
BACHELORARBEIT

Herr
Marco Francesco Barilla

**E-Sport - Massenphänomen
mit Wachstumspotentialen?**

**Ein Vergleich des virtuellen
mit dem realen ‚Profi-Sport‘**

2013

Fakultät: Medien

BACHELORARBEIT

**E-Sport - Massenphänomen
mit Wachstumspotentialen?**

**Ein Vergleich des virtuellen
mit dem realen ‚Profi-Sport‘**

Autor/in:

Herr Marco Francesco Barilla

Studiengang:

Angewandte Medien

Seminargruppe:

AM09wS1-B

Erstprüfer:

Prof. Dr. phil. Otto Altendorfer M.A.

Zweitprüfer:

André Hartlapp, M.Sc.

BACHELOR THESIS

**E-Sport – Mass phenomenon
with growth potential?**

**Comparison between virtual
and real ,professional sport'**

author:

Mr. Marco Francesco Barilla

course of studies:

Angewandte Medien

seminar group:

AM09wS1-B

first examiner:

Prof. Dr. phil. Otto Altendorfer M.A.

second examiner:

André Hartlapp, M.Sc

Bibliografische Angaben

Barilla, Marco Francesco:

E-Sport – Massenphänomen mit Wachstumspotenzial?

Ein Vergleich des virtuellen mit dem realen ‚Profi-Sport‘

E-Sport – Mass phenomenon with growth potential?

Comparison between virtual and real ‘professional sport’.

57 Seiten, Hochschule Mittweida, University of Applied Sciences,
Fakultät Medien, Bachelorarbeit, 2013

Abstract

Die vorgelegte Bachelorarbeit zeigt anhand eines umfassenden strukturellen, medialen und finanziellen Vergleichs von realem und virtuellem Profi-Sport auf, dass trotz aller notwendigen Rahmenbedingungen im E-Sport der wirtschaftliche Erfolg in Deutschland – im Gegensatz zur Profi-Fußball-Sparte – aufgrund unzureichender Marketing-, PR- und Öffentlichkeitsarbeit und einer fehlenden Kapitaldecke bisher ausgeblieben ist.

Inhaltsverzeichnis

Inhaltsverzeichnis	S.5
Abbildungsverzeichnis	S.6
Abkürzungsverzeichnis	S.7
1 Einleitung	S.8
2 Computer-/Videospiele-Industrie	S.10
3 Elektronischer Sport (E-Sport)	S.17
3.1 Geschichte	S.19
3.2 Definition	S.21
3.3 Clans	S.23
3.4 Instanzen.....	S.25
3.5 Electronic Sports League (ESL).....	S.27
3.5.1 ESL Pro Series (EPS).....	S.29
3.5.2 ESL Games.....	S.30
3.5.3 Intel Extreme Masters (IEM).....	S.34
4 Real-Sport (Beispiel Fußball)	S.35
4.1 Geschichte	S.35
4.2 Nationale Ligen	S.37
4.3 Internationale Ligen.....	S.40
5 E-Sport Medien	S.41
5.1 (IP-)TV-Medien.....	S.42
5.2 Online-Medien	S.43
5.3 Sonstige Medien.....	S.45
5.4 Vergleich zum Real-Sport	S.47
6 E-Sport Finanzierung	S.48
6.1 Sponsoring	S.48
6.2 Gehälter.....	S.50
6.3 Vergleich zum Real-Sport	S.52
7 Fazit	S.53
Literaturverzeichnis	S.54
Eigenständigkeitserklärung	S.57

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Global video game revenues: 2002-12E

Abbildung 2: Global unit sales of current video game consoles from 2008 to 2012

Abbildung 3: Filmplaket „Matrix Reloaded“ und Videospiel „Enter the Matrix“ Mai 2003

Abbildung 4: Titel-Cover und Bildschirm-Screenshot des Multiplayer-Klassikers „Doom“

Abbildung 5: Logo-Beispiel verschiedener deutscher Gaming-Clans

Abbildung 6: Vereins- und Managementstruktur des n!faculty eSport Club

Abbildung 7: Pokalübergabe an das n!faculty-Team bei den ESP-Spring-Finals 2012

Abbildung 8: Logo-Varianten der Electronic Sports League und ESL Pro Series

Abbildung 9: Preisgelder der ESL Pro Series 2012, verteilt auf drei Spieletitel

Abbildung 10: Titel-Cover der jüngsten EA-Sports-Veröffentlichung: FIFA 13

Abbildung 11: Titel-Cover der jüngsten Call-of-Duty-Veröffentlichung Black Ops II

Abbildung 12: Intel Extreme Masters Logo der Saison 2012/13

Abbildung 13: Das erste Logo des Deutschen Fussball-Bundes aus dem Jahr 1900

Abbildung 14: Vereins-Logos der erfolgreichsten deutschen Fußballvereine

Abbildung 15: Organisationsstruktur von Schalke04 Verein und Konzern 2013

Abkürzungsverzeichnis

BSC	-	Berliner Sport Club
CoD4	-	Call of Duty 4
CPL	-	Cyberathlete Professional League
CS 1.6	-	Counter-Strike 1.6
CSS	-	Counter-Strike:Source
DFL	-	Deutsche Fußball Liga
DSF	-	Deutsches Sport Fernsehen
DSL	-	Digital Subscriber Line
ENC	-	European Nations Championship
EPS	-	ESL Pro Series
ESBL	-	E-Sport-Bundesliga
ESL	-	Electronic Sports League
E-Sport	-	Elektronischer Sport
e.V.	-	Eingetragener Verein
FC	-	Fußball Club
FPS	-	First-Person-Shooter
FSV	-	Fußball- und Sportverein
GbR	-	Gesellschaft bürgerlichen Rechts
GmbH	-	Gesellschaft mit beschränkter Haftung
HLTV	-	Half-Live Television
IFNG	-	Intel Friday Night Game
IPTV	-	Internet Protocol Television
ISDN	-	Integrated Services Digital Network
IT	-	Informationstechnik
LAN	-	Local Area Network
MIT	-	Massachusetts Institute of Technology
MMORPG	-	Massively Multiplayer Online Role-Playing Game
mTw	-	mortal Teamwork
PC	-	Personal Computer
PDA	-	Personal Digital Assistant
POS	-	Point of Sale
Pro-Gamer	-	Professionelle Spieler
PSP	-	PlayStation Portable
SC	-	Sport Club
SV	-	Sport Verein
TSG	-	Turn- und Sportgemeinschaft
TSG	-	Turn- und Sportverein
UEFA	-	Union of European Football Associations
USA	-	United States of America
VfB	-	Verein für Bewegungsspiele
VfL	-	Verein für Leibesübungen
VIP	-	Very Important Person
WC3	-	WarCraft 3
WCG	-	World Cyber Games
WWCL	-	World Wide Championship of LAN-Gaming

1 Einleitung

ESL, MMORPG, Pro-Gamer, Taktikshooter – all dies sind Begriffe, mit denen größtenteils die älteren Generationen unserer Gesellschaft wenig anfangen können. Für die jüngeren Generationen sind sie hingegen aus dem täglichen Sprachgebrauch kaum wegzudenken, sei es auf dem Schulhof oder Campus, bei Freunden oder zu Hause. Praktizierte man seit jeher die verschiedensten sportlichen Aktivitäten um abzuschalten oder Stress abzubauen, sei es Fußball, Handball, Schwimmen oder Laufen, so gibt es heutzutage hierfür eine populäre Alternative für junge Menschen: Computer-Spiele(n).

Aber wieso bleiben Jugendliche immer häufiger zu Hause, starren stundenlang auf Bildschirme und drücken allein in ihren Zimmern Knöpfe, anstatt sich draußen – wie früher üblich – mit Freunden zu treffen und sich körperlich im Freien zu ertüchtigen? Zunächst ist dies der technologischen Entwicklung geschuldet: In den letzten Jahren hat sich die Bandbreite und damit die Geschwindigkeit des Internets stetig verbessert. Dadurch ist es möglich geworden, im virtuellen Raum mit bzw. gegen Freunde zu spielen und mit ihnen zu kommunizieren. Sie können in Echtzeit über Chats schreiben, über Voice-Server wie TeamSpeak, Ventrilo oder Skype miteinander sprechen und über Webcams mittlerweile sogar visuellen Kontakt aufnehmen. Diese rasante Entwicklung, fallende Preise für die benötigte Infrastruktur/Hardware und neue multimediale, interaktive Angebote machen es immer leichter und attraktiver, das soziale Leben aus der realen in die virtuelle Welt zu transferieren. Vor allem dann, wenn die eigenen Freunde bereits dort sind. Ein Domino-Effekt tritt ein, ein „Spiele-Virus“, der sich durch die wachsende Zahl an Gemeinschafts- und Wettkampfspielen (zumeist über Online-Netzwerke) seitens der Games-Industrie immer schneller verbreitet. An diesem Punkt setzt der E-Sport an. E-Sport steht für „Elektronischer Sport“ und versucht virtuelle Wettkämpfe für die teilnehmenden Spieler (Gamer) stetig zu professionalisieren.

Durch die Etablierung von Clans, Ligen, Messe- und Event-Veranstaltungen, Nachrichten-Websites usw. hat sich mit dem E-Sport ein neuer Konkurrent für den realen Profisport herauskristallisiert, der das Ziel hat, sich auf dem kommerziellen Sport-Markt zu etablieren. Die Arbeit versucht diesbezüglich nun einen Vergleich zwischen dem noch jungen elektronischen und dem klassischen realen Profisport – wie bspw. dem Fußball – im Bezug auf Strukturen, Instanzen (Berater, Scout, Manager), Vermarktungen und Medienpräsenz, aber auch hinsichtlich der Finanzen und der Euphorie der Fans.

Ziel dieses Vergleichs ist es, zu zeigen, wie weit der E-Sport dem realen Sport ähnelt und damit berechtigt ist, als richtiger Sport anerkannt zu werden. Dabei steht der deutsche E-Sport-Markt im Fokus der Bachelorarbeit, da dieser (noch) einige Rückstände vor allem gegenüber dem asiatischen E-Sport aufweist und sich bzgl. seiner Anerkennung als seriöser Sport in der Gesellschaft und seiner Professionalisierung am asiatischem Markt orientieren kann.

Nach der Einleitung soll zunächst in Kapitel 2 auf die Wachstums- und Marketingaspekte der Computerspieleindustrie eingegangen werden, um den E-Sport aus ökonomischer Sicht einordnen zu können. Beispielsweise werden Events und Turniere von E-Sport-Verlegern veranstaltet, um ihre Produkte dem Konsumenten bestmöglich zu präsentieren.

Kapitel 3 beschreibt anschließend den Werdegang des E-Sports. Dabei wird kurz die Geschichte der Computer- und Videospieleindustrie reflektiert und danach die Entstehung und Entwicklung des E-Sports dargestellt. Daraufhin erfolgt der Versuch einer Definition und Charakterisierung des E-Sports. Dazu gehört ebenfalls die Begriffsklärung und Funktionalität von Clans und deren Instanzen sowie Organisationen und Strukturen, wobei auch die wichtigste europäische E-Sport-Liga, die ESL, vorgestellt werden soll. Die Darstellung geht einher mit der Erläuterung der ESL, sowie mit den professionellen Bereichen, wie der EPS (auf nationaler Ebene) und den Intel Extreme Masters (auf internationaler Ebene). Außerdem werden die wichtigsten Spiele der genannten Ligen erläutert: ‚Counter Strike‘, ‚World of Warcraft‘, ‚FIFA‘ und ‚Call of Duty‘.

Als Grundlage für den angestrebten Vergleich, widmet sich Kapitel 4 ganz dem realen Profi-Fußball mit seiner Geschichte, seiner Vereins-Struktur und den nationalen sowie internationalen Ligen. Beispielhaft sind hier der Deutsche Fußballbund und der 1.FC Schalke04. National wird die Bundesliga und international die UEFA Champions League und die Europa League betrachtet. Dieser Gliederungsaufbau bietet die Möglichkeit eines exemplarischen Vergleichs der einzelnen Bestandteile von virtuellem E-Sport und realem Profi-Sport (am Beispiel des Fußballs).

In den letzten beiden Kapiteln 5 und 6 werden schließlich die Medienpräsenz sowie die Finanzierung des deutschen E-Sports analysiert und wiederum mit dem Fußball verglichen. Zudem wird hier in Ansätzen die asiatische E-Sport-Szene zum Vergleich herangezogen, da diese in den medialen und finanziellen Bereichen große Unterschiede zur hiesigen E-Sport-Landschaft aufweist.

Im abschließenden Fazit sollen zusammenfassend die Potentiale des E-Sports hierzulande beurteilt und ein kurzer Ausblick auf dessen mögliche Zukunft gegeben werden.

2 Computer-/Videospiele-Industrie

Bevor auf die Materie E-Sport näher eingegangen wird, soll geklärt werden, welche Voraussetzungen erfüllt sein mussten, damit sich der E-Sport dahin entwickeln konnte, wo er heute ist. Aus diesem Grund wird im folgenden Abschnitt die Entwicklung des Internets und das Wachstum der Computer-/Videospieleindustrie sowie deren Marketingaspekte erläutert und analysiert.

Internet

Zu Beginn des Internetzeitalters galten viele Unternehmungen in diesem Bereich als Gewinner auf dem Kapitalmarkt. Zwischen März 1997 und März 2000 wurden allein 77 dieser Unternehmensgründungen am „Neuen Markt“ in Frankfurt auf einen Börsenwert von ca. 500 € Millionen geschätzt. Zwar schrieben die meisten von ihnen kontinuierlich Verluste, dennoch wurden Ihre Unternehmenswerte hoch gehandelt.

Die anfängliche Euphorie und das Vertrauen in solche internet- und medienbezogene Geschäftsmodelle waren allerdings nicht von langer Dauer. Mit der Jahrtausendwende zeichnete sich ein deutlicher Trend zur Konsolidierung des Marktes ab. Aktienkurse verschiedenster Internetunternehmen brachen im zweiten Quartal 2000 stark ein. Liquiditäts- und Substanzprobleme führten zu reihenweisen Konkursen oder zu einer deutlichen Kurskorrektur der Börsenwerte. Schlussendlich wurde der „Neue Markt“ am 5. Juni 2003 von der Deutschen Börse eingestellt. Das Vertrauen der Anleger in das neue Segment wurde zudem durch Bilanzskandale und Kursmanipulationen zerstört.

Den negativen Folgen diesen Zusammenbruchs konnte die zunehmende Verbreitung des Breitband-Internets entgegenwirken. Hier zeichnete sich eine langfristig stabile und massenweise Nutzung ab. Technisch anspruchsvolle Medien konnten mittels Breitbandinternet komfortabler distribuiert werden. Musik-Downloads, Video-Anwendungen, Online-Spiele konnten schneller und sicherer mit einem Breitband-Internetanschluss genutzt werden¹. Während es anfangs noch mühsam war, mittels 56K-/ISDN-Modem aufgrund von Signalunterbrechungen und langen Ladezeiten Medien zu streamen oder zu downloaden, änderte sich die Situation mit der Einführung von DSL. Nun war eine gute Verbindung gewährleistet, wodurch dies unterbrechungsfrei geschehen konnten.

¹ vgl. Wirtz, S.630 ff.

Auch die E-Sport-Medien profitierten von dieser Entwicklung. Heute ist es möglich, einen kontinuierlichen Videospiele-Stream zu generieren, ohne Verbindungsschwankungen, auch bei einer massenweisen Parallelnutzung in Kauf nehmen zu müssen. Der Wachstumstrend bei der Anzahl von Breitband-Anschlüssen setzt sich zukünftig auch in Deutschland immer weiter fort:

„Bis zum Jahr 2015 wird ein weiterer Anstieg um 37,6% auf 29,3 Millionen Breitband-Anschlüsse erwartet. Damit würden im Jahr 2015 über 80% der deutschen Haushalte über Breitband-Internet verfügen.“²

Computer- und Videospieleindustrie

Video- und Computerspiele werden unter dem Oberbegriff Bildschirmspiele betrachtet. Computerspiele kommen meist am Personal Computer (PC) zur Anwendung, wobei Videospiele auf für sie eigens entworfenen Konsolen gespielt werden. Sie werden über einen Joystick bzw. ein Joypad gesteuert. Da die Konsole über keinen eigenen Bildschirm verfügt, wird sie an ein Fernsehgerät angeschlossen. Bei so genannten Handhelds sind Monitor und Steuerungselemente bereits in der Konsole verarbeitet. Online-Spiele sind PC- oder konsolenbasierte Computerspiele die eine Internetanbindung voraussetzen, um in gleicher virtueller Spiele-Umgebung über solche Netzwerke mit bzw. gegen andere Computer-/Konsolen-Nutzer rund um die Welt spielen zu können³.

Der Video- und Computerspielemarkt zeigte bereits Ende der Neunziger das erste Mal auf, dass er ein bedeutender Entertainment- und Wirtschaftszweig ist. In weiten Teilen der Gesellschaft etablierten sich Computer- und Videospiele als Unterhaltungsform. 2001 wurde in den USA gar die Filmindustrie mit 8,1 Milliarden US\$ Umsatz von der Video- und Computerspieleindustrie mit 9,4 Milliarden US\$ Umsatz überboten. Im Jahr 2007 konnten durch Video- und Computerspiele 42 Milliarden US\$ weltweit an Umsatz erreicht werden⁴. 2012 waren es bereits 68 Milliarden US\$ (siehe auch Abbildung 1).

² Wirtz, S.631

³ vgl. Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend, S.184 ff.

⁴ vgl. http://vgsales.wikia.com/wiki/Video_game_industry (20.01.2013)

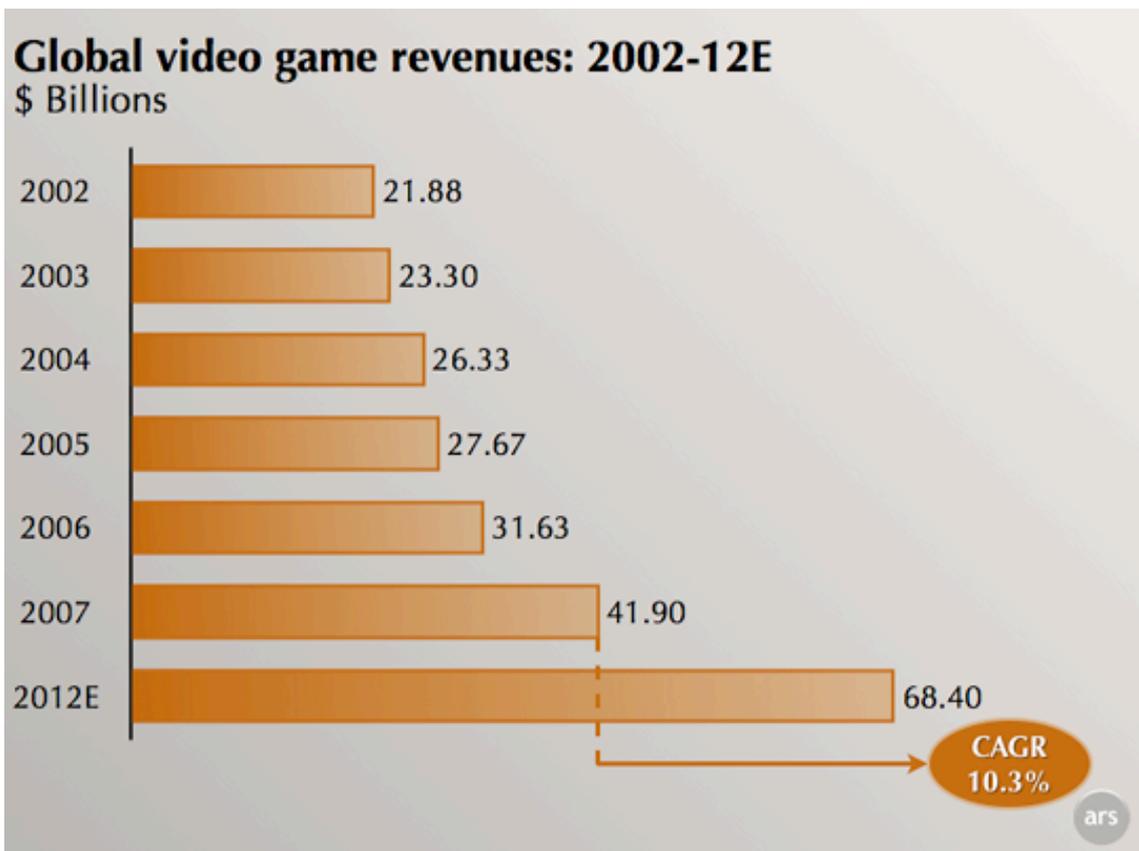


Abbildung 1: Global video game revenues: 2002-12E⁵

Heutzutage ist der Markt für Video-/Computerspiele einer der schnellst wachsenden im Mediensektor, obwohl er lange Zeit als fragmentiert und weniger organisiert galt⁶. Die Video- und Computerspielebranche wird als typische Systembranche bezeichnet, denn die einzelnen Systemkomponenten, Spielesoftware und Spielehardware, sind nur im Zusammenhang für den Spieler zu gebrauchen. Deshalb sind auch die Marktstrukturen und Wettbewerbskräfte systemabhängig geprägt. Von den Softwareherstellern hängt es ab, ob sie die sich im Rahmen der Weiterentwicklung der Hardware bietenden Potentiale konsequent ausschöpfen und kompatible Spiele anbieten, um wiederum damit steigende Absätze der Hardwarehersteller zu gewährleisten. Denn der Endkunde muss über eine geeignete Hardware verfügen, die die Systemvoraussetzungen für den Gebrauch seiner Lieblings-Software erfüllt⁷.

⁵ vgl. <http://arstechnica.com/gaming/2008/06/gaming-expected-to-be-a-68-billion-business/> (20.01.13)

⁶ vgl. Rötzer, S.1

⁷ vgl. Wirtz, S.549

Spielehardware

Der Konsolenspielemarkt zeigt einen dynamisch-zyklischen Entwicklungspfad auf. Es gibt Konsolengenerationen, also Konsolensysteme mit einem bestimmten technischen Standard von denen der Konsolenmarkt periodisch abhängig ist. Zudem wird ein idealtypisches Modell des Produktlebenszyklus durch den Werdegang einer solchen Konsolengeneration aufgezeigt. Meist dehnt sich der Lebenszyklus einer Generation über fünf bis sechs Jahre aus. Diese Zyklen werden durch technischen Fortschritt verursacht. Die Umsätze der alten Konsolengeneration nehmen schnell und signifikant ab, wenn eine neue leistungsfähigere Konsolengeneration eingeführt oder erwartet wird. Die neue Konsolengeneration erlangt dann jedoch noch keine großen Umsätze und Marktanteile. Bis zum Peak erhöht sich der Absatz erst langsam und steigt dann aber innerhalb kürzester Zeit überproportional an. Besonders fördernd wirkt das stetig zunehmende, technisch verbesserte Spieleangebot der Softwarehersteller für die neue Konsolengenerationen. Nach der Markteinführung einer neuen Generation wird ein neuer Zyklus eingeleitet und damit wird der Überschreitung des Peak und die damit verbundene Reife- und Sättigungsphase entgegengewirkt⁸.

Global unit sales of current generation video game consoles from 2008 to 2012 (in million units)

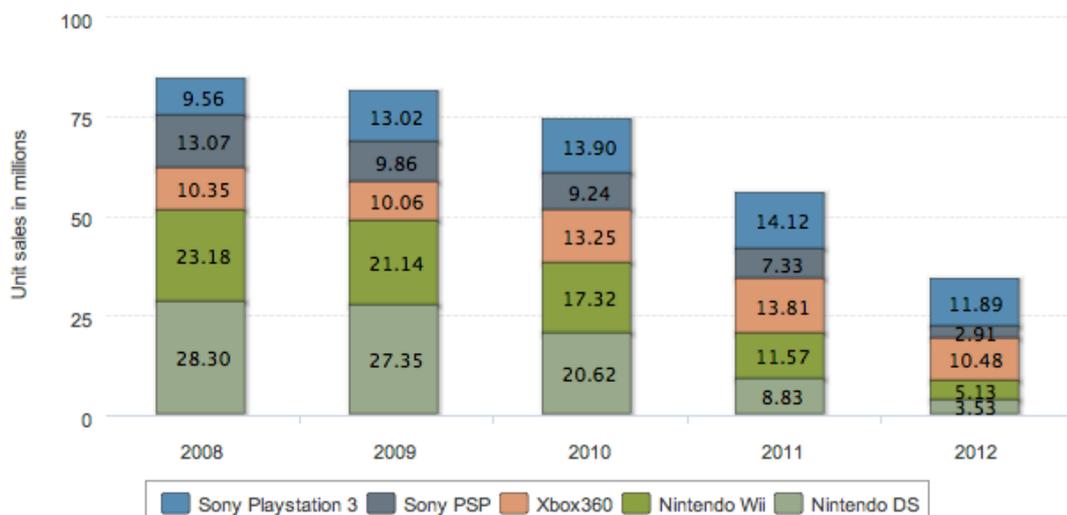


Abbildung 2: Global unit sales of current generation video game consoles from 2008 to 2012⁹

⁸ vgl. Wirtz, S.552

⁹ vgl. <http://www.statista.com/statistics/214670/global-unit-sales-of-video-game-consoles> (20.01.2012)

Der oben abgebildete Rückgang auf dem Absatzmarkt für Videokonsolen ist in erster Linie der Ankündigung neuer Generationen geschuldet. So wurden bereits 2012 die Handheld-Konsolen Nintendo DS und Playstation Portable durch neue Versionen ersetzt, und 2014 werden Nachfolger der Xbox230 und Sony Playstation 3 erwartet.

Spielesoftware

Unterschieden werden kann der Spiele-/Softwaremarkt in die Teilmärkte Konsolen-Spiele (Heim-Konsole, Handheld-Konsole), Computer-Spiele, Online-Spiele (Internet), Mobile-Spiele (Mobiltelefon, PDA) und interaktive TV-Spiele (Fernsehen, Set-top-Box). Diese sind abhängig von der Plattform, für die die Software geschrieben wurde. Man kann bestimmte Spiele-Genres speziellen Plattformen mit besonderen Eignungen zuordnen. Computer sind als Hardware beispielsweise besonders für komplexe Rollenspiele sowie Strategiespiele geeignet. Action-, Sport-, Kampf- und Jump'n'Run-Spiele werden hingegen zweckmäßig eher für Konsolen entwickelt und ausgeliefert.

Der Trend entwickelt sich indes allerdings dahin, dass Spiele in multiplen Versionen für verschiedene Hardware veröffentlicht, also weniger plattformspezifisch entwickelt werden. In diesem Bundle haben derzeit Konsolen- und Computer-Spiele die größte wirtschaftliche Bedeutung inne¹⁰.

Der Softwaremarkt wächst im Gegensatz zum Spielekonsolenhardwaremarkt beständig. Während zwischen den Jahren 2007 bis 2012 der Markt für Spielesoftware um ca. 62% auf ein Gesamtjahresvolumen von 68 Milliarden US\$ wuchs (Abbildung 1), verzeichnete der Hardwaremarkt für Konsolen in einem ähnlichen Zeitraum einen entgegengesetzten Trend (siehe Abbildung 2)¹¹. Im Vergleich zum extrem zyklischen Verlauf des Konsolenspielemarktes, verläuft also der Computer- und Videospielemarkt relativ stabil. Der Konsolenmarkt ist, wie oben beschrieben, von hohem Maße von neuen Hardware-Produkten abhängig und der Absatz der Konsolenspiele mit dem Reifegrad der jeweils aktuellen Konsolengeneration variiert, wobei das beim Computer- und Videospielemarkt nur selten der Fall ist¹².

¹⁰ vgl. Wirtz, S.559

¹¹ vgl. <http://www.statista.com/statistics/214670/global-unit-sales-of-video-game-consoles> (20.01.2012)

¹² vgl. Wirtz, S.560

Marketing

In den letzten Absätzen wurde das Wachstum der Video- und Computerspieleindustrie und speziell der Spielehard- und software erläutert. Es wurde eine enge Verbundenheit zwischen Spielehard- und software herausgestellt, die ebenfalls im Marketingbereich vorherrscht. Allerdings soll im nachfolgenden Abschnitt die Spielehardware außen vor gelassen werden, denn für das zentrale Thema dieser Arbeit ist primär die Spielesoftware und deren Vermarktung von Bedeutung. Von vier Schlüsselementen des Marketing-Mix: Preis, Produkt, Distribution und Kommunikation, ist in der Branche das Kommunikationselement am bedeutendsten. Die wichtigsten Instrumente der Kommunikationspolitik in der Games-Industrie werden im Folgenden näher erläutert:

1. Für die Video- und Computerspieleindustrie sind die klassischen Werbemedien Kino-, TV-, Print- und Radiowerbung essentiell wichtig. Eine große Menge an potentiellen Kunden kann hiermit zielgruppenspezifisch angesprochen werden. Innerhalb ‚junger‘ Kanäle, wie z.B. in Musiksendern wie MTV und VIVA, wird so TV-Werbung für neue Spieletitel verstärkt genutzt. Im E-Sport Bereich werden diese klassischen Werbemedien, vor allem TV-Werbung, für Produktwerbung bzw. neue Spieletitel verwendet.
2. Hingegen ist für die Produktvermarktung von Konsolen Event-Marketing von großer Bedeutung. Im Rahmen von Sponsoring-Aktivitäten werden externe Events, wie z.B. Messen, Sportveranstaltungen und Konzerte dazu verwendet, um eine spezifische Konsumentengruppe anzusprechen. Dabei sind Video- und Computerspiele-Turniere eine besondere Form dieses Event-Marketings, da hier gezielt Spieler aus der Kernzielgruppe eingeladen werden, um gemeinsam bzw. gegeneinander zu spielen.
3. Das Aufstellen der Spielekonsolen am Point of Sale (PoS) im Handel ist ebenfalls eine Form der Verkaufsförderung. Konsolen und neue Spiele können hier von potentiellen Konsumenten direkt begutachtet und angetestet werden.
4. Auch das Internet gewinnt für die Vermarktung von Spielesoftware immer mehr an Bedeutung. Trailer, Teaser und Demoversionen neuer Spieletitel werden über das Internet gezeigt, damit die Konsumenten von dem Spielerlebnis einen möglichst genauen Eindruck bekommen und zum Kauf bewegt werden.

5. Speziell für Spielesoftware lassen sich Cross-Marketing-Strategien beobachten, die verstärkt im Rahmen großer Blockbuster-Produktionen auf Kinofilm-Content basieren. So wurden bspw. die Kinofilmreihe ‚Matrix‘ und dazugehörige Video- und Computerspiele gemeinsam vermarktet. Kinofilme und Spiele erschienen gleichzeitig im Handel bzw. auf der Leinwand und Marketingaktivitäten konnten so aufeinander abgestimmt werden (Abbildung 3)¹³.

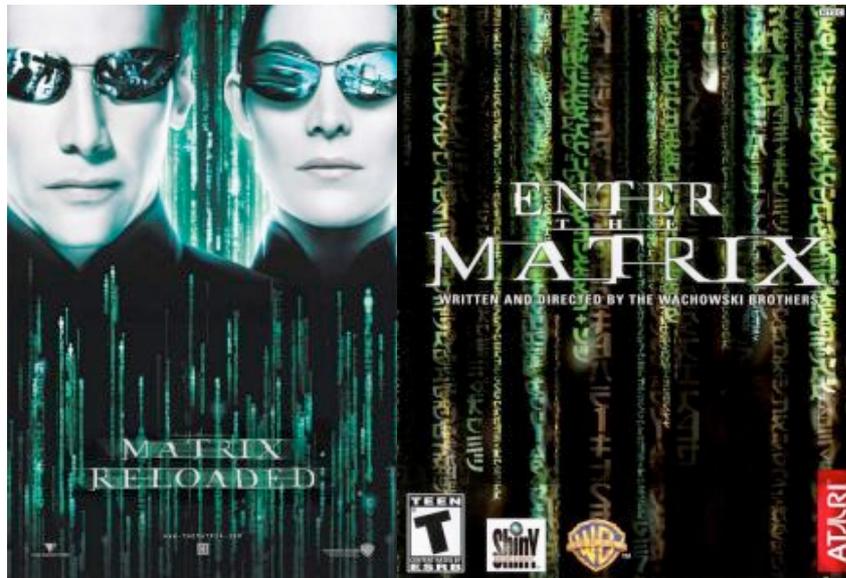


Abbildung 3: Das Filmplaket zu ‚Matrix Reloaded‘ und das Videospiel ‚Enter the Matrix‘ vom Mai 2003¹⁴

Das entscheidende Instrument für die Spielehersteller sowie den E-Sport ist das Event-Marketing (Punkt 2). Durch die veranstalteten Spielturniere lässt sich zum einen ein großer Kreis an interessierten Spielern finden und zum anderen ist es ein Anreiz für die professionellen Spieler sich dort zu präsentieren und sich mit den Besten zu messen. Der Spielerhersteller hat den Vorteil, dass seine Spiele optimal von den professionellen Spielern vor vielen potenziellen Kunden zur Schau gestellt werden und im Optimalfall zum Kauf anregen. Die Spieler fungieren somit als eine Art Testimonial und werben indirekt für das Produkt. Man kann sagen, dass der Einsatz professioneller Spieler eine weitere Maßnahmen der Kommunikationspolitik von Spielesoftwareherstellern ist.

¹³ Vgl. Wirtz, S.608 ff.

¹⁴ Vgl. <http://en.wikipedia.org> (20.01.2013)

3 Elektronischer Sport (E-Sport)

Um den Werdegang und die Geschichte des E-Sports nachvollziehen zu können, sollte zunächst die Geschichte der Computer- und Videospieleindustrie dargestellt werden:

Computer- bzw. Videospiele existieren faktisch gesehen seit fast genau 55 Jahren. Verglichen mit der Filmindustrie ist das ein recht kurzer Zeitraum. Einige Meilensteine können direkt mit den informationstechnologischen Entwicklungen, die hier natürlich eine ganz wesentliche Rolle spielen, ausgemacht werden. Diese hatten vor allem unter ökonomischen Aspekten einen starken Einfluss auf die Entwicklung dieses Marktes.¹⁵

Bis in das Jahr 1958 kann einer der ersten Meilensteine der Computer- und Videospiele zurückgeführt werden. Dies war ein simples Spiel mit dem Namen „Tennis for Two“, welches damals von William Higinbotham entwickelt wurde. Darauf folgte im Jahr 1962 das Weltraumkampfspiel „Spacewar“, welches am MIT von einer Gruppe Studenten um den Professor Stephen Russell entwickelt wurde¹⁶. Diese ersten Computerspiele waren jedoch nur einer kleinen Gemeinde von Nutzern zugänglich, weil sie nur an den Großrechnern der Universitäten und Forschungseinrichtungen genutzt werden konnten.

Ralph Baer vollzog 1967 mit seiner Entwicklung der ersten Spielkonsole einen großen, bedeutenden Schritt. 1970 verkaufte er seine patentierte Entwicklung an die Firma Magnavox, die die Konsole unter dem Namen „Odyssey“ vermarktete und ebenfalls patentierte. Alle nachfolgenden Konsolenhersteller waren von da an (bis zum Auslaufen des Konsolen-Patents) zu Lizenzzahlungen an Magnavox verpflichtet. Allein durch diese Lizenzzahlungen nahm Magnavox schätzungsweise 100 Millionen US\$ ein¹⁷.

¹⁵ vgl. Müller-Lietzkow ; Bouncken ; Seufert, S.28

¹⁶ vgl. <http://www.8bit-museum.de> (19.01.2013)

¹⁷ vgl. Lischka, S.26 ff.

Der kommerzielle Erfolg von Video- und Computerspielen setzte in den 70er Jahren ein. Ausgangspunkt dafür war ein Videospieleautomat, der im Jahr 1971 mit „Computer Space“ das erste sogenannte Arcade-Game auf den Markt brachte und in einer öffentlichen Spielhalle aufgestellt wurde. Kurze Zeit später wurde dann die Firma Atari von dem Designer dieses Produktes, Nolan Bushnell, gegründet, die wiederum im Jahr 1972 das Automatenspiel „Pong“, eine Art elektronisches Tischtennis, entwickelte. Mit der Heimkonsolen-Version von „Pong“ erschloss Atari im Jahre 1975 einen neuen Massenmarkt¹⁸. Durch eine große Auswahl von Spieletiteln, die in den Folgejahren von Atari produziert wurden, erfreuten sich der Commodore 64 und später Commodore's Amiga schnell großer Beliebtheit. Darüber hinaus wurde der ökonomische Zugang zu diesen Heimcomputern erheblich durch die ständig fallenden Einkaufspreise erleichtert.

In der Entwicklungsgeschichte der Spielekonsolen gab es schließlich weitere einschneidende Meilensteine, von denen hier allerdings nur wichtigsten genannt werden sollen: Diese waren der Gameboy von Nintendo, welcher sich weltweit über 120 Millionen Mal verkaufte und als tragbares Gerät etliche Folgemodelle nach sich zog; des Weiteren die Playstation der Firma Sony, von der sich über 70 Millionen Stück seit Markteinführung 1995 absetzen ließen und welche die Dominanz von Nintendo zunächst zunichte machte¹⁹. Nintendo und Microsoft konterten mit Konkurrenzprodukten gegenüber der Playstation, wie etwa der Xbox und Xbox 360 oder dem Gamecube bzw. der Gamecube DS. Genauso erfolgreich wie die Playstation, war die Playstation2, welche ihren Vorläufer mit weltweit 103 Millionen abgesetzten Exemplaren sogar noch übertreffen konnte und bis heute die erfolgreichste Konsole aller Zeiten ist. Ende 2004 folgte die Playstation Portable als multimediale, tragbare Konsole sowie im November 2006 die dritte Generation der Playstation. Neben Sony und Microsoft zog der dritte große Konsolenanbieter Nintendo Anfang 2007 mit der Veröffentlichung der Spielkonsole Wii nach, die mittels eines bewegungssensitiven Controllers gesteuert wird²⁰.

¹⁸ vgl. Lischka, S.42 ff.

¹⁹ vgl. Mangold ; Vorderer ; Bente, S.697

²⁰ vgl. Schliée, S.11

3.1 Geschichte

Geschichte und Entwicklung des E-Sports hängen, wie bereits erwähnt, primär von der Entwicklung der Computer- und Videospieleindustrie ab und gehen mit dieser Hand in Hand.²¹ Dies soll im folgenden dargestellt werden:

Grundfunktion für den E-Sport ist das vernetzte Konsolen- bzw. Computer-übergreifende Spielen. Bereits zu Zeiten von „Pong“ wurden Turniere in den USA ausgetragen, die Möglichkeit des Gegeneinander-Spielens boten, dies allerdings nur über einen Bildschirm. Mit dem Aufkommen von LAN und Internet Anfang der Neunziger Jahre wurde schließlich der wahre Grundstein für die Entwicklung des E-Sports im heutigen Sinne gelegt. Den Durchbruch dieser technologischen Spiele-Innovation brachte die Veröffentlichung des Ego-Shooter „Doom“ schließlich im Jahr 1993, das als das erste Multiplayer-Spiel weltweit gilt (Abbildung 4). Spieler konnten nun sowohl gegen den Computer, als auch in Netzwerken gegeneinander spielen. Schon bald wurden erste preisgekrönte Turniere ausgetragen. Mitte der 90er Jahre folgten dabei die Ursprünge des sogenannten Pro-Gamings (Name bedingt durch die hohe Technikaffinität und rasche Internetakzeptanz) in Südkorea, wo Spieler begannen aus diesem einstigen Hobby und Zeitvertreib eine Berufung zu machen, und in Turnier-Wettkämpfen Geld zu verdienen. 1997 bildeten sich daraufhin u.a. die ersten semi-/professionell organisierten Ligen, wie die Cyberathlete Professional League (CPL).



Abbildung 4: Titel-Cover und Bildschirm-Screenshot des Multiplayer-Klassikers „Doom“²²

²¹ vgl. Müller-Lietzkow ; Bouncken ; Seufert, S.161

²² vgl. <http://en.wikipedia.org> (20.01.2013)

Großen Anteil an der wachsende Akzeptanz und zunehmende Professionalisierung des E-Sport in Europa und in den USA hatte der Erfolg des Spiels Counterstrike (spätestens seit seiner ausgereift Version 1.6), das seit seiner Veröffentlichung im Mitte des Jahres 2001 die wichtigste Disziplin im professionellen E-Sport darstellt und sich bis heute großer Beliebtheit erfreut. Auf verschiedenen Plattformen wird sich hauptsächlich in den Sparten Ego- und Taktikshooter, Echtzeitstrategiespiele sowie Sport- und Rennsimulationsspiele in Wettkämpfen gemessen. Auch in Europa und Amerika existiert seitdem eine wachsende Zahl von professionellen Spielern, vor allen Dingen ausgelöst durch den starken Zuwachs an Online-Rollenspielen, so genannten MMORPGs²³. Trotz der Möglichkeit, auch in ersten größeren europäischen Ligaverbänden seit dieser Zeit Geld zu gewinnen, fliegen nach wie vor hiesige Pro-Gamer regelmäßig für Turniere nach Südkorea, wo teilweise Mittelklassewagen auf die Turnier-Gewinner warten.

Aktuellen Schätzungen zufolge gibt es in Deutschland heute über 400.000 Teams, so genannte Clans, in denen mehr als 1,5 bis 2,0 Millionen organisierte E-Sportler spielen, trainieren sowie an Turnieren und PR-/Marketing-Events teilnehmen. Auf LAN-Partys werden die zentralen großen und wichtigen Wettkämpfe ausgetragen, 400 bis 500 solcher LAN-Veranstaltungen finden jährlich inzwischen allein in Deutschland statt, wobei die Zahl der Teilnehmer bei 50 bis weit über 2.000 Spieler liegt. Darüber hinaus gibt es organisierte Events speziell für fortgeschrittene und semiprofessionelle Spieler, bei denen das Publikum via Leinwand live die Spiele, ähnlich Sportübertragungen, ansehen kann. Diese Veranstaltungen werden in Deutschland von verschiedenen Ligen organisiert. ESL, NGL, WWCL und WCG zählen dabei zu den größten und somit wichtigsten Ligen. Nur die Abschlussturniere finden dabei „real“ statt. Der „normale“ Spielbetrieb wird über das Internet ausgetragen. Ein Messen der Spieler findet nicht nur national, sondern teilweise weltweit, statt. Die World Cyber Games (WCG) werden als Olympiade der E-Sportler angesehen und zumeist in Asien veranstaltet, da hier der E-Sport bereits – wie oben beschrieben – einen viel höheren Stellenwert genießt als hierzulande. E-Sport ist als Sportart in über 60 überwiegend dem asiatischen Kulturraum entstammenden Nationen anerkannt und wird teilweise – wie in Korea – sogar staatlich gefördert. Die Werbeeinnahmen der Veranstalter sind hier dementsprechend hoch.²⁴

²³ vgl. Schliée, S.13 ff.

²⁴ vgl. Müller-Lietzkow ; Bouncken ; Seufert, S.161 ff.

3.2 Definition

Der Begriff E-Sport (auch eSport) steht für Elektronischen Sport. Hierbei messen sich Spieler in Wettbewerben in Computer- oder Konsolenspielen miteinander²⁵. Die Wettbewerbe werden entweder über ein Local-Area-Network (LAN) offline oder online über das Internet ausgetragen. Bei einem LAN sind die Spieler vor Ort über ein lokales Netzwerk in einem oder mehreren Räumen miteinander verbunden. Onlinewettbewerbe ermöglichen es dem Spieler wiederum von zu Hause aus über eine Konsolen-/Computer-Plattform zu spielen. Computer und Monitor bzw. Spielekonsole und Fernseher können vom Veranstalter bei professionellen Wettbewerben den Teilnehmern zur Verfügung gestellt werden, damit die gleichen Bedingungen vorherrschen. Damit kann jeder Spieler mit gleicher Hardware gegen seinen Gegner antreten. Viele Spieler entscheiden sich allerdings dagegen und bringen ihr eingespieltes Equipment mit.²⁶

Trotz seines wachsenden Erfolges – gemessen an den Teilnehmerzahlen (siehe 3.1) – hat sich noch keine allgemeine Definition für den E-Sport durchgesetzt.²⁷ Die weit gefasste Vorstellung begreift den elektronischen Sport als einen Bereich sportlicher Aktivität, welcher das Trainieren und Entwickeln von mentalen und physischen Kompetenzen im Umgang mit Informations- und Kommunikationstechnologien beinhaltet, sowie das Aufkommen von E-Sport als logische Konsequenz des Wandels von der Industrie- zur Informations- und Kommunikationsgesellschaft.²⁸ Dabei wird als eigentlicher Sport der Akt des Computerspielens an sich bezeichnet. E-Sport muss demnach kein sportives Handlungsmuster als grundlegendes Thema besitzen, sondern kann auch mit anderen Spielen betrieben werden. Grundvoraussetzung ist jedoch stets der Mehrspielermodus (Multiplayer-Mode), der es den Spielern erlaubt, in der virtuellen Welt mit- oder gegeneinander spielen zu können. Insbesondere diese Möglichkeit, gegen menschliche Gegner und nicht berechenbare Programme zu spielen bzw. antreten zu können, macht dabei den größten Reiz der Multiplayer-Spiele aus.

²⁵ vgl. Schunk, S.18

²⁶ vgl. Beisel, S.6

²⁷ vgl. Beisel, S.6

²⁸ vgl. Müller-Lietzkow, S.108

Im Laufe der letzten Jahre hat sich durch die immer stärkere Professionalisierung in diesem Wettkampf-Bereich der Deutsche E-Sport-Bund herausgebildet. Dieser offizielle Vertreter der E-Sportler und -Events definiert E-Sport wie folgt²⁹:

„Der Begriff E-Sport setzt sich aus den Begriffen „Electronic“ und „Sport“ zusammen. E-Sport bezeichnet das wettbewerbsmäßige Spielen von Computer- oder Videospiele im Einzel- oder Mehrspielermodus. E-Sport versteht sich entsprechend des klassischen Sportbegriffs und erfordert sowohl Spielkönnen (Hand-Augen-Koordination, Reaktionsgeschwindigkeit) als auch taktisches Verständnis (Spielübersicht, Spielverständnis).“³⁰

„Pro Match werden dabei bemerkenswerterweise bis zu 300 und mehr Aktionen pro Minute mit der Tastatur, Joystick oder Maus von einem Spitzenspieler ausgeführt. Turniere und Ligen gibt es mittlerweile für fast jedes online spielbare Spiel.“³¹

Die prominentesten und meistgespielten E-Sport-Spiele sind sog. First-Person-Shooter (FPS), also virtuelle Kampf-Simulationen mit kriegsähnlichen Handlungen aus einer Ich-Perspektive. Allerdings erfreuen sich auch andere Genres wachsender Beliebtheit. Nachfolgende seien an dieser Stelle die wichtigsten Spiele-Titel genannt und definiert:

1. FIFA (Fußballsimulation)
2. Need for Speed (Autorenn-Spiel)
3. Counter-Strike (Taktik-Shooter)
4. World of Warcraft (Echtzeit-Strategie)
5. StarCraft (Echtzeit-Strategie)
6. Call of Duty (Taktik-Shooter)
7. Pro Evolution Soccer (Fußballsimulation)³²

²⁹ vgl. Beisel, S.6

³⁰ vgl. <http://www.e-sb.de> (20.01.2013)

³¹ vgl. <http://www.e-sb.de> (20.01.2013)

³² vgl. Beisel, S.7

3.3 Clans

Nach Schunk definiert sich ein Clan (auch Gaming-Clan) wie folgt:

„Ein Clan ist eine Vereinigung bzw. Gemeinschaft von Menschen/“E-Sportlern“, die dasselbe oder verschiedene Spiele in einer Mannschaft bzw. einem Team spielen. Der Clan steht unter einer Leitung, die die Organisation des gesamten Clans übernimmt (Sponsoren, Reisen, Turniere, etc.).“³³

Eine Spielgemeinschaft oder ein Clan nimmt an Turnieren bzw. Ligawettkämpfen teil. Die gemeinschaftliche Aktivität in Form von Trainings und Wettkämpfen einerseits sowie gemeinsamer Freizeitgestaltung andererseits steht im Mittelpunkt des Interesses von organisierten Clans. Zum einen gibt es Clans im Hobby-Bereich, die sich als freier Zusammenschluss von Personen konstituieren, die in ihrer Freizeit Breitensportähnlich dem gemeinsamen Interesse nachgehen. Andererseits gibt es Clans, die eine professionelle Form in der Organisation der Gemeinschaften im Leistungssport-Bereich annehmen. Vermehrt kommen sogar Instanzen wie Teammanager, PR-Manager sowie Mitarbeiter in den Bereichen Marketing, Redaktion und Controlling zum Einsatz. Aus dem Grad der Professionalität und der Organisationsform (z.B. eingetragener Verein, GmbH etc.) ergibt sich der Organisationsaufbau.

In den Mittelpunkt rücken auch Sponsorenverträge und Preisgelder aus Turniersiegen, die die finanziellen Interessen im Pro-Gaming wecken. Folglich werden Grundgehälter und Prämien aus Sponsorengeldern in Verträgen zwischen Management und Spielern festgehalten. Schätzungsweise erreichen die Gehälter von E-Sportlern schon die von Angestellten in normalen Unternehmen. Eine vertragliche Kooperation dauert in der Regel acht bis zwölf Monate. Turnierpreisgelder bleiben (trotz der mittlerweile auch in Europa festen monatlichen Gehälter) die Haupteinnahmequelle der Pro-Gamer. Sponsorengelder, aufgrund mangelnder Akzeptanz der Computersportler noch meist branchenintern, stellen die wichtigste Rolle bei der Finanzierung der Spielgemeinschaften dar.³⁴

³³ Schunk, S.21 ff.

³⁴ vgl. Schliée, S.24 ff.

Mittlerweile konzentrieren sich Clans, im Gegensatz zur Anfangszeit des E-Sports nicht mehr nur auf ein Spiel. Viele Gemeinschaften besitzen Spezialisten-Gruppierungen (Squads) in verschiedenen Spielen und werden deshalb als Multigaming-Clans bezeichnet. Vergleichbar sind diese Squads mit den verschiedenen Abteilungen eines klassischen Sportvereins. Die mehr oder weniger autarken Untergruppen treten unter dem Label des Clans auf und spezialisieren sich hierbei meistens auf ein bestimmtes Spiel. Bekannte und erfolgreiche deutsche Clans sind z.B.: n!faculty (Gegründet 1999, Gesellschaftsform: e.V. – dahinter steht die n!faculty management GmbH), SK-Gaming (1997, GmbH), mTw (1998, eV.), mousesports (2002, GmbH), A-Losers (2002, GbR) und Team Alternate (2003, GmbH), welche in nationalen als auch internationalen Ligen mit ihren Squads vertreten sind³⁵.



Abbildung 5: Logo-Beispiel verschiedener deutscher Gaming-Clans

³⁵ vgl. Schliée, S.25

3.4 Instanzen

Viele der aktuellen Clans treten als eingetragener Verein auf und benötigen dementsprechend kreative, wirtschaftliche und wissenschaftliche Organe, die den Verein managen. Bei n!faculty e.V. besteht die höchste Instanz bspw. aus einem Vorstand, der sich aus Vereinsleitung, -verwaltung und Finanzvorstand zusammensetzt. Darunter befinden sich die Organe der Vereins-Infrastruktur. Sie sind verantwortlich für die Administration, d.h. Verwaltung aller Mitglieder und deren Rechte, Homepage und Server, Marketing und Community, Redaktion und Kommunikation. Die Redakteure tragen u.a. einen wichtigen Beitrag zum Content und damit zu einer Dynamik der Homepage bei. Ein Multimedia-Team bereitet zusammen mit dem Marketing Mediendarstellungen auf und stellt sie der Community zur Verfügung. Speziell bei n!faculty gibt es einen externen Beirat aus Wirtschaft und Wissenschaft, der über den Verein wacht und dem Vorstand zuliefert, z.B. in den Bereichen Online-Marketing und -Recht.³⁶

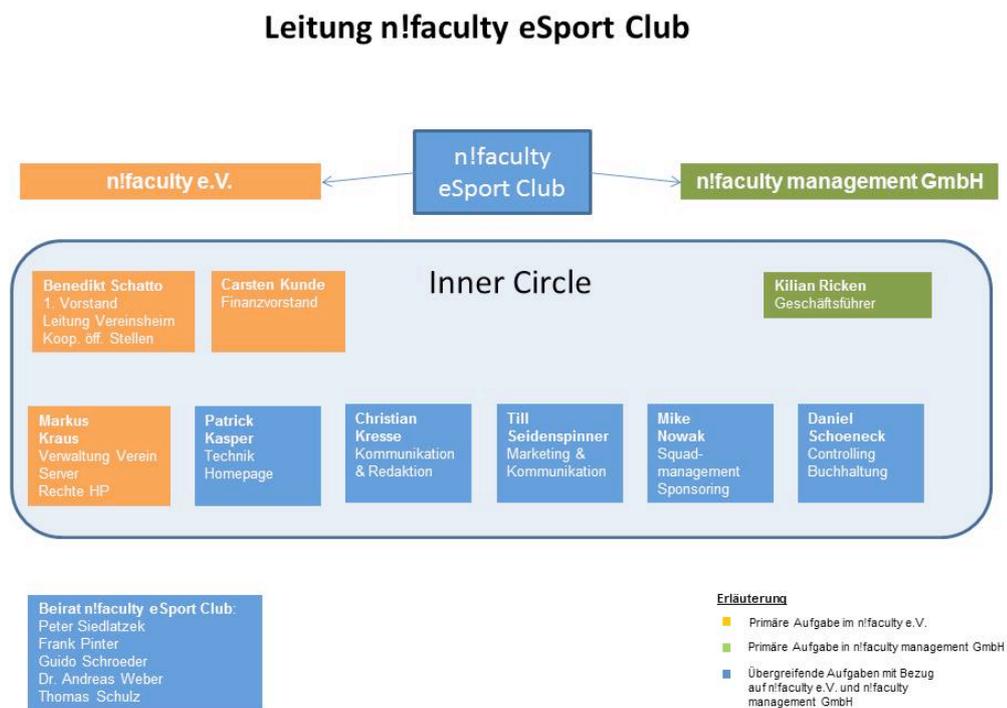


Abbildung 6: Vereins- und Managementstruktur des n!faculty eSport Club

³⁶ vgl. <http://faculty.de/squad.php?squad=10> (01.02.2013)

Zentrale Bedeutung und großes Ansehen genießen die professionellen Spieler-Teams eines Clans. Sie symbolisieren quasi das Produkt eines Clans, dass sich aus betriebswirtschaftlicher Sicht vermarkten bzw. verkaufen lässt. Im allgemeinen gilt wie in der Wirtschaft: Umso besser das Produkt umso erfolgreicher das Unternehmen (der Clan). Die Teams bestehen meist aus einem Team-Manager und den Profi-Spielern. Der Team-Manager kümmert sich primär um die Spieler und deren Belange wenn es um die Ausführung Ihrer Spieler-Profession geht, d.h. Organisation wie Anmeldung, Anfahrt und Unterkunft für Wettkämpfe oder Promotion-Events, Controlling, Außendarstellung (Interviews) und Suche (Scouting) neuer Team-Mitglieder.

Neben dem faculty e.V. steht die faculty management GmbH. Diese wird geführt von einem Geschäftsführer, der neben dem rechtlichen Management die Geschicke des E-Sport Clubs insgesamt leitet. Hier sind Projekte aufgehängt, die mit hoher Bezahlung und Finanzierung steuerrechtlicher Art zu tun haben. Populäre Profi-Teams, bei denen es um größere Summen (monetäre Gewinne, Sponsoren-Verträge) geht, wie „Counter-Strike“, „Call of Duty“, „FIFA“, „WarCraft“, sind bspw. unter der GmbH angesiedelt.³⁷



Abbildung 7: Pokalübergabe an das n!faculty-E-Sport-Team bei den ESP-Spring-Finals 2012³⁸

³⁷ vgl. <http://faculty.de> (01.02.2013)

³⁸ vgl. <http://faculty.de/galerie3.php?id=5820> (01.02.2013)

3.5 Electronic Sports League (ESL)

In Deutschland gibt es noch kein ausgereiftes Organisations- und Ligasystem, trotz all der Bemühungen durch den E-Sport-Bund, wie etwa im Profi-Fußball. Lange wurde versucht, die angestrebte Vereinheitlichung der Regelungen im Pro-Gaming, mit Hilfe von verschiedenen Ligastrukturen auf die deutsche E-Sport-Szene zu übertragen, was jedoch eher die strukturellen Gegebenheiten behinderte. Rund ein dutzend Ligen agieren mit je eigenen Regelsystemen und Vorschriften operativ deutschland- bzw. europaweit. Durch die große Vielfalt an Disziplinen (Spielen) und Sportgeräten (Hardware) werden die Gegebenheiten zusätzlich noch erschwert³⁹. Mit der Electronic Sports League, die wohl größte und bekannteste europaweit agierende Liga, hat sich ein Ligasystem etabliert, welches aber mittlerweile als allgemeingültig angesehen werden kann.

Gegründet im Jahr 2000 ist die ESL mittlerweile in über 20 europäischen Ländern im Rahmen eines mehrsprachigen Systems aktiv. Die ESL ist die größte und bedeutendste Online-Liga Europas, mit momentan nahezu einer Millionen angemeldeter Nutzer und rund 400.000 angemeldeter Clans.⁴⁰ Der Ego-Shooter Counterstrike ist unter den über 100 Spielen nach Angaben der E-Sportler mit Abstand das wichtigste Online-Spiel. Alleine 4,5 Milliarden Spielminuten werden nach Angaben der ESL monatlich auf Counterstrike-Servern gespielt. Dass heißt umgerechnet betreiben zu jeder Zeit 30.000- 130.000 Menschen das Spiel gleichzeitig.

In der ELS Pro Series (EPS) spielen die Besten von über einer halben Million gemeldeten E-Sportlern um die Deutsche Meisterschaft. Dabei werden je fünf Spiel-Disziplinen vor jeder Saison identifiziert. Bei der Auswahl werden Publikumswirksamkeit und Beliebtheit der Spiele im Rahmen der zunehmenden medialen Verwertung von E-Sport bedacht. Regelmäßig werden auf den Intel Friday Night Games drei Top-Spiele der EPS präsentiert. Am Finalwochenende, an dem die letzten Finalspiele der EPS gezeigt werden, zählte der Veranstalter Turtle Entertainment nach eigenen Angaben durchschnittlich 30.000 Zuschauer. Lokal und medial werden die Topspiele als professionell organisierte Sportevents vermarktet. Die Spiele sind entweder über das ligaeigene TV-Programm zu verfolgen oder live vor Ort auf Leinwänden⁴¹.

³⁹ vgl. Schliée, S.22

⁴⁰ vgl. <http://www.turtle-entertainment.de> (21.01.2013)

⁴¹ vgl. Schliée, S.22 ff.

Die Liga, in der Spieler und Teams auf E-Sport-Ebene aktiv werden wollen, wird auf nationaler Ebene von ihnen selbst gewählt. Um den Einstieg in die Amateur-Serie spielen eine unbegrenzte Anzahl an Spielern. Über die Amateur-Serie kann dann der Aufstieg in die EPS erfolgen. Ähnlich wie in klassischen Sportarten gibt es Nationalteams, in denen die besten Spieler die Chance haben, ihr Land zu vertreten. Sie spielen dann in der so genannten European Nations Championship (ENC), die unter der Flagge der ESL ausgetragen wird, um die europäische Meisterschaft. Die acht erfolgreichsten Teams spielen hier um Preisgelder von mehr als 50.000 €. ⁴² Für E-Sport-Turniere ist dies das weltweit das höchste Budget ⁴³. Andere internationale Ligen bieten ebenfalls Möglichkeiten für die Spieler, anzutreten, schütten allerdings bis heute keine vergleichbaren Gewinne aus.

Ökonomisch gesehen wird der elektronische Sport insbesondere für Sponsoren immer interessanter. Im Vergleich zur wesentlich höheren medialen Präsenz klassischer Sportarten, wie bspw. dem Fußball, birgt die werbe- und sponsoring-orientierte Verwertung von E-Sport ein nicht zu unterschätzendes Potenzial. So hat mittlerweile nicht nur die ESL Chancen genutzt, überwiegend brancheninterne, aber auch immer mehr branchenexterne Geldgeber zu versammeln. Durch den E-Sport haben Sponsoren generell eine lukrative Plattform gefunden, mit versierten Computer-Nutzern direkt kommunizieren zu können. So erfolgt mittlerweile auch die Finanzierung von Clans überwiegend durch Sponsorengelder ⁴⁴.



Abbildung 8: Logo-Varianten der Electronic Sports League und ESL Pro Series

⁴² vgl. <http://www.esl.eu> (23.01.2013)

⁴³ vgl. Schliée, S.23 ff.

⁴⁴ vgl. Schliée, S.24

3.5.1 ESL Pro Series (EPS)

Die ESL Pro Series ist die nationale Königsklasse der ESL, in der sich von über zwei Millionen E-Sportlern nur die Besten qualifizieren. Diese spielen dann um die deutsche Meisterschaft und ein Preisgeld von bis zu 50.000 €. Sie ist damit deutschlandweit die größte und interessanteste Liga. Die EPS wird von Turtle Entertainment, genauso wie die ESL, zusammen mit Intel als Hauptsponsor bereitgestellt. Mit ihrem Konzept ist die EPS vergleichbar mit der Fußball-Bundesliga⁴⁵. Die Top-Spiele eines Spieltags werden offline in dem schon erwähnten Intel Friday Night Game (IFNG) gezeigt. Die IFNGs sollen den E-Sport für interessierte Zuschauer greifbarer machen und eine Atmosphäre vergleichbar mit dem realen Sport schaffen. Zudem fungieren sie als eine Art Messe der vielen Sponsoren der ESL. An ihren Ständen kann das Produkt getestet und an Gewinnspielen teilgenommen werden.

Momentan befinden sich drei Spieletitel im Portfolio der EPS: „Counter-Strike:Global Offensive“, League of Legends“ und „StarCraft II“. Die Preisgeldverteilung der insgesamt rund 50.000 € auf die einzelnen Spieletitel sieht folgendermaßen aus:⁴⁶

	CS:GO	LoL	SC2
1.	7500€	3500€	3000€
2.	3750€	1800€	1500€
3.	2000€	1100€	800€
4.	1200€	700€	400€
5-6.	600€	300€	200€
7-8.	-	-	200€

Abbildung 9: Preisgelder der ESL Pro Series 2012, verteilt auf drei Spieletitel

Dazu kommen noch Prämien von bis zu 500 € für das Erscheinen auf IFNGs, wobei zu erwähnen ist, dass die ESL vor einer Saison die Top-Partien identifiziert und für das IFNG auswählt. Daher ist es verständlich, dass sich Clans gerade auf diese Titel spezialisieren⁴⁷.

⁴⁵ vgl. <http://www.turtle-entertainment.de> (21.01.2013)

⁴⁶ http://www.esl.eu/de/pro-series/winter_2012/news/204730/ (01.02.2013)

⁴⁷ vgl. <http://www.esl.eu>

3.5.2 Games

Counter-Strike

Counter-Strike ist wohl die bekannteste und weit verbreitetste Spiel-Reihe der Welt. Abgesehen von Asien sind die Preisgelder auf Turnieren für Counter-Strike am höchsten. Hier soll nun ein kurzer Einblick in das Konzept des Spiels gegeben werden.

Counter-Strike wird in der Ich-Perspektive gespielt und ist ein 3D-Ego-Shooter. Die Gegner und Mitspieler werden in der dritten Person dargestellt. Alle Spieler haben vor dem Start jeder Runde 100 Lebenspunkte, die sich nach Start der Runde verringern, sobald ein Spieler getroffen wird. Nach 0 Lebenspunkten tritt der Tod des jeweiligen Spielers ein, was sich in der nächsten Runde wieder revidiert. Vor allem das Teamspiel ist bei Counter-Strike von großer Bedeutung. Man muss sich seinen Team-Mitgliedern anschließen bzw. taktisch mit ihnen kommunizieren. Die Kommunikationsfähigkeit ist das A und O für dauerhaften Spielspaß. Durch eine zuvor besprochene und einstudierte Strategie zusammen mit der dauerhaften Kommunikation innerhalb des Spiels, steigt die Chance, die Mission erfolgreich zu Ende zu bringen, was natürlich das Ziel eines jeden Team-Spiels ist.

Bei Counter-Strike gibt es stets zwei verfeindete Seiten: Die Terroristen und Counter-Terroristen (Anti-Terror-Einheit). Ziel der Terroristen ist es, Bomben auf markierten Bombenplätzen zu legen und/oder Geiseln zu nehmen und zu bewachen. Die Counter-Terroristen müssen demnach die Bomben entschärfen und/oder die Geiseln befreien. Es existiert eine Vielzahl unterschiedlicher virtueller Landschaften bzw. Maps, die so konstruiert sind, dass jede Seite die gleiche Chance hat das Spiel zu gewinnen. Die Waffen für die Team-Kämpfe werden am Anfang einer jeden Runde ausgewählt. Hierbei kann man sich zwischen verschiedene Waffengattungen, wie Handfeuerwaffen, Schrotflinten, Schnellfeuergewehren, Fernschusswaffen und Maschinengewehren, entscheiden. Dazu kommt das Equipment, das aus Helmen, Westen, Granaten und Entschärfungskit (speziell für die Counter-Terroristen) besteht. Allerdings haben Waffen und Equipment ihren Preis, den man sich im Laufe des Spiels erkämpfen muss. So gibt es virtuelle Gagen für das eigene Überleben, das Töten der Gegner und den erfolgreichen Abschluss einer Mission⁴⁸.

⁴⁸ vgl. Liskowsky ; Ehrig, S.62 ff.

WarCraft

WarCraft wurde von dem Videospiele-Hersteller Blizzard Entertainment entwickelt und wird als Fantasy-Strategiespiel bezeichnet. Nach WarCraft und WarCraft 2 kam 2002 „WarCraft 3 – Reign of Chaos“ auf den Markt. Kurze Zeit später kam die Erweiterung „WarCraft 3 – The Frozen Throne“ heraus, welche teilweise heute noch in einigen Ligen und Turnieren gespielt wird. 2004 erschien der offizielle Nachfolger „World of WarCraft“ (WoW), der die (Erfolgs-)Geschichte weiterschrieb und seitdem vier Erweiterungen erhielt.

In World of WarCraft existieren verschiedene Völker, wie z.B. die Orcs, Menschen, Nachtelfen und Untoten. Hier eine kurze Beschreibung der Völker seitens von Blizzard:

„Die wilden, grünhäutigen Orcs bilden eines der am weitesten verbreiteten Völker der WarCraft-Welt. Kaum jemand weiß heute noch, dass die Orcs in der Welt Draenor einst eine kultivierte und edle, schamanistische Gesellschaft waren. Die geheimnisvollen Nachtelfen bildeten das erste Volk, das in der Welt von WarCraft 3 zum Leben erwachte. Diese schattenhaften, unsterblichen Wesen waren die Ersten, die die Magie studierten und sie fast zehntausend Jahre vor WarCraft in der Welt entfesselten.“⁴⁹

Die Völker kämpfen in den unterschiedlichsten Fabelwelten mit magischen Einheiten, Fähigkeiten und Waffen gegeneinander. Der Spieler muss sich einer der Rassen anschließen, wählt dabei die ‚Allianz‘ oder eine ‚Horde‘, um im Mehrspielermodus gegen andere Gegner zu kämpfen. Die wichtigste Spielfigur ist der Held, der durch das Besiegen anderer Einheiten und das Zusichnehmen spezieller Tränke Erfahrungspunkte sammelt und damit höhere Level erreichen kann. Umso höher das Level eines Helden ist, umso stärker wird er. Dies ist wichtige Voraussetzung für das Gewinnen des Spiels. Geht ein Spiel über einen längeren Zeitraum, häufen sich immer mehr Einheiten an, die der Spieler zu steuern hat. Professionelle Spieler sind vor allem in diesem Bereich sehr geschickt und müssen daher viele Entscheidungen in kurzer Zeit treffen. Deshalb genießt WoW aufgrund seiner Schwierigkeit auch ein hohes Ansehen in der E-Sport-Szene⁵⁰.

⁴⁹ vgl. <http://www.german-playboy-steven.de/tl/Warcraft-3.htm> (02.02.2013)

⁵⁰ vgl. Grosser, S.28

FIFA

Die „FIFA“-Videospiele-Serie, entwickelt von Electronic Arts, ist eine authentische Fußballsimulation. Es wird einem ermöglicht, professionellen Fußball auf virtueller Basis zu spielen und seinen Traum vom Fußballprofi zu verwirklichen. In diesem Spiel ist alles enthalten, was der reale Fußball zu bieten hat. Durch die vollständige Lizenzierung, wird es dem Spieler ermöglicht, alle nationalen und internationalen Clubs sowie alle Nationalmannschaften auswählen und mit diesen spielen zu können. Es kann im Einzelmodus gegen den Computer oder im Mehrspielermodus gegen reale Gegner gespielt werden. Zudem beinhaltet das Spiel viele Features, wie den Be-a-pro-Modus, indem ein Fußballprofi gewählt oder erstellt wird, um dann die individuellen Fähigkeiten des Charakters, wie Passen, Schießen, Deckung, usw. zu verbessern⁵¹. „FIFA“ erscheint jedes Jahr aufs Neue und beinhaltet im Spieletitel das jeweilige Jahr nach Erscheinung des Titels. Beispielsweise erschien im September 2012 die Neuauflage für das kommende Jahr „FIFA 2013“ (siehe Abbildung):⁵²



Abbildung 10: Titel-Cover der jüngsten EA-Sports-Veröffentlichung: FIFA 13

⁵¹ vgl. Welt.de (02.02.2013)

⁵² vgl. http://en.wikipedia.org/wiki/FIFA_13 (02.02.2013)

Call of Duty

Die Aktion-Thriller der „Call of Duty“-Serie (CoD) kommen von den Entwicklern aus dem Hause Treyarch (früher Infinity Ward). „Call of Duty“ ist ein Ego-Shooter, wie Counter-Strike, allerdings beruhen hier die Spielwelten der meisten Teile der Serie auf real-nachempfundenen Schauplätzen von historischen Kampfhandlungen überall in der Welt. Dort wird üblicherweise gegen Gegner gekämpft, die die ganze Welt bedrohen. Dies tun die Spieler in Form von amerikanischen Marines oder als Mitglieder eines britischen oder russischen Sondereinsatzkommandos. Mit Hilfe von hochentwickelter Technologie und Feuerwaffen (in den letzten Teilen der Serie) werden Luft- und Landangriffe koordiniert und in den entsprechenden Zielgebieten durchgeführt.⁵³ Anders als „Counter-Strike“ ist CoD in erster Linie auf den Einzelspielermodus ausgelegt. Für den Multiplayermodus werden üblicherweise Extra-Level (Spielabschnitte) abseits der eigentlichen Handlung entworfen, die die Möglichkeit direkter Duelle von zwei Teams in Form von gewählten Elitesoldaten (und damit realer Gegnern) bieten.⁵⁴ In diesem Jahr (2013) können diese Teams, bestehend aus vier Spielern, bei den Call-of-Duty-Championships – einem eigens von Microsoft (Xbox) und Activision (Publisher) veranstaltetes weltweites E-Sport-Event – Preisgelder von zu \$1.Millionen gewinnen.⁵⁵



Abbildung 11: Titel-Cover der jüngsten Call-of-Duty-Veröffentlichung Black Ops II, erschienen am 13.11.12

⁵³ vgl. <https://www.callofduty.com/de> (02.02.2013)

⁵⁴ vgl. <http://www.giga.de/spiele/call-of-duty-black-ops-2/specials/call-of-duty-black-ops-2> (02.02.2013)

⁵⁵ vgl. <https://elite.callofduty.com/esports> (02.02.2013)

3.5.3 Intel Extreme Masters

Veranstaltet von der ESL sind die Intel Extreme Masters (IEM) die weltweite Spitzenliga für Vereins-E-Sport. Sie stellen die Plattform für die globale Liga der E-Sport Champions, wie bspw. für Team wie Alternate, SK-Gaming Schweden, MYM, fnatic, usw. zur Verfügung. „Counter-Strike“ und „World of WarCraft“ werden hier auf eine neue Wettkampf-Ebene gestellt. Um insgesamt über \$640.000 Preisgeld spielten in der letzten Saison 2011/2012 E-Sport-Meister aus Europa, Asien und Amerika. Dies ist laut der ESL das höchste Preisgeld aller Zeiten bei einem größtenteils online ausgetragenen E-Sport-Wettbewerb.⁵⁶



Abbildung 12: Intel Extreme Masters Logo der Saison 2012/13⁵⁷

Vergleichsweise ist das System der Intel Extreme Masters mit dem der UEFA-Champions League im Real-Fußball-Sport. Bestimmt durch einen Nationenwertungsschlüssel bekommen die verschiedenen Länder unterschiedliche Startplätze für die Masters. Alle Gewinner der jeweiligen nationalen EPS sind automatisch für die Intel Extreme Masters qualifiziert. Besitzt eine Nation ein höheres Nationen-Ranking bekommen weitere Vertreter einen Startplatz. Über nationale Qualifikationen können sich ebenfalls Teams eine Teilnahme an der Liga sichern. Je nach Spiel erreichen zwischen acht und zwölf Teams bzw. Spieler am Ende der Saison die Offline-Finals auf einer internationalen IT-Messe. Die Spitzen-Partien werden auf dem hauseigenen IPTV-Sender ESL-TV und anderen weltweit-empfangbaren Partner-Kanälen übertragen⁵⁸.

⁵⁶ vgl. <http://www.esl-world.net/masters/history> (03.02.2013)

⁵⁷ vgl. <http://www.esl-world.net/masters/season7/press/> (02.02.2013)

⁵⁸ <http://www.turtle-entertainment.de> (03.02.2013)

4 Real-Sport (Beispiel Fußball)

Fußball verbindet viele Menschen und weckt in ihnen Begeisterung und Leidenschaft. In diesem Abschnitt wird der Fußball mit Hilfe von der Geschichte, Ligen und Vereinen erläutert, um einen Vergleich mit dem E-Sport herstellen zu können.

4.1 Geschichte

Bereits um 2.700 vor Christus soll ein fußballähnliches Spiel in China als Belustigung für den „Gelben Kaiser“ Huangdi entwickelt worden sein. Während der Zhou-Dynastie (1.100 bis 249 vor Christus) verbreitete sich das Fußballspiel in allen Volksschichten und es wurden klare Regeln abgefasst, um eine Vereinheitlichung des neuen Volkssports zu gewährleisten. Das Fußballspiel gelangte in China zu höchster Beliebtheit in der Zeit der Qin-Dynastie bis zum Ende der Sui-Dynastie (221 vor bis 618 nach Christus) und wurde zum Unterhaltungssport, den sogar Frauen betrieben. Die Regeln wurden in einem Handbuch des Fußballspiels festgehalten und schließlich ein mit Luft gefüllter Ball entwickelt. In dem Spiel bestand eine Mannschaft aus mindestens zehn, meist jedoch aus mehr Spielern und es gab Tore, Torhüter, Spielführer und sogar Trainingsprogramme. Ab 900 nach Christus geriet das hochentwickelte Spiel jedoch überraschenderweise in China in Vergessenheit.

Die Anfänge des Fußballspiels in Europa finden sich im Mittelalter wieder. Im 12. Jahrhundert wird z.B. in der Geschichtsschreibung Frankreichs ein Ballspiel erwähnt, bei dem Treten und Fausten erlaubt war. Dieses Spiel wurde ursprünglich von den Franzosen „Houle“ genannt, welches sich später zu Soule entwickelte. In England nahm das Fußballspiel eine besondere Entwicklung. 1.174 (n.Chr.) bildeten sich schließlich erste Regeln des heutigen Fußballs aus dem mittelalterlichen sehr bekannten „Lusus pilae Celebrem“ (übersetzt: „berühmtes Ballspiel“) heraus. Allerdings erst zu Beginn des 19. Jahrhunderts wurden dem zweifelsohne zügellosen ‚Raufspiel‘ Grenzen, durch die Etablierung des Spiels an universitären Einrichtungen und ganzen Regelwerke gesetzt. Vor allem die englischen Universitäten Cambridge, Westminster und Harrow waren bestrebt, feste Regeln aufzustellen. Die Spieler der Universitäten, einigten sich darauf, den Ball nur noch mit den Füßen zu treten. 1846 wurden die ersten Fußballregeln von Studenten aus Cambridge verfasst, in denen die Mannschaftsstärke mit 15 bis 20 Spielern festgelegt wurde.

Am 26. Oktober 1863 avancierte England zum ‚Mutterland des Fußballs‘ als die Football Association in London gegründet wurde. Entscheidend für die weitere Entwicklung des Fußballs in England und der ganzen Welt, waren in dem neuen, 14 Absätze umfassenden Regelwerk, diejenigen Passagen, in denen der grundsätzliche Unterschied zum bislang ausgeübten Rugby Football aufgezeigt wurde. So durften von da an die Füße nur nach dem Ball treten und der Ball nunmehr ausschließlich mit den Füßen getreten werden. Mit den Händen durften weder der Ball berührt noch der Gegner festgehalten werden.⁵⁹

In den nächsten Jahren bildeten sich in England wie den europäischen Nachbarländern durch die wachsende Popularität des Fußballs, Vereine, Ligen und Turniere heraus, die sich – u.a. auch durch die Entwicklung der Medien, wie dem Radio – immer weiter professionalisierten und den Fußball damit zu einem weitverbreiteten Kultsport werden ließen. So gelangte auch in Deutschland der Fußball-Sport zu landesweiter Beliebtheit und man begann sich, zu organisieren: Mit Beginn des neuen Jahrhunderts gründete sich am 28. Januar 1900 der Deutsche Fussball-Bund, der nur wenige Jahre später, 1904, der Internationalen Föderation des Verbands-Fussballs (FIFA) beitrug.⁶⁰



Abbildung 13: Das erste Logo des Deutschen Fussball-Bundes aus dem Jahr 1900

⁵⁹ vgl. Rohr ; Simon, S.166 ff.

⁶⁰ vgl. <http://www.dfb.de/index.php?id=504413> (03.02.2013)

4.2 Nationale Ligen

Erst viele Jahre später, am 28. Juli 1962, war es nach mehreren Versuchen endlich soweit. Im Goldsaal der Dortmunder Westfalenhalle auf der Bundestagssitzung des Deutschen Fußball-Bundes beschlossen die einzelnen Landesverbände die Gründung einer einheitlichen Liga: der Bundesliga.

Die 16 Gründungsmitglieder der Bundesliga standen nach einem langwierigen Prozess, bei dem sportliche, wirtschaftliche und infrastrukturelle Eckpunkte ausschlaggebend waren, fest. Der Hamburger SV, Werder Bremen und Eintracht Braunschweig waren aus der Oberliga Nord dabei. Den FC Schalke 04, Borussia Dortmund, den 1. FC Köln, den Meidericher SV (später MSV Duisburg) und den SC Preußen Münster stellte die Oberliga West. Der 1. FC Saarbrücken und der 1. FC Kaiserslautern fanden aus der Oberliga Südwest den Weg in die Bundesliga. Den 1. FC Nürnberg, Eintracht Frankfurt, den Karlsruher SC, den TSV 1860 München und den VfB Stuttgart schickte die Oberliga Süd ins Rennen. Zu guter Letzt wurde von der Stadtliga Berlin der Hauptstadtclub Hertha BSC Berlin gestellt⁶¹.

Ein weiterer Meilenstein in der Bundesliga-Geschichte war die Gründung des Liga-Verbands am 18. Dezember 2000 in Frankfurt am Main. Nach fast 39 Jahren fanden damit die 1. Bundesliga als auch die 2. Bundesliga ihren Weg in die Eigenständigkeit. Als gleichberechtigte Partner gehören seitdem alle Mitglieder der 1. und 2. Bundesliga dem eingetragenen Verein an. Im Mai 2001 erfolgte schließlich die Gründung der DFL, der Deutschen Fußball Liga GmbH, die für die operativen Aufgaben, wie Spielbetrieb, Lizenzierung, Vermarktung der 1. und 2. Bundesliga verantwortlich und eine Tochter des Ligaverbandes ist. Durch die Vermarktung der Liga-Spiele im Fernsehen und die Erfolge der deutschen Nationalmannschaft in den 1990er und 2000er Jahren schnellte das Interesse an der Bundesliga in die Höhe. Mit rund 13 Millionen Besuchern in der 1. und 2. Bundesliga und einem Umsatz von insgesamt fast 2 Milliarden Euro verzeichnet heute der deutsch Profifußball in der Saison 2011/12 den siebten Zuwachs in Folge, womit er damit populärer als die Konkurrenz in Spanien und Italien ist.⁶²

⁶¹ vgl. <http://www.bundesliga.de> (03.02.2013)

⁶² vgl. DFL – Deutsche Fußball Liga (Hrsg.), S.6

Seit der Saison 2008/2009 gibt es in der 1. als auch 2. Bundesliga eine Relegation. Dabei spielt der 16. Platz der 1. Bundesliga gegen den 3. Platz der 2. Bundesliga und der Gewinner bleibt bzw. kehrt ein (zurück) in die 1. Bundesliga. Das gleiche Verfahren wird zwischen der 2. Bundesliga und der Regionalliga angewandt.

Vereine

Der Fußballverein stellt für den Fußballsport Vereinsmannschaften verschiedenster Altersstufen bereit. Für Fußballvereine, die zu den Sportvereinen zählen, lauten die Grundsätze: Die Wahrnehmung der Regeln des Sports, Fairness gegenüber dem Gegner, Schiedsrichter und auch Mitspielern und Gemeinnützigkeit. Oftmals lassen sich von der juristischen Seite aus betrachtet ganz ähnliche Strukturen wie bei den Clan-Verbänden im E-Sport erkennen. So gibt es hier ebenfalls sowohl den Verein an sich, als auch zumeist eine angeschlossene Kapitalgesellschaft, wie eine GmbH oder gar eine AG. Gerade im professionellen Fußball finden sich größtenteils diese Organisationsstrukturen wieder, die dann zumeist von einem Vorstand und einem Aufsichtsrat mit ihren jeweiligen Vorsitzenden geführt werden, wie am Beispiel Schalke04 zu erkennen ist (siehe Abbildungen 15 auf der nachfolgenden Seite). Weitere berühmte und national sowie international erfolgreiche Vereine sind der FC Bayern München (21 mal Meister), Borussia Dortmund (5 mal Meister), Borussia Mönchengladbach (5 mal Meister) und Werder Bremen (4 mal Meister)⁶³.



Abbildung 14: Vereins-Logos der erfolgreichsten deutschen Fußballvereine (bis zur Saison 2012)

⁶³ vgl. <http://de.statista.com/statistik/daten/studie/1617/umfrage/gewonnene-meisterschaften-in-der-fussballbundesliga> (03.02.2013)

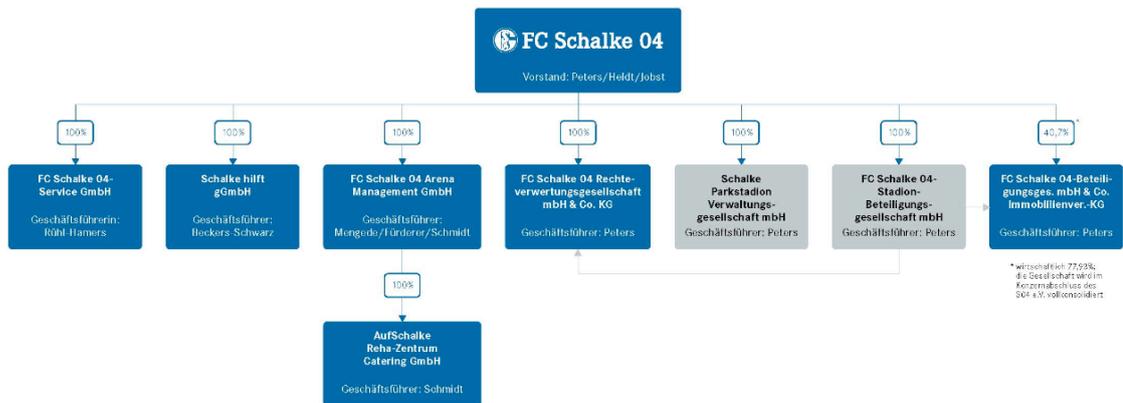
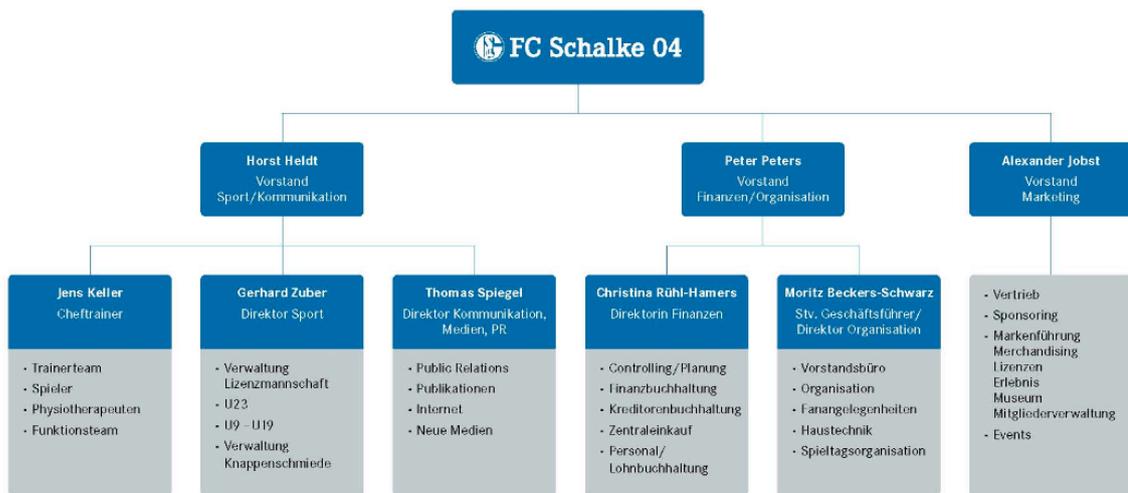


Abbildung 15: Organisationsstruktur von Schalke04 Verein (oben) und Konzern (unten) 2013⁶⁴

⁶⁴ vgl.: <http://www.schalke04.de/de/verein/aufbau/organigramm/page/246--240--.html> (03.02.2013)

4.3 Internationale Ligen

Champions League

Die Champions League, damals noch Pokal der europäischen Meistervereine, ist der wichtigste europäische Vereinswettbewerb und wurde einen Monat nach dem 2. März 1955, an dem der erste UEFA-Kongress tagte, von der französischen Sportzeitung L'Equipe gegründet. Das erste Spiel wurde in Lissabon nach vorgegebenen Regeln zwischen dem Sporting Club de Portugal und dem FK Partizan ausgetragen. In der Saison 1992/1993 wurde schließlich die UEFA Champions League eingeführt. Von nun an gab es nicht nur die traditionellen K.O.-Runden, sondern auch Gruppenphasen, in denen sich die Teams für die K.O.-Runde qualifizieren mussten. Diese Gruppenphase war so beliebt, dass die Teilnehmerzahl bald von 8 auf 32 erhöht wurde⁶⁵. Aber nicht nur sportlich ist die Champions League für ihre Teilnehmer attraktiv. Finanziell gesehen ist diese Liga die größte Einnahmequelle für die Vereine. 75 % der Gesamteinnahmen aus TV- und Werbeverträgen (ca. 500 Millionen Euro) werden auf die 32 teilnehmenden Vereine verteilt. Ein Verein kann mit dem Erreichen der Teilnahme an der Champions League mit rund 16 Millionen € mehr an Einnahmen rechnen⁶⁶.

Europa League

Die Europa League, damals Messestädte-Pokal, wurde am 18. April 1955, zwei Wochen nach dem Pokal der europäischen Meistervereine, gegründet. An diesem Pokal nahmen noch keine Vereine teil, sondern Auswahl-Mannschaften aus unterschiedlichen europäischen Städten. Nach drei Jahren griff man dann auf Klubmannschaften zurück, welche Handelsmessen in ihren Städten veranstalteten. Bereits 1962 betrug die Teilnehmerzahl 32 Mannschaften. 1971/1972 übernahm die UEFA die alleinige Ausrichtung des Pokals, der von nun an UEFA-Pokal hieß. Am 26. September 2008 wurde von der UEFA entschieden, den UEFA-Pokal in die UEFA Europa League umzubenennen. Im Zuge dessen wurde die Gruppenphase auf 48 Teilnehmer erweitert, wobei seither die Hälfte der Spiele auswärts und die andere Hälfte zuhause ausgetragen wird. Das System ist nun mehr an die UEFA Champions League angelehnt.⁶⁷

⁶⁵ vgl. <http://www.uefa.com> (08.02.2013)

⁶⁶ vgl. <http://www.uefa.com> (08.02.2013)

⁶⁷ vgl. <http://www.uefa.com> (08.02.2013)

5 E-Sport Medien

Durch eine stark gestiegene Medienpräsenz hat insbesondere in den vergangenen Jahrzehnten der Sport eine Eventisierung erlebt. Durch die mediale Auswahl der zu übertragenden Ereignisse werden Reichweite und somit Bekanntheitsgrad als auch Attraktivität des Sports selektiv beeinflusst. Zwischen Sport und Medien besteht also ein originärer Zusammenhang. Beim E-Sport mit einer eh schon hohen Internetpräsenz wird daher insbesondere auf dessen Präsenz und Verbreitung in den neuen Medien gesetzt. In klassischen Massenmedien, wie dem Fernsehen, findet der elektronische Sport bisher nur vereinzelt statt.⁶⁸ Dabei folgt die Verknüpfung von E-Sport und Medien einem Mehrebenenansatz. Auf primärer Ebene beruht E-Sport auf der Nutzung von Medienangeboten. Hier gelten PC, Konsole oder tragbare Gerätschaften als notwendiges Mittel zum Zweck der Rezeption, wobei es sich bei dem Spiel selbst um das rezipierte Medium handelt. Auf sekundärer Ebene stehen diejenigen Medien, welche in diesem Kapitel beschrieben werden sollen, also jene, über die E-Sport übertragen und vermarktet wird⁶⁹.

Im Mittelpunkt soll dabei die Integration von E-Sport in deutsche Medien stehen. Bspw. können interessierte Zuschauer per Live-Stream im Internet die Top-Spiele der Saison im Rahmen der Intel Friday Night Games, wie im obigen Kapitel erwähnt, verfolgen. Die Öffnung hin zum Massenmarkt TV/Fernsehen wird erprobt, allerdings noch als nicht tauglich empfunden. Zwar funktioniert das Geschäftsmodell E-Sport nach Ansichten von Fachleuten auch im Fernsehen, aufgrund des Nischencharakters von E-Sport zeigt sich dabei allerdings das klassische Modell der Werbefinanzierung als problematisch.

Die E-Sport-Szene und der E-Sport spielen sich also größtenteils im Internet ab und sind daher klarer Vorreiter in einer neuen Welt der Sport-Berichterstattung. Dennoch gibt es auch in anderen Medien regelmäßige Berichterstattungen, die in diesem Kapitel ebenfalls vorgestellt werden sollen.⁷⁰

⁶⁸ vgl. Schliée, S.19

⁶⁹ vgl. Schliée, S.28

⁷⁰ vgl. Beisel, S.10

5.1 (IP-)TV-Medien

ESL-TV

ESL TV ist der Haupt-E-Sport-Sender, produziert durch die Turtle Entertainment TV GmbH. Er wurde am 7. November 2007 ins Leben gerufen. Turtle Entertainment bietet damit das wichtigste Medium in der E-Sport-Community. ESL TV zeigt meist die Top-Partien aus nationalen und internationalen Ligen und Turnieren der ESL. Dafür haben sie erfahrene und bekannte Kommentatoren und Moderatoren aus der E-Sport Szene verpflichtet. Diese berichten online sowie offline und sind somit auf jedem Top-Event live vertreten. Zu den nationalen Live-Shows zählen u.a. das Intel Friday Night Game und die EPS, zu den internationalen Shows die European Nations Championship und die Intel Extreme Masters.⁷¹ Damit ist ESL TV der einzige nationale IPTV-Sender, der ausgiebig über die Top-Partien aus der Welt der Computer- und Videospiele berichtet.

GIGA-TV

Einst war GIGA TV exklusiver Lizenznehmer der ESL und übertrug die wichtigsten Spiele der europäischen Ligen sowohl über Satellit auf dem deutschen Kanal der NBC und über IPTV.⁷² Das Sendekonzept ist generell auf die digitale Welt der Computer- und Videospiele ausgerichtet und brachte bspw. Fernsehformate wie GameOne (heute eine MTV-Show) hervor. Seit dem Verkauf des Senders an Premiere stellte man den Satelliten-Verbreitung ein und so werden heute nur noch ausgewählte E-Sport-Events auf der Internetplattform des Senders per Videostream übertragen.

GameSports-TV

Ein weiterer IPTV-Anbieter, der über E-Sport berichtet ist GameSports TV. Der Sender strahlt regelmäßig diverse E-Sport Matches, zum Teil ganze Turniere, live und mit Kommentaren per Videostream aus. Das Programm wird jedoch nur zu ausgewählten Zeiten, an denen Top-Matches oder große Turniere anstehen, also nicht 24 Stunden täglich übertragen. Zusätzlich wird den Nutzern ein großes Archiv an aufgezeichneten, vergangenen Matches und Turnieren auf GameSports.de angeboten.

⁷¹ vgl. <http://www.turtle-entertainment.de> (11.02.2013)

⁷² vgl. Schliée, S.30

5.2 Online-Medien

Bzgl. der Berichterstattung über E-Sport ist das Internet am fortgeschrittensten. Neben allgemeinen Kurznachrichten (News) über den E-Sport lässt sich ein Vielzahl an Artikeln finden, wobei besonders über Ereignisse und Spielstände der unzähligen Matches in den einzelnen Ligen und Wettbewerben berichtet wird. Zusammenfassend lassen sich Internetseiten, die über E-Sport berichten, folgendermaßen untergliedern:

1. Szene-Webseiten
2. Liga-/Tournier-Webseiten
3. Clan-Homepages
4. Sonstige Online-Presse

Szene-Webseiten

Szene-Webseiten (auch Scene-Coverage) sind spezielle Internetseiten, die direkt auf Berichterstattung rund um den E-Sport ausgelegt sind. Mit Hilfe von Artikeln, Kurznachrichten, Kolumnen etc. informieren sie ausführlich über alle Ereignisse rund um den E-Sport. [readmore.de](http://www.readmore.de)⁷³ beispielsweise bietet eine ganze Auswahl an Interviews und aktuelle Nachrichten. Zudem werden Neuigkeiten zu bekannten Ligen und Wettbewerben mit Spielberichten, Tabellen, Ergebnissen, Live-Tickern etc. angeboten⁷⁴. Weitere in der Szene sehr beliebte Coverage-Seiten sind z.B. das Web-Angebot des o.g. IPTV-Anbieters [GameSports.de](http://www.gamesports.de)⁷⁵ oder auch die englischsprachige Seite [gotfrag.com](http://www.gotfrag.com)⁷⁶.

Liga-/Tournier-Webseiten

Auch die Betreiber der diversen E-Sport-Ligen und Turniere bieten eine ausführliche Berichterstattung an. Dabei liegt der Fokus jedoch zumeist auf den eigenen Veranstaltungen. Als repräsentative Beispiele seien hier besonders die Internetseiten der größten und renommiertesten Turnier-veranstaltenden Liga ESL, zu nennen⁷⁷.

⁷³ vgl. <http://www.readmore.de> (13.02.2013)

⁷⁴ vgl. Beisel, S.11

⁷⁵ vgl. <http://www.gamesports.de> (13.02.2013)

⁷⁶ vgl. <http://www.gotfrag.com> (13.02.2013)

⁷⁷ vgl. Beisel, S.12

Clan-Homepages

Die Homepages der Clans haben einen weiteren großen Anteil in der E-Sport-Berichterstattung, besonders die der professionellen Clans. In erster Linie wird hier über das Abschneiden bei Turnieren und Matches des eigenen Clans, aber auch allgemein über Neuigkeiten in der E-Sport-Szene berichtet. Fast jeder professionelle Clan beschäftigt heutzutage einen eigenen PR-Manager, was zeigt, wie stark Pressearbeit bei den Clans bereits in den Vordergrund gerückt ist. Links, Presseberichte oder auch Videos von anderen Internetseiten, Zeitungen, Zeitschriften oder aus dem Fernsehen werden auf Clan-Homepage archiviert und den Besuchern zur Verfügung gestellt⁷⁸. [mousesports](http://www.mousesports.com)⁷⁹, [faculty](http://www.faculty.de)⁸⁰, [SK-Gaming](http://www.sk-gaming.com)⁸¹ oder auch Team Alternate sind Vorzeigebeispiele für Clans mit einer gepflegten und sehr umfangreichen Berichterstattung⁸².

Sonstige Online-Presse

Das Thema E-Sport wird immer häufiger auch von themenfremden Online-Magazinen und E-Zeitschriften oder auch sonstigen berichterstattenden Internetseiten in Artikeln oder einzelnen Berichten aufgegriffen. Dort stehen beispielsweise internationale E-Sport-Events und -Sportler im Mittelpunkt. Ein großer Anteil der Artikel wird im Bereich der Online-Presse, welche keine E-Sport Affinität besitzen, dafür verwendet, den Leser zunächst darüber aufzuklären, was E-Sport überhaupt ist, um später auf Grundlage von z.B. aktuellen Veranstaltungen in die Tiefe zu gehen. Auf den bisher genannten Internetseiten wird ein solches Grundverständnis vorausgesetzt, was das Lesen und Verständnis entsprechender Szene-Artikel für einen Laien nicht immer einfach macht. Zugleich zeigt dies die Wissenskluff, die zwischen den Insidern der Szene und neutralen Beobachtern liegt. Generell ist aber die Tendenz eines wachsenden Allgemeinwissens auch im Bereich E-Sport zu erkennen. Die Aufmerksamkeit bezüglich des E-Sports ist gerade durch deutsche Erfolge auf internationaler Ebene (Weltmeisterschaften, Europameisterschaften, usw.) gestiegen und wird von deutschsprachigen Online-medien zunehmend als Thema aufgenommen⁸³.

⁷⁸ vgl. Beisel, S.11 ff.

⁷⁹ vgl. <http://www.mousesports.com> (14.02.2013)

⁸⁰ vgl. <http://www.faculty.de> (14.02.2013)

⁸¹ vgl. <http://www.sk-gaming.com> (12.02.2013)

⁸² vgl. <http://www.team-alternate.de> (12.02.2013)

⁸³ vgl. Beisel, S.12 ff.

5.3 Sonstige Medien

Fernsehen

Ab August 2006 hatte das Deutsche Sportfernsehen (DSF) E-Sport im Programm. Mit dem Format ‚screen-shot‘ strahlte das DSF Partien in dem Spiel FIFA Football aus, die Teil des Ligasystems der E-Sport-Bundesliga (ESBL) waren. Das DSF sah sich selbst durch frei empfangbares Fernsehen als optimale, reichweitenstarke TV-Plattform für E-Sport, vor allem weil es eine hohe Zielgruppenaffinität bei dem männlichen Publikum in der Altersgruppe von 14 bis 49 Jahren besaß. Auf der Suche nach neuen Programminhalten wurde die Game-Szene vom DSF als erfolgversprechender Markt deklariert.⁸⁴ Allerdings sollte sich der E-Sport, und damit die ESBL, zunächst als massentauglich erweisen. Dies wurde nicht erreicht und so scheiterte das Projekt nach einem Jahr. Schuld waren finanzielle Probleme seitens der E-Sport-Bundesliga, wodurch Spieler u.a. sehr lange auf die Erstattung ihrer Reisekosten warten bzw. gänzlich verzichten mussten. Schließlich musste die E-Sport-Bundesliga am 19. Februar 2007 in die Insolvenz gehen und demzufolge wurde das Format „screen-shot“ vom DSF abgesetzt⁸⁵.

Seitdem ist die Berichterstattung auf anderen Fernsehsendern eher zurückhaltend. Wenn überhaupt sind nur überragende Erfolge deutscher E-Sportler oder internationale Großereignisse, wie die World Cyber Games für TV-Magazine interessant. Diese werden überwiegend von privaten Sendern in Lifestyle-Magazinen und News aufgegriffen. Hohen Anklang fand hier z.B. der Weltmeisterschaftsgewinn von Dennis Schellhase in der Fußballsimulation FIFA Ende des Jahres 2005. Besonders medienwirksam war dabei, dass sein Zwillingbruder den zweiten Platz belegte und den beiden der Doppelsieg bereits zum zweiten mal nach 2003 gelungen war. Ein willkommenes Thema in Zeiten der anstehenden „realen“ Fußballmeisterschaft in Deutschland 2006. So titelte Stern.de: „Deutschland ist Fußball-Weltmeister“ – und hatte damit nicht ganz Unrecht. Spiegel TV, BRAVO TV oder auch Frontal 21 sind weitere Magazine, welche über den E-Sport berichteten. Aus Sicht der E-Sport-Szene lässt dabei die Qualität und inhaltliche Tiefe der Berichte häufig zu wünschen übrig⁸⁶.

⁸⁴ vgl. Schliée, S.31

⁸⁵ vgl. <http://www.readmore.de> (13.02.2013)

⁸⁶ vgl. Beisel, S.14 ff.

Print

Ähnlich zum o.g. Medium Fernsehen, gibt es auch im Bereich der Printmedien noch keine auf E-Sport-spezialisierten, regelmäßigen Veröffentlichungen. Versuche von Online-Plattformen, Content in Form von E-Sport-Magazinen auf dem Print-Markt zu platzieren, waren bisher nicht erfolgreich. Herausforderung ist die Schnelllebigkeit der E-Sport-Szene, die aktuelle Inhalte umgehend auf einer der zahlreichen Seiten im Internet aufgreift und zielgruppengerecht verarbeitet. Eine Daseinsberechtigung für ein E-Sport-Magazin ist daher aus wirtschaftlichen Gründen kaum zu verargumentieren.

Dafür wird in den allgemeinen Printmedien über E-Sport mehr und mehr geschrieben. Vor allem in PC- oder Computerspiel-Magazinen, wie Gamestar, PC Games, PC Action, Computerbild, Chip etc. finden mittlerweile regelmäßige Berichterstattungen statt. Besonders Gamestar, ein Computerspielmagazin, welches auch Betreiber einer eigenen E-Sport-Online-Liga ist, berichtet häufiger über die deutsche E-Sport-Szene. Aber auch Tageszeitungen oder Wochenmagazinen, wie z.B. Spiegel, Focus, Handelsblatt, Süddeutsche Zeitung usw. schreiben ab und zu über den E-Sport. Berichte der Bild Zeitung über die World Cyber Games, welche das Blatt in der Rubrik „Sport“ abdruckte, sind allerdings nach wie eine Seltenheit. Es lässt sich im allgemeinen sagen, dass eine gewisse Grundaufmerksamkeit seitens der Printmedien am Thema E-Sport besteht, auch wenn der E-Sport sicherlich auch weiterhin eher ein Nischenthema sein wird⁸⁷.

Radio

Im frei empfangbaren terrestrischen Radio findet E-Sport so gut wie nicht statt. Dafür greifen diverse Online-Radiosender das Thema auf und berichten über Großereignisse aus der Szene. Speziell seien hier auch Online-Sender erwähnt, die sich dem Thema E-Sport ganz verschrieben haben, wie bspw. der Anbieter gamer-FM. Zusätzlich zum normalen Radioprogramm bietet gamer-FM seinen Hörern regelmäßige Informationen in Form von Streams und kommentierten Übertragungen von E-Sport-Matches an.⁸⁸

⁸⁷ vgl. Beisel, S.16

⁸⁸ vgl. <http://www.gamer-fm.de> (13.02.2013)

Internationale Medien

Die E-Sport-Medien in Deutschland lassen sich hinsichtlich Reichweite und Popularität kaum mit denen in Asien vergleichen. Wo hierzulande ein IPTV-Sender als größter E-Sport-Sender einige Stunden pro Tag über E-Sport berichtet, sind es bspw. in Korea drei Fernsehkanäle, die 24 Stunden rund um die Uhr das Thema E-Sport fokussieren. Ein ähnliches Verhältnis ist auf dem Printmarkt zu beobachten: Während in Deutschland nicht eine Publikation existiert, gibt es in Korea diverse Fachzeitschriften, wie die ‚ES-Force‘ mit Auflagen von teilweise 150.000 Stück, die über den E-Sport schreiben. Interviews mit Spielern, Berichte über Turniere und sogar Personenportraits werden in diesen Magazinen abgedruckt.⁸⁹ Dagegen unterscheiden sich Großveranstaltungen in Asien und Europa eher weniger. ESL-Events reichen gemessen an Zuschauerzahlen und Veranstaltungsflächen zwar noch nicht an Stadien in Korea heran, jedoch ist ein positiver Trend des europäischen E-Sports in diesem Bereich deutlich sichtbar.

5.4 Vergleich zum Real-Sport

Im Gegensatz zum E-Sport, der hauptsächlich in den neuen Medien, wie dem Internet, vertreten ist, ist der reale Sport und damit auch der Fußball vor allem in den klassischen Medien, wie dem Radio und Fernsehen, wiederzufinden. Mit ESL TV hat sich Turtle Entertainment als Broadcaster, der über die meisten Matches der EPS berichtet, eine Monopolstellung erarbeitet, wodurch kaum Vielfalt im Wettbewerb gegeben ist und dem Konsumenten automatisch vorgegeben wird, welchen Anbieter er zu wählen hat. Auch im deutschen Fußball lässt sich dieses Phänomen identifizieren. Der Pay-TV Sender Sky ist bis heute (Saison 2012/13) der einzige Sender, der alle Matches der Fußball-Bundesliga live überträgt.⁹⁰ Somit wird auch hier dem fußball-affinen Konsumenten ‚keine Wahl in seiner Wahl‘ des Live-Broadcasters gelassen. Seit der Saison 2009/2010 bietet allerdings die Deutsche Telecom neben Sky auch ein Paket mit Live-Übertragungen von Bundesligaspielen an.⁹¹ Ähnlich wie im E-Sport-Bereich wird hier der – derzeit noch recht kostspielige Empfang – via IPTV realisiert. So sind demnach ähnliche Strukturen im medialen Bereich zwischen dem E-Sport und dem realen Sport (Profi-Fußball) zu erkennen.

⁸⁹ vgl. Evers, S.132

⁹⁰ vgl. <http://www.sky.de/web/cms/de/index.jsp> (14.02.2013)

⁹¹ vgl. <https://ebs08.telekom.de/landingpages/entertain> (14.02.2013)

6 E-Sport Finanzierung

Die Finanzierung – vor allem des deutschen E-Sports – ist ein vieldiskutiertes Thema. E-Sport-Vereine bzw. Clans finanzieren sich zumeist nicht aus eigener Tasche, sondern benötigen externe Einnahmequellen, wie bspw. Sponsoren. Die Verwendung der Mittel ist insbesondere für Laien kaum verständlich und nach außen häufig intransparent. Ein Grund dafür ist der Konkurrenzkampf zwischen den Clans und deren Jagd nach den (bisher nur wenigen) Sponsoren, auf einem immer noch als Nische deklarierten Wettbewerbsmarkt.

6.1 Sponsoring

Im E-Sport ist das Sponsoring also die wichtigste Einnahmequelle für alle Beteiligten. Zwar werden die jeweiligen Sponsoren auf den Clan-Homepages aufgezeigt, für einen Branchen-Außenseiter (Laien) sind diese allerdings kaum ersichtlich. So tun sich viele Sponsoren, selbst aus der Computer- und Videospiele-Branche selbst, schwer, einen Sponsoren-Verträge mit E-Sport-Vereinen abzuschließen – vor allem dann, wenn diese noch nicht über die Grenzen Deutschlands erfolgreich und somit bekannt sind.

Zu Beginn der Sponsoren-Akquise steht stets die Frage, nach der richtigen, erfolgversprechenden Wahl eines potenziellen Sponsors. Dabei wird der E-Sport-Markt zunächst nach Sponsoren durchsucht, die evtl. bereits andere Clans oder Events finanziell unterstützen. Im nächsten Schritt werden Kontaktdaten der zuständigen Manager (bspw. für Marketing oder Vertrieb) identifiziert. Dies geschieht entweder über die gängigen sozialen Medien oder per direkter Ansprache der Verantwortlichen auf branchenrelevanten Messen wie der Games Convention, der Gamescom oder Cebit. Im Falle potentieller branchenexterner Sponsoren, erfolgt eine Kontaktaufnahme teilweise auch über spezialisierte Agenturen, die bereits mit der jeweiligen Marketingabteilung klassischer Unternehmen in Verbindung stehen und so (auf Provisions-Basis) als Vermittler eingesetzt werden können.

Nach erfolgreicher Kontaktaufnahme werden mögliche Kooperations-Szenarien und Konditionen besprochen. Üblicherweise bringt ein E-Sport-Sponsoring mindestens die überlebensnotwendigen Geldmittel für einen Clan mit sich. Dabei müssen dies allerdings nicht zwingendermaßen Geldmittel, sondern können auch Förderungen in Form von Sachmittel sein. Größere Sponsoren (Main-/Headsponsor) unterstützen einen Clan fast ausschließlich finanziell und sorgen somit für eine stabile Liquidität des Vereins. Kleine Sponsoren unterstützen den Clan zumeist mit Sachmitteln, wie bspw. Hardware.

Damit ist gewährleistet, dass die Spieler vollständig für LANs ausgestattet sind ohne selbst die Kosten für diese Dinge tragen zu müssen. Manche Sponsoren bieten dem Clan sogar ihre Dienste in Form von Know-How an, wie bspw. für Marketingaktionen. Bei E-Sport-Vereinen mit angeschlossenen Kapitalgesellschaften können auch Gelder durch den Verkauf von Gesellschafteranteilen, also durch Kapitaleinlagerung, akquiriert oder einfach sponsorensseitige Werbekostenzuschüsse hinsichtlich der Vermarktung eigens produzierter, branchennaher Produkte gezahlt werden.⁹²

Sponsoren haben klare Motive und Anforderungen, die ein Clan erfüllen muss, um in den Genuss eines vertragsgebundenen Sponsorings zu kommen. Hauptmotiv der meisten E-Sport-Sponsoren ist das Branding. Beim Branding wird das Corporate Design oder gar Produkte des jeweiligen Partner-Unternehmens bei allen öffentlichen Aktivitäten, in die der Clan involviert ist zur Schau gestellt. So geht mit bspw. einer stetigen Platzierung des Sponsor-Logos direkt dessen häufigere Namensnennung einher. Dies ist vor allem für Unternehmen relevant, die eine Markteinführung eines Produktes planen. Außerdem versucht ein Unternehmen durch ein Sponsoring eines Clans sein Reichweite in der relevanten Produkt-Zielgruppe zu erhöhen. Durch öffentliche Auftritte eines Clans, wie Event-/Turnier-Teilnahmen kann ein Sponsor eine große Anzahl potenzieller Kunden direkt erreichen und sich im besten Falle gleichzeitig sogar medial darstellen (siehe Kapitel 5). Gängige Darstellungsformen des Sponsors sind u.a. bedruckte T-Shirts, Trikots oder auch Banner im Corporate Design, gebrandete Hardware (Computer-Bildschirme, Controller, Tastaturen, Desktop-Gehäuse) bei den öffentlichen Auftritten der E-Sportler z.B. bei Events, wie LAN-Parties oder E-Sport-Turnieren. Darüber hinaus werden Sponsoren meist sichtbar im Internet auf der Homepage eines Clans platziert oder teilweise sogar in den Namen eines Clans integriert (siehe Team Alternate).⁹³

Produkte der Sponsoring-Unternehmen sind für die Clans von zentraler Bedeutung. Umgekehrt profitieren die Unternehmen von der Arbeit der Spieler mit Ihren Produkten. In Folge dessen stimmen Unternehmen bspw. zusammen mit professionellen Spielern ihre Hardwareprodukte ab, überprüfen bzw. überarbeiten diese und kommunizieren die Ergebnisse solcher (Neu-)Entwicklungen an die E-Sport-Gemeinde (und natürlich darüber hinaus) an eine relevante Käuferschicht. Ziel solcher Maßnahmen ist die Überzeugung dieser und anderer Zielgruppen von dem eigenen Produkt um sie letztendlich zum Konsum dessen zu bewegen.

⁹² vgl. Schliée, S.45ff

⁹³ vgl. <http://www.team-alternate.de/?s=history> (23.02.2013)

6.2 Gehälter

Die Spielergehälter sind im Bereich der E-Sport-Finanzierung der Teil, über den bisher nur wenig veröffentlicht und somit auch bekannt geworden ist. Natürlich sind die Preisgelder für LANs oder Ligen, Turniere und Wettkämpfe stets transparent und hängen jeweils von Größe, Bekanntheitsgrad, Massenwirksamkeit und Reichweite des Events ab. Wie und in welcher Höhe diese Gelder seitens der Gewinner-Clans an die Spieler ausgeschüttet werden, ist jedoch zumeist nicht ersichtlich.

Generell üblich ist es, dass eine aktive, regelmäßige LAN- und Turnier-Teilnahme einem Profi-Spieler die Möglichkeit eines konstanten Lebensunterhaltes einbringt. Die Kosten für Verpflegung, Unterkunft, Hotel werden stets vom Veranstalter oder Sponsor übernommen. Die benötigte Hardware sowie die Kleidung (Equipment und Trikots etc.) werden ebenfalls von Sponsoren gestellt. Ein Richtwert für mögliche Einkünfte für einen professionellen Spieler kann anhand des offiziellen E-Sport- und Wettkampfspiels World of Warcraft ermittelt werden. Durch wöchentlich- bis zweiwöchentliche Teilnahmen an Spielen in der Profi-Liga kann ein erfolgreicher Warcraft-Spieler in einem Jahr ca. 10.000-12.000 Euro an Preisgeldern gewinnen. Ungefähr ein fünftel der Summe fällt dabei auf nationale Events und der andere Großteil auf internationale Veranstaltungen. Allerdings sind solche Werte immer abhängig von Branchenerfolg oder eben -krise. So waren solche Einkünfte bzw. Preisgelder während der Weltwirtschaftskrise 2008/2009 (unter der auch der E-Sport zu leiden hatte) nicht mehr realistisch.⁹⁴

Ab 2006 etablierte sich die EPS als wichtigste Liga für die deutsche Warcraft-Szene. Wo früher der Fokus auf ein ganzes Team gelegt wurde, also 5 bis 6 Spieler pro Team, wurden seitdem nur noch die besten Einzelspieler unterstützt. Zwar lässt sich auch noch mit WoW-Teamligen Geld verdienen, allerdings vergleichsweise viel weniger, als mit individuellen Support-/Sponsoring-Verträgen. Liegt das einzelne Gehalt für einen guten Team-Spieler bei ca. 100 bis 150 Euro pro gewonnenem LAN/Wettkampf, so kann ein Einzel-Spieler mit Aufwandsentschädigungen (durch den Clan), Sponsoring-Geldern (wie Prämien) und Preisgeldern zum Beispiel als Teilnehmer der EPS auf 400- bis 500 Euro pro Monat kommen. Speziell im Fall von World of Warcraft, behält der Clan nämlich Preisgelder nicht ein, da die Spieler nicht auf Clan-Support angewiesen sind.

⁹⁴ vgl. <http://www.pcgameshardware.de/Spiele-Thema-239104/News/E-Sport-in-der-globalen-Finanzkrise-Keine-WCG-auf-der-Cebit-675960> ; <http://www.readmore.de/index.php?cont=news&id=4376> (23.02.2013)

Internationales Sponsoring

Das Sponsoring läuft international gleichermaßen ab wie in Deutschland. Es werden Sponsoren akquiriert, Verträge ausgehandelt und Kontaktpflege betrieben. Der große Unterschied zu dem deutschen Sponsoring sind die Geldmittel, die von internationalen Sponsoren den asiatischen oder amerikanischen Clans zur Verfügung gestellt werden. Dort werden allerdings bereits eine Vielzahl an Sponsorenverträgen in fünf- bis sechsstelliger Höhe von den Clans ausgehandelt⁹⁵.

Internationale Spielergelälter

Im internationalen (World-of-)WarCraft-Wettkampf werden Einzelspieler von Clans besonders puschen. Dadurch ist es möglich, dass ein Spieler eine Zeit lang der beste Spieler der Welt ist und somit hohe Preisgelder gewinnt. In diese Spieler wird aufgrund solch finanzieller Erfolgsaussichten konstant investiert. Monatsgehälter von \$5.000 bis \$6.000 sind keine Seltenheit. ‚Meet your Makers‘, ein dänisches Team, hatte 2006 nur einen koreanischen WoW-Profi-Spieler. Dieser galt damals mit 10.000 Euro pro Monat als bestbezahltester Warcraft-Spieler der Welt und gewann über mehrere Wettkampf-Seasons hinweg die meisten internationalen Turniere und damit die hohen Preisgelder. StarCraft, ein Echtzeit-Strategiespiel von Blizzard und ähnlich wie World of Warcraft, ist hierzulande nicht besonders populär. In Korea dagegen besitzt StarCraft eine Art Kultstatus und ist beinahe Volkssport unter den Jugendlichen. Das koreanische Profi-Team SK Telecom, gewann pro Saison im Schnitt eine Million US-Dollar. Der Gründer des Teams genießt in Korea einen Status, der hier in Deutschland dem eines Profi-Fußballers der ersten Bundesliga gleichkommt. Er wurde während seiner Militärzeit auf das Strategie-Spiel trainiert und anschließend mit der Auswahl geeigneter Mitspieler sowie deren Training betraut. Der Wert des StarCraft-Teams wurde 2007 auf rund sechs Millionen US-Dollar geschätzt.⁹⁶

⁹⁵ vgl. Topalov, S.60

⁹⁶ vgl. <http://www.fragster.de/de/index.html> (25.02.2013)

6.3 Vergleich zum Real-Sport

Obwohl es sowohl beim realen (Profi-)Fußball wie beim (Profi-)E-Sport, Preisgelder, Sponsorenleistungen und Vereine für Spielergehälter gibt, befinden sich in Deutschland deren Größenordnungen im Vergleich in stark unterschiedlichen Dimensionen.

Sponsoring

Das Sponsoring ist auch für den Real-Sport, wie den Fußball ein wichtiger Eckpfeiler. Vereins-Stadien, Spieler-Trikots und Merchandising-Artikel tragen das Branding der Sponsoren, allen voran das Corporate Design des Hauptsponsors. Dieser stellt seinem Profi-(Bundesliga-)Verein sechs- bis achtstellige Summen zur Verfügung, um von dessen sportlichen Erfolgen zu profitieren. Hinzu kommen – anders als bisher im E-Sport – weitere Ertragsquellen durch Fernseh- und Werbeeinnahmen, Eintrittsgelder bei nationalen wie internationalen Spielen und Rechtevermarktungen z.B. an Merchandising-/Produkt-Hersteller. Während im E-Sport der Ausstieg eines Hauptsponsors zumeist mit dem Ruin eines Vereins/Clans einhergeht, ist dies aufgrund der verschiedenen Standbeine eines Real-Sport- bzw. Profi-Fußball-Vereins nicht zwingend der Fall.⁹⁷

Spielergehälter

Vergleicht man die Gehaltsklassen der beiden Profi-Sportarten sehen die Dimensionen hier ähnlich aus. 2012 wurden Spitzengehälter für deutsche Fußballspieler gezahlt, deren Höhe es so nie zuvor in der Geschichte dieses Sports gegeben hat. Während in den sechziger Jahren Spieler mit vierstellige Jahresgehältern verhandelt wurden, erreichten diese bereits in den neunziger Jahren die Millionen-Grenze und heutzutage eine Rekordsummen im achtstelligen Bereich. Trotz vergleichbarer Zuschauerzahlen – via Internet im E-Sport und Fernsehen im Real-Sport – sind Gehälter solcher Größenordnungen durch mögliche Werbeeinnahmen, Ticketpreise und Sponsoren im E-Sport-Bereich fern ab der Realität.⁹⁸ Auch wenn sich international wiederum Ähnlichkeiten in der Entwicklung von Spielergehältern zwischen E- und Real-Sport feststellen lassen.⁹⁹

⁹⁷ vgl. <http://www.bundesliga.de/de/liga/news/2011/0000203413.php> (25.02.2013)

⁹⁸ vgl. http://www.turtle-entertainment.com/news/koelner-esport-firma-turtle-entertainment-2011-das-jahr-der-rekorde/?tx_ttnews%5Bpointer%5D=27 (26.02.2013)

⁹⁹ vgl. http://www.esport.de/wiki/Jang_'Moon'_Jae_Ho (26.02.2013)

7 Fazit

Zusammenfassend ist zu sagen, dass die deutsche E-Sport-Szene ein signifikantes Wachstumspotential aufweist, aber strukturell wie finanziell noch kein erfolgreiches, strategisches Gemeinschaftskonzept für eine solide Marktstrategie entwickeln konnte. Die Clans mit ihren derzeitigen Strukturen und Instanzen, mit Vorständen, Geschäftsführern, als eingetragene Vereine oder Kapitalgesellschaften, weisen bereits eine hohe Professionalität auf und ähneln in Ihren Organisationsformen dem Real-Sport. Auch im Wettkampfbereich der Ligen, wie ESL und Intel Extreme Masters, finden sich professionelle Organisationsstrukturen und ansehnliche Preisgelder wieder, die bspw. mit den gängigen Profi-Ligen im Fußball, wie Bundesliga und Champions League bzw. Europa League, vergleichbar sind.

Im Bereich der medialen Darstellung und Vermarktung beweisen die Veranstalter im E-Sport vor allem online eine hohe Professionalität und sind auch in den klassischen Medien immer häufiger präsent. Hier ist festzustellen, dass der E-Sport vor allem in Asien, speziell in Korea, gar eine höhere Medienpräsenz als der nationale Fußball aufweist.

Im finanziellen Bereich ist die Entwicklung der Sponsorengelder wie auch Spielergehälter positiv zu sehen, doch setzt sich dieser Trend nur langsam fort. Hier steht der deutsche E-Sport noch zu sehr in Abhängigkeit einzelner, weniger Hauptsponsoren, die mit ihrer Unterstützung meist noch über die (Weiter-)Existenz eines Clans oder Teams entscheiden. Weitere, möglichst unabhängige Finanzierungsquellen, wie Merchandising und Produktmarketing etc., Trainings, Schulungen u.a. Dienstleistungen müssen erschlossen werden, um auch im Falle einer Sponsoren-Kündigung liquide zu bleiben.

Anders als in den asiatischen Staaten, wie Korea, wurde es darüber hinaus bis heute versäumt, in der Gesellschaft aktive Aufklärung und Öffentlichkeitsarbeit zu betreiben und die Allgemeinheit über die Chancen und Möglichkeiten des E-Sport zu informieren. Durch soziale Vorurteile und tragische gesellschaftliche Ereignisse, die mit Computer- und Video-Spielen im allgemeinen in Zusammenhang gebracht werden (Bsp.: „Computer Nerd“, „Killer-Spiele“) steht der E-Sport – als zudem noch relativ junger Sport – vor der Herausforderung, seinen Platz bzw. Stand in unserer heutigen Gesellschaft zu finden und zu verteidigen. Die Frage nach der Massentauglichkeit und Motivation potenzieller Rezipienten bleibt dabei bestehen und in den kommenden Jahren – u.a. auch vor dem Hintergrund weiterer technologischer (Hard- und Software-)Entwicklungen in diesem Bereich – zu beobachten.

Literaturverzeichnis

Print

Beisel, Simon: eSport – Computerspiele als mediales Ereignis. München. Grin Verlag, 2007

Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugendliche: Medien und Gewalt. Befunde der Forschung seit 1998. Osnabrück. KIWI GmbH, 2004

DFL – Deutsche Fußball Liga GmbH (Hrsg.): Bundesliga Report 2013 – Die wirtschaftliche Situation im Lizenzfußball, 2013

Grosser, Oliver: Siedeln, taktieren und bekriegen – Eine empirische Untersuchung zur besonderen Faszinationskraft von Echtzeit-Strategiespielen. München. Grin Verlag, 2007

Lischka, Konrad: Spielplatz Computer: Kultur, Geschichte und Ästhetik des Computerspiels. Heidelberg. Heise Verlag, 2002

Liskowsky, Uwe ; Ehrig, Thomas: Faszination LAN-party- eine ethnographische Studie einer Netzgemeinschaft. München. Grin Verlag, 2009

Mangold, Roland ; Vorderer, Peter ; Bente, Gary: Lehrbuch der Medienpsychologie. Göttingen. Hogrefe Verlag, 2004

Müller-Lietzkow, Jörg: Sport im Jahr 2050: E-Sport! Oder: Ist E-Sport Sport? In: merz.medien + erziehung. München. Kopead Verlags GmbH, 2006

Müller-Lietzkow Jörg ; Bouncken, Ricarda B. ; Seufert, Wolfgang: Gegenwart und Zukunft der Computer- und Videospieleindustrie in Deutschland. Dornach. Entertainment Media, 2006

Rohr, Bernd ; Simon, Günter: Fußball Lexikon – Die große Fußball-Enzyklopädie. München. Cpress Verlag in der Stiebner Verlag GmbH, 2004

Rötzer, Florian: Computerspiele – der am schnellsten wachsende Sektor der Unterhaltungsbranche, Heise Verlag, 1999

Schliée, Marcel: Nutzungsforschung eSport – Motive der professionellen Nutzung von Video- und Computerspielen. VDM Verlag Dr. Müller, 2008

Schunk, Dirk: Einführung in die Generation: Counter-Strike – Das e- und Cyber-Sports-Zeitalter. Wassenberg. Books on Demand GmbH, 2004

Topalov, Nescho: eSports Book – Edition 2007. Waldkirchen. Südost-Verlags-Service, 2007

Wirtz, Bernd W.: Medien- und Internetmanagement. 6. Auflage. Wiesbaden. Gabler, 2008

Online

<http://www.8bit-museum.de>

<http://arstechnica.com>

<http://www.bundesliga.de>

<https://www.callofduty.com>

<https://elite.callofduty.com>

<http://www.dfb.de>

<http://www.e-sb.de>

<http://www.esl.eu>

<http://www.esport.de>

<http://www.esl-world.net>

<http://faculty.de>

<http://www.fragster.de>

<http://www.gamer-fm.de>

<http://www.gamesports.de>

<http://www.german-playboy-steven.de.tl>

<http://www.giga.de>

<http://www.gotfrag.com>

<http://www.mousesports.com>

<http://www.pcgameshardware.de>

<http://www.readmore.de>

<http://www.schalke04.de>

<http://www.sk-gaming.com>

<http://www.sky.de>

<http://www.statista.com>

<http://www.team-alternate.de>

<http://www.telekom.de>

<http://www.turtle-entertainment.de>

<http://www.uefa.com>

<http://vgsales.wikia.com>

<http://www.welt.de>

<http://www.wikipedia.org>

Eigenständigkeitserklärung

Hiermit erkläre ich, dass ich die vorliegende Arbeit selbstständig und nur unter Verwendung der angegebenen Literatur und Hilfsmittel angefertigt habe. Stellen, die wörtlich oder sinngemäß aus Quellen entnommen wurden, sind als solche kenntlich gemacht. Diese Arbeit wurde in gleicher oder ähnlicher Form noch keiner anderen Prüfungsbehörde vorgelegt.

Ort, Datum

Vorname Nachname