

WEGE IN DIE GAMESBRANCHE

# Bildung lässt sich nicht downloaden!

Die Ausbildungswege in die Spieleentwicklung haben sich in den letzten zehn Jahren merklich weiterentwickelt. Doch auch trotz der gestiegenen Zahl an Studierenden können deutsche Bildungseinrichtungen den Fachkräftebedarf der Branche nicht decken.



ie Zahl der Games-relevanten Studiengänge hat nicht nur zugenommen, sie werden

auch immer populärer bei den jungen Erwachsenen. Entsprechend steigt die Zahl der Studierenden, die den Einstieg in die Gamesbranche zum Ziel haben. Ausreichend viele gut ausgebildete Fachkräfte gibt es dennoch nicht. Das bestätigen unter anderem Ubisoft, Kolibri Games und Daedalic Entertainment, drei der führenden Publisher und Entwickler der Bundesrepublik. Von einem Fachkräftemangel sprechen will Kai Fiebig, Human Resources Manager bei

Daedalic Entertainment, dennoch nicht. Der Begriff ist ihm zu pauschal. Zwar bestätigt Fiebig, dass es einen Mangel gibt, dieser zeichne sich aber nur in bestimmten Bereichen ab. Beliebt bei den Studiengängen und Ausbilungsplätzen sind vor allem die, bei denen es um Kreativität geht. Dort sei auch die Angebotswelt noch in Ordnung. "Schaut man sich dann den für die Spielentwicklung essentiellen Bereich an, stellt man fest, dass gerade bei der Programmierung, dem Scripting, der Technical Art, dem Producing oder dem Projekt Management mehr oder weniger große Engpässe vorhanden sind", sagt Fiebig. Für Karolina Böhm, Recruiting Managerin bei Ubisoft Blue Byte, besteht in der Branche ein Mangel an Jobangeboten und eine daraus bedingt geringere Vielfalt an Mitarbeitern vor allem im AAA-Bereich. "Das liegt zum einen einfach

daran, dass sich erst in den letzten Jahren mehr und mehr gamesspezifische Studienangebote an deutschen Hochschulen ergeben haben, deren Absolventen zunächst einmal auf einem Junior-Level anfangen", so Böhm. Gerade Ubisoft würde aber erfahrene Entwickler suchen, die direkt einsteigen können und ihre Expertise einbringen. Sie meint aber auch, dass man in Deutschland die Fördermöglichkeiten nicht vergessen dürfe, die bis vor kurzem noch stark begrenzt waren. Somit wurde es gerade kleineren Studios erschwert, etwas Eigenes auf die Beine zu stellen. Aus der Sicht von Kolibri Games ist das Rennen um die besten Talente noch nicht entschieden. Mobilegames würden immer besser und ausge- →



Human Resources
Manager bei
Daedalic



BÖHM

Recruiting

Managerin bei

Ubisoft Blue

Byte



→ feilter werden, was für das Studio bedeutet, dass sie ständig nach Möglichkeiten suchen müssen, sich zu verbessern. "Nicht nur bei unseren Spielen, sondern auch als Arbeitgeber", so Marina Ivanovic, Head of Recruitment bei Kolibri Games.

#### Angebot im Wandel der Zeit

Blickt man ein paar Jahre zurück, hat sich allerdings schon viel getan.
Vor zehn Jahren etwa gab es nur einen Bruchteil an Studiengängen, nach deren Abschluss eine Karriere in der Gamesbranche der nächste logische Schritt war. Verändert hat sich auch die Talentsuche selbst.

Das Ausbildungsangebot hat sich insofern verändert, dass es bis Ende der 2000er Jahre primär Private Bildungsanbieter gab, erinnert sich Björn Bartholdy von Cologne Game Lab (CGL). Neben einer Vielzahl sehr praxisorientierter Ausbildungs- und Studienangebote privatwirtschaftlicher Unternehmen, bieten heute jedoch eine Vielzahl staatlicher Hochschulen fundierte Studiengänge auf Bachelorund Master-Niveau zu allen Schwerpunktthemen rund um die Gamesentwicklung an. "Auch der akademische Karriereweg durch Promotion und Einbettung in Forschungsprojekte ist auf Seiten der staatlichen Universitäten gegeben", sagt Bartholdy, Co-Director des CGL. Auch Felix Wittkopf, Educational Manager der S4G School for Games in Berlin betont, dass sich die Bildungslandschaft in Deutschland extrem weiterentwickelt hat. "Grundsätzlich herrscht heute ein sehr vielfältiges Angebot wo für jeden etwas dabei sein sollte", sagt er. Cle-

mens Hochreiter von der Hochschule Fresenius in München erzählt von seinen persönlichen Erfahrungen. Als Hochreiter vor 20 Jahren Gamedesign studieren wollte, gab es schlicht noch kein derartiges Angebot. Sein Geschäftspartner Thomas Wagner, mit dem er gemeinsam die Spielfirma Reality Twist gegründet hat, durfte sein damaliges Informatikstudium nicht mit einem Computerspiel abschließen, da dies als "Spielerei" abgetan wurde. "Heute haben wir in München mehrere Hochschulen, die entsprechende Studiengänge anbieten, und es geht sogar soweit, dass wir Studiengänge für Spezialbereiche der Spieleproduktion haben", erklärt Hochreiter.

Veränderungen bei der Suche nach geeigneten Talenten sind zum Teil auf die Verschiebung des Spielesegments aus dem Nischen- oder Zielgruppenmarkt in das Massenmarkt-Segment zurückzuführen, so Fiebig. Außerdem war es anfänglich wohl schwierig. geeignete Talente zu identifizieren. da in der Regel niemand eine speziell auf die Gamesindustrie zugeschnittene Ausbildung hatte. "Mit anderen Worten, man musste erst einmal herausfinden, ob jemand die nötigen Anlagen mitbrachte oder ob ihm die Arbeit an Computerspielen und darüber hinaus auch liegt", sagt Fiebig. So hatten Jobbörsen oder Arbeitsämter noch nicht mal eine Rubrik oder Zuordnung für den Spielebereich. Heute habe sich dies alles gewandelt. Es gibt dedizierte Ausbildungen, Ämter und Jobbörsen haben ihr Angebot an die Gamesindustrie angepasst und auch Webseiten, soziale Netzwerke oder Foren setzen sich mit dem Thema Spielentwicklung mehr auseinan-

#### SAG SCHOOL FOR GAMES -EDUCATIONAL MANGAGER FELIX WITTKOPF

Die im Johr 2011 gegründete und privat geführte S46 School for Games hat ihren Sitz in Berlin. Ala staatlich anerkannte Bildungseinrichtung

ist sie mit einer Berufsfachschule

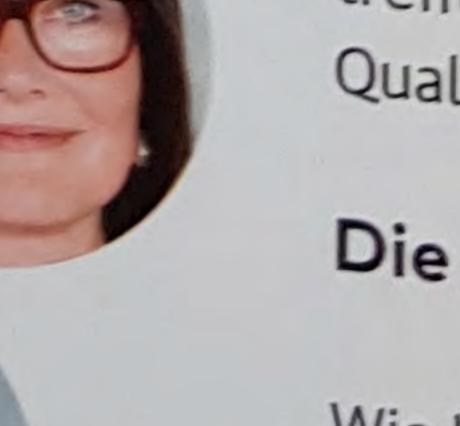
gleichzusetzen. Mit "Game Graphics",
"Game Development" und "Game Engineering bietet sie drei Fachausbildungen
an, welche die Kernbereiche der Spielentwicklung abbilden. Im vierten und
letzten Semester gibt es statt der

Projektarbeit ein zehnwöchiges Praktikum in der Industrie, welches idealerweise direkt als Sprungbrett in den Job dient. \* school4games.net

> der. "Im direkten zeitlichen Vergleich. bieten sich heute viel mehr Möglichkeiten, ausgebildete Talente als noch vor ein paar Jahren zu finden und das Angebot an Möglichkeiten wächst stetig", so Fiebig. Laut Ubisoft reicht es heutzutage nicht mehr aus nur ein Anforderungsprofil zu erhalten und zu suchen, man müsse viel mehr Teil des Projekts sein. Die Branche hat sich weltweit stark weiterentwickelt und man muss als Arbeitgeber einiges bieten, um Fachkräfte zu gewinnen. "Dazu gehören zum Beispiel vielfältige Benefits und umfangreiche Unterstützung beim Umzug nach Deutschland", erklärt Böhm. Auch das Thema Diversity steht bei der Arbeitnehmersuche in den letzten Jahren vermehrt im Vordergrund, laut Kolibri Games. Branchenübergreifend hätten Firmen ein Verständnis für die Vorteile von Teams mit diversen sozialen und kulturellen Hintergründen entwickelt. Auch Kolibri Games investiert seit langem in die Diversifizierung der Recruiting Pipelines, um systematisch und bewusst einen vielfältigen Pool von Mitarbeitern anzuziehen. "Dies bedeutet oft, dass wir sowohl Hard als auch Soft Skills berücksichtigen und wann immer möglich Entscheidungen basierend auf Potential treffen, anstatt auf Erfahrung oder Qualifikation", sagt Ivanovic.

## HTW BERLIN - GAME DESIGN STUDIENGANGSLEITUNG UND GRÜNDER DE:HIVE INSTITUT PROF. SUSANNE BRANDHORST UND PROF. THOMAS BREMER

Im Jahr 2008 hat Thomas Bremer den Studiengang Game Design an der HTW Berlin initiiert und gegründet. Das Studium besteht aus einer Grundlehre im ersten Jahr, während dem die Studierenden ein Grundwissen aller Aspekte der Spieleentwicklung erwerben. Ab dem dritten Semester können Schwerpunkte gesetzt werden. Der Studiengang gestaltet sich als interdisziplinär und lässt somit den Studierenden viel eigenen kreativen Schaffensraum. > gamedesign.htw-berlin.de



### Die Praxis macht es aus

Wie bilden die dedizierten Schulen und Hochschulen der Games-





→ branche nun aus und auf was wird am meisten Wert gelegt? Björn Bartholdy sagt, dass viele der privaten Bildungsanbieter auf die Vermittlung praktischer Fähigkeiten konzentrieren, während die staatlichen Hochschulen zusätzlich einen starken Theorieanteil in ihre Lehrpläne unterbringen. An der HS Fresenius liegt der Fokus auf creative production. "Das heißt, wir kombinieren die betriebswirtschaftliche Seite mit der kreativen - vergleichbar mit einem Filmproduktionsstudiengang. Dabei werden alle Bereiche der Spieleproduktion thematisiert", sagt Clemens Hochreiter. Somit würden die Studierenden die Abläufe kennen, können Teams zusammenstellen und leiten. Die HTW Berlin bietet einen Studiengang an, der die künstlerische und technische Seite der Gamesentwicklung vereint. "Der Studiengang in sich ist schon interdisziplinär aufgebaut, was ermöglicht, dass die Studierenden selber und eigenständig eine Vielzahl von Projekten entwickeln können", sagt

Thomas Bremer, Studiengangsleiter Game Design. Die Studiengangsleitung lege den Studierenden auch keine Schwerpunkte fest, sondern bieten in den ersten zwei Semestern eine Art Grundstudium an, während dem die Studierenden alle Aspekte der Spielentwicklung lernen. Danach können sie Schwerpunkte setzen. Auch in der School for Games ist die Projektarbeit in den ersten drei Semestern ein wichtiges Element. Die S4G setzt zudem auf die Zusammenarbeit mit der Industrie. "Unsere Lehrinhalte werden jährlich zusammen mit Kooperationspartnern auf den Prüfstand gestellt und gegebenenfalls angepasst", sagt Felix Wittkopf.

#### Enger Kontakt

Um auch die Absolventen in die Branche zu vermitteln gibt es viele Schulen und Hochschulen, die in

engem Kontakt mit den Bildungsein. richtungen stehen. "Wir als S4G sind da auch sehr hinterher und halten die Firmen an, sich frühzeitig vor unseren Schülern und baldigen Absolventen zu präsentieren", so Wittkopf. Zweimal im Jahr veranstaltet die S4G Recruitment Days, zu denen zehn bis 15 Firmen eingeladen werden sich vor der versammelten Schülerschaft vorzustellen und danach direkt in Einzelgesprächen in Kontakt treten können. Auch Clemens Hochreiter hat als Studiengangsleiter und Arbeitgeber seiner Produktionsfirma Reality Twist beide Seiten der Medaille erlebt und bestätigt, dass er immer wieder sehr gute Mitarbeiter über Hochschulen gewonnen habe. Auch das CGL lädt regelmäßig Vertreter aus der Praxis zu Vorträgen ein und veranstalten jährlich die internationale Konferenz "Clash of Realities", die Forschung und die künstlerische Praxis vereinen soll. "Eine gute Gelegenheit für die Industrie unsere Studierenden kennenzulernen", so Bartholdy. Die HTW Berlin hat zwar auch ihre Kontaktein die Industrie und bekommt von vielen Seiten, nicht nur aus der Gamesbranche, immer wieder Angebote für die Studierenden zugeschickt. "Die Studierenden bekommen dann natürlich von uns Unterstützung, wie diese ihr Portfolio am besten aufbereiten, aber wir erwarten dann schon, dass die Studierenden sich selbstständig um ihre Karriere kümmern", so Susanne Brandhorst.

aber wir erwarten dann schon, das die Studierenden sich selbstständ um ihre Karriere kümmern", so Sune Brandhorst.

COLOGNE GAME LAB —
TU KÖLN, INSTITUTSLEITER
PROF. BJÖRN BARTHOLDY UND
PROF. DR. GUNDOLF S.

FREYERMUTH

Das CGL wurde 2010 gegründet und ist ein Institut der Kulturwissenschaftlichen Fakultät der TH Köln. Auf zwei Etappen beschäftigen sich Studierende und gängen mit den Bachelor- und drei Master-Studien- Erzählungen. Seit 2015 bietet das CGL den Bachelor diengängen zählen "Games" an. Zu den Master-Stußengängen zählen "Game Development and Research", Games" und "3D Animation für Film & colognegamelah de

#### → Die Konkurrenz schläft nicht

Von diesen vielen Absolventen, die jährlich in Deutschland ihre Ausbildung abschließen, landet der Großteil in der Spielebranche. Natürlich gibt es aber auch Fälle, in denen Absolventen von anderen Branchen geworben werden. "Alle unsere Absolventen, die in die Spielebranche wollen, finden ihren Platz und diejenigen, die in eine andere Branche wollen, kommen auch dort zum Zug", so Susanne Brandhorst von der HTW Berlin. Ihres Erachtens gehen dann die Absolventen in eine andere Branche, wenn sie sich eine dauerhafte und sichere Bezahlung wünschen. So haben sich die wirtschaftliche Voraussetzungen im Gamesbereich deutlich verbessert. "Ich habe manchmal aber das Gefühl, dass sich die Spieleindustrie noch zu sicher ist und darauf vertraut ihre Leute zu bekommen. Da würde ich aber sagen, dass auch andere Branchen sehr aktiv sind und somit viel Konkurrenz aus anderen Industrien kommt", so Brandhorst. Auch Clemens Hochreiter bemerkt, dass gerade an einem Standort wie München viele Absolventen gerade in der Autoindustrie landen und etwa bei BMW am User Interface arbeiten. Dennoch finden nach wie vor der Großteil aller Absolventen der Branche auch ihren zukünftigen Arbeitsplatz im Gamesbereich.

#### Teamwork, Know-how und Motivation

Bei der Frage worauf es bei der Suche nach geeigneten Gamesentwicklern ankommt sind sich die Gamesunternehmen einig, dass der zukünftige Mitarbeiter vor allem im Team gut zurecht kommen muss. Ubisoft sucht etwa einen positiven, proaktiven und kommunikativen Teamplayer, Kolibri Games spricht von einer kollaborativen Denkweise und einem starken

Glauben an die Vorteile von Teamwork als wichtigste Eigenschaften. Für Daedalic steht ebenfalls der "Team Fit" im Vordergrund und ein potentieller Kandidat solle das Team ergänzen und sich gut integrieren.

Teamwork ist aber freilich nicht alles. Auch das Fachwissen muss stimmen. Kolibri Games sucht unter anderem aber auch Persönlichkeiten, die, über das Skillset hinaus, zur Mission und Vision der Firma passen. Das Entwicklerstudio stellt ihre Spieler von Anfang an in den Mittelpunkt all ihrer Entscheidungen. Sie haben auch ihre Arbeitskultur um diese Leidenschaft herum aufgebaut, den Spielern die bestmögliche Erfahrung zu bieten. "Eine wichtige Sache bei der Suche nach Talenten ist Menschen zu finden, die dieses Kernprinzip verstehen, sich damit identifizieren können und bereit sind, Teil unserer Vision zu werden", so Ivanovic. Künftige Mitarbeiter von Kolibri Games müssen ebenso den Wunsch hegen sich persönlich und beruflich weiterzuentwickeln sowie die Neugierde haben Neues zu erforschen und zu lernen. "Wir benötigen vor allem Spezialisten, die AAA-Erfahrung haben, aber natürlich haben auch Juniors eine Chance bei uns zu wachsen", sagt Karolina Böhm, Recruiting Managerin bei Ubisoft Blue Byte. Da Ubisoft nicht nur eigene Titel, sondern auch internationale Ko-Produktion mit anderen Ubisoft Studios einen großen Anteil

ausmachen ist auch die Suche nach HS FRESENIUS MÜNCHEN

- STUDIENGANGSLEITER FÜR GAME DESIGN UND MANAGE-MENT (B.A.) CLEMENS HOCHREITER

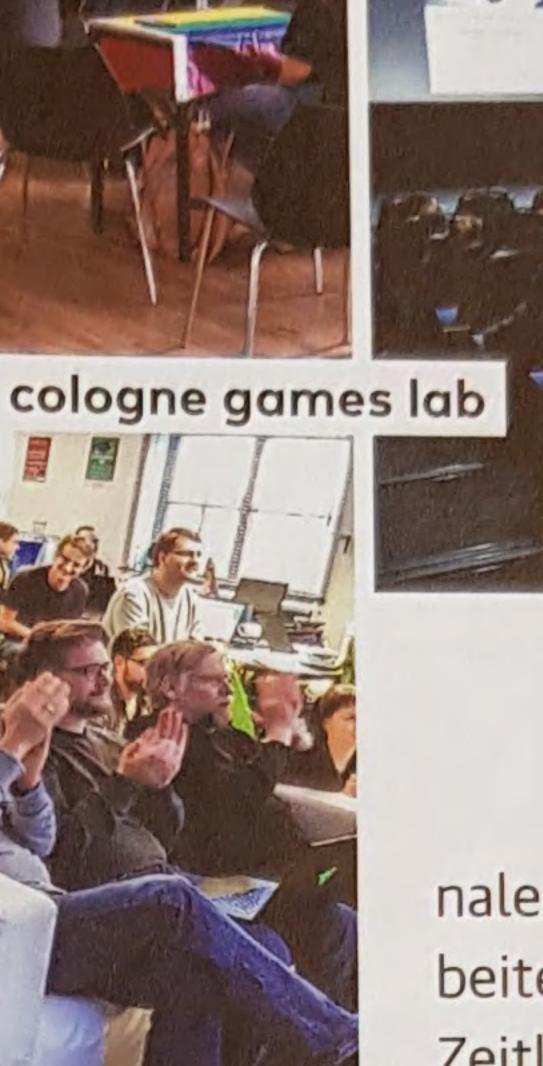
Seit 2019 bietet die Hochschule Fresenius den Bachelorstudiengang "Game Design und Management" an den Standorten Hamburg, Köln, München und Wiesbaden an. Der Studiengang zielt darauf ab, die künstlerischen Fertigkeiten und Kenntnisse des Game Designs zu vermitteln und diese mit betriebswirtschaftlichem Know-How zu ergänzen. Der Studiengang richtet sich primär an werdende Games-Produzenten, ▶ hs-fresenius. de/studium/game-design-und-management-



passenden Mitarbeitern dementsprechend beeinflusst. Ein übergreifendes Verständnis und die Fähigkeit, gut mit anderen Bereichen auch über Länderund Kulturgrenzen zu arbeiten, seien für Ubisoft wichtig. "Wir stellen auch eher mit einer langfristigen Orientierung ein – das aktuelle Projekt ist wichtig aber die Einsetzbarkeit darüber hinaus ist ein nicht zu verachtender Faktor. Die Spieleentwicklung steht niemals still und man muss offen und lernwillig sein und eine gewisse Leidenschaft mitbringen", so Böhm. Für Human Resources Manager Kai Fiebig von Daedalic Entertainment, spielt bei der Suche des passenden Mitarbeiters auch die Motivation eine Rolle. Er beobachtet ob diese intrinsisch oder mehr nach au-Ben gelagert ist, denn das bestimmt, Wie der Bewerber auf sein Potential zugreifen kann. Aber auch die Anpassungsfähigkeit ist ein Muss in der Gamesbranche, da ein ständiger Technologiewandel gegeben ist. "Bewerbern sollte dies bewusst sein und sie sollten keine Berührungsängste haben, etwas Neues lernen zu wollen oder zu müssen. Grob gesagt, es ist halt ein Stück weit wie in der Evolu-









tion, wer sich nicht anpassen kann, wird es schwer haben", so Fiebig.

#### Ein glückliches Händchen

Doch wie gehen Firmen wie Daedalic Entertainment, Kolibri Games und Ubisoft nun bei der Talentsuche vor? Kolibri Games verfolgt beim Recruiting einen kadidatenzentrierten Ansatz. Das Ziel sei es, sowohl sich selbst als auch den Kandidaten die Möglichkeit geben, einander von innen und außen kennenzulernen. "Um dies zu erreichen, arbeiten wir mit einem zusätzlichen Schritt in unserem Recruitingprozess, bei dem wir neben den Standardinterviews mit Hiring Managern auch Leute für ein oder zwei Tage ins Kolibri HQ einladen", so Ivanovic. Für Daedalic ist das klassische Bewerbungsgespräch nach wie vor die beste Methode um Talente zu erkennen. Aber auch die Vorarbeit, die Recherche und die Entscheidung welche Eigenschaften ein potentieller Bewerber mitbringen muss, aber auch ein gutes Händchen bei der Auswahl der Talente tragen viel bei den geeigneten Mitarbeiter zu finden. Ubisoft Steigt schon einen Schritt vorher ein und ist selbst an der Talentförderung beteiligt. Mittels eigenen Initiativen Wie das Ubisoft Education oder das

Ubisoft Entrepreneurs Programm wollen sie Ansprechpartner sein und ihre Erfahrung beisteuern, mit dem Hintergedanken das Games-Ökosystem als Ganzes zu stärken. "Nur wenn wir es schaffen innerhalb von Deutschland eine funktionierende, zukunftsorientierte und sichere Gameslandschaft zu etablieren, können wir auf dem internationalen Markt mithalten", erklärt Karolina Böhm.

#### Talente müssen gefördert werden

Mit der Einstellung des richtigen Kandidaten ist es aber noch nicht getan.
Talente müssen auch intern gefördert werden, damit diese weiterhin am Ball der Zeit bleiben und auch die Unternehmen erfolgreich repräsentieren können. Ubisoft liegt die Aus- und Weiterbildung der Mitarbeiter sehr am Herzen und auch Bestandteil regelmäßiger Gespräche mit den Führungskräften. Diese Weiterbildungen reichen von internen wie externen Trainings über eine eigene Lernplattform und interne Vorträge, bis hin zu Austauschprogrammen mit internatio-

nalen Ubisoft-Studios. Ubisoft-Mitarbeiter erhalten außerdem ein gewisses Zeitkontingent pro Monat, um sich nach eigenen Interessen während der Arbeitszeit weiterzuentwickeln oder an eigenen Projekten zu arbeiten. "Da uns bewusst ist, dass unsere Branche in der Entwicklung nicht stillsteht und unsere Mitarbeiter die Treiber dieser Entwicklung sind, legen wir großen Wert darauf ein Umfeld zu bieten, in denen Lernen und Weiterbildung zu unserer Kultur gehört", sagt Böhm. Auch Kolibri Games bieten eine Vielzahl von Lernwerkzeugen und Plattformen an, sowie ein jährliches Lernbudget. Die Mitarbeiter von Kolibri Games nutzen dies regelmäßig für Workshops, Konferenzen, verschiedene Lernplattformen oder Zertifikate. Kai Fiebig von Daedalic Entertainment sieht die interne Weiterbildung der Mitarbeiter als Grund warum Daedalic vom 2D Point & Click Adventures Studio zu einem Unternehmen wurde, das heute mehrere Spielegenres 2D, wie auch 3D abdeckt. "Genauso wie der Markt für Computerspiele müssen wir auch agil bleiben, das heißt wir müssen unseren Mitarbeitern anbieten, ihr Wissen zu festigen oder zu erneuern, denn nur so haben wir die Möglichkeit, langfristig konkurrenzfähig zu bleiben", erklärt Fiebig.

In der Branche tummeln sich viele
Gelegenheiten sich Aus- und Weiterzubilden. Die Devise "wer rein will,
kommt auch rein" liest sich aber sehr
klar heraus. Wer einmal in der Branche
arbeitet, merkt schnell, dass es sich
um eine sehr große, verrückte Familie
handelt.

SOPHIA JELINEK