techxplore (2022): [Four giants: The major players in video game industry](#), abgerufen am 17.01.2023
- The Digital School (2021): [Comprehensive SWOT Analysis of Electronic Arts – One Of The Worlds Best Video Game Company](#), abgerufen am 30.01.2023
- The Economic Times (2022): [What is Market Concentration](#), abgerufen am 13.12.2022
- The National Association of Foreign-Trade Zones (2018): [U.S. Foreign-Trade Zones](#), abgerufen am 16.12.2022
- The New York Times (2018): [“When Mortal Kombat Came Under Congressional Scrutiny“](#), abgerufen am 19.12.2022
- The San Francisco Standard (2022): [It’s Not All Doom and Gloom, SF’s Economy Grew More Than Any Big U.S. County](#), abgerufen am 06.01.2023
- The Washington Post (2022): [Are video games recession-proof? Sort of, experts say](#), abgerufen am 04.01.2023
- The White House (o.D.): [The Biden-Harris Administration Immediate Priorities](#), abgerufen am 04.01.2023
- The White House. (2022): [FACT SHEET: CHIPS and Science Act](#), abgerufen am 12.01.2023
- Thomas Publishing Company (2022): [What Will Gaming Consoles Look Like in the Future?](#), abgerufen am 30.01.2023
- TRUiC (2021): [How to Start a business in California](#), abgerufen am 08.12.2022
- Twitchtracker (2022): [Statistics](#) abgerufen am 05.12.2022

- U.S. Census Bureau (2022): [International Trade in Goods & Services](#), abgerufen am 03.01.2023
- U.S. Copyright Office (2021): [Circular 61 Copyright Registration of Computer Programs](#), abgerufen am 19.12.2022
- U.S. Customs & Border Protection (2021): [North American Free Trade Agreement](#), abgerufen am 15.12.2022
- U.S. Customs and Border Protection (2020): [About Foreign-Trade Zones and Contact Info](#), abgerufen am 16.12.2022
- U.S. International Trade Commission (2022): [Harmonized Tariff Schedule](#), abgerufen am 08.12.2022
- U.S. Mission to the European Union (2022): [TRANSATLANTIC ECONOMIC COUNCIL \(TEC\)](#), abgerufen am 04.01.2023
- U.S. National Debt Clock (2023): [U.S. National Debt](#), abgerufen am 03.01.2023
- udonis (2022): [the Modern Mobile Gamer](#), abgerufen am 06.01.2023
- United States Census Bureau (o.D.): [QuickFacts](#), abgerufen am 06.01.2023
- Unternehmer.de (2020): [Gründen in den USA: Das must du wissen](#), abgerufen am 08.12.2022
- UrbanDictionary (o.D.): [Hardcore Gamer](#), abgerufen am 30.11.2022
- US Bureau of Labor Statistics (o.D.): [Economy at a Glance](#), abgerufen am 06.01.2023
- USA Today (2022): [10 tips for making the perfect pitch](#), abgerufen am 07.12.2022
- VDI-Z (2021): [Wie deutsche IT-Unternehmen den US-Markt erobern können.](#), abgerufen am 07.12.2022
- Verdict (2022): [What is mobile gaming and why does it matter?](#), abgerufen am 30.11.2022
- Vgl Rocketbrush (2022): [Game Monetization](#), abgerufen am 17.01.2023
- Vitagaming (2023): [Gaming Events to look forward to in 2023](#), abgerufen am 17.01.2023
- von macrotrends (2022): [U.S.Population](#), abgerufen am 03.01.2023
- Washington State Department of Commerce (2022): [Key Sectors Bring Focus to High Growth Industries](#), abgerufen am 06.01.2023
- Washington State Gambling Commission (2020): [Sports Wagering Bill](#), abgerufen am 05.01.2023
- Webwise (o.D.): [What is Twitch](#), abgerufen am 06.01.2023
- Wikitravel (o.D.): [Bay Area](#), abgerufen am 06.01.2023
- WIN (2023): [About](#), abgerufen am 17.01.2023
- World Intellectual Property Organization (2021): [When video games meet IP law](#), abgerufen am 19.12.2022
- World Population Review (2022): [GPD by State 2022](#), abgerufen am 04.01.2023
- World Trade Organization (2014): [Parties and Observers to the GPA](#), abgerufen am 08.12.2022
- World's Top Exports (o.D.): [Washington State's Top 10 Exports](#), abgerufen am 09.01.2023
- XR Today (2022): [What Is the Metaverse? A New Reality Explained](#), abgerufen am 27.01.2023

# Interviewverzeichnis

Interview mit Cami Smith, Senior Executive Recruiter bei ggLocators, durchgeführt am 12.12.2022

Interview mit Tim Cullings, Executive Director bei The Global Game Jam, durchgeführt am 13.12.2022

Interview mit Bill Young, Head of Games bei Twitch, durchgeführt am 09.01.2023

Interview mit Felix Hilgert, Partner bei Osborne Clarke, durchgeführt am 13.01.2023

Interview mit Timm Walter, Manager Gamescon & Events bei games-Verband der deutschen Games-Branche, durchgeführt am 23.01.2023

