



MITTELSTAND
GLOBAL
MARKTERSCHLIESSUNGS-
PROGRAMM FÜR KMU

Computer- und Videospielbranche in Singapur und Thailand

Handout zur Zielmarktanalyse

Markterkundung 13. - 17. Oktober 2025



Durchführer

IMPRESSUM

Herausgeber

SBS systems for Business solutions GmbH
Am Moosfeld 13
D-81829 München
E-Mail: info@sbs-business.com
Webseite: www.sbsbusiness.eu

Text und Redaktion

Deutsch-Singapurische Industrie- und Handelskammer (AHK Singapur)
E-Mail: info@sgc.org.sg
Webseite: www.sgc.org.sg

Bernadette Schreimel
Eirik Behnke
Emma Grass

Deutsch-Thaiändische Industrie- und Handelskammer (AHK Thailand)
E-Mail: info@gtcc.org
Website: www.thailand.ahk.de

Marius Mehner
Tülay Yildiz
Sopanat Samneangarm

Stand

August 2025

Gestaltung und Produktion

AHK Singapur

Bildnachweis

AdobeStock ID: 285904463, ekkaphan

Die Studie wurde im Rahmen des Markterschließungsprogramms für die Markterkundung für deutsche Unternehmen aus der Computer- und Videospielebranche, Zielmarkt Singapur und Thailand, 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.

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



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



Bundesministerium
für Wirtschaft
und Energie



MITTELSTAND
GLOBAL

MARKTERSCHLIEßUNGS-
PROGRAMM FÜR KMU

Inhalt

Abbildungsverzeichnis	3
Tabellenverzeichnis	3
Abkürzungsverzeichnis	3
Abstract	1
A. Singapur	2
1 Wirtschaftsdaten kompakt	2
1.1 Weitere Informationen über die Computer- und Videospielebranche in Singapur	9
2 Branchenspezifische Informationen	10
2.1 Marktpotenziale und -chancen	10
2.1.1 Gaming-Markt in Singapur.....	10
2.1.2 Verbände und Institutionen	10
2.1.3 Aktuelle Vorhaben, Projekte und Ziele	12
2.2 Künftige Entwicklungen in den relevanten Segmenten und Nachfragesektoren	13
2.2.1 Demografie der singapurischen Zielgruppen.....	14
2.2.2 Zahlungsbereitschaft und Monetarisierungsmodelle	15
2.3 Wettbewerbssituation.....	16
2.3.1 Spieleentwicklung, Publisher und Distributoren	16
2.3.2 Fachkräftemangel und Talententwicklung	17
2.3.3 Mobile-, Cloud Gaming und Hardware	18
2.4 Stärken und Schwächen des Computer- und Videospielemarktes	18
2.5 Marktpotenziale für deutsche Unternehmen	19
B. Thailand	21
1 Wirtschaftsdaten kompakt	21
2 Branchenspezifische Informationen	27
2.1 Marktpotenziale und -chancen	27
2.2 Künftige Entwicklungen in den relevanten Segmenten und Nachfragesektoren	28
2.2.1 Mobile Gaming.....	28
2.2.2 Esports.....	29
2.3 Wettbewerbssituation.....	30
2.4 Stärken und Schwächen des Marktes für die Branche	31
2.5 Marktpotenzial für deutsche Unternehmen in der thailändischen Gaming-Branche.....	31
2.6 Gaming Industry Act.....	32
3 Kontaktadressen	34
Quellenverzeichnis	36

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Prognose für den thailändischen Spielmarkt (2024-2033)	28
Abbildung 2: Marktwert von Spielen nach Gerätesegment (2017-2020).....	29
Abbildung 3: Umsätze mit Videospiele wachsen in jedem Bereich (Umsätze in Thailand in Mio. US\$).	32

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Weitere Informationen über die Videospielebranche in Singapur	9
Tabelle 2: SWOT-Analyse für die Videospielebranche in Singapur	19
Tabelle 3: SWOT-Analyse für die Videospielebranche in Thailand.	31

Abkürzungsverzeichnis

AR.....	Augmented Reality
ARPU	durchschnittlicher Umsatz pro Nutzer
BIP	Bruttoinlandsprodukt
DEPA.....	Digital Economy Promotion Agency
EUR	Euro
GEF.....	Global Esports Federation
IMDA	Infocomm Media Development Authority
KI.....	Künstliche Intelligenz
MTI.....	Ministry of Trade and Industry Singapore
NHB.....	National Heritage Board
SGD	Singapur Dollar
SGEA.....	Singapore Esports Association
SGGA	Singapore Games Association
SIM.....	Singapore Institute of Management
STB.....	Singapore Tourism Board
SWITCH.....	Singapore Week of Innovation and Technology
THB	Thai Bhat
USD	US-Dollar
VR.....	Virtual Reality

Abstract

Das vorliegende Zielmarktanalyse bietet einen umfassenden Überblick über die singapurische und thailändische Computer- und Videospielebranche. Sie beleuchtet die Chancen beider Märkte sowie die Herausforderungen, die sich für deutsche Unternehmen in dieser Branche ergeben.

Singapur bietet herausragende Rahmenbedingungen, die den Standort deutlich von anderen Ländern der ASEAN-Region abheben. Die moderne Infrastruktur, wirtschaftsfreundliche Politik und stabile politische Verhältnisse machen den Stadtstaat zu einem attraktiven und wettbewerbsfähigen Markt für internationale Firmen. Weitere Vorteile sind die Nutzung der englischen Sprache im Geschäftsleben, die hohe Qualifikation der Arbeitskräfte sowie die strategisch günstige Lage, die Singapur zu einem Logistikknotenpunkt in Asien macht.

Die Gaming-Industrie in Singapur profitiert von einer hochentwickelten digitalen Infrastruktur, einer flächendeckenden 5G-Versorgung und gezielten staatlichen Förderprogrammen, wodurch sie Innovation, Beschäftigung und neue Geschäftsfelder vorantreibt. Der Umsatz des Gaming-Markts in Singapur wird bis 2030 eine jährliche Wachstumsrate von 6,44% aufweisen, was das steigende Potenzial des Marktes unterstreicht.

Singapur positioniert sich gezielt als Zentrum für Gaming und E-Sport in Südostasien. Staatliche Förderprogramme, internationale Events (wie die *Olympic Esports Week*) und eine starke digitale Infrastruktur unterstützen Wachstum in Bereichen wie Mobile Gaming, Cloud Gaming und immersiven Technologien. Besonders Mobile Gaming ist stark verbreitet. Wirtschaftlich bietet Singapur ein unternehmensfreundliches Umfeld mit Förderprogrammen, Steuererleichterungen und digitalen Entwicklungsplänen. Ergänzt wird die Strategie durch innovative Konzepte im Bereich Gaming-Tourismus, wie E-Sport-Hotels und spezialisierte Co-Working-Spaces.

Die thailändische Gaming-Branche zählt zu den dynamischsten und wachstumsstärksten Märkten in Südostasien. Getrieben wird dieses Wachstum durch eine Kombination aus steigenden Investitionen, zunehmender Konsumfreude und einer technologieaffinen Bevölkerung. Besonders Mobile Gaming und Esports entwickeln sich dabei zu wirtschaftlich relevanten Segmenten, die nicht nur neue Umsatzpotenziale erschließen, sondern auch strukturelle Veränderungen innerhalb der digitalen Wirtschaft anstoßen. Der thailändische Gaming-Markt soll bis zum Jahr 2033 ein Volumen von rund 2,86 Mrd. Euro erreichen, was einer Wachstumsrate (CAGR) von 8,28% entspricht.

Besonders hervorzuheben ist die dominante Rolle des Mobile Gaming: Etwa 95% der thailändischen Spielerinnen und Spieler nutzen Smartphones als primäre Gaming-Plattform. Parallel dazu erfährt der E-Sport-Sektor in Thailand ein bemerkenswertes Wachstum. Mit über 32 Millionen aktiven Spielerinnen und Spielern hat sich E-Sport zu einem eigenständigen wirtschaftlichen und kulturellen Phänomen entwickelt.

Ein zentrales Merkmal der aktuellen Wettbewerbssituation ist die starke Präsenz internationaler Publisher und Plattformbetreiber, insbesondere aus China, Japan, Südkorea und den USA. Gleichzeitig ist jedoch ein Aufschwung lokaler Entwicklerstudios zu beobachten, die mit kreativen Konzepten und kulturell verankerten Inhalten zunehmend eigene Nischen besetzen.

Die intensive Nutzung mobiler Endgeräte und sozialer Medien schafft neue Konsummuster, die auch für ausländische Unternehmen – etwa aus Deutschland – attraktive Anknüpfungspunkte bieten. Insbesondere in den Bereichen Content-Entwicklung, Plattformbetrieb, Bildungstechnologie und digitaler Infrastruktur eröffnen sich vielversprechende Perspektiven für eine wirtschaftliche Zusammenarbeit.

Trotz vorhandener Herausforderungen bestehen insgesamt vielversprechende Perspektiven für deutsche Unternehmen, die auf aktuelle Trends wie Mobile Gaming, Serious Gaming, Esports oder Nachhaltigkeit setzen, sich im singapurischen und thailändischen Computer- und Videospielemarkt zu etablieren.

A. Singapur

1 Wirtschaftsdaten kompakt



WIRTSCHAFTSDATEN KOMPAKT • JUNI 2025

Singapur

Alle wichtigen Kennzahlen zur Wirtschaft in rund 150 Ländern –
übersichtlich, vergleichbar und von Germany Trade & Invest geprüft.



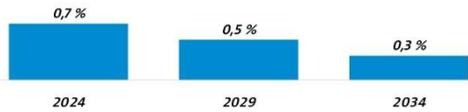
Bevölkerung & Ressourcen

Bevölkerung und Demografie

Einwohnerzahl	2024	5,8 Mio.
	2029	6,0 Mio.
	2034	6,1 Mio.

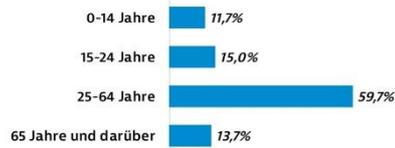
Fertilitätsrate	2023	1,0
Durchschnittliche Anzahl der Geburten pro Frau		

Bevölkerungswachstum



Altersstruktur

2024



Analphabetenquote	2021	2,0 %
Anteil an der Bevölkerung ab 15 Jahren in %		

Fläche und Sprache

Fläche	2022	728 km²
---------------	------	---------

Geschäftssprache(n)	Englisch
----------------------------	----------

Rohstoffe und Ressourcen

Rohstoffe	Fossil und mineralisch
Daten für diese Kennzahl nicht verfügbar oder nicht anwendbar.	

Gas - Fördermenge	Daten für diese Kennzahl nicht verfügbar oder nicht anwendbar.
--------------------------	--

Erdöl - Fördermenge	Daten für diese Kennzahl nicht verfügbar oder nicht anwendbar.
----------------------------	--

Gas - Reserven	Daten für diese Kennzahl nicht verfügbar oder nicht anwendbar.
-----------------------	--

Erdöl - Reserven	Daten für diese Kennzahl nicht verfügbar oder nicht anwendbar.
-------------------------	--

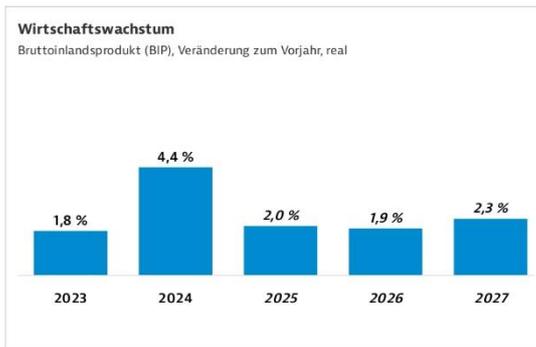
Wirtschaftslage

Währung und Wechselkurse

Währung - Bezeichnung	Singapur-Dollar (S\$) 1 S\$ = 100 Cents
Währung - Kurs 04/2025	1 € = 1,49 S\$ 1 US\$ = 1,31 S\$

Wechselkurse im Jahresdurchschnitt			
	2022	2023	2024
1 € =	1,45 S\$	1,45 S\$	1,44 S\$
1 US\$ =	1,38 S\$	1,34 S\$	1,34 S\$

Wirtschaftliche Leistung



BIP
Nominal

	2024	2025	2026
US\$ (Mrd.)	547,4	564,8	585,9
S\$ (Mrd.)	731,4	756,4	782,0

BIP/Kopf
Nominal

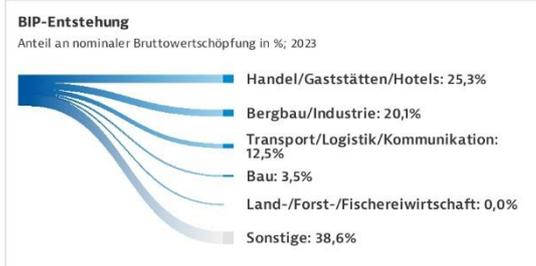
	2024	2025	2026
US\$	90.674	92.932	95.729
S\$	121.162	124.464	127.764

BIP/Kopf in Kaufkraftstandards
Nominal

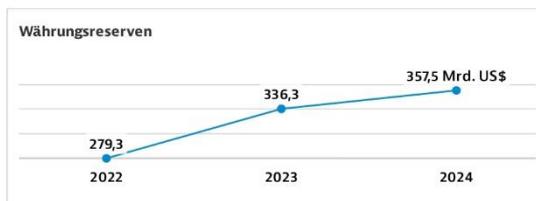
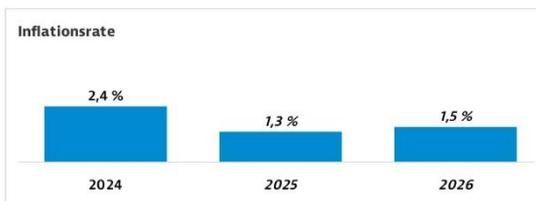
Daten für diese Kennzahl nicht verfügbar oder nicht anwendbar.

Ausgaben für F&E
% des BIP

2020	2,2 %
2021	2,0 %
2022	1,9 %



Makroökonomische Stabilität



Leistungsbilanzsaldo
% des BIP

2024	17,5 %
2025	17,2 %
2026	17,0 %

Arbeitslosenquote

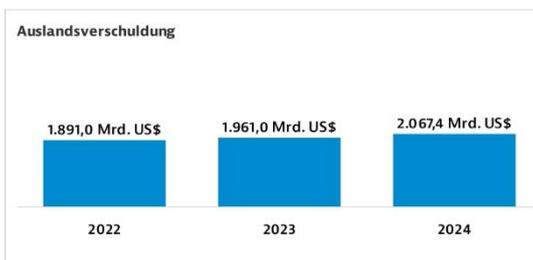
2024	2,0 %
2025	2,0 %
2026	1,9 %

Investitionsquote % des BIP, brutto, öffentlich und privat	2024	22,2 %
	2025	22,1 %
	2026	22,1 %

Öffentliche Finanzen & Verschuldung

Haushaltssaldo % des BIP	2024	4,4 %
	2025	3,1 %
	2026	3,0 %

Staatsverschuldungsquote % des BIP, brutto	2024	174,3 %
	2025	174,9 %
	2026	175,6 %



Ausländische Direktinvestitionen

FDI - Nettotransaktionen	2021	126.674 Mio. US\$
	2022	141.118 Mio. US\$
	2023	159.670 Mio. US\$

FDI - Bestand	2021	2.224.171 Mio. US\$
	2022	2.326.998 Mio. US\$
	2023	2.632.364 Mio. US\$

FDI - Hauptländer Anteil in %, Bestand; 2023	USA: 24,4% Kaimaninseln: 11,3% Britische Jungferninseln: 6,5% Japan: 6,4% Vereinigtes Königreich: 5,4% Luxemburg: 4,5% Bermuda: 4,0% Hongkong, SVR: 3,9% Kanada: 3,0% Niederlande: 2,9% Schweiz: 2,6% China: 2,4%
--	---

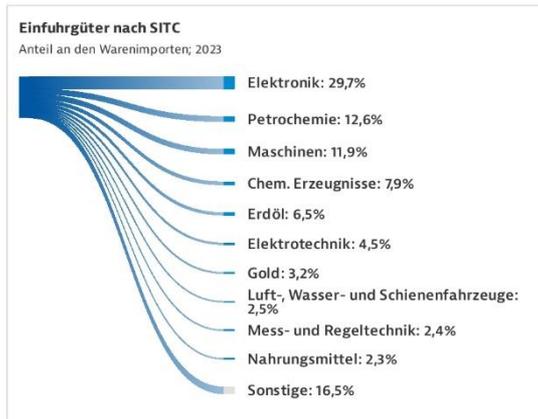
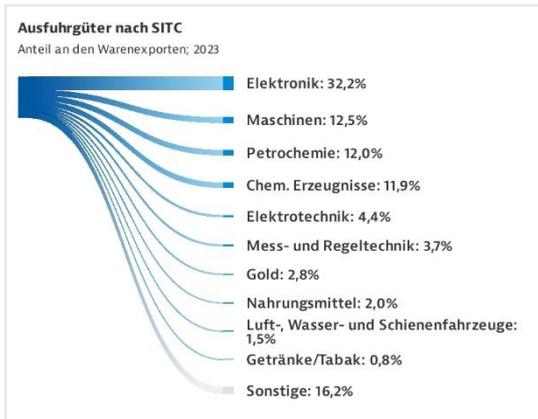
FDI - Hauptbranchen Anteil in %, Bestand; 2023	Banken und Versicherungen: 62,9% Groß- und Einzelhandel: 14,5% verarbeitendes Gewerbe: 9,8% Dienstleistungen und Verwaltung: 4,8% Transport und Lagerhaltung: 3,7% Information und Kommunikation: 1,7% Immobilien: 1,6%
--	---

Außenwirtschaft

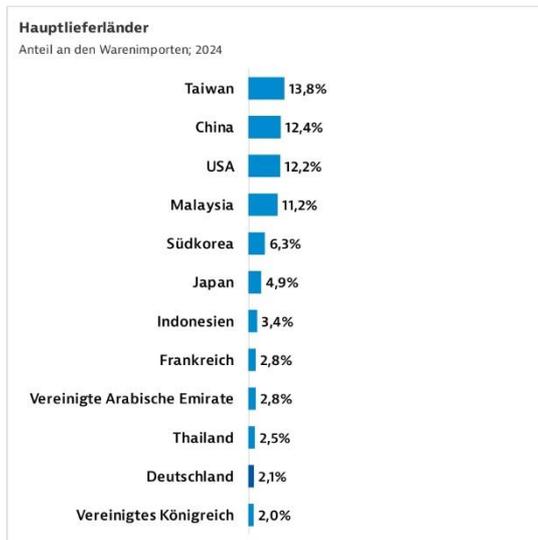
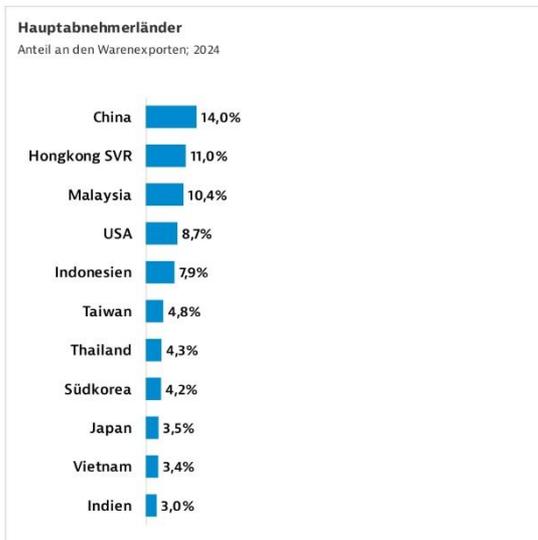
Warenhandel

Warenhandel Veränderung zum Vorjahr in %, Abweichungen durch Rundungen	2022	%	2023	%	2024	%
	Exporte (Mrd. US\$)	515,1	12,5	475,5	-7,7	504,9
Importe (Mrd. US\$)	475,5	16,9	422,5	-11,1	457,6	8,3
Saldo (Mrd. US\$)	39,6		52,9		47,3	

Exportquote Exporte/BIP in %	2022	101,2 %
	2023	94,1 %
	2024	92,2 %



Handelspartner



Dienstleistungshandel

Dienstleistungshandel (mit dem Ausland)

Veränderung zum Vorjahr in %, Abweichungen durch Rundungen

	2022	%	2023	%	2024	%
DL-Exporte (Mrd. US\$)	339,5	19,3	358,2	5,5	395,7	10,5
DL-Importe (Mrd. US\$)	296,7	19,8	326,2	10,0	351,2	7,6
Saldo (Mrd. US\$)	42,9		31,9		44,5	

Freihandelsabkommen

Freihandelsabkommen mit Ländergruppen (ohne EU) EFTA; ASEAN Free Trade Area (AFTA); RCEP (Regional Comprehensive Economic Partnership); CPTPP; GCC Zu bilateralen Abkommen siehe www.wto.org -> Trade Topics, Regional Trade Agreements, RTA Database, By country/territory	Mitgliedschaft in Zollunion Nein
--	--

Kursiv geschriebene Werte sind vorläufige Angaben, Schätzungen oder Prognosen

© Germany Trade & Invest 2025 - Gefördert vom Bundesministerium für Wirtschaft und Energie aufgrund eines Beschlusses des Deutschen Bundestages.

Beziehungen zur EU & Deutschland

Waren- und Dienstleistungshandel mit der EU

Warenhandel der EU-27 mit dem Land
Veränderung zum Vorjahr in %, Abweichungen durch Rundungen

	2022	%	2023	%	2024	%
Exporte (Mrd. Euro)	31,7	15,9	32,1	1,4	30,3	-5,8
Importe (Mrd. Euro)	20,5	30,8	20,0	-2,6	17,8	-10,9
Saldo (Mrd. Euro)	11,2		12,1		12,5	

Dienstleistungshandel der EU-27 mit dem Land
Veränderung zum Vorjahr in %, Abweichungen durch Rundungen

	2021	%	2022	%	2023	%
DL-Exporte (Mrd. Euro)	28,2	21,6	41,8	48,3	37,2	-10,9
DL-Importe (Mrd. Euro)	33,8	11,0	43,4	28,7	43,4	-0,1
Saldo (Mrd. Euro)	-5,6		-1,7		-6,2	

Freihandelsabkommen mit der EU: Assoziierungsabkommen EU-Singapur

Einseitige EU-Zollpräferenzen: Keine einseitigen Präferenzregelungen

Warenhandel mit Deutschland

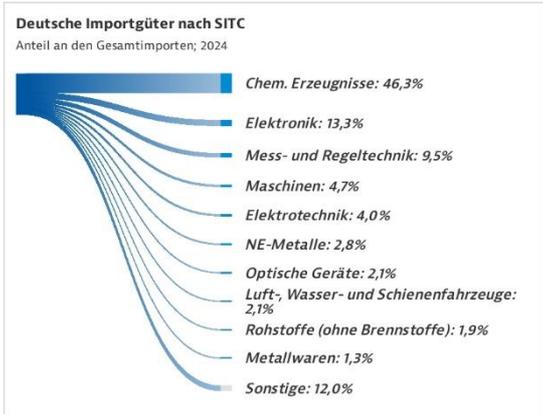
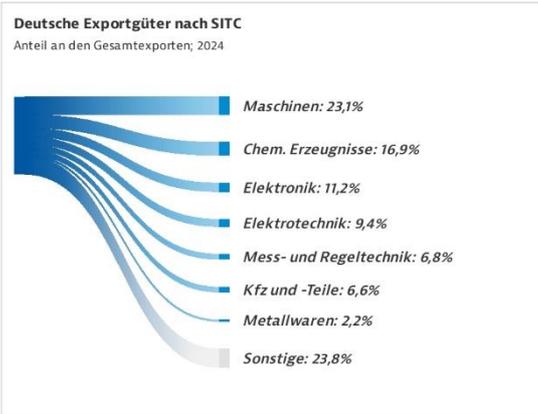
Warenhandel Deutschlands mit dem Land
Veränderung zum Vorjahr in %, Abweichungen durch Rundungen

	2022	%	2023	%	2024	%
Dt. Exporte (Mio. Euro)	7.693,1	6,5	7.428,0	-3,4	7.054,6	-5,0
Dt. Importe (Mio. Euro)	7.089,7	67,2	6.281,8	-11,4	4.879,6	-22,3
Saldo (Mio. Euro)	603,4		1.146,2		2.175,0	

Rangstelle bei deutschen Exporten: Rang 38 von 238
2024; 1 = beste Bewertung

Rangstelle bei deutschen Importen: Rang 38 von 238
2024; 1 = beste Bewertung

Deutsche Aus- und Einfuhrgüter



Bilateraler Dienstleistungshandel

Dienstleistungshandel Deutschlands mit dem Land
Veränderung zum Vorjahr in %, Abweichungen durch Rundungen

	2022	%	2023	%	2024	%
DL-Exporte (Mio. Euro)	6.231,2	26,5	5.846,0	-6,2	6.337,6	8,4
DL-Importe (Mio. Euro)	7.962,6	48,3	7.267,1	-8,7	7.824,5	7,7
Saldo (Mio. Euro)	-1.731,4		-1.421,0		-1.486,9	

Bilaterale Direktinvestitionen

Deutsche Direktinvestitionen (Bestand)	2021	19.119 Mio. Euro	Direktinvestitionen des Landes in Deutschland (Bestand)	2021	1.747 Mio. Euro
	2022	21.724 Mio. Euro		2022	1.784 Mio. Euro
	2023	21.165 Mio. Euro		2023	3.211 Mio. Euro
Deutsche Direktinvestitionen (Nettotransaktionen)	2022	+2.160 Mio. Euro	Direktinvestitionen des Landes in Deutschland (Nettotransaktionen)	2022	+1.371 Mio. Euro
	2023	+334 Mio. Euro		2023	+1.825 Mio. Euro
	2024	-2.111 Mio. Euro		2024	+1.476 Mio. Euro

Bilaterale Kooperation

Doppelbesteuerungsabkommen	Abkommen vom 28.06.2004; in Kraft seit 12.12.2006	Investitionsschutzabkommen	Abkommen vom 03.10.1973; in Kraft seit 01.10.1975
Bilaterale öffentliche Entwicklungszusammenarbeit			
Daten für diese Kennzahl nicht verfügbar oder nicht anwendbar.			

Anlaufstellen

Deutsche Auslandsvertretung	Singapur, https://singapur.diplo.de/sg-de	Auslandsvertretung des Landes in Deutschland	Berlin, www.mfa.gov.sg/berlin
Auslandshandelskammer	Singapur, www.sgc.org.sg		

Nachhaltigkeit & Klimaschutz

Emissionen

Treibhausgasemissionen pro Kopf In Tonnen CO ₂ -Äquivalent	2012	11,0 tCO ₂ e	Treibhausgasemissionen Anteil weltweit in %	2012	0,1 %
	2022	12,3 tCO ₂ e		2022	0,1 %
Emissionsintensität pro Mio. US\$ BIP In Tonnen CO ₂ -Äquivalent	2012	213,2 tCO ₂ e	Emissionsstärkste Sektoren Anteil in %; 2022	Elektrizität/Wärme: 38,1% Industrielle Prozesse: 25,9% Verarbeitende Industrie/Bau: 19,3%	
	2022	181,7 tCO ₂ e			

Energie und Nachhaltigkeit

Erneuerbare Energien Anteil am Primärenergieangebot in %	2010	1,3 %	Stromverbrauch In Kilowattstunden pro Kopf	2021	10.220 kWh pro Kopf
	2020	1,2 %			
Sustainable Development Goals Index 2023; 1 = beste Bewertung	Rang 65 von 167				

Geschäftsumfeld

Einschätzung des Geschäftsumfelds

**Länderkategorie für
Exportkreditgarantien****0** von 70 = niedrigste
Risikokategorie, 7 = höchste**Logistics-Performance-
Index****Rang 1** von 139

2023; 1 = beste Bewertung

**Corruption Perceptions
Index****Rang 3** von 180

2024; 1 = beste Bewertung

Internetqualität**Rang 2** von 121

2024; 1 = beste Bewertung

1.1 Weitere Informationen über die Computer- und Videospiegelbranche in Singapur

GTAI-Informationen zu Singapur	Link
Prognosen zu Investitionen, Konsum und Außenhandel	Wirtschaftsausblick von GTAI
Potenziale kennen, Risiken richtig einschätzen	SWOT-Analyse
Länderspezifische Basisinformationen zu relevanten Rechtsthemen in Singapur	Recht kompakt
	Nachhaltigkeit- und Umweltschutzrecht
Kompakter Überblick rund um die Wareneinfuhr in Singapur	Zoll und Einfuhr kompakt

Tabelle 1: Weitere Informationen über die Videospiegelbranche in Singapur

2 Branchenspezifische Informationen

2.1 Marktpotenziale und -chancen

2.1.1 Gaming-Markt in Singapur

Die Computer- und Videospielebranche spielt eine vielseitige und zunehmend wichtige Rolle in der Wirtschaft Singapurs, die über die reine Unterhaltung hinausgeht und Technologie, Tourismus und Talententwicklung umfasst. Singapur fungiert als wichtiger Standort, der globale Gaming-Interessengruppen verbindet, als regionales Drehkreuz für Publisher, Entwickler und Esports-Organisationen dient und Zugang zum schnell wachsenden südostasiatischen Markt bietet.¹

Singapur hat seine Wirtschaft aktiv über traditionelle Sektoren wie Finanzen und Fertigung hinaus diversifiziert. Die digitale Wirtschaft, inklusive der Gaming Industrie, trägt stark zum Bruttoinlandsprodukt (BIP) und zur Schaffung von Arbeitsplätzen bei. Der Anteil der digitalen Wirtschaft am BIP betrug im Jahr 2022 etwa 17,3%, gegenüber 13% des BIP im Jahr 2017. Singapurs digitale Wirtschaft wuchs somit seit 2017 kontinuierlich mit einer durchschnittlichen jährlichen Wachstumsrate (CAGR) von etwa 12,9%.²

Der Umsatz in Singapurs Gaming-Markt wird im Jahr 2025 voraussichtlich 826,33 Mio. USD (ca. 708,39 Mio. EUR) erreichen und eine jährliche Wachstumsrate (2025-2030) von 6,44 % aufweisen, was zu einem prognostizierten Marktvolumen von 1,13 Mrd. USD (ca. 961,54 Mio. EUR) bis 2030 führt.³ Im Jahr 2022 machte der Infokommunikationssektor Singapurs, zu welchem die Gaming Branche gezählt wird, 5,4% des gesamten BIP aus.⁴⁵

Ein entscheidender Standortfaktor für Singapurs Gaming Industrie ist seine digitale Infrastruktur bestehend aus Hochgeschwindigkeits-Glasfasernetzen und umfangreichen drahtlosen Verbindungen, die im Laufe der Jahre ausgebaut wurden und den Grundstein gelegt haben für ein funktionierendes Umfeld für Gaming und mobile Gaming.⁶ So verfügt Singapur über das schnellste Festnetz-Breitbandinternet der Welt mit einer durchschnittlichen Downloadgeschwindigkeit von 372,02 Mbit/s.⁷ Zusätzlich treibt Singapur den Ausbau der 5G-Technologie voran, um die mobile Konnektivität weiter zu verbessern und hat als eines der ersten Länder weltweit eine flächendeckende 5G Versorgung. Die Eigenschaften von 5G für schnellere und stabile, leistungsfähige Verbindungen sind insbesondere für Anwendungen im Bereich Cloud-Gaming, E-Sport und andere interaktive digitale Dienste relevant.⁸

Die Regierung unterstützt die Games-Branche aktiv durch verschiedene Initiativen und Finanzierungsprogramme. Wie durch die IMDA oder durch „Start-Up SG“, einem umfassenden Programmpaket der Regierungsbehörde Enterprise Singapore. Es richtet sich an Jungunternehmer, Technologie-Innovatoren und wachstumsstarke Start-Ups und bietet sowohl finanzielle als auch nicht-finanzielle Unterstützung.⁹

Laut dem Ministry of Trade and Industry Singapore (MTI) ist Südostasien zudem der am schnellsten wachsende Esports-Markt der Welt und hat sich mit einer Größe von 39 Mio. SGD (ca. 26 Mio. EUR) im Jahr 2021 auf 73 Mio. SGD (ca. 48 Mio. EUR) im Jahr 2024 in nur drei Jahren fast verdoppelt.¹⁰

2.1.2 Verbände und Institutionen

Zur strukturellen Entwicklung und internationalen Positionierung der Gaming-Industrie in Singapur tragen branchenspezifische Verbände und staatliche Institutionen maßgeblich bei, indem sie Innovationsförderung, Netzwerkbildung und Marktzugang für lokale sowie internationale Akteure ermöglichen. Die wichtigsten Akteure werden im Folgenden aufgelistet und beschrieben.

¹Tan, A. (2023). Unleashing Innovation and Seizing Opportunities in the Esports and Games Sector. Abgerufen am 30.07.2025

²IMDA, Lee Kuan Yew School of Public Policy, National University Singapore (o.D.). Singapore Digital Economy Report 2023. Abgerufen am 30.07.2025

³Statista (o.D.a.). Games – Singapore. Abgerufen am 11.08.2025

⁴EDB (2023). Singapore's digital economy contributed 17.3% to GDP in 2022, up from 13% in 2017: IMDA. Abgerufen am 08.08.2025

⁵Psb Academy (2025). Education Guide How the Esports and Gaming Industry is Creating a New Form of Tourism. Abgerufen am 30.07.2025

⁶GSA (o.D.). IMDA – Infocomm Media Development Authority. Abgerufen am 30.07.2025

⁷Statista (2025). Median fixed broadband internet download speeds worldwide as of May 2025, by country. Abgerufen am 30.07.2025

⁸Gov.sg (2025). What's the buzz about 5G?. Abgerufen am 07.08.2025

⁹Start-Up SG (2025). Start-Up SG Founder. Abgerufen am 04.08.2025

¹⁰Tan, A. (2024). Speech by MOS Alvin Tan at GamescomAsia 2024. Abgerufen am 30.07.2025

Infocomm Media Development Authority (IMDA)

Die IMDA ist eine staatliche Behörde Singapurs, die die Bereiche Informations- und Kommunikationstechnologie sowie Medien reguliert und fördert. Ihr Ziel ist es, ein dynamisches und nachhaltiges Medien-Ökosystem zu schaffen, das Innovation, Talententwicklung und unternehmerisches Wachstum unterstützt. Die IMDA ist weiterhin für Standards und Richtlinien für die Videospiele-Industrie verantwortlich, darunter auch für die Klassifizierung der Altersfreigabe, welche gemeinsam mit dem Films Consultative Panel erfolgt.¹¹

Besonders im Bereich der digitalen Medien, einschließlich Videospiele, setzt die IMDA gezielt Förderprogramme ein, um lokale Entwickler zu unterstützen, hochwertige Inhalte zu produzieren und die internationale Wettbewerbsfähigkeit Singapurs zu stärken.¹² Das letzte Förderprogramm der IMDA erfolgte von Mai bis Juni 2024 im Rahmen eines „Call for Proposals“ und umfasste Zuschüsse in Höhe von 50.000 SGD (ca. 33.232 EUR) für die Entwicklung von Videospiele-Prototypen, die Singapurs kulturelles Erbe hervorheben.¹³ Ein Beispiel hierzu sind die Spieleentwickler Hidden.SG, die zusammen mit dem National Heritage Board (NHB) ein interaktives Erlebnis in dem geschichtsträchtigen Stadtviertel Joo Chiat anbieten.¹⁴

Singapore Games Association (SGGA)

Die SGGA ist die zentrale Branchenvertretung für die lokale Gaming-Industrie und fördert die Entwicklung von Spieleunternehmen und Talenten in Singapur. Sie organisiert Netzwerkveranstaltungen, Workshops und internationale Messen, um die Sichtbarkeit und Wettbewerbsfähigkeit singapurischer Entwickler zu stärken. Durch Kooperationen mit staatlichen Institutionen und Bildungsanbietern unterstützt SGGA die Professionalisierung und Ausbildung im Bereich Game Development. Darüber hinaus setzt sich die Organisation für die Interessen der Branche und ihrer Mitglieder ein und trägt zur strategischen Weiterentwicklung des digitalen Kreativsektors bei.¹⁵

Singapore Tourism Board (STB)

Das STB ist eine staatliche Behörde unter dem Ministry of Trade and Industry und wurde gegründet, um Singapur als attraktives Reiseziel zu positionieren. Sie fördert die Entwicklung des Tourismussektors als wichtigen wirtschaftlichen Pfeiler und unterstützt Unternehmen durch strategische Planung und Partnerschaften.¹⁶ Im Bereich der Videospiele- und E-Sport-Branche engagiert sich das STB aktiv, um Singapur als führenden E-Sport-Hub in Südostasien zu positionieren. Gemeinsam mit Partnern wie dem E-Sport Turnier Veranstalter Blast TV und der Singapore Games Association unterstützt das STB die Ausrichtung internationaler Turniere und Großveranstaltungen, um internationale Aufmerksamkeit auf Singapurs E-Sport Position zu ziehen und so die Attraktivität und den Tourismus des Stadtstaats zu fördern.¹⁷

Global Esports Federation (GEF)

Die GEF ist eine internationale Organisation mit Sitz in Singapur, die sich der Förderung und Strukturierung des globalen E-Sport-Ökosystems widmet. Seit ihrer Gründung im Jahr 2019 bringt sie Publisher, Spieler, Verbände und Technologiepartner zusammen, um Standards zu setzen und Innovationen im E-Sport-Bereich voranzutreiben. Mit ihrem Hauptsitz in Singapur unterstreicht die GEF die strategische Bedeutung der Stadt als Zentrum für digitale Wettbewerbe und internationale Zusammenarbeit im Gaming-Sektor.¹⁸

Singapore Esports Association (SGEA)

Die SGEA ist die nationale Dachorganisation für E-Sport in Singapur und wurde gegründet, um die Teilnahme lokaler Spieler:innen an regionalen und internationalen Wettbewerben zu fördern. Als Mitglied der Global Esports Federation und des Singapore National Olympic Council vertritt sie Singapur bei offiziellen Turnieren wie den SEA Games¹⁹ und organisiert nationale Auswahlverfahren für die Nominierung von Athlet:innen für internationale Turniere.²⁰ Durch strategische Partnerschaften, etwa mit Wanyoo Esports, stärkt die SGEA die Trainingsinfrastruktur und schafft neue

¹¹ IMDA (2023). Standards and Classifications – Video Games. Abgerufen am 06.08.2025

¹² GSA (o.D.). IMDA – Infocomm Media Development Authority. Abgerufen am 09.07.2025

¹³ IMDA (2024). Industry Briefing for CFP SG Games. Abgerufen am 30.07.2025

¹⁴ Hidden Singapore (2024). HIDDEN.sg Partners National Heritage Board to Deliver Interactive Katong-Joo Chiat Heritage Experience. Abgerufen am 05.08.2025

¹⁵ Blog by Singapore Games Association (2020) Official Press Release for SGGA. Abgerufen am 09.07.2025

¹⁶ Singapore Tourism Board (2024). Industry and Capabiliy Development. Abgerufen am 09.07.2025

¹⁷ Sciberas, G. (2024). Singapore “quietly” becomes a global hub for all competitive esports. Abgerufen am 09.07.2025

¹⁸ Global Esports Federation (o.D.). The Global Esports Federation. Abgerufen am 04.08.2025

¹⁹ SGEA (o.D.). About SGEA. Abgerufen am 09.07.2025

²⁰ SGEA (2024). SELECTION CRITERIA FOR 2025 SOUTHEAST ASIAN GAMES. Abgerufen am 09.07.2025

Möglichkeiten für Events, Workshops und Community-Engagement. Darüber hinaus trägt sie zur Professionalisierung des E-Sport bei, indem sie Standards setzt und die Entwicklung eines nachhaltigen E-Sport-Ökosystems in Singapur unterstützt.²¹

2.1.3 Aktuelle Vorhaben, Projekte und Ziele

Die Regierung Singapurs verfolgt das strategische Ziel, das Land als regionales Zentrum für digitale Medien und E-Sport zu etablieren. Durch gezielte Investitionen in Infrastruktur und Talentförderung soll Singapurs internationale Positionierung für Videospiele gestärkt und die Zugänglichkeit zum E-Sport verbessert werden.²² Unterstützt werden diese Bestrebungen von einem Netzwerk an Institutionen, die in enger Zusammenarbeit mit staatlichen Stellen Projekte und Initiativen umsetzen.²³

Die GamescomAsia, Ableger der deutschen gamescom, gilt seit 2021 als regionale Leitmesse für Videospiele in Südostasien. Sie wird von der Koelnmesse mit ihrem Standort in Singapur organisiert. Ab 2025 fusioniert die Veranstaltung mit der Thailand Game Show und findet in Bangkok statt. Der Umzug erfolgt jedoch nicht aufgrund mangelnden Erfolgs, sondern als strategische Fusion mit der Thailand Game Show, um das größte Gaming-Event der Region zu schaffen und einen Kannibalisierungseffekt zu vermeiden.²⁴ Eine weitere zentrale Veranstaltung ist die jährlich stattfindende Singapore Week of Innovation and Technology (SWITCH). Obwohl die SWITCH nicht primär auf die Videospielebranche ausgerichtet ist, spielt sie eine zunehmend relevante Rolle für Gaming-Start-ups und Entwickler. Als eine der führenden Innovationsplattformen Asiens bietet die SWITCH Zugang zu internationalen Netzwerken, Investoren und Förderprogrammen.²⁵ Formate wie der globale Start-up-Wettbewerb SLINGSHOT, bei dem über 1,2 Mio. SGD (ca. 797.522 EUR) an Preisgeld vergeben werden, ermöglichen auch Gaming-bezogenen Projekten, ihre Ideen zu präsentieren und weiterzuentwickeln.²⁶

Die Förderung von lokalen und jungen Talenten ist ein zentraler Bestandteil von Singapurs Strategie zur Entwicklung einer wettbewerbsfähigen Gaming-Industrie. Es gibt gezielte Programme, um junge Menschen für Berufe im Bereich Game Development, E-Sport und digitale Medien auszubilden. Dazu gehören regelmäßig organisierte Workshops und Trainings der SGGGA, die Themen wie Game Design, Monetarisierung und internationale Expansion behandeln und zur Professionalisierung der Branche beitragen.²⁷ Verschiedene Hochschulen Singapurs wie bspw. das Singapore Institute of Technology, DigiPen Institute of Technology²⁸ oder das Singapore Institute of Management (SIM) bieten relevante Studiengänge an,²⁹ wie beispielsweise den Bachelor of Science in Computer Science in Interactive Media and Game Development.³⁰ Ergänzend dazu kooperiert Singapur mit spezialisierten Bildungseinrichtungen. Ein besonders praxisorientiertes Beispiel ist das Esports Youth Programme, das gemeinsam mit dem National Youth Council und der SGGGA durchgeführt wird und jungen Menschen Einblicke in Eventmanagement, Produktion und Kommentierung von E-Sport-Veranstaltungen ermöglicht, unter anderem mit dem Ziel, berufliche Perspektiven im E-Sport- und Gaming-Sektor aufzuzeigen und Medienkompetenz zu fördern.³¹

Neben der Förderung von Events und Talenten zeigt sich die Regierung auch in wirtschaftlicher Hinsicht als treibende Kraft hinter der Gaming-Industrie. Singapur bietet ein unternehmensfreundliches Umfeld mit international anerkannten Rahmenbedingungen, das besonders für Gründer im Gaming-Sektor attraktiv ist. Durch finanzielle Unterstützung und Steuererleichterungen³² sorgt die Regierung für ein unternehmerfreundliches Umfeld, was Investoren anzieht und die Gaming-Industrie im Land weiterwachsen lässt.³³ Ein bedeutendes Werkzeug seitens der IMDA zur Unterstützung der Branche ist der Media Industry Digital Plan (IDP), welcher primär singapurischen Medienunternehmen (inklusive der Games Branche) bei der Digitalisierung unterstützen soll. Dies umfasst nicht nur eine Bewertung der individuellen Digital Readiness, sondern auch konkrete Vorschläge zur unternehmerischen Weiterentwicklung, beispielsweise mittels

²¹ SGEA (2025). SGEA Partners with Wanyoo Esports to Strengthen Singapore's Esports Ecosystem. Abgerufen am 09.07.2025

²² The Straits Times (2021). Singapore sets sights on becoming world force in e-sports. Abgerufen am 09.07.2025

²³ Blog by Singapore Games Association (2020) Official Press Release for SGGGA. Abgerufen am 09.07.2025

²⁴ gamescomasia (2025). gamescomasia and Thailand Game Show Join Forces to Establish the Region's Largest Gaming Event. Abgerufen am 09.07.2025

²⁵ SWITCH (o.D.a.). About SWITCH. Abgerufen am 04.08.2025

²⁶ SWITCH (o.D.b.). Ready to slingshot your Start-Up into the world through Singapore? Abgerufen am 09.07.2025

²⁷ Blog by Singapore Games Association (2020) Official Press Release for SGGGA. Abgerufen am 09.07.2025

²⁸ DigiPen Institute of Technology Singapore (o.D.). Bachelor of Arts in Game Design. Abgerufen am 04.08.2025

²⁹ SIM Global Education (o.D.). Bachelor of Computer Science (Game and Mobile Development). Abgerufen am 04.08.2025

³⁰ SIT Singapore Institute of Technology (o.D.). Computer Science in Interactive Media and Game Development. Abgerufen am 04.08.2025

³¹ SGEA (2021). NEW ESPORTS YOUTH PROGRAMME SET TO INSPIRE AND IMMERSE THE NEXT GENERATION IN THE WORLD OF ESPORTS. Abgerufen am 09.07.2025

³² MOF Ministry of Finance Singapore (o.D.). Corporate Income Tax. Abgerufen am 04.08.2025

³³ Tech Collective (2025). Singapore leading the pack in the Southeast Asia gaming industry in 2025. Abgerufen am 09.07.2025

fortschrittlicher digitalen Technologien.³⁴ Weiterhin unterstützt Start-Up SG aufstrebende Jungunternehmer bei der Gründung ihres eigenen innovativen Unternehmens durch Mentoring und finanzielle Unterstützung mit bis zu 50.000 SGD (ca. 33.232 EUR)³⁵ und die Regierung gewährt gewisse Steuerbefreiung für neu gegründete Unternehmen in den ersten drei Betriebsjahren.³⁶

Singapur hat sich in den letzten Jahren zudem als bedeutender Austragungsort für internationale Gaming- und E-Sport-Veranstaltungen etabliert. Die Regierung und Branchenverbände fördern gezielt Großevents, um die Sichtbarkeit der lokalen Industrie zu erhöhen und internationale Akteure anzuziehen.³⁷ Ein herausragendes Beispiel ist die Olympic Esports Week, die 2023 im Suntec Singapore Convention & Exhibition Centre stattfand.³⁸ Die Veranstaltung vereinte physische und virtuelle Sportarten und wurde von der Regierung gemeinsam mit dem Internationalen Olympischen Komitee organisiert. Eine weitere große Veranstaltung ist das BLAST Slam IV mit einem Dota 2-Turnier, das vom 7. bis 9. November 2025 im Singapore Indoor Stadium ausgetragen wird und über ein Gesamtpreisgeld von 1 Mio. USD (ca. 856.000 EUR) verfügt.³⁹ Auch das Evo 2026, das weltweit größte Turnier für Kampfspiele, wird 2026 erstmals in Singapur stattfinden und unterstreicht die wachsende Bedeutung des Landes als E-Sport-Destination.⁴⁰ Diese Veranstaltungen tragen nicht nur zur wirtschaftlichen Entwicklung bei, sondern fördern auch den kulturellen Austausch und die Professionalisierung der lokalen Gaming-Community.

Ein weiteres Projekt, um Singapur als E-Sport Zentrum zu etablieren, war die Eröffnung des ersten 24-Stunden Co-working Space in Asien, das sich nur dem Thema E-Sport widmet.⁴¹ Darüber hinaus setzt Singapur auf den Ausbau des Gaming-Tourismus: Mit Hotels wie dem Arena E-Sport Hotel in Bugis Village, das als größtes E-Sport-Hotel Südostasiens gilt, werden gezielt Angebote für Gamer:innen geschaffen. Das Hotel kombiniert Co-Working-, Co-Playing- und Co-Living-Konzepte und bietet voll ausgestattete Gaming-Zimmer mit High-End-PCs und Konsolen, um sowohl professionelle Spieler:innen als auch Freizeit-Gamer:innen anzusprechen.⁴² Ergänzend dazu stärkt das Esports Experience Centre im Kallang Wave Mall Singapurs Rolle als regionales Gaming-Zentrum. Die 1.100 Quadratmeter große Anlage bietet Eventflächen, Gaming-Zonen und Trainingsräume für Profis und Freizeitspieler:innen. Als zentrale Anlaufstelle für Community-Events und Bildungsprogramme fördert sie die Vernetzung und Professionalisierung der lokalen E-Sport-Szene.⁴³

2.2 Künftige Entwicklungen in den relevanten Segmenten und Nachfragesektoren

Ein besonders wachstumsstarker Bereich ist der Markt für Mobile Games in Singapur, der ein kontinuierliches Wachstum verzeichnet. Diese Entwicklung wird maßgeblich durch die steigende Nachfrage nach sozial interaktiven und wettbewerbsorientierten Spielformaten wie Battle-Royale- und Multiplayer-Spielen getragen. Darüber hinaus verbessern kulturell relevante Inhalte und immersive Technologien wie Augmented Reality und ortsbasierte Funktionen das Nutzererlebnis und verlängern die Spielzeit.⁴⁴ Der Mobile-Gaming-Markt in Singapur wird für das Jahr 2025 auf rund 75 Mio. USD (ca. 64 Mio. EUR) geschätzt und soll bis 2030 auf etwa 89 Mio. USD (ca. 76 Mio. EUR) anwachsen. Die Nutzerpenetration soll bis 2030 von 22,1 % auf 25,2 % steigen, was die zunehmende Reichweite und Bedeutung des Marktes unterstreicht.⁴⁵ Im regionalen Vergleich belegte Singapur im ersten Quartal 2025 den vierten Platz beim Umsatz mit Mobile Games in Südostasien: Mit insgesamt 94 Mio. USD (ca. 80 Mio. EUR) Umsatz und einem Wachstum vom 3% landet Singapur hinter Thailand, Vietnam und Indonesien, was die starke Wettbewerbsposition des Landes trotz der kleinen Größe innerhalb der Region unterstreicht.⁴⁶ Parallel dazu steigt die Bedeutung von Cloud Gaming in Singapur zunehmend an. Dank der gut ausgebauten digitalen Infrastruktur des Landes können Spiele direkt über leistungsstarke Remote-Server gestreamt werden, wodurch die Notwendigkeit teurer lokaler Hardware entfällt, ein

³⁴ IMDA (2024). About the Media Industry Digital Plan (IDP). Abgerufen am 06.08.2025

³⁵ Start-Up SG (2025). Start-Up SG Founder. Abgerufen am 04.08.2025

³⁶ Inland Revenue Authority of Singapore (o.D.). Corporate Income Tax Rate, Rebates & Tax Exemption Schemes. Abgerufen am 05.08.2025

³⁷ Blog by Singapore Games Association (2020) Official Press Release for SGGGA. Abgerufen am 09.07.2025

³⁸ International Olympic Committee (2022). IOC confirms Singapore as a host of first Olympic Esports Week in June 2023. Abgerufen am 09.07.2025

³⁹ Singapore Sports Hub (o.D.). Blast Slam IV Singapore. Abgerufen am 09.07.2025

⁴⁰ Cheng, I. (2024). Singapore to host Evo 2026, the 'World Cup' of fighting games. Abgerufen am 09.07.2025

⁴¹ The new paper (2020). Asia's first 24-hour esports working space opens in Singapore. Abgerufen am 09.07.2025

⁴² Coates, C. (2022). Southeast Asia's biggest esports hotel coming to Singapore. Abgerufen am 30.07.2025

⁴³ The Straits Times (2021). Singapore's largest E-sports Experience centre opens at Kallang Wave Mall. Abgerufen am 04.08.2025

⁴⁴ Statista (o.D.b.). Mobile Games – Singapore. Abgerufen am 17.07.2025

⁴⁵ Statista (o.D.b.). Mobile Games – Singapore. Abgerufen am 17.07.2025

⁴⁶ Kristianto, D. (2025). Southeast Asian Mobile Gaming Market Insights 2025. Abgerufen am 04.08.2025

Vorteil, der insbesondere für mobile Nutzer attraktiv ist.⁴⁷

Darüber hinaus gewinnen immersive Technologien wie Augmented Reality (AR) und Virtual Reality (VR) zunehmend an Bedeutung. Singapur profitiert hierbei nicht nur von seiner technologischen Infrastruktur, sondern auch von staatlicher Innovationsförderung. Laut Statista wird der Markt für AR und VR im Jahr 2025 voraussichtlich einen Umsatz von 174,9 Mio. USD (ca. 150 Mio. EUR) erreichen, mit einem prognostizierten jährlichen Wachstum von 7,96 % bis 2029. Besonders gefragt ist VR-Hardware, deren Marktvolumen allein auf 53,2 Mio. USD (ca. 45,3 Mio. EUR) in 2025 geschätzt wird. Die hohe Nutzerpenetration von über 83 % zeigt, dass immersive Technologien bereits fest im Alltag vieler Menschen verankert sind.⁴⁸ AR und VR bieten Potenzial für vielfältige Einsatzmöglichkeiten, unter anderem in den Bereichen Gaming, Bildung, berufliches Training und digitale Werbung. Singapur verfügt über eine geeignete technologische Infrastruktur und fördert entsprechende Entwicklungen, wodurch sich das Land zunehmend als Standort für immersive digitale Anwendungen etabliert.⁴⁹

Im Bereich der Audio- und Kunstproduktionsdienste hat Singapur qualitativ hochwertige Anbieter. Singapurische Studios sind zwar nicht immer die Hauptentwickler, genießen aber dennoch einen guten Ruf für ihre spezialisierten Dienstleistungen für die globale Spielebranche. Unternehmen wie Virtuos⁵⁰ und Doppler Soundlab⁵¹ bieten hochwertige Kunstproduktion, Co-Entwicklung und Audio-Postproduktion an. Das bedeutet, dass ein Spiel, auch wenn es nicht vollständig in Singapur entwickelt wird, in seinen visuellen und akustischen Elementen singapurische DNA enthalten kann. Ein weiterer Schwerpunkt liegt auf Diversität und Inklusion. Die Branche erkennt zunehmend die Bedeutung vielfältiger Repräsentation in Spielen und bemüht sich um die Schaffung inklusiver Spielumgebungen. Zudem spielt die Integration von Künstlicher Intelligenz (KI) eine immer größere Rolle in der Spielentwicklung. Diese Trends unterstreichen die zunehmende Reife und Vielseitigkeit der Gaming-Industrie in Singapur und eröffnen sowohl für Entwickler als auch für Investoren neue Perspektiven in einem innovationsgetriebenen Markt.⁵²

In Singapur zeigen sich zunehmend vielfältige Entwicklungen, die das Potenzial der Gaming Branche erweitern. Die Integration von Gamification in nicht-gamingbezogene Bereiche wie Bildung, Gesundheitswesen und berufliches Training gewinnt an Bedeutung, da sie zur Steigerung von Motivation und Lernerfolg beiträgt. Parallel dazu erlebt die Indie-Game-Entwicklung einen Aufschwung: Lokale Entwickler profitieren von einem unterstützenden Ökosystem und staatlichen Fördermaßnahmen, die kreative und innovative Spielkonzepte ermöglichen. Auf der anderen Seite wird die Entwicklungsszene hier im Vergleich zu anderen globalen Zentren wie Polen, Japan und den nordischen Ländern als noch in der Anfangsphase stehend gesehen. Herausforderungen sind Finanzierungsengpässe und Schwierigkeiten bei der Gewinnung von Fachkräften und Talenten.⁵³

2.2.1 Demografie der singapurischen Zielgruppen

Die Gaming-Industrie in Singapur zeichnet sich durch eine breite demografische Aufstellung aus und spricht Nutzende aus verschiedenen Altersgruppen und sozialen Segmenten an. Marktanalysen zeigen, dass digitale Spiele von 70% der jüngeren Generationen wie der Generation Z (16–24 Jahre) und den Millennials (25–34 Jahre) regelmäßig gespielt werden. Gleichzeitig ist auch in höheren Altersgruppen ein signifikanter Anteil an aktiven Spieler:innen zu verzeichnen: Etwa 55% der 35- bis 44-Jährigen, rund 45% der 45- bis 54-Jährigen und etwa 30% der über 55-Jährigen nutzen regelmäßig digitale Spiele. Diese Zahlen verdeutlichen, dass Gaming in Singapur ein generationsübergreifendes Phänomen darstellt und ein vielfältiges Marktpotenzial bietet, das weit über die junge Zielgruppe hinausgeht.⁵⁴

Viele Gamer:innen in Singapur stammen aus einkommensstärkeren Bevölkerungsgruppen. Sowohl aktive Spielende als auch Zuschauende von Gaming-Inhalten gehören laut aktuellen Erhebungen mehrheitlich zum High-Income-Segment, was mit einer erhöhten Zahlungsbereitschaft für digitale Inhalte, In-Game-Käufe und Abonnementdienste einhergeht. Die junge, technikaffine Bevölkerung stellt dabei weiterhin die zentrale Zielgruppe für die Gaming-Industrie dar, insbesondere im Bereich kompetitiver Spiele und Streaming-Plattformen.⁵⁵

Männer stellen einen größeren Anteil der Spielenden, wobei der Anteil weiblicher Gamerinnen in den letzten Jahren

⁴⁷ HP Online Store Singapore (2025). The Future of Gaming: Comparing PC and Cloud Gaming in Singapore. Abgerufen am 17.07.2025

⁴⁸ Statista (o.D.c.). AR & VR - Singapore. Abgerufen am 17.07.2025

⁴⁹ 6wresearch (2023). Singapore Virtual Reality Market (2025-2031) Outlook | Share, Size, Industry, Growth, Analysis, Companies, Revenue, Trends, Value & Forecast. Abgerufen am 17.07.2025

⁵⁰ Virtuos (o.D.). Abgerufen am 05.08.2025

⁵¹ Doppler Soundlab (o.D.). Abgerufen am 05.08.2025

⁵² Sharma, V. (o.D.). Exploring the Game Development Landscape In Singapore. Abgerufen am 30.07.2025

⁵³ The Straits Times (2024). From Singapore with love: 11 home-grown video games coming in 2025. Abgerufen am 30.07.2025

⁵⁴ Tan, I. (2023). Unveiling Singapore's Gaming Renaissance in 2023. Abgerufen am 30.07.2025

⁵⁵ Comission Factory (2023). Singapore Gaming Industry - Stats, Trends & Demographics. Abgerufen am 30.07.2025

deutlich gestiegen ist. Laut einer Erhebung aus dem Jahr 2022 gaben 68% der männlichen und 59% der weiblichen Befragten an, regelmäßig Online-Spiele zu spielen. Eine besonders hohe Bedeutung nimmt für beide Zielgruppen das Mobile Gaming ein.⁵⁶ 74% der Männer und 68% der Frauen spielen demnach auf dem Smartphone.⁵⁷ Laut einer Studie stellen Frauen im Alter von 36 bis 50 Jahren die größte Untergruppe innerhalb der Gaming-Community Singapurs dar. Sie machen rund 23% der insgesamt 3,8 Millionen Gamer:innen im Land aus. Viele von ihnen nutzen Spiele als sogenannte „Time Filler“, also zur Überbrückung von Wartezeiten oder zur kurzen Entspannung im Alltag.⁵⁸

Eine weitere aktuelle Umfrage des Ministry of Digital Development and Information (MDDI) in Singapur zeigt, dass Online-Gaming bei Kindern und Jugendlichen weit verbreitet ist. 47% der Befragten im Alter von 10 bis 18 Jahren gaben an, täglich zu spielen, wobei die Spielzeit häufig zwei Stunden oder mehr beträgt. Gleichzeitig zeigt die Erhebung, dass das Bewusstsein der Eltern für die Online-Aktivitäten ihrer Kinder begrenzt ist: Nur 31% der Eltern wussten, mit wem ihre Kinder spielen, und weniger als die Hälfte konnte die Spielzeit realistisch einschätzen. Als Reaktion darauf hat die Regierung verschiedene Initiativen gestartet, um Eltern bei der Begleitung der digitalen Aktivitäten ihrer Kinder zu unterstützen. Dazu gehören das „Online Safety Digital Toolkit“, Bildungsangebote über Plattformen wie das „Digital for Life Portal“ und „Parents Gateway“, die Veranstaltungen organisieren sowie Informationsmaterial bereitstellen.⁵⁹

2.2.2 Zahlungsbereitschaft und Monetarisierungsmodelle

Der Videospiegelmarkt in Singapur zeichnet sich durch eine hohe Dynamik und ein breites Spektrum an Produkten und Dienstleistungen aus – von Konsolen-, PC- und Mobile-Games bis hin zu Online-Spielen und zugehöriger Hardware wie Controllern und Virtual-Reality-Headsets.⁶⁰ Ein zentrales Merkmal dieses Marktes ist die im regionalen Vergleich überdurchschnittlich hohe Zahlungsbereitschaft der Nutzer. Diese lässt sich auf mehrere Faktoren zurückführen: eine hohe Kaufkraft, eine ausgeprägte technologische Affinität sowie die starke Verbreitung mobiler Endgeräte. Laut einer Statista-Analyse wird der durchschnittliche Umsatz pro Nutzer (Average Revenue Per User (ARPU)) im Videospiegelmarkt in Singapur im Jahr 2025 bei rund 55 USD (ca. 47 EUR)⁶¹ liegen, was auf eine hohe Zahlungsbereitschaft der Nutzer hinweist. Im Vergleich dazu wird in Deutschland im Jahr 2025 ein ARPU von 30 USD (ca. 26 EUR) erwartet.⁶² Die Penetrationsrate von derzeit 57% in Singapur unterstreicht das bereits breite Nutzerfundament. Prognosen zufolge wird dieser Wert bis 2030 auf 62% ansteigen, was ein weiterer Hinweis auf großes Wachstumspotenzial des Marktes ist. Diese Rate berücksichtigt nicht nur den Video Games Markt, sondern den gesamten Gaming-Markt, wie den Kauf von Spielen, In-Game-Käufe, Abonnementgebühren und Ausgaben für Hardware und Zubehör.⁶³ Die wichtigsten Monetarisierungsmodelle in Singapur werden im Folgenden dargelegt.

In-App-Käufe und Freemium-Angebote

Monetarisierungsmodelle wie In-App-Käufe und Freemium-Angebote werden insbesondere im Bereich des Mobile Gaming erfolgreich umgesetzt. Singapur verzeichnete in den letzten Jahren ein stetiges Wachstum bei den Ausgaben für Gaming-Apps. Bereits im Jahr 2019 gaben mobile Gamer:innen in Singapur über 332 Mio. USD (ca. 283 Mio. EUR) für In-App-Käufe in Spielen aus.⁶⁴

In-App-Advertising

Eine weite beliebte Monetarisierungsvariante für Mobilegames ist In-App-Advertising. So gaben 74% der Mobilgame-Publisher in Singapur an, so ihre Spiele zu monetarisieren.⁶⁵ Der Markt für In-Game-Advertising in Singapur wird 2025 auf 71,61 Mio. USD (ca. 61,42 Mio. EUR) geschätzt und soll bis 2029 auf über 94 Mio. USD (ca. 80 Mio. EUR) wachsen. Das entspricht einem jährlichen Wachstum von über 7%, was die Attraktivität für Publisher und Werbetreibende unterstreicht. Dabei bevorzugen Spieler zunehmend immersive und narrative Werbeformate, die sich nahtlos ins Gameplay integrieren und kulturell relevante Inhalte bieten. Ein Trend, der durch Singapurs multikulturelle Gesellschaft und hohe digitale Kompetenz zusätzlich verstärkt wird.⁶⁶

⁵⁶ Commission Factory (2023). Singapore Gaming Industry - Stats, Trends & Demographics. Abgerufen am 30.07.2025

⁵⁷ Zhou, D. (2020). Insights into the Singaporean Games Market. Abgerufen am 30.07.2025

⁵⁸ Commission Factory (2023). Singapore Gaming Industry - Stats, Trends & Demographics. Abgerufen am 30.07.2025

⁵⁹ MDDI (2024). MCI's Survey Suggests Low Awareness among Parents on Child's Online Gaming Activities. Abgerufen am 17.07.2025

⁶⁰ Sharma, V. (o.D.) Exploring the Game Development Landscape In Singapore. Abgerufen am 18.07.2025

⁶¹ Statista (o.D.d.). Video Games – Singapore. Abgerufen am 04.08.2025

⁶² Statista (o.D.e.). Video Games – Germany. Abgerufen am 04.08.2025

⁶³ Statista (o.D.d.). Video Games – Singapore. Abgerufen am 04.08.2025

⁶⁴ Ng, K.G. (2021). Public outdoor mobile gaming ads abounds as industry's popularity grows. Abgerufen am 30.07.2025

⁶⁵ 42 Matters (2025). How Do Singaporean Mobile Game Developers Monetize their Games?. Abgerufen am 30.07.2025

⁶⁶ Statista (o.D.f.). In-game Advertising – Singapore. Abgerufen am 30.07.2025

Werbung und Sponsoring

Der wachsende E-Sport-Sektor bringt neue Einnahmequellen hervor: Öffentliche und private Organisationen investieren zunehmend in Werbung und Sponsoring, um von der steigenden Popularität und Reichweite des kompetitiven Gamings zu profitieren.⁶⁷ In Singapur wird der Umsatz im Bereich Sponsoring und Werbung im E-Sport-Markt im Jahr 2025 auf rund 5,80 Mio. USD (ca. 4,94 Mio. EUR) geschätzt, mit einem erwarteten jährlichen Wachstum von 5,88% bis 2029, was einem prognostizierten Marktvolumen von 7,3 Mio. USD (ca. 6,2 Mio. EUR) entspricht. Der durchschnittliche Umsatz pro Nutzer wird bei 1,00 USD (ca. 0,85 EUR) erwartet, was das Potenzial für skalierbare Werbe- und Sponsoringstrategien unterstreicht.⁶⁸ Die Integration von Wetten- und Fantasy-Elementen schafft weitere zusätzliche Einnahmequellen und fördert gleichzeitig eine stärkere, engagierte und langfristig gebundene Gaming-Community.⁶⁹

2.3 Wettbewerbssituation

Die Gaming-Branche in Singapur präsentiert sich als dynamisches und zunehmend wettbewerbsorientiertes Umfeld, das durch eine Mischung aus globalen Schwergewichten und einer wachsenden Zahl lokaler, unabhängiger Studios gekennzeichnet ist.

2.3.1 Spieleentwicklung, Publisher und Distributoren

Der Stadtstaat gilt als aufstrebender Hotspot für die Entwicklung von Videospiele und zieht mehrere Top-AAA-Studios an⁷⁰, wird aber auch durch eine zunehmende Fragmentierung gekennzeichnet, wobei unabhängige Spielestudios erhebliche Marktanteile gewinnen. Dieser Trend deutet auf eine vielfältige und innovative Wettbewerbslandschaft hin, die über die Abhängigkeit von wenigen großen Akteuren hinausgeht.⁷¹ Singapur ist die Heimat von rund 220 Spieleentwicklern, wobei manche der Unternehmen auch in angrenzenden Geschäftsfeldern wie Publishing und Distribution tätig sind.⁷² Die günstige geografische Lage, wirtschaftliche Stabilität und technologische Infrastruktur machen den Stadtstaat besonders attraktiv für Unternehmen, die ihre Präsenz im asiatisch-pazifischen Raum ausbauen möchten. So hat Singapur sich auch als asiatischer Knotenpunkt für internationale Publisher, Distributoren und Plattformanbieter der Videospielebranche etabliert.⁷³

Lokale Spieleentwickler:

Viele der lokalen Entwicklerstudios gehören zur aufstrebenden Indie-Szene. Laut Mathew Queck, CEO des Studios The Iterative Collective, arbeiten viele dieser Studios bereits an ihrem zweiten oder dritten Projekt und immer mehr Entwickler sichern sich internationale Investitionen. Das spiegelt nicht nur wachsende Expertise, sondern auch steigenden kreativen Ehrgeiz wider.⁷⁴

LandShark Games ist ein unabhängiges Spieleentwicklungsstudio mit Sitz in Singapur, das für die Entwicklung von Handy- und Social-Games mit Schwerpunkt auf künstlerischem Design und Casual-Gameplay bekannt ist. Beliebteste Titel sind die Facebook-Spiele Aviator, Monster Candy und die Zen Koi-Serie.⁷⁵

Springloaded ist ein unabhängiges Spieleentwicklungsstudio mit Sitz in Singapur,⁷⁶ das für seine kreativen, retro-inspirierten Titel bekannt ist. Ihr bekanntester Titel ist „The Last Vikings“, ein Mobile-Game, das Dank seiner Mischung aus Strategie, Action und Pixel-Art große Popularität erlangte. Weitere erfolgreiche Titel sind: „Tiny Dice Dungeon“, „Campaign Clicker“ und „Space Lift Danger Panic“.⁷⁷

LambdaMu Games ist spezialisiert auf die Entwicklung von Mobile-Games, vor allem Casual Games für Android und iOS. Für sein Game-Design erhielt LambdaMu im Jahr 2023 die Games Auszeichnungen für bestes Publisher-Game in Singapur.⁷⁸

Einer der großen lokalen Spieleentwickler und -publisher Singapurs ist Garena. Garena ist der digitale

⁶⁷ Statista (o.D.g.). Esports – Singapore. Abgerufen am 18.07.2025

⁶⁸ Statista (o.D.h.). Sponsorship & Advertising – Singapore. Abgerufen am 20.07.2025

⁶⁹ Mordor Intelligence (o.D.). Southeast Asia Gaming Market Size & Share Analysis - Growth Trends & Forecasts (2025 - 2030). Abgerufen am 04.08.2025

⁷⁰ Glover, E., Cassel, D. (2025). 21 Gaming Companies in Singapore to Know. Abgerufen am 30.07.2025

⁷¹ The Straits Times (2024). From Singapore with love: 11 home-grown video games coming in 2025. Abgerufen am 30.07.2025

⁷² Tan, A. (2021). Speech by MOS Alvin Tan at gamescomasia. Abgerufen am 30.07.2025

⁷³ Tech Collective (2025). Singapore leading the pack in the Southeast Asia gaming industry in 2025. Abgerufen am 30.07.2025

⁷⁴ The Straits Times (2024). From Singapore with love: 11 home-grown video games coming in 2025. Abgerufen am 30.07.2025

⁷⁵ LandShark games (o.D.). Hello!. Abgerufen am 30.07.2025

⁷⁶ Springloaded (o.D.a.). Company overview. Abgerufen am 05.08.2025

⁷⁷ Springloaded (o.D.b.). A Videogame Company. Abgerufen am 05.08.2025

⁷⁸ Sim, L. (2025). 5 Best Game Developers in Singapore in 2025. Abgerufen am 30.07.2025

Unterhaltungszweig der Muttergesellschaft Sea Group. Neben der Produktion mehrerer eigener kostenloser Online-Spiele vertreibt das Unternehmen auf seiner Garena-PC-Plattform verschiedene Spieletitel in Südostasien, darunter die Multiplayer-Online-Battle-Arena-Spiele League of Legends und Heroes of Newerth sowie das Fußballspiel FIFA Online und den Ego-Shooter Point Blank. Garena ist außerdem ein führender Veranstalter von E-Sport-Events in Südostasien⁷⁹

Internationale Spieleentwickler:

Singapur hat sich lange vor allem als regionales Zentrum für die Gaming Branche positioniert und im Rahmen dessen mit Fördermitteln namhafte Unternehmen wie Ubisoft, Riot Games, PlayStation und Bandai Namco mit regionalen Headquarter-Funktionen oder auch Entwicklerstudios angezogen. Die Strategie des Stadtstaats lag darin, durch die Präsenz von Branchengrößen Chancen auch für lokale Entwicklerstudios zu entwickeln.^{80 81}

Ubisoft Singapore hat seit 2008 ein Entwicklerstudio innerhalb des globalen Ubisoft-Netzwerks in Singapur, das für technische Innovationen und Beiträge zu Blockbuster-Titeln wie Assassin's Creed bekannt ist. Ubisoft Singapur leitete zudem die Entwicklung des AAA-Marinekampfspiels Skull and Bones und markiert damit die erste Original-IP (Intellectual Property), die von einem südostasiatischen Studio geleitet wurde.⁸²

Das japanische Studio Bandai Namco hat seit 2013 eine Niederlassung in Singapur und entwickelt Spiele für Smartphones, PCs und Konsolen und ist bekannt für Spiele wie Tekken, Pac-Man und The Idolmaster. Bandai Namco organisiert außerdem den virtuellen GYAAR Studio Indie Game Contest, der lokale Talente fördert, Zusammenarbeit neuer Entwickler mit großen Unternehmen erleichtert und die lokale Gaming Community stärkt.⁸³

Das aus den USA-stammende Entwickler-Studio Riot Games ist weltweit für League of Legends, VALORANT und andere beliebte Titel bekannt und hat seinen Hauptsitz für Südostasien in Singapur. Dieses Büro ist ein wichtiger Knotenpunkt für die Spieleentwicklung und -veröffentlichung und unterstützt bestehende und neue Titel. Außerdem ist in Singapur ein eigenes E-Sport-Team ansässig.⁸⁴

Weitere international etablierte Spiele-Entwickler wie Sega, Capcom, Koei Tecmo, Cygames und SNK aus Japan⁸⁵ sowie Virtuos, Tencent, miHoYo und NetEase aus China haben ebenso Niederlassungen in Singapur eröffnet, aus welchen sie Entwicklung und Publishing für Südostasien vorantreiben.⁸⁶

Publisher- und Distributoren:

Singapur hat sich in den letzten Jahren als Standort für internationale Spielepublisher und Distributoren etabliert. Die Verlagerung des Hauptsitzes von Amanotes, bekannt für den international erfolgreichen Titel Magic Tiles 3, von Vietnam nach Singapur verdeutlicht die Attraktivität des Standorts für wachstumsorientierte Unternehmen der Branche. Lokale Publisher wie ISOFT (*Stickman Legends*, *Jetpack Joyride 2*) sowie Level Infinite (*PUBG Mobile*, *Arena of Valor*) demonstrieren mit Downloadzahlen von über 1,28 Mrd. die internationale Reichweite singapurischer Spieleproduktionen. Diese Entwicklungen unterstreichen die Rolle Singapurs als führendes Zentrum für technologische Innovation und digitale Distribution innerhalb der globalen Gaming-Industrie.⁸⁷ Unternehmen wie Playbox Distribution, das Videospiele und Konsolenprodukte für Märkte in Südostasien, dem Nahen Osten und Ozeanien vertreibt⁸⁸ sowie E3 Distribution, der führende Distributor von Video-Games in Südostasien⁸⁹, tragen weiterhin zur internationalen Vernetzung und Verbreitung von Gaming-Produkten von Singapur aus bei.

2.3.2 Fachkräftemangel und Talententwicklung

Die einzigartige Zusammensetzung der singapurischen Videospiele-Industrie unterstützt kollaborative Ansätze und den gegenseitigen Transfer von Know-how. Gleichzeitig sorgen hohe Lebenshaltungskosten und die Finanzstärke internationaler Spieleentwickler für einen intensiven Wettbewerb um lokale Fachkräfte und Talente. Lokale Entwickler können hierbei in ihrem anfänglichen Wachstum oftmals nicht mithalten, da die ohnehin geringe Anzahl an erfahrenen

⁷⁹ Garena (o.D.). Garena. Abgerufen am 05.08.2025

⁸⁰ Tan, I. (2023). Unveiling Singapore's Gaming Renaissance in 2023. Abgerufen am 30.07.2025

⁸¹ Chan, C.Y. (2023). Commentary: For a nation of a gamers, why doesn't Singapore have more homegrown video games? Abgerufen am 06.08.2025

⁸² Ubisoft Singapore (o.D.). UBISOFT SINGAPORE'S JOURNEY. Abgerufen am 30.07.2025

⁸³ Sim, L. (2025). 5 Best Game Developers in Singapore in 2025. Abgerufen am 30.07.2025

⁸⁴ Riot Games (o.D.). Singapore. Abgerufen am 05.08.2025

⁸⁵ Tan, A. (2024). Speech by MOS Alvin Tan at GamescomAsia 2024. Abgerufen am 30.07.2025

⁸⁶ Ng, N., Zaidi, N. (2024). Singapore software game developers seek to crack global market. Abgerufen am 30.07.2025

⁸⁷ Digital-Trans (o.D.). Top 10 Singaporean Game Publishers with the Most Downloads. Abgerufen am 30.07.2025

⁸⁸ Playbox (o.D.). Our Story. Abgerufen am 30.07.2025

⁸⁹ E3 Distribution (o.D.). Company Profile. Abgerufen am 30.07.2025

Fachkräften häufig von großen Unternehmen abgeworben wird, wodurch lokale Unternehmen in ihrem Wachstum oftmals eingeschränkt sind. In diesem Zusammenhang ist der Wunsch nach Unterstützung seitens der Regierung für die lokale Gaming Industrie stark, sodass diese nicht nur die Talententwicklung vorantreibt im Rahmen kleinerer Produktionen, sondern auch regional oder sogar global wachsen kann.⁹⁰

2.3.3 Mobile-, Cloud Gaming und Hardware

Mobile- und Cloud-Gaming-Branche: Singapur hat sich als Zentrum der Mobil- und Cloud-Gaming-Branche etabliert. Beide Sektoren werden zunehmend miteinander verflochten sein, angetrieben von einer fortschrittlichen Infrastruktur, einer technisch versierten Bevölkerung und der strategischen Nutzung neuer Technologien.⁹¹ Zu Singapurs führenden Entwicklern und Publishern mit Fokus auf Mobilgeräte gehören HoYoverse mit seinen Spielen Genshin Impact und Honkai: Star Rail,⁹² IGG Singapore mit seinen Strategie- und Rollenspielen wie Lords Mobile⁹³ und wie schon oben erwähnt Garena mit dem weltweit beliebten mobile Battle-Royale-Spiel Free Fire.⁹⁴

Hardware Gaming-Branche: Laut Statista wird in Singapur der voraussichtliche Umsatz im Bereich Gaming-Hardware bei 375,28 Mio. USD (ca. 319,70 Mio. EUR) liegen. Angetrieben wird dies durch die steigende Beliebtheit von E-Sport und Gaming.⁹⁵ Lokale Firmen, die Hardware anbieten sind beispielsweise Mansa Computers mit maßgeschneiderten Gaming-Desktops, zugeschnitten auf spezielle Leistungsanforderungen⁹⁶ oder GAMEPROSG, die leistungsstarke Laptops und Premium-Gaming-Zubehör verkaufen. Weitere prominente Anbieter sind SIMFAI Solutions mit ultrarealistischen Fertigsystemen für E-Motorsport und Heimanwender sowie Razer dem weltweit führenden Anbieter von Gaming-Hardware, -Software und -Diensten.⁹⁷ Das singapurische Unternehmen Secretlab ist ein Produzent von Gaming-Stühlen. Das Unternehmen wurde 2014 gegründet und ist bekannt für seine hochwertigen ergonomischen Stühle, die von Gamern und E-Sport-Profis verwendet werden.⁹⁸

2.4 Stärken und Schwächen des Computer- und Videospielesmarktes

Die vorherige Analyse des Videospiele-Marktes hat gezeigt, dass Singapur für internationale Unternehmen attraktive Rahmenbedingungen für einen Markteintritt bietet. Trotz dieser positiven Ausgangslage bestehen jedoch auch strukturelle und marktbezogene Herausforderungen, die nicht außer Acht gelassen werden dürfen. Eine SWOT-Analyse des Standorts Singapur bietet im Folgenden eine systematische Darstellung der relevanten Stärken, Schwächen, Chancen und Risiken.

Stärken (Strengths):	Schwächen (Weaknesses):
<ul style="list-style-type: none"> • Hoher Stellenwert von geistigem Eigentum • Stabile Regierung mit dynamischer und proaktiver Wirtschaftspolitik und langfristiger Planung, hohes Maß an Rechtssicherheit • Niedrige Unternehmenssteuer • Gute Technologische Infrastruktur • Hohes Ausbildungsniveau • Partnernetzwerk: SGG, Koelnmesse Singapur 	<ul style="list-style-type: none"> • Teurer Standort durch hohe Miet-, Personalkosten • Geringe Anzahl an Fachkräften • begrenzte Marktgröße durch Landesgröße • gesetzliche Einschränkungen (z.B. für Glücksspiele)
Chancen (Opportunities):	Gefahren (Threats):
<ul style="list-style-type: none"> • Unterstützung und Finanzierung des Computer-, Videospielesmarktes durch die Regierung • Etablierter Businesshub für Südostasien mit vereinfachtem Markteintritt in andere asiatische Länder 	<ul style="list-style-type: none"> • Finanzielle Anreize seitens der Regierung sind weniger attraktiv – Auswirkung auf lokale Entwickler

⁹⁰ The Straits Times (2024). From Singapore with love: 11 home-grown video games coming in 2025. Abgerufen am 30.07.2025

⁹¹ Tech Collective (2025). Singapore leading the pack in the Southeast Asia gaming industry in 2025. Abgerufen am 30.07.2025

⁹² HoYoverse (2022). HoYoverse Opens Its Headquarters Office in Singapore. Abgerufen am 05.08.2025

⁹³ IGG (o.D.). Abgerufen am 05.08.2025

⁹⁴ Garena. (o.D.). Garena. Abgerufen am 05.08.2025

⁹⁵ Statista (o.D.i.). Gaming Hardware - Singapore. Abgerufen am 30.07.2025

⁹⁶ Mansa Computers (o.D.). Abgerufen am 05.08.2025

⁹⁷ Razer (o.D.). ABOUT RAZER. Abgerufen am 05.08.2025

⁹⁸ Secret Lab (o.D.). Our Story. Abgerufen am 30.07.2025

- | | |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> • Hohe Anzahl an öffentlich-privaten Kooperationen und Ausschreibungen • Zusammenarbeit / Partnerschaften zwischen internationalen und lokalen Unternehmen • Global wachsende Bedeutung der Indie-Games Szene mit guter Ausgangsposition auf Seiten Singapurs • Markt mit Wachstumspotential, gestützt von einer technikaffinen und Gaming begeisterten Bevölkerung in nahezu allen Altersgruppen | <ul style="list-style-type: none"> • Starker Wettbewerb durch viele, global agierende Konkurrenzunternehmen (insbesondere um Fachkräfte und Talente) • Hohe Werbekosten: Um sich abzuheben, sind steigende Werbeausgaben und Influencer-Marketing erforderlich. • Möglicher Preisdruck durch umliegende Länder mit niedrigen Kosten |
|--|--|

Tabelle 2: SWOT-Analyse für die Videospielebranche in Singapur^{99 100}

2.5 Marktpotenziale für deutsche Unternehmen

Wie in Singapur trägt auch die deutsche Videospieleindustrie, einschließlich Entwicklung, Publishing und Distribution einen relevanten Teil zur nationalen Wirtschaftsleistung bei. Im Jahr 2023 erzielten deutsche Unternehmen in der Branche einen Umsatz von rund 9,9 Mrd. EUR, wobei knapp 12.000 Beschäftigte in 908 Unternehmen tätig waren.¹⁰¹ Eine zentrale Plattform für internationale Bekanntheit und Vernetzung bietet die Gamescom in Köln, die als weltweit größte Messe für digitale Spiele jährlich Entwickler, Publisher und Fachbesucher aus aller Welt zusammenführt und Deutschlands Position im Games-Sektor hervorhebt.¹⁰² Im Folgenden werden ausgewählte Bereiche und Trends dieser Analyse hervorgehoben, in denen sich Marktpotenziale für deutsche Unternehmen in Singapur ergeben können.

Nachhaltigkeit

Die deutsche Games-Branche hat in den vergangenen Jahren spürbare Fortschritte im Bereich Nachhaltigkeit erzielt. Laut dem Branchenverband „game“ verfolgen bereits über 75% der deutschen Games-Unternehmen konkrete Umweltmaßnahmen, darunter CO₂-Kompensation, Recycling-Konzepte und die Reduktion von Emissionen in der Produktion. Viele Studios setzen auf digitale Distribution statt physischer Verpackungen, beziehen ihren Strom aus erneuerbaren Quellen und achten auf faire, ressourcenschonende Arbeitsbedingungen.

Deutschland ist zudem als Teil der internationalen Playing-for-the-Planet-Initiative der UN aktiv und engagiert sich im Rahmen des „Green Game Jam“ für die Integration von Umweltbotschaften in Spielen.¹⁰³ Besonders auffällig ist die inhaltliche Auseinandersetzung vieler Studios mit ökologischen und gesellschaftlichen Themen. So integrierte das Berliner Studio Wooga im Rahmen des UN-initiierten Green Game Jam gleich mehrfach Umweltkampagnen in sein populäres Spiel June's Journey.¹⁰⁴ Im Jahr 2025 führte Wooga die Aktion fort: In der sogenannten „Nature Trail Challenge“ konnten Spieler:innen durch In-Game-Aktivitäten reale Umweltprojekte unterstützen. Solche Initiativen zeigen, wie Videospiele als Plattform für globales Umweltbewusstsein und Klimaschutz werben können.¹⁰⁵

Singapur legt ebenfalls großen Wert auf Nachhaltigkeit und Umweltbildung. Im Rahmen des nationalen Singapore Green Plan 2030 strebt die Regierung bis 2050 Netto-Null-Emissionen an.¹⁰⁶ Auch spielerische Bildungsformate wie das Simulationstraining „Getting to Zero“, das im Sustainability Learning Lab an der Nanyang Technology University in Singapur entwickelt wurde, bringen klimawissenschaftliche Themen in Schulen und Institutionen spielerisch näher.¹⁰⁷ Diese Entwicklungen zeigen, dass Nachhaltigkeitsthemen in Singapur auf eine gut vorbereitete und interessierte Zielgruppe treffen. Deutsche Unternehmen, die sich in Singapur etablieren, profitieren von einem wachsenden Interesse an Nachhaltigkeitsthemen, gerade in der inhaltlichen Entwicklung von Videospiele.

⁹⁹ GTAI (o.D.). Wirtschaftsdaten kompakt – Singapur. Abgerufen am 05.08.2025

¹⁰⁰ Enterprise Singapore (o.D.). Why Singapore. Abgerufen am 05.08.2025

¹⁰¹ Game (2024). Jahresreport der deutschen Games Branche 2024. Abgerufen am 30.07.2025

¹⁰² Uckermann, M. (2023). Deutsche Games-Branche blickt auf ein weiteres starkes Jahr zurück. Abgerufen am 30.07.2025

¹⁰³ Game (2024). Jahresreport der deutschen Games Branche 2024. Abgerufen am 30.07.2025

¹⁰⁴ PR Newswire (2022). Gamers Fighting Climate Change - Wooga Commits to Plant 200,000 Trees Following Successful In-Game Tree-Planting Event with June's Journey Players. Abgerufen am 30.07.2025

¹⁰⁵ Wooga (o.D.). Was ist das Wipfelpfad-Sonderangebot?. Abgerufen am 30.07.2025

¹⁰⁶ NCCS National Climate Change Secretariat Singapore (o.D.). Overview of Singapore Climate Targets. Abgerufen am 30.07.2025

¹⁰⁷ Nanyang Technological University Singapore (o.D.). Games by Sustainability Learning Lab. Abgerufen am 05.08.2025

Serious Games und Gamification

Singapur, bekannt für seinen zukunftsorientierten Ansatz in Technologie und Bildung, legt großen Wert auf Serious Games, also Videospiele, die über Unterhaltung hinausgehen und die Weiterbildung sowie Trainings in Industrien oder auch im Gesundheitswesen fördern.¹⁰⁸ Die strategischen Investitionen des Landes in digitale Infrastruktur, Bildungsreformen und Innovation haben einen fruchtbaren Boden für das Wachstum dieses Nischensektors geschaffen.¹⁰⁹ Partnerschaften zwischen beispielsweise der SGGA und Institutionen wie der National Healthcare Group sowie der IMDA unterstützen Aufklärung im Gesundheitssektor¹¹⁰ sowie die berufliche Aus- und Weiterbildung.¹¹¹

Die deutsche Games-Branche ist ein Innovationstreiber für Technologien wie VR, AR und Künstliche Intelligenz (KI) zur Anpassung von Lerninhalten an Nutzerverhalten sowie 3D-Simulationen für Medizin, Architektur und Maschinenbau.¹¹² Diese Technologien werden in Serious Games eingesetzt, um realitätsnahe Lern- und Trainingsumgebungen zu schaffen – etwa für Medizinstudierende oder in der beruflichen Weiterbildung. Deutschland verfügt über eine etablierte Serious Games-Szene, die stetiges Wachstum verzeichnet.¹¹³ Unternehmen wie TriCAT¹¹⁴ und Scheer IMC¹¹⁵ die immersive Lern- und Trainingsumgebungen für Industrie und Bildungseinrichtungen entwickeln, zeigen das Innovationspotenzial der deutschen Branche und das Potential Ihre Produkte und Dienstleistungen auch in einem Markt wie Singapur anbieten zu können. Deutsche Unternehmen, die Gamification anbieten stoßen daher auf Potenzial im singapurischen Markt.

Weitere Trends in Singapurs Gaming-Markt

AAA-plattformübergreifende Free-to-Play-Spiele wie Genshin Impact und Honkai: Star Rail haben neue Maßstäbe gesetzt, indem sie Erlebnisse in Konsolenqualität auf Mobilgeräten, PCs und Konsolen kostenlos anbieten.¹¹⁶ Diese Spiele monetarisieren durch Gacha-Mechaniken und Battle Passes und machen Premium-Gaming zugänglicher. Ein weiterer Trend ist Verwendung von KI in der Spieleentwicklung und -personalisierung.¹¹⁷ KI revolutioniert die Spieleentwicklung durch die Automatisierung von Aufgaben wie Leveldesign, Charakterverhalten und Story-Generierung. Sie ermöglicht außerdem ein personalisiertes Gameplay, indem sie Schwierigkeitsgrad und Inhalt an die individuellen Spielerpräferenzen anpasst. Auch nutzergenerierte Inhalte (UGC) werden zu einem zentralen Bestandteil von Videospiele und fördern das Engagement der Community sowie die langfristige Monetarisierung.¹¹⁸ Plattformen wie Roblox, Fortnite und Minecraft ermöglichen es Spielern, eigene Spiele, Level und Erlebnisse zu erstellen.

Singapur bietet deutschen Gaming-Unternehmen ein dynamisches Umfeld mit hoher Kaufkraft, digitaler Infrastruktur und einer wachsenden Gaming-Kultur. Die Regierung fördert Innovationen aktiv – von Gamification bis E-Sport – und erleichtert den Markteintritt durch transparente Rahmenbedingungen und Förderungen. Als Tor zu Südostasien eröffnet Singapur ist Singapur ein multikultureller Schmelztiegel, in dem unter anderem auch Lokalisierungen für die Region erfolgen. Damit bietet der Stadtstaat mit seinem Zugang zu ASEAN, einen Einstieg zu einem der weltweit spannendsten Wachstumsmärkte.

¹⁰⁸ GOVTECH Singapore (2025). Gamification: When inspiring citizen engagement in Singapore is all fun and games. Abgerufen am 05.08.2025

¹⁰⁹ IMDA, Lee Kuan Yew School of Public Policy, National University Singapore (o.D.). Singapore Digital Economy Report 2023. Abgerufen am 30.07.2025

¹¹⁰ The Straits Times (2022) New SingHealth Duke-NUS simulation facility uses serious games to train healthcare workers. Abgerufen am 31.07.2025

¹¹¹ Channel News Asia. (2023). New mother tongue curriculum for Primary 1 students from 2024. Abgerufen am 30.07.2025

¹¹² Büchel, J. (2021). Serious Games und Gamifizierung: Mehr als nur ein Spiel. Abgerufen am 05.08.2025

¹¹³ Game (2020). Enormous potential for serious games: sales revenue expected to grow by 19 per cent annually. Abgerufen am 05.08.2025

¹¹⁴ Tricat (o.D.). Abgerufen am 05.08.2025

¹¹⁵ Scheer IMC (o.D.). Abgerufen am 05.08.2025

¹¹⁶ Knezovic, A. (2025). Gaming Trends 2025: What's Shaping the Industry?. Abgerufen am 05.08.2025

¹¹⁷ Vinova (2024). AI in Gaming: Future Technology Trends in Game Development. Abgerufen am 05.08.2025

¹¹⁸ JIN (o.D.). Exploring Singapore's Top UGC Agencies and Creators. Abgerufen am 05.08.2025

B. Thailand

1 Wirtschaftsdaten kompakt



WIRTSCHAFTSDATEN KOMPAKT • JUNI 2025

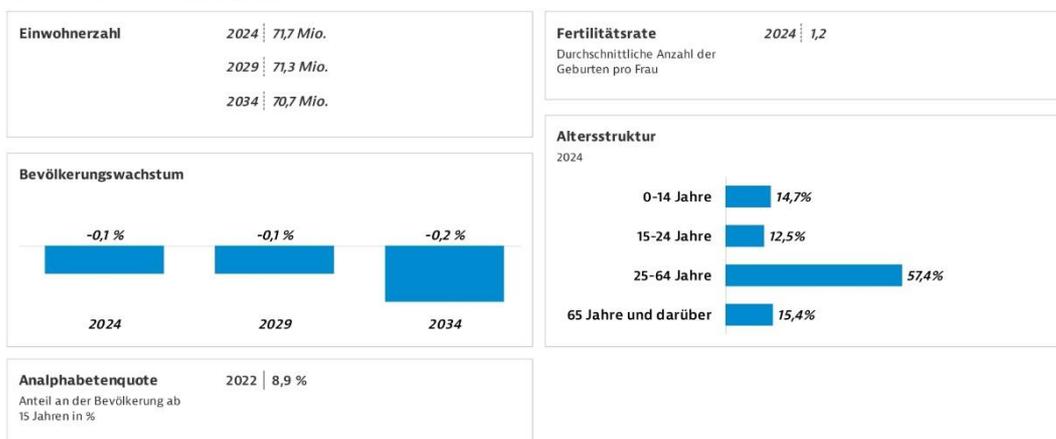
Thailand

Alle wichtigen Kennzahlen zur Wirtschaft in rund 150 Ländern –
übersichtlich, vergleichbar und von Germany Trade & Invest geprüft.



Bevölkerung & Ressourcen

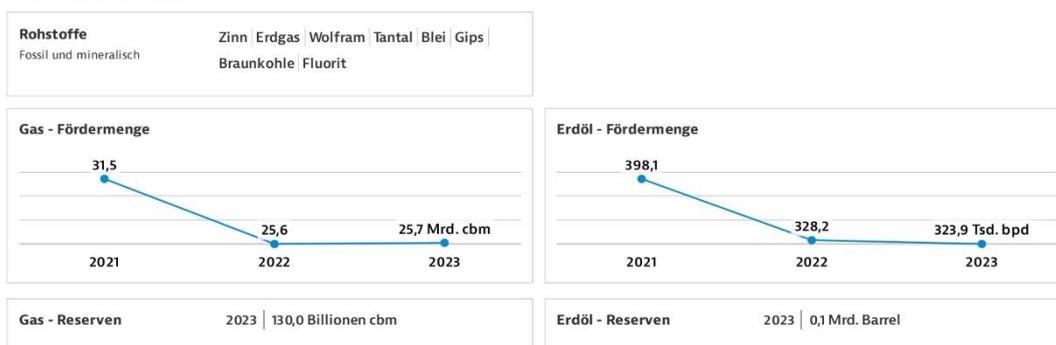
Bevölkerung und Demografie



Fläche und Sprache



Rohstoffe und Ressourcen



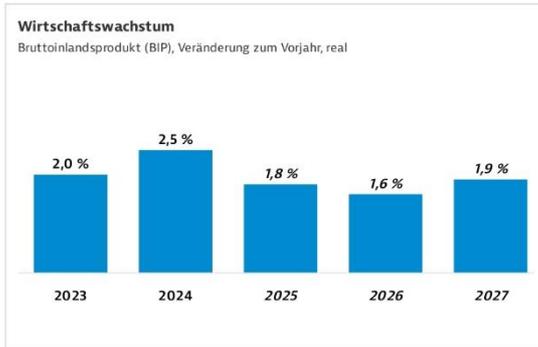
Wirtschaftslage

Währung und Wechselkurse

Währung - Bezeichnung	Baht 1 Baht = 100 Satang
Währung - Kurs 04./2025	1 € = 38,37 Baht 1 US\$ = 33,57 Baht

Wechselkurse im Jahresdurchschnitt			
	2022	2023	2024
1 € =	37,30 Baht	38,07 Baht	38,36 Baht
1 US\$ =	35,26 Baht	34,92 Baht	35,43 Baht

Wirtschaftliche Leistung



BIP
Nominal

	2024	2025	2026
US\$ (Mrd.)	526,4	546,2	556,8
Baht (Mrd.)	18.578,9	19.029,8	19.469,4

BIP/Kopf
Nominal

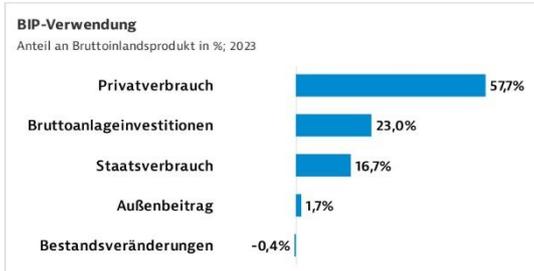
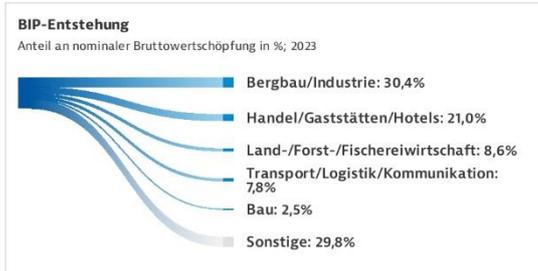
	2024	2025	2026
US\$	7.492	7.767	7.912
Baht	264.408	270.583	276.666

BIP/Kopf in Kaufkraftstandards
Nominal

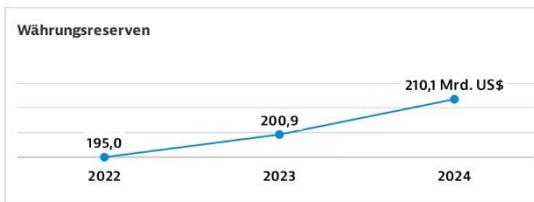
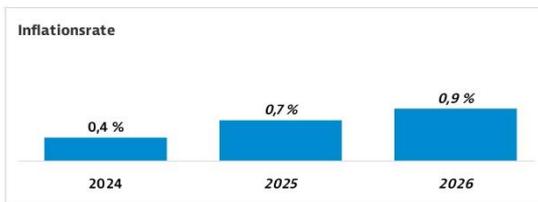
Daten für diese Kennzahl nicht verfügbar oder nicht anwendbar.

Ausgaben für F&E
% des BIP

2020	1,3 %
2021	1,2 %
2022	1,2 %



Makroökonomische Stabilität



Leistungsbilanzsaldo
% des BIP

2024	2,1 %
2025	1,2 %
2026	1,2 %

Arbeitslosenquote

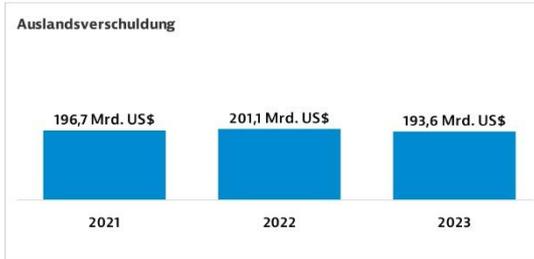
Daten für diese Kennzahl nicht verfügbar oder nicht anwendbar.

Investitionsquote % des BIP, brutto, öffentlich und privat	2024	21,6 %
	2025	18,0 %
	2026	17,3 %

Öffentliche Finanzen & Verschuldung

Haushaltssaldo % des BIP	2024	-1,3 %
	2025	-3,1 %
	2026	-2,9 %

Staatsverschuldungsquote % des BIP, brutto	2024	63,2 %
	2025	64,5 %
	2026	66,0 %



Ausländische Direktinvestitionen

FDI - Nettotransaktionen	2021	14.417 Mio. US\$
	2022	11.082 Mio. US\$
	2023	4.548 Mio. US\$

FDI - Bestand	2021	283.148 Mio. US\$
	2022	292.205 Mio. US\$
	2023	290.870 Mio. US\$

FDI - Hauptländer Anteil in %, Bestand; 2024	Japan: 27,4% Singapur: 22,5% Hongkong: 9,3%
	USA: 6,5% Niederlande: 6,5% China: 5,4% Taiwan: 1,9% Britische Jungferninseln: 1,8% Deutschland: 1,7%

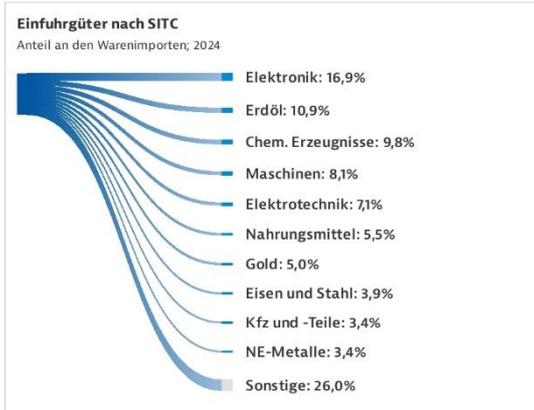
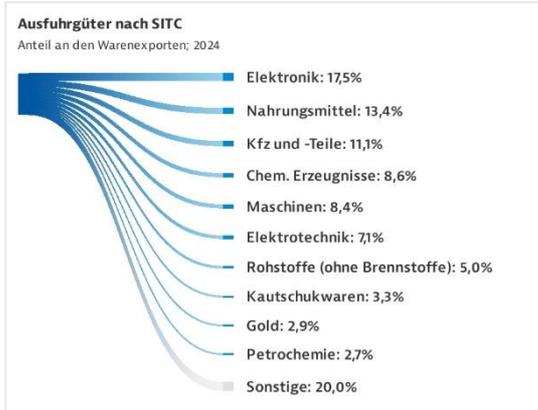
FDI - Hauptbranchen Anteil in %, Bestand; 2024	Verarbeitendes Gewerbe: 48,2% Finanzen und Versicherungen: 19,3%
	Immobilienktor: 9,7% Groß- und Einzelhandel: 9,0%

Außenwirtschaft

Warenhandel

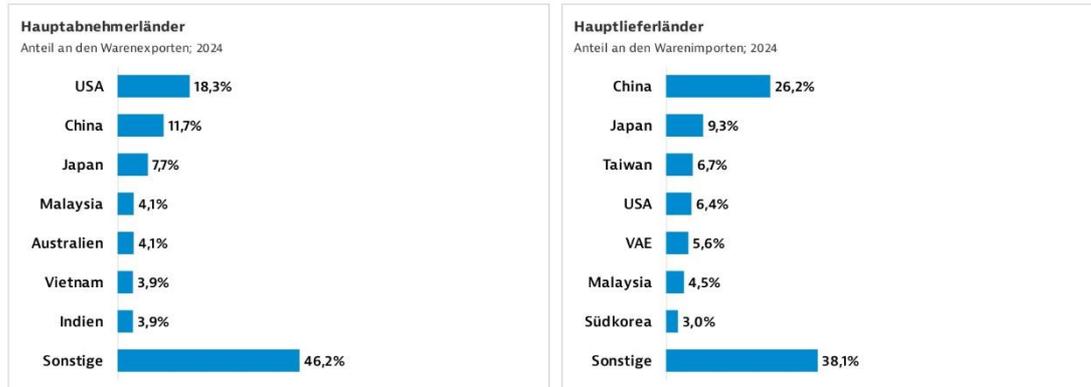
Warenhandel Veränderung zum Vorjahr in %, Abweichungen durch Rundungen		2022	%	2023	%	2024	%
	Exporte (Mrd. US\$)	287,4	5,7	285,1	-0,8	300,8	5,5
	Importe (Mrd. US\$)	301,0	12,6	288,5	-4,2	307,6	6,6
	Saldo (Mrd. US\$)	-13,6		-3,4		-6,8	

Exportquote Exporte/BIP in %	2022	58,0 %
	2023	55,3 %
	2024	57,1 %



Kursiv geschriebene Werte sind vorläufige Angaben, Schätzungen oder Prognosen
© Germany Trade & Invest 2025 - Gefördert vom Bundesministerium für Wirtschaft und Energie aufgrund eines Beschlusses des Deutschen Bundestages.

Handelspartner



Dienstleistungshandel

Dienstleistungshandel (mit dem Ausland)
Veränderung zum Vorjahr in %, Abweichungen durch Rundungen

	2022	%	2023	%	2024	%
DL-Exporte (Mrd. US\$)	38,9	53,3	56,7	45,6	72,1	27,2
DL-Importe (Mrd. US\$)	62,8	8,4	65,6	4,5	73,6	12,2
Saldo (Mrd. US\$)	-23,9		-8,9		-1,5	

Freihandelsabkommen

Freihandelsabkommen mit Ländergruppen (ohne EU)	ASEAN Free Trade Area (AFTA); RCEP (Regional Comprehensive Economic Partnership) Zu bilateralen Abkommen siehe www.wto.org -> Trade Topics, Regional Trade Agreements, RTA Database, By country/territory	Mitgliedschaft in Zollunion	Nein
--	--	------------------------------------	------

Beziehungen zur EU & Deutschland

Waren- und Dienstleistungshandel mit der EU

Warenhandel der EU-27 mit dem Land Veränderung zum Vorjahr in %, Abweichungen durch Rundungen	Dienstleistungshandel der EU-27 mit dem Land Veränderung zum Vorjahr in %, Abweichungen durch Rundungen																																																								
<table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>2022</th> <th>%</th> <th>2023</th> <th>%</th> <th>2024</th> <th>%</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Exporte (Mrd. Euro)</td> <td>14,8</td> <td>10,9</td> <td>15,1</td> <td>1,9</td> <td>14,7</td> <td>-2,6</td> </tr> <tr> <td>Importe (Mrd. Euro)</td> <td>27,3</td> <td>23,1</td> <td>25,4</td> <td>-7,2</td> <td>27,5</td> <td>8,3</td> </tr> <tr> <td>Saldo (Mrd. Euro)</td> <td>-12,6</td> <td></td> <td>-10,3</td> <td></td> <td>-12,8</td> <td></td> </tr> </tbody> </table>		2022	%	2023	%	2024	%	Exporte (Mrd. Euro)	14,8	10,9	15,1	1,9	14,7	-2,6	Importe (Mrd. Euro)	27,3	23,1	25,4	-7,2	27,5	8,3	Saldo (Mrd. Euro)	-12,6		-10,3		-12,8		<table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>2021</th> <th>%</th> <th>2022</th> <th>%</th> <th>2023</th> <th>%</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>DL-Exporte (Mrd. Euro)</td> <td>5,7</td> <td>13,7</td> <td>7,2</td> <td>25,2</td> <td>7,3</td> <td>1,7</td> </tr> <tr> <td>DL-Importe (Mrd. Euro)</td> <td>2,5</td> <td>-24,0</td> <td>4,9</td> <td>95,6</td> <td>6,2</td> <td>25,7</td> </tr> <tr> <td>Saldo (Mrd. Euro)</td> <td>3,2</td> <td></td> <td>2,3</td> <td></td> <td>1,1</td> <td></td> </tr> </tbody> </table>		2021	%	2022	%	2023	%	DL-Exporte (Mrd. Euro)	5,7	13,7	7,2	25,2	7,3	1,7	DL-Importe (Mrd. Euro)	2,5	-24,0	4,9	95,6	6,2	25,7	Saldo (Mrd. Euro)	3,2		2,3		1,1	
	2022	%	2023	%	2024	%																																																			
Exporte (Mrd. Euro)	14,8	10,9	15,1	1,9	14,7	-2,6																																																			
Importe (Mrd. Euro)	27,3	23,1	25,4	-7,2	27,5	8,3																																																			
Saldo (Mrd. Euro)	-12,6		-10,3		-12,8																																																				
	2021	%	2022	%	2023	%																																																			
DL-Exporte (Mrd. Euro)	5,7	13,7	7,2	25,2	7,3	1,7																																																			
DL-Importe (Mrd. Euro)	2,5	-24,0	4,9	95,6	6,2	25,7																																																			
Saldo (Mrd. Euro)	3,2		2,3		1,1																																																				
Freihandelsabkommen mit der EU	Kein Abkommen	Einseitige EU-Zollpräferenzen	Keine einseitigen Präferenzregelungen																																																						

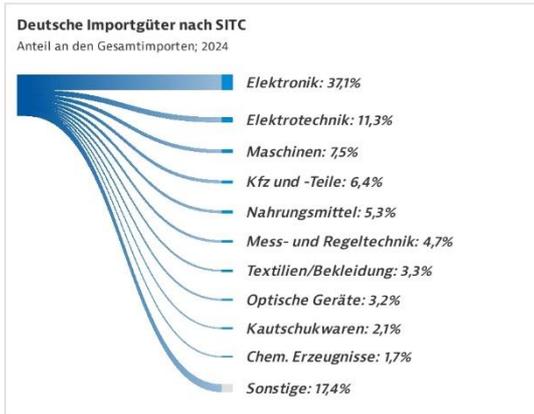
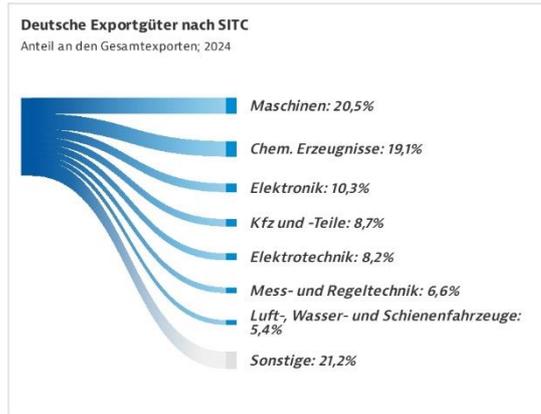
Warenhandel mit Deutschland

Warenhandel Deutschlands mit dem Land						
Veränderung zum Vorjahr in %, Abweichungen durch Rundungen						
	2022	%	2023	%	2024	%
Dt. Exporte (Mio. Euro)	5.435,1	10,4	5.330,5	-1,9	5.049,4	-5,3
Dt. Importe (Mio. Euro)	8.659,7	25,0	8.693,6	0,4	8.598,8	-1,1
Saldo (Mio. Euro)	-3.224,6		-3.363,1		-3.549,4	

Rangstelle bei deutschen Exporten
 2024; 1 = beste Bewertung
Rang 46 von 238

Rangstelle bei deutschen Importen
 2024; 1 = beste Bewertung
Rang 32 von 238

Deutsche Aus- und Einfuhrgüter



Bilateraler Dienstleistungshandel

Dienstleistungshandel Deutschlands mit dem Land						
Veränderung zum Vorjahr in %, Abweichungen durch Rundungen						
	2022	%	2023	%	2024	%
DL-Exporte (Mio. Euro)	1.270,2	17,1	1.154,4	-9,1	1.128,1	-2,3
DL-Importe (Mio. Euro)	1.447,1	128,6	2.380,2	64,5	2.005,5	-15,7
Saldo (Mio. Euro)	-176,9		-1.225,8		-877,4	

Bilaterale Direktinvestitionen

Deutsche Direktinvestitionen (Bestand)	2021	5.141 Mio. Euro
	2022	5.220 Mio. Euro
	2023	4.864 Mio. Euro

Direktinvestitionen des Landes in Deutschland (Bestand)	2021	177 Mio. Euro
	2022	164 Mio. Euro
	2023	176 Mio. Euro

Deutsche Direktinvestitionen (Nettotransaktionen)	2022	+589 Mio. Euro
	2023	+347 Mio. Euro
	2024	+750 Mio. Euro

Direktinvestitionen des Landes in Deutschland (Nettotransaktionen)	2022	+152 Mio. Euro
	2023	-143 Mio. Euro
	2024	+112 Mio. Euro

Bilaterale Kooperation

Doppelbesteuerungsabkommen | Abkommen vom 10.07.1967; in Kraft seit 04.12.1968

Investitionsschutzabkommen | Abkommen vom 24.06.2002; in Kraft seit 20.10.2004

Bilaterale öffentliche Entwicklungs-zusammenarbeit	2020	31 Mio. Euro
	2021	17,8 Mio. Euro
	2022	21,4 Mio. Euro

Anlaufstellen

Deutsche Auslandsvertretung	Bangkok, https://bangkok.diplo.de/th-de
------------------------------------	--

Auslandsvertretung des Landes in Deutschland	Berlin, https://berlin.thaiembassy.org/de/index
---	---

Auslandshandelskammer	Bangkok, www.thailand.ahk.de
------------------------------	---

Nachhaltigkeit & Klimaschutz

Emissionen

Treibhausgasemissionen pro Kopf <small>In Tonnen CO₂-Äquivalent</small>	2012	5,6 tCO ₂ e
	2022	6,5 tCO ₂ e

Treibhausgasemissionen <small>Anteil weltweit in %</small>	2012	0,9 %
	2022	0,9 %

Emissionsintensität pro Mio. US\$ BIP <small>In Tonnen CO₂-Äquivalent</small>	2012	1.043,3 tCO ₂ e
	2022	1.035,7 tCO ₂ e

Emissionsstärkste Sektoren <small>Anteil in %; 2022</small>	Elektrizität/Wärme: 23,2% Industrielle Prozesse: 22,7% Transport: 17,7%
---	---

Energie und Nachhaltigkeit

Erneuerbare Energien <small>Anteil am Primärenergieangebot in %</small>	2010	19,6 %
	2020	18,1 %

Stromverbrauch <small>In Kilowattstunden pro Kopf</small>	2021	2.713 kWh pro Kopf
---	------	--------------------

Sustainable Development Goals Index <small>2023; 1 = beste Bewertung</small>	Rang 45 von 167
--	------------------------

Geschäftsumfeld

Einschätzung des Geschäftsumfelds

Länderkategorie für Exportkreditgarantien <small>0 = niedrigste Risikokategorie, 7 = höchste</small>	3 von 7
--	----------------

Corruption Perceptions Index <small>2024; 1 = beste Bewertung</small>	Rang 107 von 180
---	-------------------------

Logistics-Performance-Index <small>2023; 1 = beste Bewertung</small>	Rang 34 von 139
--	------------------------

Internetqualität <small>2024; 1 = beste Bewertung</small>	Rang 20 von 121
---	------------------------

Kursiv geschriebene Werte sind vorläufige Angaben, Schätzungen oder Prognosen

© Germany Trade & Invest 2025 - Gefördert vom Bundesministerium für Wirtschaft und Energie aufgrund eines Beschlusses des Deutschen Bundestages.

2 Branchenspezifische Informationen

2.1 Marktpotenziale und -chancen

Der thailändische Gaming-Markt weist ein dynamisches Marktpotenzial auf und zählt mittlerweile zu den wichtigsten Akteuren im ASEAN-Raum. In den vergangenen Jahren erfuhr der Markt ein kontinuierliches Wachstum. Im Jahr 2019 lag der Umsatz noch bei lediglich 23 Mrd. THB (ca. 598 Mio. EUR), stieg 2020 bis auf 32 Mrd. THB (ca. 834 Mio. EUR) an und erreichte 2021 bereits ein Volumen von 36 Mrd. THB (ca. 922 Mio. EUR)¹¹⁹. Mit einem Umsatz von rund 40 Mrd. THB (ca. 1,015 Mrd. EUR) im Jahr 2023 lag Thailand weltweit auf Platz 19 der umsatzstärksten Gaming-Märkte. In der Region Südostasien belegt Thailand hinter Indonesien (65,5 Mrd. THB (ca. 1,66 Mrd. EUR)) den zweiten Platz, was sein Potenzial unterstreicht^{119,120}.

Prognosen zufolge wird sich dieser positive Trend weiter fortsetzen, aufgrund von infrastrukturellen und technologischen Entwicklungen, wie bspw. dem 5G-Ausbau, die zunehmende Verbreitung von Smartphones sowie die ansteigende Internetnutzung, die voraussichtlich von 76,54 % im Jahr 2023 auf 85,03 % im Jahr 2028 steigen wird.

Externe Faktoren wie technologische Innovationen, die Verbreitung von Smartphones und die Auswirkungen der Corona-Pandemie haben Einfluss auf das Nutzerverhalten. Während der Pandemie waren es vor allem technische Treiber wie die Digitalisierung und mobile Endgeräte, die das Wachstum beeinflussten. Gleichzeitig führte die Pandemie zu einer verstärkten Nutzung von Online-Games als soziale Plattform und zu einem deutlich gestiegenen Anteil von In-App-Käufen. Auch nach der Pandemie hält dieser Trend an, neue Technologien wie Virtual Reality (VR), Cloud Gaming und Metaverse-Anwendungen sowie der Ausbau von vernetzten Gaming-Ökosystemen schaffen zusätzliche Marktchancen.

Ein interessantes Marktpotenzial zeigt sich im Bereich des Mobile-Gamings, das durch die breite Verfügbarkeit kostengünstiger Smartphones und mobiler Datenflattrates ermöglicht wird. Der thailändische Markt zeichnet sich durch eine hohe Akzeptanz von Casual Games und Multiplayer Online Battle Arena (MOBA)-Spielen aus. Beliebte Titel wie Roblox, Tanghulu Master, Mobile Legends oder Garena ROV dominieren das Mobile-Gaming-Segment. Viele Anbieter entwickeln mittlerweile mobile Varianten klassischer PC- oder Konsolenspiele, um sich dem Markt anzupassen und der steigenden Nachfrage gerecht zu werden¹¹⁹.

Thailand entwickelt sich zunehmend zu einem zentralen Standort für neue Technologien und kreative Spieleentwicklung. Das liegt vor allem an der aktiven Entwicklerszene, einer gut vernetzten Gaming-Community sowie an der zunehmenden Unterstützung durch die thailändische Regierung im Bereich der Digital- und Kreativwirtschaft. Für ausländische Unternehmen und Investoren ergeben sich dadurch vielfältige Möglichkeiten zum Markteintritt. Besonders attraktiv sind Kooperationen mit thailändischen Partnern über gemeinsame Veröffentlichungen oder Lizenzvereinbarungen. Auch die Zusammenarbeit mit lokalen Spieleentwicklern und Studios bietet großes Potenzial¹²⁰. Der E-Sport-Sektor verzeichnet darüber hinaus ein rasantes Wachstum. Steigende Zuschauerzahlen und neue Sponsoring-Möglichkeiten schaffen attraktive Werbepattformen¹²¹.

Der thailändische Gaming-Markt ist dynamisch und wachstumsstark. Er ist geprägt von technologischer Affinität, steigenden Nutzerzahlen und einem breiten demografischen Spektrum. Insbesondere in den Bereichen Mobile Gaming, Casual Games, Esports, Game Development Outsourcing sowie bei Gamification-Lösungen für Bildung und Werbung eröffnen sich für deutsche Unternehmen lukrative Markteintritts- und Kooperationschancen.

¹¹⁹ Asia Media Journal (2024). Analyzing Thailand's Gaming Market in 2024. Abgerufen am 07.08.2024.

¹²⁰ GTAI (2024) Ausländische Videospiele erobern den thailändischen Markt. Abgerufen am 07.08.2024.

¹²¹ Yamada Consulting Group Co., Ltd. (2023): Gaming Industry in Thailand. Abgerufen am 18.07.2024.

2.2 Künftige Entwicklungen in den relevanten Segmenten und Nachfragesektoren

Die thailändische Gaming-Branche zählt zu den dynamischsten Wachstumsmärkten Südostasiens. Aufgrund steigender Investitionen, wachsender Konsumausgaben und einer technologieaffinen Bevölkerung entwickeln sich insbesondere Mobile Gaming und Esports zu wirtschaftlich bedeutenden Segmenten. Die daraus resultierende Nachfrage eröffnet neue Marktchancen für nationale wie internationale Akteure.

Laut Prognosen von IMARC Group wächst der thailändische Gaming-Markt bis zum Jahr 2033 auf 112,84 Mrd. THB (ca. 2,86 Mrd. EUR). Dies entspricht einer durchschnittlichen jährlichen Wachstumsrate (CAGR) von 8,28 % zwischen 2025 und 2033 (Abbildung 2)¹²². Besonders stark wächst der Bereich Mobile- und Tablet-Gaming, der den größten Marktanteil ausmacht. Auch PC-Gaming zeigt eine stabile Entwicklung, während Konsolenspiele weiterhin den kleinsten Anteil am Markt einnehmen.

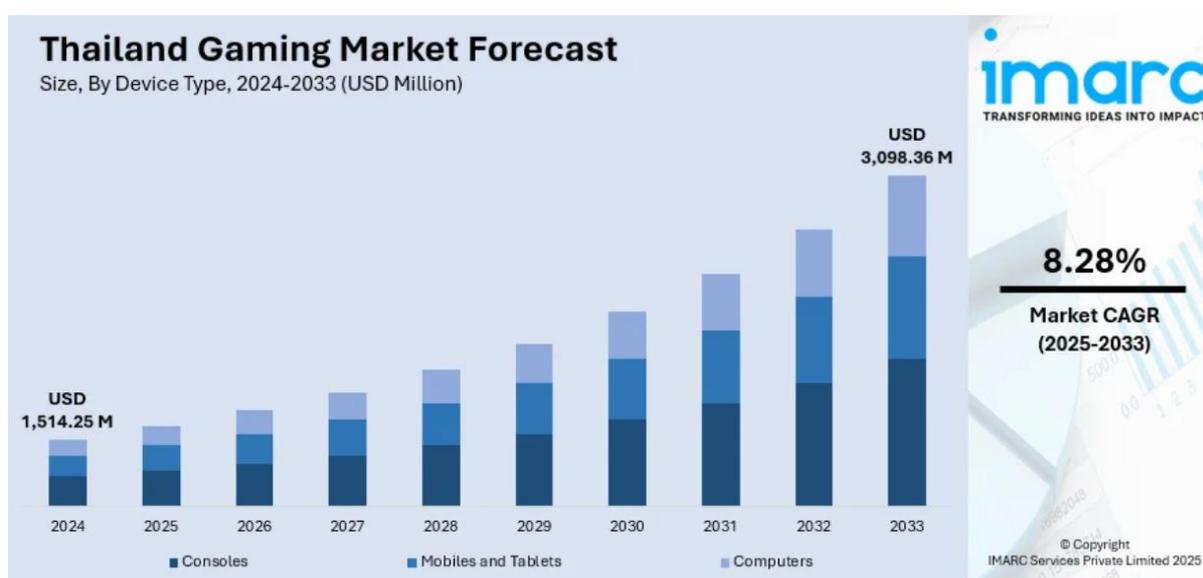


Abbildung 1: Prognose für den thailändischen Spielmarkt (2024-2033) (Quelle: IMARC Group, 2024).

Der Markt wird durch die hohe Smartphone-Durchdringung, die zunehmende Digitalisierung sowie das wachsende Interesse an Esports und Online-Games getragen. Die stetige Expansion bietet attraktive Chancen für internationale Entwickler, Publisher und Dienstleister, insbesondere im mobilen Segment.

2.2.1 Mobile Gaming

Mobile Gaming dominiert den thailändischen Gaming-Markt deutlich und gilt als zentraler Wachstumstreiber. Rund 95 % aller thailändischen Gamer spielen auf Smartphones, was die mobile Plattform mit Abstand zur beliebtesten macht. Bereits im Jahr 2024 wurde ein Umsatz von 630 Mio. US-Dollar erwartet. Bis 2027 soll dieser Wert bei einem jährlichen Wachstum von 6,92 % (CAGR) weiter steigen.

Mobile Games verzeichneten zwischen 2017 und 2020 ein bemerkenswertes Wachstum (Abbildung 3). Der Marktwert von Android-Spielen stieg mit einem jährlichen Wachstum von +28 % auf 11.077 Mio. THB (280 Mio. EUR), während iOS-Spiele mit einem CAGR von +23 % auf 9.972 Mio. THB (252 Mio. EUR) zulegten. Mobile Games bilden damit das wirtschaftlich bedeutendste Segment des Marktes. Mobile Gaming bietet Nutzern ein flexibles und ortsunabhängiges Spielerlebnis, was besonders in Schwellenmärkten wie Thailand eine zentrale Rolle spielt.

¹²² IMARC Group (2024) Thailand Gaming Market Size, Share, Trends and Forecast by Device Type, Platform, Revenue Type, Type, Age Group, and Region, 2025-2033 Abgerufen am 07.08.2025.

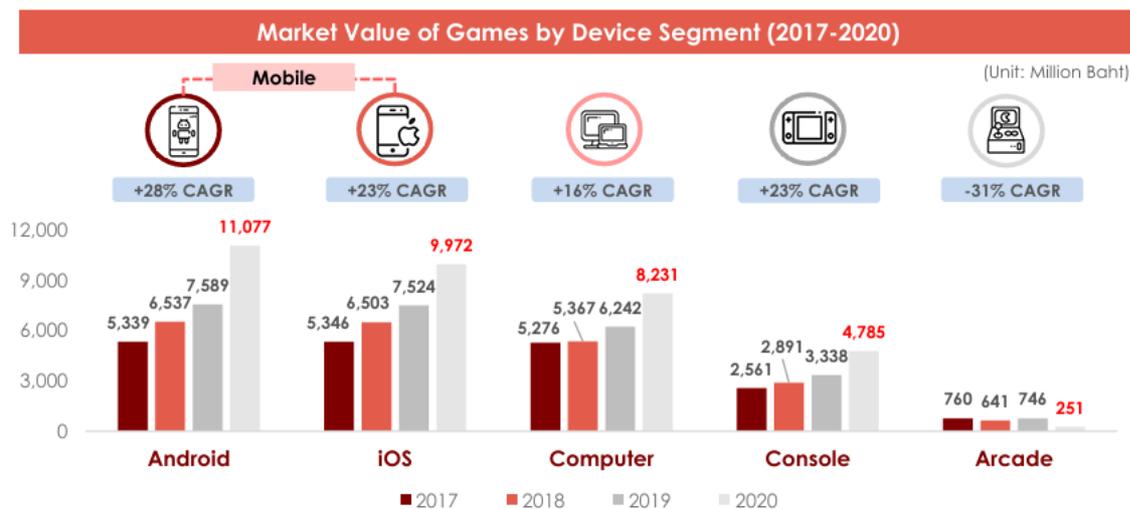


Abbildung 2: Marktwert von Spielen nach Gerätesegment (2017-2020) (Quelle: IMARC Group, 2024).

Im Vergleich dazu entwickelten sich Computer- und Konsolenspiele zwar ebenfalls positiv (+16 % bzw. +23 % CAGR), bleiben aber in Bezug auf Marktvolumen hinter dem Mobile-Segment zurück. Arcade-Spiele hingegen verloren deutlich an Bedeutung, mit einem Rückgang von –31 % CAGR, was den strukturellen Wandel hin zu digitalen Angeboten unterstreicht.

Diese Entwicklung lässt sich auf mehrere Faktoren zurückführen: Zum einen auf die weit verbreitete mobile Infrastruktur und die hohe Smartphone-Durchdringung. Zum anderen tragen der kostenlose Zugang zu Spielen über gängige Plattformen wie den Google Play Store oder den Apple App Store dazu bei, dass mobile Games insbesondere für einkommensschwächere Bevölkerungsgruppen attraktiv sind. Hinzu kommen die steigende Internetpenetration sowie erschwingliche Datentarife, die die Nutzung zusätzlich begünstigen.

Beliebte Titel wie PUBG Mobile, Garena Free Fire oder Mobile Legends zählen zu den meistgenutzten Spielen und haben in Thailand inzwischen einen regelrechten Kultstatus erreicht mit Millionen täglich aktiven Nutzern. Gleichzeitig zeigt sich eine hohe Zahlungsbereitschaft innerhalb der Community, 95 % der Gamer haben im vergangenen Jahr In-Game-Käufe getätigt für virtuelle Güter oder Erweiterungen¹²³. Internationale Spielepublisher richten ihren Blick verstärkt auf den thailändischen Markt, der sich als bedeutender Standort für mobile Expansion innerhalb Südostasiens etabliert.

2.2.2 Esports

Der thailändische Esports-Sektor entwickelt sich rasant und wird zunehmend zu einem eigenständigen Wachstumstreiber innerhalb der Gaming-Branche. Mit über 32 Mio. aktiven Spielern und einem dynamischen Konsumverhalten zählt Thailand heute zu den bedeutendsten Esports-Märkten Südostasiens¹¹⁹. Seit 2021 ist Esports dort offiziell als Sportart anerkannt, was den Zugang zu staatlicher Förderung, professioneller Infrastruktur und institutioneller Unterstützung wesentlich erleichtert hat.

Ein zentrales Merkmal des thailändischen Marktes ist dessen mobile Ausrichtung: Über 95 % der Gaming-Aktivitäten erfolgen auf Smartphones¹¹⁹. Dies wirkt sich auch auf das Esports-Konsumverhalten aus: Wettbewerbe und Streams werden überwiegend über mobile Plattformen wie YouTube oder Facebook Gaming statt über internationaler Anbieter wie Twitch verfolgt¹²⁴. Damit etabliert sich ein regionalspezifisches, mobilbasiertes Esports-Ökosystem, das vor allem junge Zielgruppen anspricht.

Die Marktdynamik spiegelt sich auch in den Wachstumsprognosen wider. Der Esports-Markt Thailands wird laut Statista (2024) im Jahr 2025 ein Volumen von rund 885,7 Mio. THB (ca. 22,41 Mio. EUR) erreichen und bis 2029 auf etwa 1,14 Mrd. THB (ca. 28,85 Mio. EUR) anwachsen, ein durchschnittliches jährliches Wachstum von rund 6,5%. Parallel dazu

¹²³ Thailand Business News (2025). The Rise of Gaming Industry in Thailand: Business Trends to Watch in 2025. Abgerufen am 07.08.2025.

¹²⁴ Digital-Trans Asia (o.D.) Unlocking Thailand's Gaming Industry: Trends and Opportunities. Abgerufen am 07.08.2025.

wird die Anzahl aktiver Esports-Zuschauer in den kommenden Jahren auf über 10 Mio. steigen^{125,126}.

Die zunehmende Professionalisierung durch lokale Turniere wie die „ROV Pro League“ und Teams wie „Buriram United Esports“ sorgen für nationale Identifikation und internationale Sichtbarkeit. Gleichzeitig fördern Initiativen der Digital Economy Promotion Agency (DEPA) sowie Bildungsprogramme an Universitäten die Ausbildung neuer Talente und den Aufbau nachhaltiger Strukturen¹²⁷.

Die Nachfrage nach Esports-Angeboten in Thailand wird in den kommenden Jahren nicht nur zahlenmäßig steigen, sondern sich auch inhaltlich differenzieren. Der Fokus liegt dabei auf mobilen Plattformen, interaktiven und lokalisierten Inhalten, Bildungsangeboten sowie neuen Zielgruppen. Für Unternehmen aus dem Bereich Gaming, Events, Werbung oder Bildung eröffnen sich damit vielfältige Markteintrittschancen in einem der dynamischsten Esports-Märkte Asiens.

2.3 Wettbewerbssituation

Die thailändische Gaming-Branche ist durch eine dynamische und stark wachsende Wettbewerbssituation geprägt, an der sowohl einheimische als auch internationale Akteure beteiligt sind. Der Markt professionalisiert sich zunehmend, wobei sich der Fokus vom reinen Konsum hin zur aktiven Spieleentwicklung und dem Aufbau einer Exportindustrie verschiebt.

Ein zentrales Merkmal der Wettbewerbssituation ist die starke Dominanz internationaler Publisher und Plattformbetreiber, vor allem aus China, Japan, Südkorea und den USA. Diese Unternehmen sichern sich erhebliche Marktanteile, insbesondere im Segment der Mobile Games, das in Thailand den größten Umsatzanteil generiert. Lokale Anbieter stehen dabei unter erheblichem Konkurrenzdruck, was sowohl auf ihre begrenzten finanziellen Ressourcen als auch auf die Herausforderungen bei der internationalen Skalierung zurückzuführen ist¹²⁸.

Gleichzeitig wächst die Zahl der thailändischen Entwicklerstudios, die mit kreativen Ideen und kulturell geprägten Inhalten eine Nische besetzen. Besonders Spiele, die sich mit thailändischer Mythologie, Geschichte oder Kunst befassen, werden immer beliebter und bieten ein Alleinstellungsmerkmal gegenüber internationalen Titeln. Der Staat unterstützt diese Entwicklung gezielt durch Förderprogramme der DEPA sowie durch die Einbindung von Gaming in die nationale „Soft Power“-Strategie¹²⁹.

Im Bereich Esports ist ein deutlicher Professionalisierungsschub zu beobachten. Seit der offiziellen Anerkennung als Profisportart Thailands im Jahr 2021 ist die Zahl der professionellen Teams und Turniere stark angestiegen. Lokale Clubs und Veranstalter konkurrieren um Sponsoren, Medienrechte und Talente, während gleichzeitig internationale Organisationen wie Garena in den Markt investieren und eigene Ligen etablieren¹³⁰.

Die wachsende Anzahl von Gaming-Influencern und Streamern trägt ebenfalls zu einem wettbewerbsintensiven Umfeld bei. Diese Akteure beeinflussen Konsumtrends, Markenpositionierung und die Verbreitung von Spielen maßgeblich. Das stellt vor allem für kleinere Studios eine zusätzliche Herausforderung dar. Gleichzeitig bieten sich hier Chancen für Marketing-Kooperationen und Community-Building.

Die thailändische Regierung reagiert auf die zunehmende Wettbewerbsdichte mit strukturellen Maßnahmen wie Steuererleichterungen, Gründerprogrammen und dem Aufbau digitaler Infrastruktur im Rahmen des Thailand Digital Valley. Ziel ist es, ein innovationsfreundliches Umfeld zu schaffen, das lokalen Entwicklern bessere Wettbewerbsbedingungen gegenüber den internationalen Giganten ermöglicht¹³¹.

Insgesamt lässt sich festhalten, dass die thailändische Gaming-Industrie zwar in einem wettbewerbsintensiven Umfeld agiert, gleichzeitig jedoch zunehmend eigene Stärken entwickelt, insbesondere in den Bereichen kulturell geprägte Content-Creation, Esports und Aufbau regionaler Ökosysteme.

¹²⁵ Market Research Thailand (2025). Thailand E-Sports Industry Growth Levels Up . Abgerufen am 06.08.2025.

¹²⁶ ISSUU (o.D.) E-sports in the mainstream; Exciting opportunities for the gaming industry - Issuu. Abgerufen am 06.08.2025.

¹²⁷ DEPA (o. D.) DEPA Thailand - Start-Up Institute. Abgerufen am 06.08.2025.

¹²⁸ Digital-Trans Asia (o.D.) The Key to the Success of Thai Game Publishers in the Global Gaming Industry. Abgerufen am 07.08.2025.

¹²⁹ Mondaq (o.D.) Thailand Advances Draft Act To Promote Online Gaming Industry - Gaming - Thailand. Abgerufen am 06.08.2025.

¹³⁰ Digital-Trans Asia (o.D.). The Role of Thai Game Publishers in Promoting E-Sports Games in the Southeast Asia Region . Abgerufen am 06.08.2025.

¹³¹ DEPA (o.D.) DEPA Thailand - Thailand Digital Valley. Abgerufen am 06.08.2025.

Die strategische Förderung durch den Staat und das wachsende Interesse ausländischer Investoren machen Thailand zu einem der spannendsten Wachstumsmärkte für die globale Gaming-Branche.

2.4 Stärken und Schwächen des Marktes für die Branche

Die thailändische Gaming-Industrie weist eine Reihe struktureller Stärken auf, die sie zu einem vielversprechenden Standort für zukünftiges Wachstum machen. Gleichzeitig bestehen jedoch auch Schwächen, die das Entwicklungspotenzial bremsen können und gezielte strategische Maßnahmen erfordern.

Stärken (Strengths):	Schwächen (Weaknesses):
<ul style="list-style-type: none"> Hohe digitale Affinität der Bevölkerung; über 50 Mio. aktive Internetnutzer; sehr hohe Smartphone-Durchdringung; Mobile Gaming als größtes Marktsegment mit erwarteten 21,84 Mrd. THB Umsatz (ca. 553,2 Mio. EUR) in 2024. Strategische Förderung durch die Regierung und Digital Economy Promotion Agency (DEPA); Unterstützung von Start-ups; Ausbau digitaler Infrastruktur („Thailand Digital Valley“); offizielle Anerkennung von E-Sports als Profisport seit 2021. Lokale Studios profitieren von thailändischer Mythologie, Geschichte und sozialen Themen; einzigartiges Alleinstellungsmerkmal auf internationaler Ebene; wachsende Nachfrage im asiatisch-pazifischen Raum („kulturelle Soft Power“). 	<ul style="list-style-type: none"> Geringe internationale Sichtbarkeit thailändischer Entwicklerstudios; viele kleinere Unternehmen haben zu wenig Kapital und erfahrenes Personal; Fachkräftemangel in Game Design, Programmierung und Vermarktung; Ausbildungsstand entspricht oft nicht internationalen Standards. Starker Wettbewerb durch ausländische Anbieter (China, Japan, USA) mit aggressiven Marketingstrategien; Dominanz im Free-to-Play- und Mobile-Games-Segment; hoher Preisdruck für lokale Entwickler; Abhängigkeit von globalen Distributionskanälen (Google Play, Steam, Apple Store) begrenzt Kontrolle über Monetarisierung und Datenzugang. Geringe Investitionsbereitschaft privater Kapitalgeber; Finanzierung von Start-ups schwierig, besonders in frühen Entwicklungsphasen.
Chancen (Opportunities):	Gefahren (Threats):
<ul style="list-style-type: none"> Nutzung der breiten Nachfragebasis für nationale und internationale Anbieter; Einführung neuer Mobile- und Online-Spiele. Stärkung der internationalen Wettbewerbsfähigkeit durch staatliche Programme; Exportförderung. Entwicklung von exportfähigen, kulturell geprägten Spielen; internationale Markenbildung. Kooperationen mit internationalen Publishern; Teilnahme an globalen Messen und Turnieren. Eigene Plattformen oder lokale Vermarktungsstrategien entwickeln. Aufbau von Venture Capital-Netzwerken; gezielte Förderprogramme. 	<ul style="list-style-type: none"> Schnell wachsende Nutzererwartungen könnten lokale Anbieter überfordern. Politische Änderungen oder Budgetkürzungen könnten Förderprogramme einschränken. Geringes Bewusstsein international könnte Marktchancen limitieren. Hohes Risiko- und Abbruchpotenzial; Mangel an unternehmerischer Erfahrung und marktorientierter Produktentwicklung.

Tabelle 3: SWOT-Analyse für die Videospielebranche in Thailand¹³²

2.5 Marktpotenzial für deutsche Unternehmen in der thailändischen Gaming-Branche

Der thailändische Gaming-Markt entwickelt sich rasant und eröffnet deutschen Unternehmen vielfältige Chancen für Export, Investitionen und strategische Partnerschaften. Vor dem Hintergrund eines starken Marktwachstums und einer zunehmenden Digitalisierung ergeben sich besonders im Bereich Mobile Gaming, digitaler Infrastruktur und Gaming-Hardware attraktive Potenziale. Die folgenden Entwicklungen und Markttrends verdeutlichen, in welchen Segmenten sich deutsche Akteure erfolgreich positionieren können.

¹³² Bangkok Post (2025). Thai games market set to grow in 2025 despite challenges. Abgerufen am 05.08.2025.

	2024*	2029*
Hardware (Gaming-PCs, Konsolen, Zubehör)	1.001	1.488
Games auf mobilen Endgeräten	630	859
In-Game Werbung	134	220
Live Streaming	129	181
Download Games	123	155
Online Games	70	90
Physisch verkaufte Videospiele	62	64
Online-Plattformen für Mehrspieler	19	29
Insgesamt	2.167	3.085

Abbildung 3: Umsätze mit Videospiele wachsen in jedem Bereich (Umsätze in Thailand in Mio. US\$).

Laut aktuellen Daten von Statista Market Insights 2024, veröffentlicht durch Germany Trade & Invest (GTAI), zählt Thailand zu den dynamischsten Wachstumsmärkten für digitale Spiele in Südostasien. Bis zum Jahr 2029 wird ein Marktvolumen von rund 3,09 Mrd. US-Dollar prognostiziert ein Anstieg von über 40 % im Vergleich zu 2024 (2,17 Mrd. USD). Besonders auffällig ist das starke Wachstum im Bereich Mobile Gaming, das mit einem erwarteten Anstieg von 630 Mio. US-Dollar im Jahr 2024 auf 859 Mio. US-Dollar bis 2029 ein zentrales Segment des Marktes darstellt. Auch Gaming-Hardware bleibt mit einem Volumen von voraussichtlich 1,49 Mrd. US-Dollar das größte Teilsegment und wächst deutlich um knapp 50 %. Gleichzeitig gewinnen In-Game-Werbung und Live-Streaming-Plattformen zunehmend an wirtschaftlicher Bedeutung mit erwarteten Zuwächsen von 64 % bzw. 52 %².

Diese Entwicklung unterstreicht die zunehmende Digitalisierung und Vernetzung des thailändischen Marktes, insbesondere die hohe Nutzung mobiler Endgeräte und sozialer Plattformen, die das Nutzerverhalten tiefgreifend verändern. Für deutsche Unternehmen ergeben sich daraus vielversprechende Marktchancen in mehreren Bereichen. So können Mobile-Game-Entwickler mit lokal angepassten Inhalten oder innovativen Casual- und Strategie-Spielen gezielt auf eine junge, technologieaffine Zielgruppe abzielen. Anbieter von technischer Infrastruktur, im Bereich In-Game-Advertising, Payment-Processing oder Data-Analytics, profitieren vom wachsenden Bedarf an Monetarisierungslösungen und Performance-Optimierung. Ebenso eröffnen sich Potenziale für Hersteller von Gaming-Hardware und E-Sport-Technologie, da sowohl Privatverbraucher als auch professionelle Veranstalter vermehrt in Ausrüstung, Zubehör und Streaming-Lösungen investieren.

Zudem zeigt der Markt eine hohe Importabhängigkeit, was insbesondere für deutsche Publisher, Technologieexporteure und Softwareanbieter günstige Voraussetzungen schafft. Unterstützt wird dies durch wirtschaftspolitische Maßnahmen wie steuerliche Anreize und Investitionsförderungen der Thailand Board of Investment (BOI) oder der Digital Economy Promotion Agency (DEPA). Kooperationen mit lokalen Partnern, etwa im Rahmen staatlich geförderter E-Sport-Projekte oder digitaler Bildungsinitiativen, eröffnen darüber hinaus zusätzliche Einstiegsmöglichkeiten.

Thailand hat einen innovationsgetriebenen und wachstumsstarken Gaming-Markt, der für deutsche Unternehmen insbesondere im Bereich Mobile Gaming, digitale Infrastruktur und Gaming-Hardware attraktive Chancen für Export, Markteintritt und strategische Kooperationen bietet.

2.6 Gaming Industry Act

Ein zusätzlicher Impuls für die Branche ergibt sich aus dem derzeit in der Ausarbeitung befindlichen „Game Industry Act“, einem umfassenden Gesetzesentwurf zur Förderung, Professionalisierung und Regulierung der thailändischen Spieleindustrie. Ziel dieser Gesetzesinitiative ist es, Thailand systematisch als führenden Standort für digitale Spiele in Südostasien zu etablieren. Der Entwurf wurde von der Digital Economy Promotion Agency (DEPA) und in Kooperation mit dem Kulturministerium entwickelt und befindet sich derzeit im Gesetzgebungsverfahren.

Das Gesetz soll rechtliche und wirtschaftliche Rahmenbedingungen schaffen, um den Wachstumsmarkt strukturell zu stärken. Zu den zentralen Inhalten zählen:¹³³

- die gesetzliche Definition des Begriffs „Spiel“ (Game) und die Registrierungspflicht für Spieleentwickler, Anbieter und Plattformbetreiber,
- die Einführung eines altersgerechten Ratingsystems nach internationalen Standards,
- die Einrichtung eines nationalen Regulierungsrats, der Branchenstandards setzt und Innovationen überwacht,

sowie die Gründung eines staatlich finanzierten Game Promotion Institute, das gezielt Fördermittel bereitstellt, z. B. für Ausbildung, Content-Produktion oder internationale Wettbewerbsfähigkeit.

Das Förderinstitut soll jährlich mit bis zu 1 Mrd. THB (ca. 25 Mio. EUR) unterstützt werden. Damit will die Regierung nicht nur die thailändische Kreativwirtschaft antreiben, sondern auch ausländische Investoren und technologische Partner gezielt anziehen. Für deutsche Unternehmen bedeutet dies ein zunehmend stabiles, transparentes und investitionsfreundliches Umfeld, das den Markteintritt erleichtert und langfristige Kooperationen mit lokalen Akteuren fördert.¹³⁴

¹³³ Bangkok Post (2025). Unpacking the Game Industry. Abgerufen am 01.08.2025.

¹³⁴ The Legal (2025). Online Gaming Act pushing for a balanced and thriving digital economy. Abgerufen am 01.08.2025.

3 Kontaktadressen

Institution	Kurzbeschreibung
Auslandshandelskammer Singapur	Die Auslandshandelskammer (AHK) Singapur ist Teil eines Netzwerks von mehr als 150 bilateralen Industrie- und Handelskammern in 93 Ländern weltweit. Als offizielle Handelsförderung der deutschen Bundesregierung übernimmt die AHK wichtige Aufgaben, um den bilateralen Handel zwischen Deutschland und Singapur zu fördern. Mit mehr als 520 Unternehmensrepräsentanten aus den unterschiedlichsten Industrien ist die AHK Singapur eine der größten bilateralen Handelskammern in Singapur.
Auslandshandelskammer Thailand	Die Deutsch-Thailändische Handelskammer mit Sitz in Bangkok ist seit 1962 für die bilateralen Wirtschaftsbeziehungen zwischen Deutschland und Thailand aktiv. Derzeit zählt die AHK Thailand nahezu 600 Mitgliedsunternehmen, womit sie zu den größten ausländischen Handelskammern in Thailand gehört. Ihre Mitarbeiter verfügen über umfangreiche landesspezifische Markt- und Branchenkenntnisse sowie jahrelange Erfahrung und Kompetenz in der effizienten Vertretung von Geschäftsinteressen in Deutschland und Thailand.
Deutsche Botschaft Singapur Deutsche Botschaft Thailand	Die deutschen Botschaften in Singapur und Thailand sind die offiziellen Vertretungen der Bundesrepublik Deutschland in beiden Ländern. Sie sind der erste Ansprechpartner und übernehmen wichtige Dienstleistungen für deutsche Staatsangehörige in den südostasiatischen Ländern. Darüber hinaus vermitteln sie mit und zwischen deutschen Institutionen zur Erfüllung diverser Aufgaben für die bilaterale Beziehung zwischen Deutschland und Thailand
Digital Economy Promotion Agency	Die Digital Economy Promotion Agency (DEPA) ist eine staatliche Behörde unter dem thailändischen Ministry of Digital Economy and Society. Sie fördert die digitale Transformation des Landes durch Programme, Investitionen und Unterstützung von Start-ups, mit besonderem Fokus auch auf Gaming, Esports und digitale Inhalte. Damit ist sie eine zentrale Anlaufstelle für Unternehmen, die in Thailands Digital- und Gaming-Markt einsteigen wollen.
Germany Trade & Invest	Germany Trade & Invest (GTAI) ist die Außenwirtschaftsagentur der Bundesrepublik Deutschland. Mit 60 Standorten weltweit und dem Partnernetzwerk unterstützt Germany Trade & Invest deutsche Unternehmen bei ihrem Weg ins Ausland, wirbt für den Standort Deutschland und begleitet ausländische Unternehmen bei der Ansiedlung in Deutschland.
Global Esports Federation (GEF)	Die Global ESports Federation wurde im Dezember 2019 in Singapur gegründet und versteht sich als internationale Plattform zur Förderung von Glaubwürdigkeit, Legitimität und Prestige im Bereich E-Sport. Sie vereint über 170 Mitgliedsverbände weltweit und organisiert jährlich die Global Esports Games (GEG) sowie die Global Esports Tour (GET), bei denen professionelle Spielerinnen und Spieler aus verschiedenen Ländern in mehreren Spieletiteln antreten.
Infocomm Media Development Authority	Die Infocomm Media Development Authority (IMDA) ist eine staatliche Behörde in Singapur, die sich mit der Entwicklung und Regulierung der digitalen Medien- und Technologielandschaft befasst. Sie fördert Innovation, unterstützt Unternehmen bei der digitalen Transformation und setzt sich für den Schutz von Daten und die verantwortungsvolle Nutzung neuer Technologien ein. So übernimmt sie eine zentrale Rolle bei der Gestaltung einer zukunftsfähigen digitalen Gesellschaft.
Koelnmesse Pte Ltd	Die Koelnmesse Pte Ltd ist die asiatische Tochtergesellschaft der deutschen Koelnmesse GmbH und seit 2002 in Singapur aktiv. Mit ihrer lokalen Präsenz organisiert sie eine Vielzahl internationaler Fachmessen in unterschiedlichen Branchen und fördert dabei den Austausch zwischen regionalen und globalen Marktteilnehmern. Zu ihren wichtigsten Veranstaltungen zählt die gamescomasia, die als asiatischer Ableger der weltweit größten Videospielemesse gilt und sich als zentrale Plattform für die Gaming-Industrie im asiatisch-pazifischen Raum etabliert hat.
Singapore Esports Association	Die Singapore Esports Association (SGEA) ist die nationale Organisation für E-Sport in Singapur und Mitglied des Singapore National Olympic Council. Sie fördert die Teilnahme Singapurs an internationalen Wettbewerben und unterstützt die Entwicklung des lokalen E-Sport-Ökosystems. Im Jahr 2025 organisiert die SGEA unter anderem die Auswahl nationaler E-Sport-Teams für die Südostasienspiele.
Singapore Games	Die Singapore Games Association (SGGA) ist eine gemeinnützige Organisation, die sich für die Förderung der Spieleindustrie in Singapur einsetzt. Sie unterstützt lokale Entwickler,

Association	Publisher und Dienstleister durch Workshops, Netzwerkveranstaltungen und Branchentreffen. Ziel der SGGA ist es, ein nachhaltiges Ökosystem für Spiele zu schaffen und die Sichtbarkeit der singapurischen Spielebranche international zu stärken.
Singapore Tourism Board	Die Singapore Tourism Board (STB) ist die nationale Behörde für Tourismusentwicklung in Singapur. Sie arbeitet mit Partnern aus Wirtschaft und Gesellschaft zusammen, um die Attraktivität des Landes als Reiseziel zu stärken. Im Jahr 2025 konzentriert sich die STB auf nachhaltiges Wachstum, digitale Innovation und neue Erlebniskonzepte, etwa durch die Tourism Industry Conference und die langfristige Strategie Tourism 2040.
Thai Game Software Industry Association	Die Thai Game Software Industry Association (TGA) ist der zentrale Branchenverband der thailändischen Spieleindustrie. Sie unterstützt Entwickler, Publisher und Dienstleister durch Networking, Weiterbildung und Interessenvertretung gegenüber Regierung und internationalen Partnern. Ziel ist die Stärkung und internationale Sichtbarkeit der thailändischen Gaming-Branche.
Thailand Esports Federation	Die Thailand Esports Federation (TESF) ist die offizielle nationale Organisation für Esports, anerkannt von der thailändischen Sportbehörde. Sie fördert den E-Sport durch Turniere, Athletenförderung und internationale Kooperationen und setzt Standards für Training und Wettbewerbe. Damit ist sie der wichtigste Ansprechpartner für E-Sport-Entwicklung in Thailand.

Quellenverzeichnis

- 6wresearch (2023). Singapore Virtual Reality Market (2025-2031) Outlook | Share, Size, Industry, Growth, Analysis, Companies, Revenue, Trends, Value & Forecast. Verfügbar unter: <https://www.6wresearch.com/industry-report/singapore-virtual-reality-market> [Abgerufen am 17.07.2025]
- 42 Matters (2025). How Do Singaporean Mobile Game Developers Monetize their Games?. Verfügbar unter: <https://42matters.com/how-do-singaporean-mobile-game-developers-monetize-their-games> [Abgerufen am 30.07.2025]
- Asia Media Journal (2024). Analyzing Thailand's Gaming Market in 2024. Verfügbar unter: <https://www.asiamediajournal.com/analyzing-thailands-gaming-market-in-2024/> [Abgerufen am 07.08.2024]
- Bangkok Post (2025) Bangkok Post - Thai games market set to grow in 2025 despite challenges. Verfügbar unter: <https://www.bangkokpost.com/business/general/3004802/thai-games-market-set-to-grow-in-2025-despite-challenges> [Abgerufen am 05.08.2025]
- Bangkok Post (2025). Unpacking the Game Industry. Verfügbar unter: <https://www.bangkokpost.com/business/general/3001689/unpacking-the-game-industry-act> [Abgerufen am 01.08.2025]
- Blog by Singapore Games Association (2020) Official Press Release for SGGA. Verfügbar unter: <https://blog.sgga.org.sg/2020/08/official-press-release-for-sgga.html> [Abgerufen am 09.07.2025]
- Büchel, J. (2021). Serious Games und Gamifizierung - Mehr als nur ein Spiel. Verfügbar unter: https://www.iwkoeln.de/fileadmin/user_upload/Studien/Kurzberichte/PDF/2021/IW-Kurzbericht_2021-Serious_Games_und_Gamifizierung.pdf [Abgerufen am 05.08.2025]
- Chan, C.Y. (2023). Commentary: For a nation of gamers, why doesn't Singapore have more homegrown video games? Verfügbar unter: <https://www.channelnewsasia.com/commentary/gaming-video-mobile-Esports-sea-talent-developer-studio-3497161> [Abgerufen am 06.08.2025]
- Channel News Asia. (2023). New mother tongue curriculum for Primary 1 students from 2024. Verfügbar unter: <https://www.channelnewsasia.com/singapore/new-mother-tongue-curriculum-primary-1-2024-games-reading-pen-3726621> [Abgerufen am 30.07.2025]
- Cheng, I. (2024). Singapore to host Evo 2026, the 'World Cup' of fighting games. Verfügbar unter: <https://www.straitstimes.com/singapore/singapore-to-host-evo-2026-the-world-cup-of-fighting-games> [Abgerufen am 09.07.2025]
- Coates, C. (2022). Southeast Asia's biggest esports hotel coming to Singapore. Verfügbar unter: <https://blooloop.com/technology/news/arena-esports-hotel-singapore/> [Abgerufen am 30.07.2025]
- Comission Factory (2023). Singapore Gaming Industry - Stats, Trends & Demographics. Verfügbar unter: <https://blog.commissionfactory.com/ecommerce-marketing/singapore-gaming-industry#Singapore-Gaming-Industry-Demographics%C2%A0> [Abgerufen am 30.07.2025]
- DEPA (o. D.) DEPA Thailand - Start-Up Institute. Verfügbar unter: <https://www.DEPA.or.th/en/Start-Up-institute>. [Abgerufen am 06.08.2025]
- DEPA (o.D.a) DEPA Thailand - Thailand Digital Valley. Verfügbar unter: <https://www.DEPA.or.th/en/thailand-digital-valley>. [Abgerufen am 06.08.2025]
- DigiPen Institute of Technology Singapore (o.D.). Bachelor of Arts in Game Design. Verfügbar unter: <https://www.digipen.edu.sg/academics/degrees-with-name-changes/ba-in-game-design> [Abgerufen am 04.08.2025]
- Digital-Trans Asia (o.D.). Top 10 Singaporean Game Publishers with the Most Downloads. Verfügbar unter: <https://digital-trans.asia/news-and-blogs/post/top-10-singaporean-game-publishers-most-downloads> Abgerufen am 30.07.2025
- Digital-Trans Asia (o.D.a) The Key to the Success of Thai Game Publishers in the Global Gaming Industry. Verfügbar unter: <https://digital-trans.asia/news-and-blogs/post/key-success-thai-game-publishers-global-gaming-industry> [Abgerufen am 07.08.2025]
- Digital-Trans Asia (o.D.). The Role of Thai Game Publishers in Promoting Esports Games in the Southeast Asia Region. Verfügbar unter: <https://digital-trans.asia/en/news-and-blogs/post/role-thai-game-publishers-promoting-Esports-games-southeast-asia-region> [Abgerufen am 06.08.2025]
- Digital-Trans Asia (o.D.) Unlocking Thailand's Gaming Industry: Trends and Opportunities. Verfügbar unter: <https://digital-trans.asia/th/news-and-blogs/post/unlocking-thailands-gaming-industry-trends-and-opportunities#:~:text=Thai%20Gaming%20Market&text=This%20impressive%20standing%20is%20reflected,in%20gaming%20revenue%20in%202022>. [Abgerufen am 07.08.2025]
- Doppler Soundlab (o.D.). Verfügbar unter: <https://doppler.sg/> [Abgerufen am 05.08.2025]

- E3 Distribution (o.D.). Company Profile. Verfügbar unter: <https://e3distribution.asia/about/> [Abgerufen am 30.07.2025]
- EDB (2023). Singapore's digital economy contributed 17.3% to GDP in 2022, up from 13% in 2017: IMDA [Singapore's digital economy contributed 17.3% to GDP in 2022, up from 13% in 2017: IMDA | Singapore EDB](https://www.edb.gov.sg/en/industry-digital-economy/contributed-17-3-to-gdp-in-2022-up-from-13-in-2017) [Abgerufen am 08.08.2025]
- Enterprise Singapore (o.D.). Why Singapore. Verfügbar unter: <https://www.enterprisesg.gov.sg/Grow-Your-Business/partner-with-singapore/why-singapore> [Abgerufen am 05.08.2025]
- Game (2020). Enormous potential for serious games: sales revenue expected to grow by 19 per cent annually. Verfügbar unter: <https://www.game.de/en/enormous-potential-for-serious-games-sales-revenue-expected-to-grow-by-19-per-cent-annually/?utm> [Abgerufen am 05.08.2025]
- Game (2024). Jahresreport der deutschen Games Branche 2024. <https://www.game.de/wp-content/uploads/2024/08/Jahresreport-der-deutschen-Games-Branche-2024.pdf> [Abgerufen am 30.07.2025]
- gamescomasia (2025). gamescomasia and Thailand Game Show Join Forces to Establish the Region's Largest Gaming Event. Verfügbar unter: <https://gamescom.asia/press/gamescom-asia-and-thailand-game-show-join-forces-to-establish-the-regions-largest-gaming-event> [Abgerufen am 09.07.2025]
- Garena (o.D.). Garena. Verfügbar unter: <https://www.garena.sg/> [Abgerufen am 05.08.2025]
- Global Esports Federation (o.D.). The Global Esports Federation. Verfügbar unter: <https://www.globalesports.org/about> [Abgerufen am 04.08.2025]
- Glover, E., Cassel, D. (2025). 21 Gaming Companies in Singapore to Know. Verfügbar unter: <https://builtinsingapore.com/articles/gaming-companies-in-singapore> [Abgerufen am 30.07.2025]
- Gov.sg (2025). What's the buzz about 5G?. Verfügbar unter: <https://www.gov.sg/explainers/whats-the-buzz-about-5g#> [Abgerufen am 07.08.2025]
- GOVTECH Singapore (2025). Gamification: When inspiring citizen engagement in Singapore is all fun and games. Verfügbar unter: <https://www.tech.gov.sg/technews/when-inspiring-citizen-engagement-in-singapore-is-all-fun-and-games> [Abgerufen am 05.08.2025]
- GSA (o.D.). IMDA – Infocomm Media Development Authority. Verfügbar unter: <https://gsacom.com/associate/imda-infocomm-media-development-authority/> [Abgerufen am 30.07.2025]
- GTAI (o.D.). Wirtschaftsdaten kompakt – Singapur. Verfügbar unter: <https://www.gtai.de/de/trade/singapur-wirtschaft/wirtschaftsdaten-kompakt#/SGP/overview> [Abgerufen am 05.08.2025]
- GTAI (2024) Ausländische Videospiele erobern den thailändischen Markt. Verfügbar unter: <https://www.gtai.de/de/trade/thailand/branchen/auslaendische-videospiele-erobern-den-thailaendischen-markt-1814052#toc-anchor--1> [Abgerufen am 07.08.2024]
- Hidden Singapore (2024). HIDDEN.sg Partners National Heritage Board to Deliver Interactive Katong-Joo Chiat Heritage Experience. Verfügbar unter: <https://hidden.sg/blogs/newsroom/hidden-sg-partners-national-heritage-board-to-deliver-interactive-katong-joo-chiat-heritage-experience> [Abgerufen am 05.08.2025]
- HoYoverse (2022). HoYoverse Opens Its Headquarters Office in Singapore. Verfügbar unter: <https://www.hoyoverse.com/en-us/news/102498?mobile-app=true&theme=wiki> [Abgerufen am 05.08.2025]
- HP Online Store Singapore (2025). The Future of Gaming: Comparing PC and Cloud Gaming in Singapore. Verfügbar unter: <https://www.hp.com/sq-en/shop/tech-takes/post/gaming-evolution-pc-to-cloud-gaming> [Abgerufen am 17.07.2025]
- IGG (o.D.). Verfügbar unter: <https://www.igg.com/> [Abgerufen am 05.08.2025]
- Inland Revenue Authority of Singapore (o.D.). Corporate Income Tax Rate, Rebates & Tax Exemption Schemes. Verfügbar unter: <https://www.iras.gov.sg/taxes/corporate-income-tax/basics-of-corporate-income-tax/corporate-income-tax-rate-rebates-and-tax-exemption-schemes> [Abgerufen am 05.08.2025]
- IMARC Group (2024) Thailand Gaming Market Size, Share, Trends and Forecast by Device Type, Platform, Revenue Type, Type, Age Group, and Region, 2025-2033 Verfügbar unter: <https://www.imarcgroup.com/thailand-gaming-market>. Abgerufen am 07.08.2025.
- IMDA, Lee Kuan Yew School of Public Policy, National University Singapore (o.D.). Singapore Digital Economy Report 2023. Verfügbar unter: <https://www.imda.gov.sg/-/media/imda/files/infocomm-media-landscape/research-and-statistics/sgde-report/singapore-digital-economy-report-2023.pdf> [Abgerufen am 30.07.2025]
- IMDA (2024). About. Verfügbar unter: <https://www.imda.gov.sg/proposal-submission/call-for-proposals-for-games-prototype-grants> [Abgerufen am 30.07.2025]
- IMDA (2024). About the Media Industry Digital Plan (IDP). Verfügbar unter: <https://www.imda.gov.sg/how-we-can-help/smes-go-digital/industry-digital-plans/media-idp>. [Abgerufen am 06.08.2025]

- IMDA (2024). Industry Briefing for CFP SG Games. Verfügbar unter: <https://www.imda.gov.sg/-/media/imda/files/industry-development/call-for-proposals/call-for-proposals-for-sg-games/cfp-industry-briefing-deck.pdf> [Abgerufen am 30.07.2025]
- International Olympic Committee (2022). IOC confirms Singapore as a host of first Olympic Esports Week in June 2023. Verfügbar unter: <https://www.olympics.com/ioc/news/ioc-confirms-singapore-as-host-of-first-olympic-esports-week-in-june-2023> [Abgerufen am 09.07.2025]
- ISSUU (o.D.). Verfügbar unter: Esports in the mainstream; Exciting opportunities for the gaming industry - Issuu. https://issuu.com/germanthaichamber/docs/update_q4-2024_gaming_industry/s/59160244 [Abgerufen am 06.08.2025]
- JIN (o.D.). Exploring Singapore's Top UGC Agencies and Creators. Verfügbar unter: <https://jin-design.com/user-generated-content/> [Abgerufen am 05.08.2025]
- Knezovic, A. (2025). Gaming Trends 2025: What's Shaping the Industry?. Verfügbar unter: <https://www.blog.udonis.co/mobile-marketing/mobile-games/gaming-trends#h2-0> [Abgerufen am 05.08.2025]
- Kristianto, D. (2025). Southeast Asian Mobile Gaming Market Insights 2025. Verfügbar unter: <https://sensortower.com/blog/southeast-asia-mobile-gaming-2025> [Abgerufen am 04.08.2025]
- LandShark games (o.D.). Hello!. Verfügbar unter: <https://www.landsharkgames.com/> [Abgerufen am 30.07.2025]
- Mansa Computers (o.D.). Verfügbar unter: <https://www.mansacomputers.com/> [Abgerufen am 05.08.2025]
- Market Research Thailand (2025). Thailand Esports Industry Growth Levels Up. Verfügbar unter: <https://marketresearchthailand.com/insights/articles/thailand-esports-industry-growth-levels-up>. [Abgerufen am 06.08.2025]
- MDDI (2024). MCI's Survey Suggests Low Awareness among Parents on Child's Online Gaming Activities. Verfügbar unter: <https://www.mddi.gov.sg/newsroom/survey-on-childs-online-gaming-activities> [Abgerufen am 17.07.2025]
- MOF Ministry of Finance Singapore (o.D.). Corporate Income Tax. Verfügbar unter: <https://www.mof.gov.sg/policies/taxes/corporate-income-tax> [Abgerufen am 04.08.2025]
- Mondaq (o.D.). Thailand Advances Draft Act To Promote Online Gaming Industry - Gaming - Thailand. Verfügbar Unter: <https://www.mondaq.com/gaming/1575600/thailand-advances-draft-act-to-promote-online-gaming-industry> [Abgerufen am 06.08.2025]
- Mordor Intelligence (o.D.). Southeast Asia Gaming Market Size & Share Analysis - Growth Trends & Forecasts (2025 - 2030). Verfügbar unter: <https://www.mordorintelligence.com/industry-reports/southeast-asia-gaming-market> [Abgerufen am 04.08.2025]
- Nanyang Technological University Singapore (o.D.). Games by Sustainability Learning Lab. Verfügbar unter: <https://www.ntu.edu.sg/nie/research-labs/sustainability-learning-lab/games-by-sustainability-learning-lab> [Abgerufen am 05.08.2025]
- NCCS National Climate Change Secretariat Singapore (o.D.). Overview of Singapore Climate Targets. Verfügbar unter: <https://www.nccs.gov.sg/singapores-climate-action/singapores-climate-targets/overview/> [Abgerufen am 30.07.2025]
- Ng, K.G. (2021). Public outdoor mobile gaming ads abounds as industry's popularity grows. Verfügbar unter: <https://www.straitstimes.com/singapore/public-outdoor-mobile-gaming-ads-abound-as-industrys-popularity-grows> [Abgerufen am 30.07.2025]
- Ng, N., Zaidi, N. (2024). Singapore software game developers seek to crack global market. Verfügbar unter: <https://www.channelnewsasia.com/singapore/video-rpg-games-local-developers-crack-global-market-black-myth-wukong-4692046> [Abgerufen am 30.07.2025]
- Playbox (o.D.). Our Story. Verfügbar unter: <https://www.playboxdistribution.com/about-us> [Abgerufen am 30.07.2025]
- PR Newswire (2022). Gamers Fighting Climate Change - Wooga Commits to Plant 200,000 Trees Following Successful In-Game Tree-Planting Event with June's Journey Players. Verfügbar unter: https://www.prnewswire.com/news-releases/gamers-fighting-climate-change--wooga-commits-to-plant-200-000-trees-following-successful-in-game-tree-planting-event-with-junes-journey-players-301565872.html?utm_ [Abgerufen am 30.07.2025]
- Psb Academy (2025). Education Guide How the Esports and Gaming Industry is Creating a New Form of Tourism. Verfügbar unter: <https://www.psb-academy.edu.sg/blog/how-the-esports-and-gaming-industry-is-creating-a-new-form-of-tourism> [Abgerufen am 30.07.2025]
- Razer (o.D.). ABOUT RAZER. Verfügbar unter: <https://www.razer.com/sq-en/about-razer> [Abgerufen am 05.08.2025]
- Riot Games (o.D.). Singapore. Verfügbar unter: <https://www.riotgames.com/en/work-with-us/offices/singapore> [Abgerufen am 05.08.2025]
- Scheer IMC (o.D.). Verfügbar unter: <https://www.scheer-imc.com/> [Abgerufen am 05.08.2025]

- Sciberras, G. (2024). Singapore “quietly” becomes a global hub for all competitive esports. Verfügbar unter: <https://www.esportsbets.com/news/singapore-becomes-esports-hub/> [Abgerufen am 09.07.2025]
- Secret Lab (o.D.). Our Story. Verfügbar unter: <https://secretlab.sg/pages/about-us> [Abgerufen am 30.07.2025]
- SGEA (o.D.). About SGEA. Verfügbar unter: <https://esports.org.sg/wp-content/uploads/2025/01/33rd-SEAG-National-Selections-Policy.pdf> [Abgerufen am 09.07.2025]
- SGEA (2024). SELECTION CRITERIA FOR 2025 SOUTHEAST ASIAN GAMES. Verfügbar unter: <https://esports.org.sg/wp-content/uploads/2025/01/33rd-SEAG-National-Selections-Policy.pdf> [Abgerufen am 09.07.2025]
- SGEA (2021). NEW ESPORTS YOUTH PROGRAMME SET TO INSPIRE AND IMMERSE THE NEXT GENERATION IN THE WORLD OF ESPORTS. Verfügbar unter: <https://esports.org.sg/press-release/new-esports-youth-programme-set-to-inspire-and-immense-the-next-generation-in-the-world-of-esports/#:~:text=SINGAPORE%2C%2022%20October%202021%20%E2%80%93%20The%20partner%20organisations%20with%20a%20rare> [Abgerufen am 09.07.2025]
- SGEA (2025). SGEA Partners with Wanyoo Esports to Strengthen Singapore’s Esports Ecosystem. Verfügbar unter: <https://esports.org.sg/> [Abgerufen am 09.07.2025]
- Sharma, V. (o.D.). Exploring the Game Development Landscape In Singapore. Verfügbar unter: <https://ideausher.com/blog/game-development-landscape-in-singapore/> [Abgerufen am 30.07.2025]
- SIM Global Education (o.D.). Bachelor of Computer Science (Game and Mobile Development). Verfügbar unter: <https://www.sim.edu.sg/degrees-diplomas/programmes/programme-listing/bachelor-of-computer-science-game-and-mobile-development> [Abgerufen am 04.08.2025]
- Sim, L. (2025). 5 Best Game Developers in Singapore in 2025. Verfügbar unter: https://voffice.com.sg/2025/best-companies/5-best-game-developers-in-singapore-in-2024/#google_vignette [Abgerufen am 30.07.2025]
- SIT Singapore Institute of Technology (o.D.). Computer Science in Interactive Media and Game Development. Verfügbar unter: <https://www.singaporetech.edu.sg/undergraduate-programmes/computer-science-interactive-media-and-game-development> [Abgerufen am 04.08.2025]
- Singapore Tourism Board (2024). Industry and Capability Development. Verfügbar unter: <https://www.stb.gov.sg/about-stb/what-we-do/industry-and-capability-development> [Abgerufen am 09.07.2025]
- Singapore Sports Hub (o.D.). Blast Slam IV Singapore. Verfügbar unter: <https://www.sportshub.com.sg/events/blast-slam-iv-singapore> [Abgerufen am 09.07.2025]
- Springloaded (o.D.a.). Company overview. Verfügbar unter: www.springloadedsoftware.com [Abgerufen am 05.08.2025]
- Springloaded (o.D.b.). A Videogame Company. www.springloadedsoftware.com [Abgerufen am 05.08.2025]
- Start-Up SG (2025). Start-Up SG Founder. Verfügbar unter: <https://www.Start-Upsg.gov.sg/programmes/4894/Start-Up-sg-founder> [Abgerufen am 04.08.2025]
- Statista (2025). Median fixed broadband internet download speeds worldwide as of May 2025, by country. Verfügbar unter: https://www.statista.com/statistics/896772/countries-fastest-average-fixed-broadband-internet-speeds/?utm_source=ts2_tech#:~:text=Global%3A%20fastest%20fixed%20internet%20speed,33%20Mbps [Abgerufen am 30.07.2025]
- Statista (o.D.a.). Games – Singapore. Verfügbar unter: <https://www.statista.com/outlook/amo/media/games/singapore> [Abgerufen am 11.08.2025]
- Statista (o.D.b.). Mobile Games – Singapore. Verfügbar unter: <https://www.statista.com/outlook/amo/media/games/mobile-games/singapore> [Abgerufen am 17.07.2025]
- Statista (o.D.c.). AR & VR - Singapore. Verfügbar unter: <https://www.statista.com/outlook/amo/ar-vr/singapore> [Abgerufen am 17.07.2025]
- Statista (o.D.d.). Video Games – Singapore. Verfügbar unter: <https://www.statista.com/outlook/emo/media/video-games/singapore> [Abgerufen am 04.08.2025]
- Statista (o.D.e.). Video Games – Germany. Verfügbar unter: <https://www.statista.com/outlook/emo/media/video-games/germany> [Abgerufen am 04.08.2025]
- Statista (o.D.f.). In-game Advertising – Singapore. Verfügbar unter: <https://www.statista.com/outlook/amo/media/games/in-game-advertising/singapore> [Abgerufen am 30.07.2025]
- Statista (o.D.g.). Esports – Singapore. Verfügbar unter: <https://www.statista.com/outlook/amo/esports/singapore> [Abgerufen am 18.07.2025]
- Statista (o.D.h.). Sponsorship & Advertising – Singapore. Verfügbar unter: <https://www.statista.com/outlook/amo/esports/sponsorship-advertising/singapore> [Abgerufen am 20.07.2025]

- Statista (o.D.i.). Gaming Hardware - Singapore. Verfügbar unter: <https://www.statista.com/outlook/amo/media/games/gaming-hardware/singapore> [Abgerufen am 30.07.2025]
- SWITCH (o.D.a.). About SWITCH. Verfügbar unter: <https://www.switchsg.org/about/> [Abgerufen am 04.08.2025]
- SWITCH (o.D.b.). Ready to slingshot your Start-Up into the world through Singapore? Verfügbar unter: <https://www.switchsg.org/slingshot/2025-edition/> [Abgerufen am 09.07.2025]
- Tan, A. (2021). Speech by MOS Alvin Tan at gamescomasia. Verfügbar unter: <https://www.mti.gov.sg/Newsroom/Speeches/2021/10/Speech-by-MOS-Alvin-Tan-at-Gamescom-Asia> [Abgerufen am 30.07.2025]
- Tan, A. (2023). Verfügbar unter: <https://www.mccy.gov.sg/about-us/news-and-resources/unleashing-innovation-and-seizing-opportunities-in-the-esports-and-games-sector> [Abgerufen am 30.07.2025]
- Tan, A. (2024). Speech by MOS Alvin Tan at GamescomAsia 2024. Verfügbar unter: <https://www.mti.gov.sg/Newsroom/Speeches/2024/10/Speech-by-MOS-Alvin-Tan-at-Gamescom-Asia-2024> [Abgerufen am 30.07.2025]
- Tan, I. (2023). Unveiling Singapore's Gaming Renaissance in 2023. Verfügbar unter: <https://points-global.com/ip/tourism/unveiling-singapores-gaming-renaissance-in-2023> [Abgerufen am 30.07.2025]
- Tech Collective (2025). Singapore leading the pack in the Southeast Asia gaming industry in 2025. Verfügbar unter: <https://techcollectiveasia.com/2025/04/23/singapore-southeast-asia-gaming-industry/> [Abgerufen am 09.07.2025]
- Thailand Business News (2025). The Rise of Gaming Industry in Thailand: Business Trends to Watch in 2025. Verfügbar unter: <https://www.thailand-business-news.com/thailand-prnews/the-rise-of-gaming-industry-in-thailand-business-trends-to-watch-in-2025> [Abgerufen am 07.08.2025]
- The Legal (2025). Online Gaming Act pushing for a balanced and thriving digital economy. Verfügbar unter: <https://thelegal.co.th/2025/02/03/online-gaming-act-push-for-a-balanced-and-thriving-digital-economy/> [Abgerufen am 01.08.2025]
- The new paper (2020). Asia's first 24-hour esports working space opens in Singapore. Verfügbar unter: <https://www.tnp.sg/news/singapore/asia-s-first-24-hour-esports-working-space-opens-singapore> [Abgerufen am 09.07.2025]
- The Straits Times (2021). Singapore's largest Esports Experience centre opens at Kallang Wave Mall. Verfügbar unter: <https://www.straitstimes.com/sport/singapores-largest-Esports-experience-centre-opens-at-kallang-wave-mall> [Abgerufen am 04.08.2025]
- The Straits Times (2021). Singapore sets sights on becoming world force in Esports. Verfügbar unter: <https://www.straitstimes.com/business/companies-markets/singapore-sets-sights-on-becoming-world-force-in-Esports> [Abgerufen am 09.07.2025]
- The Straits Times (2022) New SingHealth Duke-NUS simulation facility uses serious games to train healthcare workers. Verfügbar unter: <https://www.straitstimes.com/singapore/new-singhealth-duke-nus-simulation-facility-uses-serious-games-to-train-healthcare-workers> [Abgerufen am 31.07.2025]
- The Straits Times (2024). From Singapore with love: 11 home-grown video games coming in 2025. Verfügbar unter: <https://www.straitstimes.com/life/from-singapore-with-love-11-home-grown-video-games-coming-in-2025> [Abgerufen am 30.07.2025]
- Tricat (o.D.). Verfügbar unter: <https://tricat.net/> [Abgerufen am 05.08.2025]
- Ubisoft Singapore (o.D.). UBISOFT SINGAPORE'S JOURNEY. Verfügbar unter: <https://www.ubisoftsingapore.com/copy-of-about-us> [Abgerufen am 30.07.2025]
- Uckermann, M. (2023). Deutsche Games-Branche blickt auf ein weiteres starkes Jahr zurück. Verfügbar unter: https://www.koelner-newsjournal.de/deutsche-games-branche-blickt-auf-ein-weiteres-starkes-jahr-zurueck/#google_vignette [Abgerufen am 30.07.2025]
- Vinova (2024). AI in Gaming: Future Technology Trends in Game Development. Verfügbar unter: <https://vinova.sg/ai-in-gaming-future-technology-trends-in-game-development/> [Abgerufen am 05.08.2025]
- Virtuos (o.D.). Verfügbar unter: <https://www.virtuosgames.com/> [Abgerufen am 05.08.2025]
- Wooga (o.D.). Was ist das Wipfelpfad-Sonderangebot?. Verfügbar unter: <https://wooga.helpshift.com/hc/de/27-june-s-journey/faq/3504-what-is-the-trail-of-trees-special-offer/?l=el&p=web> [Abgerufen am 30.07.2025]
- Yamada Consulting Group Co., Ltd. (2023): *Gaming Industry in Thailand*. Online verfügbar unter: <https://www.yamada-spire-th.com/wp-content/uploads/2023/09/Gaming-Industry-in-Thailand.pdf> [Abgerufen am 28.07.2025].
- Zhou, D. (2020). Insights into the Singaporean Games Market. Verfügbar unter: <https://newzoo.com/resources/blog/insights-into-the-singaporean-games-market> [Abgerufen am 30.07.2025]

