

Weisung des Stadtrats von Zürich an den Gemeinderat

vom 26. September 2018

Stadtentwicklung Zürich, Verein «ZGF – Zürich Game Festival», Beiträge 2020–2024, Weiterführung und Erhöhung

1. Zweck der Vorlage

Mit vorliegender Weisung beantragt der Stadtrat dem Gemeinderat die Weiterführung jährlich wiederkehrender Beiträge an den Verein «ZGF – Zürich Game Festival» zur Durchführung des Game-Festivals «Ludicrous» für die Jahre 2020–2024 einschliesslich einer Erhöhung der Beiträge wieder auf Fr. 100 000.– pro Jahr. Die Beiträge waren in den Jahren 2017–2019 schrittweise auf Fr. 50 000.– reduziert worden.

2. Ausgangslage

2.1 Vorgeschichte

Im Januar 2018 fand das Game-Festival «Ludicrous» zum vierten Mal statt. Der Fokus von «Ludicrous» liegt auf aufstrebenden Talenten der Game-Entwicklung im «Indie»-Bereich (unabhängige Spielentwicklung, kein Massenmarkt). Um die Weiterentwicklung dieser spezifischen Stärken des Festivals zu unterstützen und die internationale Vernetzung und Wahrnehmung zu festigen, wurde u. a. auch in der Festivalleitung eine Veränderung vorgenommen. Die Aufgaben der Mitte 2017 vakant gewordenen Geschäftsführung wurden aufgeteilt, das Festival erhielt ab 2018 eine Co-Leitung. Die neue Co-Leitung besteht aus einer Management-Leitung sowie einer künstlerischen bzw. Konferenz-Leitung. Dieser strategische Entscheid erwies sich als wichtiger Schritt, um «Ludicrous» in einem stark veränderten internationalen Umfeld auf eine nächste Entwicklungsstufe zu heben. Im Rückblick können die ersten drei Festivaldurchführungen in den Jahren 2014, 2016 und 2017 als frühe Aufbauphase gewertet werden, während 2018 den Beginn einer neuen Periode markiert.

Im Sinne einer Anschubfinanzierung bewilligte der Gemeinderat bisher zweimal Beiträge an die Aufbauphase des Festivals, zuletzt mit Beschluss vom 31. August 2016 (GR Nr. 2016/115) abnehmend abgestuft Fr. 90 000.– für 2017, Fr. 70 000.– für 2018 und Fr. 50 000.– für 2019.

2.2 Rahmenbedingungen und Wahrnehmung von Games

In wenigen Jahren haben sich im Zuge der rasanten technologischen Veränderungen das internationale und nationale Umfeld im Bereich Game-Entwicklung stark erweitert und die Wahrnehmung von Games hat sich stark gewandelt – sowohl in der Fachwelt wie auch in der Öffentlichkeit. Games sind viel mehr als eine kommerzielle Erscheinung; sie sind mittlerweile auch eine anerkannte Kunstform geworden, ein globales, gesellschaftliches und kulturelles Phänomen.

Die internationale kommerzielle Game-Industrie (Massenmarkt) ist ein Milliardengeschäft mit hohen Wachstumsraten. Die Umsätze übersteigen mittlerweile jene der Filmindustrie. Neue Gaming-Events wie eSports-Wettkämpfe füllen Stadien und haben aufgrund des enormen Werbepotenzials grossen kommerziellen Erfolg. Sie bedienen weltweit eine spezifische, ebenfalls wachsende Community, wie es sie seit Aufkommen der Social Media in den unterschiedlichsten Lebensbereichen gibt. Der internationale Markt ist seitens der Industrie dominiert von global tätigen Konzernen sowie Publishing- und Vermarktungsunternehmen, die im kleinen Schweizer Markt meist nicht einmal in Form einer Zweigniederlassung vertreten sind. Bei den Spielen haben «Mainstream-Spiele» den grössten finanziellen Erfolg.

Im Kontext der Digitalisierung hat sowohl in der wissenschaftlichen Diskussion wie auch in der öffentlichen Wahrnehmung ein Umdenken in der Haltung zu Computerspielen eingesetzt. Vermehrt werden die Pionierrolle der Games-Technologie hinsichtlich digitaler Geschäftsmodelle und neuer Schaffensformen sowie ihr Einfluss auf die Digitalisierung anderer Wirtschaftsbereiche positiv wahrgenommen. Wie kaum ein anderes Medium werden Games im Zusammenspiel von Interaktivität und aus ästhetischem sowie narrativem Blickwinkel Kulturgut. Gleichzeitig sind sie hinsichtlich Technologie- und Kompetenztransfer für viele andere Bereiche zukunftsweisend. Die Game-Entwicklung ist damit eine Art «Hybrid», eine Pionierbranche im digitalen Wandel.

Dies bestätigt auch der Bericht des Bundesrats (BR) «Games. Ein aufstrebender Bereich des Kulturschaffens» (in Erfüllung des Postulats Jacqueline Fehr) vom 21. März 2018. Mit dem Bericht äussert sich der Bundesrat erstmals explizit zur heimischen Game-Industrie, deren Bedeutung und Potenzial. Der Bericht bezeichnet Games «als die ersten per Definition voll digitalen Kulturgüter» und hält u. a. fest: «Die Entwicklung dieser Industrie hat auch Auswirkungen auf den Wirtschaftsbereich (Wertschöpfung, Schaffung von Arbeitsplätzen) und den Innovationsbereich (Entwicklung neuer Technologien)», sowie: «Die aus dem Zusammentreffen von neuen Technologien und Kreativität hervorgehenden Games sind sowohl hinsichtlich der Entwicklung als auch des Vertriebs, der Rezeption und der Kommunikation innovativ.» In seinen Schlussfolgerungen hält der Bericht fest, dass die Game-Industrie in der Schweiz eine (öffentliche) Förderung und geeignete Lösungen für ihre weitere Entwicklung brauche. Der Bericht empfiehlt eine langfristig ausgerichtete und diversifizierte Förderung. Unter Diversifizierung ist in diesem Kontext der kombinierte Einbezug von Institutionen der Kulturförderung (wie in dieser Vorlage die Kulturstiftung Pro Helvetia), der Innovations- sowie der Wirtschaftsförderung (wie in dieser Vorlage die Stadtentwicklung Zürich/Wirtschaftsförderung) gemeint. Dies entspricht einem «hybriden» Förderansatz, der auf den Besonderheiten der Branche beruht. Dieser hybride Förderansatz, den der Bund fordert, ist selbst im internationalen Kontext ein Novum.

2.3 Wechselwirkung Game-Design Szene Zürich/Schweiz und Festival

Gegenüber den Gegebenheiten der globalen Game-Industrie liegen die Stärken der Zürcher Game-Entwicklungsszene explizit nicht im kommerziellen Massen-, sondern im «Indie»-Bereich. Die Stärken der einheimischen Szene sind die einzigartige Kombination von Narration, Ästhetik und Technologie. Aktuell gibt es in Zürich rund 80–100 Game-Design-Start-ups. Die Zürcher Entwicklungsstudios sind an den entsprechenden international renommierten Branchen-Konferenzen im Verhältnis zur Grösse der Schweiz überdurchschnittlich erfolgreich. Sie finden mit ihren spezifischen Talenten international Beachtung und räumen regelmässig Auszeichnungen ab. In der Schweiz und in Zürich ist es jedoch noch eine grosse Herausforderung, diese guten Voraussetzungen im Indie-Markt in ökonomischen Erfolg umzumünzen. Die ökonomischen Strukturen für eine erfolgreiche Schweizer Szene fehlen teilweise noch – v. a. in den Bereichen Vertrieb, Publishing und Marketing. Dass etablierte Zürcher Entwicklerinnen und Entwickler kürzlich den ersten Schweizer Verlag für Computerspiele gegründet haben, zeigt jedoch, dass die Anstrengungen der letzten Jahre beginnen, Früchte zu tragen.

Das Festival «Ludicious» bietet mit seinem Fokus auf «emerging talents» (aufstrebende Talente) die passende Plattform für die Zürcher und Schweizer Game-Entwicklungsszene. Das Festival-Format ist ein schlankes, zielführendes Fördergefäss: innerhalb des Festivals werden verschiedene Einzelfördermassnahmen (wie z. B. Preisverleihungen / 1:1 Business-Meetings / Coaching-Formate, Pitching-Sessions, d. h. Kurzpräsentationen vor Vertreterinnen und Vertretern der Industrie usw.) kombiniert und gebündelt angeboten, ohne dass separate Förderstrukturen aufgebaut werden müssen. Indem «Ludicious» inhaltlich

alle Keyplayer wie die ETH, Disney Research Zürich, die ZHdK, die Verbände usw. einbindet, wird u. a. auch die internationale Wahrnehmung der Qualität des Festivals verstärkt.

3. Evaluation Ludicious 2018

Die dreitägige Konferenz im Januar 2018 beinhaltete zwei Summits mit dem ETH Game Technology Center und der ZHdK Fakultät für Game Design sowie Podien und Input-Referate der internationalen Game-Industrie zu den Themen Business, Design und Technologie. Ausstellungen für das Fachpublikum und die Öffentlichkeit, Preisverleihungen aus den beiden Wettbewerben «Innovation in Game Award (vormals international Competition)» und «Emerging Talent Award (vormals Student Competition)», das «Ludicious Business Accelerator (LBA)»-Programm, ein Business-Meeting Service sowie der deutschsprachige «Family Day», der sich an eine breite Öffentlichkeit richtete, vervollständigten das Programm. Als neue Formate wurden 2018 weitere Workshops und Partnerevents mit anderen Festivals angeboten. Als regionaler Medien-Partner konnte SRF Digital mit einem Live-Podcast vom Festival gewonnen werden.

Insgesamt rund tausend Besucherinnen und Besucher sahen die Ausstellungen und 600 Personen nahmen an den Konferenzen teil. Mit der Steigerung der Festivalpartnerschaften von 9 im Vorjahr auf 20 im Jahr 2018 trieb Ludicious die internationale Vernetzung merklich voran.

Für die beiden Wettbewerbe wurden 263 Spiele aus 47 Ländern – darunter erstmals Arbeiten aus dem Iran – eingereicht. Die Awards gingen an das Spiel «Witchball» aus den USA (Innovation in Game Award) sowie an das Spiel «Tell Me What You See» der IT University Kopenhagen, Dänemark (Emerging Talent Award).

Auch bei der Medienabdeckung konnte «Ludicious» eine Steigerung vorweisen. National haben «20 Minuten», «Limmataler Zeitung» (AZ), «Tages-Anzeiger», «La Liberté», SRF (Tagesschau), RSI, Radio 24 und «NZZ am Sonntag» vor, während oder nach dem Festival berichtet. Internationales Highlight der Berichterstattung war ein Artikel des renommierten «Rolling Stone Magazine». Insgesamt waren rund 170 Medien am Festival präsent (gegenüber etwa 150 im Jahr 2017). Gut die Hälfte der Artikel (51 Prozent, 2017: 44 Prozent) erschien in deutscher Sprache, 32 Prozent in Englisch (2017: 25 Prozent) und weitere in Italienisch und Französisch. Der Natur des Festivals entsprechend erschienen 89 Prozent der Artikel online. Mit 2153 Followers auf Twitter (2017: 1743), 1641 auf Facebook (2017: 1338) und 571 auf Instagram (2017: 448) konnte auch das Publikum auf den Social-Media-Kanälen gesteigert werden.

An der festivaleigenen Nachbefragung nahmen rund 10 Prozent der Besuchenden teil. Diese äusserten sich zu 47 Prozent als «ausserordentlich zufrieden» (2017: 39 Prozent), zu 42 Prozent «gut zufrieden» (2017: 57 Prozent) und zu 11 Prozent als «zufrieden» (2017: 4 Prozent).

4. Analyse der Probleme und Risiken

Während sich «Ludicious» hinsichtlich Internationalität, Professionalität und qualitativem Wachstum seit 2014 kontinuierlich steigern konnte, bleibt eine solide, kontinuierliche finanzielle Basis unverändert die grosse Herausforderung. Es hat sich gezeigt, dass «Ludicious» als B2B-Festival (Business to Business) im Gegensatz zu einem Publikumsfestival oder einem Festival mit Messecharakter abseits des hochkommerziellen Massenbereichs auf eine Sockelfinanzierung durch die öffentliche Hand und durch den intermediären Sektor (Stiftungen, Verbände, NPO) angewiesen bleibt.

Grössere Sponsoring-Beiträge aus der Privatwirtschaft zu akquirieren, versteht die «Ludicious»-Geschäftsführung unverändert als (Dauer-)Aufgabe. Dies erweist sich aber als sehr schwierig. Die «einschlägigen» Grossunternehmen der Branche haben ihre Hauptsitze im Ausland. Der Schweizer Markt ist für sie zu klein, um sich substanziell zu engagieren. Die

Schweizer Ableger der grossen Firmen verfügen kaum über Sponsoring-Budgets, da sie meist nicht mit den vollen Unternehmensaktivitäten vor Ort sind. Die kleineren Game-Firmen vor Ort und die Schweizer Game-Design-Verbände sind ins Festival eingebunden, können jedoch lediglich kleine Beträge oder bargeldlose Sachleistungen, sogenannte «Inkind»-Leistungen, anbieten.

Ein dem gegenwärtigen Standard des Festivals angemessenes, «gutes» Budget liegt bei etwa Fr. 450 000.– bis Fr. 550 000.–, Erhalt der Qualität und Weiterführung der bisherigen Festivalformate vorausgesetzt. Die kritische Untergrenze des Budgets liegt bei etwa Fr. 380 000.– bis Fr. 400 000.–. Eine Unterschreitung der kritischen Grösse bedeutet für das Festival einen spürbaren, unerwünschten Abbau von Inhalten.

Mit der beantragten Weiterführung der Beiträge an den Trägerverein und der gleichzeitigen Erhöhung auf Fr. 100 000.– pro Jahr ermöglicht die Stadt gemeinsam mit Pro Helvetia die Sockelfinanzierung des Festivals. Der bisherige Beitrag von Pro Helvetia von Fr. 100 000.– pro Jahr ist – gestützt auf die aktuelle Kulturbotschaft des Bundes (2016–2020) – bis zum Jahr 2020 gesichert. Vorbehältlich der budgetären Entscheidungen auf Bundesebene kann davon ausgegangen werden, dass Pro Helvetia im Rahmen des Auftrags aus der Kulturbotschaft und der stiftungsinternen Priorisierungen das Festival auch in der nächsten Beitragsperiode von 2021 bis 2024 mitfinanzieren wird. Die städtischen Beiträge 2020–2024 werden bei dieser Ausgangslage ab 2021 an eine unveränderte Mitfinanzierung des Festivals durch Pro Helvetia gebunden (Fr. 100 000.– pro Jahr). Mit der Beitragsdauer von fünf Jahren (2020–2024) erreicht die Stadt zudem eine Angleichung an die Beitragsperiode von Pro Helvetia. Die Sockelbeiträge der beiden Hauptfestivalträger Pro Helvetia und Stadt von zusammen Fr. 200 000.– pro Jahr entsprechen der Hälfte der kritischen Masse des Festivalbudgets.

Sie geben dem Festival ein Mindestmass an Planungssicherheit und tragen dazu bei, auf schlanke und effiziente Weise die Weiterentwicklung von «Ludicious» als Schaufenster dieser Pionierbranche der Digitalisierung zu sichern.

5. Finanzen

Verantwortliche Trägerschaft des Festivals ist der Verein «ZGF – Zürich Game Festival». Hauptzweck des Vereins ist die Durchführung des Game-Festivals «Ludicious». Mit Chris Bergstresser hat der Verein einen ausgewiesenen Experten als Präsidenten, der über mehr als 20 Jahre Exekutiverfahrung in der Game-Industrie verfügt. Dem Verein steht zudem beratend ein international besetztes Soundingboard zur Seite. Die Stadt ist im Vorstand des Trägervereins mit der stellvertretenden Leiterin der Wirtschaftsförderung vertreten. Der Verein stellt entsprechend Art. 11 Abs. 1 der «Verordnung über städtische Vertretungen in Organen von Drittinstitutionen» (VVD, AS 177.300) jeweils jährlich der Rechnungsprüfungs- und der Geschäftsprüfungskommission (RPK und GPK) des Gemeinderats die Geschäftsberichte und Jahresrechnungen zur Einsicht zu.

| Aktiven | RE 2015/2016 | RE 2016/2017 | RE 2017/2018 |
|------------------------------------------------------|----------------|---------------|---------------|
| Umlaufvermögen | | | |
| Flüssige Mittel | | | |
| Kasse, Post | 163'269 | 30'982 | 30'948 |
| Forderungen | | | |
| Debitoren und Guthaben | 4'922 | 10'975 | 59'599 |
| Abgrenzung | | | |
| Transitorische Aktiven | 38'940 | 56'727 | 0 |
| Zwischentotal | 207'131 | 98'684 | 90'547 |
| Anlagevermögen | | | |
| Diverse | 0 | 0 | 0 |
| Zwischentotal | 0 | 0 | 0 |
| Total Aktiven | 207'131 | 98'684 | 90'547 |
| Passiven | | | |
| Kurzfristiges Fremdkapital | | | |
| Kurzfristige Verbindlichkeiten | | | |
| Kreditoren | 171'551 | 43'100 | 23'253 |
| Andere Verbindlichkeiten | | | |
| Kreditoren Steuern, Sozial- und Unfallversicherungen | 6'962 | 6'520 | 14'174 |
| Abgrenzung/Rückstellungen | | | |
| Transitorische Passiven | 8'080 | 25'160 | 29'999 |
| Zwischentotal | 186'593 | 74'780 | 67'425 |
| Gewinn- / Verlustvortrag | 8'690 | 20'538 | 23'904 |
| Gewinn (+) / Verlust (-) | 11'848 | 3'366 | -783 |
| Zwischentotal | 20'538 | 23'904 | 23'121 |
| Total Passiven | 207'131 | 98'684 | 90'547 |

Bilanzen der letzten Beitragsperiode

Die Bilanz 2015/16 weist aufgrund der vom Festival durchgeführten Nebenveranstaltung «Call for Projects» ein erhöhtes Volumen auf.

| | RE 2015/2016 | RE 2016/2017 | RE 2017/2018 | BU 2019 | BU 2020 | BU 2021 | BU 2022 | BU 2023 | BU 2024 |
|-----------------------------------------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| Aufwand | | | | | | | | | |
| Personalkosten | | | | | | | | | |
| Löhne | -148'284 | -120'400 | -128'773 | -150'000 | -150'000 | -150'000 | -150'000 | -150'000 | -150'000 |
| Sozialabgaben | -13'913 | -11'870 | -16'187 | -30'000 | -30'000 | -30'000 | -30'000 | -30'000 | -30'000 |
| Mandate und Helfer/Helferinnen | -17'755 | -24'444 | -13'288 | -15'000 | -15'000 | -20'000 | -20'000 | -20'000 | -20'000 |
| übrige Personalkosten | -5'383 | -4'672 | -21'669 | -12'000 | -12'000 | -12'000 | -12'000 | -12'000 | -12'000 |
| Total Personalkosten | -185'335 | -161'385 | -179'917 | -207'000 | -207'000 | -212'000 | -212'000 | -212'000 | -212'000 |
| Betriebsaufwand | | | | | | | | | |
| Produktion | -98'938 | -95'711 | -88'375 | -75'000 | -110'000 | -125'000 | -130'000 | -130'000 | -130'000 |
| Gastro, Hospitality | -4'135 | -82'276 | -87'874 | -70'000 | -80'000 | -85'000 | -90'000 | -90'000 | -90'000 |
| übriger Aufwand Festival | -6'519 | -8'712 | -6'819 | -7'700 | -7'900 | -7'900 | -7'900 | -7'900 | -7'900 |
| Raummiete, Versicherungen, Büro | -27'149 | -22'410 | -27'212 | -30'000 | -30'000 | -30'000 | -30'000 | -30'000 | -30'000 |
| Werbung und Kommunikation | -44'063 | -20'898 | -24'419 | -20'000 | -20'000 | -20'000 | -30'000 | -30'000 | -30'000 |
| übriger Betriebsaufwand, Vorsteuerkürzungen | -8'045 | -5'459 | -4'724 | -5'100 | -5'100 | -5'100 | -5'100 | -5'100 | -5'100 |
| Nebenveranstaltungen | -54'353 | -17'324 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Zwischentotal Betriebsaufwand | -280'383 | -237'199 | -239'423 | -207'800 | -253'000 | -273'000 | -293'000 | -293'000 | -293'000 |
| Finanzaufwand | -1'246 | -98 | -373 | -200 | -200 | -200 | -200 | -200 | -200 |
| Gewinn (-) / Verlust (+) | -11'848 | -3'366 | 783 | 4'800 | -10'000 | -10'000 | -10'000 | -10'000 | -10'000 |
| Total Aufwand | 478'812 | 402'049 | 418'931 | 410'200 | 470'200 | 495'200 | 515'200 | 515'200 | 515'200 |
| Ertrag | | | | | | | | | |
| Festivalertrag | | | | | | | | | |
| Erträge Festival | 11'888 | 17'036 | 23'321 | 45'000 | 45'000 | 50'000 | 50'000 | 50'000 | 50'000 |
| Diverser Ertrag | 12'337 | 10'487 | 9'296 | 200 | 200 | 200 | 200 | 200 | 200 |
| Zwischentotal Festivalertrag | 24'224 | 27'523 | 32'617 | 45'200 | 45'200 | 50'200 | 50'200 | 50'200 | 50'200 |
| Finanzierung Dritte | | | | | | | | | |
| Beitrag Pro Helvetia | 100'000 | 100'000 | 100'000 | 100'000 | 100'000 | 100'000 | 100'000 | 100'000 | 100'000 |
| Beitrag Stadt Zürich | 100'000 | 90'000 | 70'000 | 50'000 | 100'000 | 100'000 | 100'000 | 100'000 | 100'000 |
| weitere öffentliche Hand (z.B. Kanton / Bund) | 27'778 | 45'000 | 52'500 | 45'000 | 55'000 | 65'000 | 65'000 | 65'000 | 65'000 |
| Sponsoring (Private, Stiftungen) | 78'978 | 131'599 | 163'814 | 170'000 | 170'000 | 180'000 | 200'000 | 200'000 | 200'000 |
| Nebenveranstaltungen | 147'831 | 7'927 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Zwischentotal Drittfinanzierung | 454'587 | 374'526 | 386'314 | 365'000 | 425'000 | 445'000 | 465'000 | 465'000 | 465'000 |
| Total Ertrag | 478'812 | 402'049 | 418'931 | 410'200 | 470'200 | 495'200 | 515'200 | 515'200 | 515'200 |

Erfolgsrechnungen 2015–2018 und Budget 2019–2025

In der Erfolgsrechnung 2017/18 ist ein erhöhter Personalaufwand (inklusive Sozialleistungen) ausgewiesen, der auf die Einrichtung einer Co-Leitung (Managing Director und künstlerischer Direktor) für das Festival zurückgeht. Höhere Kosten entstanden zudem durch eine Erweiterung des Konferenzprogramms (zusätzliche Referentinnen und Referenten). Auf der Einnahmenseite konnten die Ticketeinnahmen gesteigert werden. Die Beiträge aus Sponsoring (Private und Stiftungen) sind im Vergleich der Jahre volatil.

Da das Festival jeweils im Januar stattfindet, sollen auch künftige Beiträge jeweils per Juni und Januar in zwei Tranchen ausbezahlt werden; nach rechtskräftigem Beschluss des Gemeinderats erstmals Fr. 50 000.– per Juni 2019 für die Durchführung 2020.

6. Fazit

Bereits mit der ersten Unterstützung von «Ludicious» im Jahr 2014 hat die Stadt (gemeinsam mit Pro Helvetia) einer – damals noch nicht an breiter Front so verstandenen – Pionierbranche im digitalen Wandel mehr Sichtbarkeit verschafft und ihre Weiterentwicklung in Zürich initiiert. Mittlerweile wird die Game-Entwicklung auf breiter Front als sektorübergreifende, interdisziplinäre, interaktive «Hybrid»-Branche an der Schnittstelle von technologischer Innovation, (digitalen) ökonomischen Modellen und kultureller Leistung verstanden. Zürich als Zentrum des Schweizer Game-Designs kann eine qualitativ sehr starke, international wahrgenommene, erfolgreiche Szene im «Indie»-Bereich vorweisen. Die Stärken der Szene liegen in der hervorragenden Kombination von Narration, Ästhetik und Technologie. Nachholbedarf besteht bei der Integration in die Industrie sowie beim Marktzugang. «Ludicious» bietet mit seinem Fokus auf «emerging talents» die passende Plattform für das Schweizer Game-Design. Das Festival stärkt und befähigt die einheimische Szene und entwickelt gleichzeitig internationale Strahlkraft. Erste Erfolge wie die sich im Aufbau befindende spezifische Business-Struktur in der Schweiz oder die markant gestiegene Anzahl Start-ups sind am Festival bereits sichtbar.

Der Stadtrat anerkennt das Zukunfts- und Innovationspotenzial der Game-Entwicklung als Branche mit vielfältiger Wirkung auf Wirtschaft, Gesellschaft und Kultur. Viele Kernkompetenzen der Game-Entwicklung sind geeignet, innovative Impulse in die Instrumente des technologischen Wandels anderer Branchen zu geben. Der Stadtrat erachtet die Mitfinanzierung des Festivals über Sockelbeiträge an den Trägerverein als Chance, mit diesem Engagement die Diversifizierung der Wirtschaft aus einer neuartigen Perspektive aktiv mitzugestalten und Mehrwert für alle Beteiligten zu schaffen. Gleichzeitig nimmt die Stadt durch die Sockelfinanzierung gemeinsam mit Pro Helvetia jenen «hybriden» Förderansatz auf, den der Bund für die Schweizer Game-Industrie als zielführend nahelegt. Damit geht die Stadt neue, innovative Wege. Die Beitragsdauer von fünf Jahren ermöglicht es einerseits, diesen neuen Ansatz fundiert einzuführen. Andererseits erfolgt damit eine Angleichung an die Beitragsperiode der Kulturstiftung Pro Helvetia. Vor Ablauf der Beitragsperiode soll das Festival umfassend extern evaluiert werden.

7. Zuständigkeit und Budgetnachweis

Gemäss Art. 41 lit. c der Gemeindeordnung (GO, AS 101.100) liegt die Finanzkompetenz für jährlich wiederkehrende Beiträge von mehr als Fr. 50 000.– bis Fr. 1 000 000.– beim Gemeinderat. Der Stadtrat beantragt die Ausrichtung eines jährlichen Beitrags an den Verein «ZGF – Zürich Game Festival» in Höhe von Fr. 100 000.– für die Jahre 2020–2024. Die jährlichen Beiträge wurden mit dem Budget 2019 ordentlich beantragt und im Finanz- und Aufgabenplan 2019–2022 vorgemerkt.

Dem Gemeinderat wird beantragt:

- 1. Dem Verein «ZGF – Zürich Game Festival» wird für die Ausrichtung des Festivals «Ludicious» ein jährlich wiederkehrender Beitrag von Fr. 100 000.– für die Jahre 2020–2024 bewilligt. Der Beitrag für die Jahre 2021–2024 steht unter dem Vorbehalt, dass sich die Kulturstiftung Pro Helvetia in diesem Zeitraum ebenfalls mit einem Beitrag in Höhe von Fr. 100 000.– pro Jahr beteiligt.**
- 2. Der Stadtrat kann den Beitrag für das Folgejahr um bis zu 10 Prozent kürzen, sofern die städtische Jahresrechnung des letzten Jahres einen Bilanzfehlbetrag aufweist. Zeigen die städtischen Jahresrechnungen in zwei aufeinanderfolgenden Jahren einen Bilanzfehlbetrag, kann der Stadtrat den Beitrag für das Folgejahr um bis zu 20 Prozent kürzen.**

Die Berichterstattung im Gemeinderat ist der Stadtpräsidentin übertragen.

Im Namen des Stadtrats

die Stadtpräsidentin

Corine Mauch

die Stadtschreiberin

Dr. Claudia Cucho-Curti