

Basisdemokratie und Gemeinschaftsgefühl im digitalen Fussball

St. Gallen – Dinge, die auf den ersten Blick nicht zusammen gehen, sind offensichtlich in der digitalen Sport-Welt selbstverständlich. Das wurde beim eSport & Gamification.Forum am 30. Juni in den Olma Messen deutlich. Über 30 Referenten sowie jeweils über 100 Teilnehmer vor Ort und Online diskutierten die Auswirkungen der Corona Krise auf den digitalen Sport und widmeten sich unter anderem der Frage, wie der Fussball von der Digitalisierung und vom eSport profitieren kann.

Neue Entscheidungswege durch Digitalisierung

Für einen wahrlich einzigartigen Weg geht der deutsche Amateur-Fussballclub TC Freisenbruch aus Essen. «Das Vorbild dafür waren die beliebten Fussball-Manager Videospiele», erklärte Gerrit Kremer, CEO von Doppelpass. Über eine Mitgliedschaft zu monatlich 5 Euro kann sich jeder online als Manager des Vereins eintragen. Jede einzelne Entscheidung innerhalb des Vereins, von der Mannschaftsaufstellung bis zum Bierpreis im Stadion, wird über eine digitale Plattform und gesamtheitlich demokratisch entschieden. Auch über die Zukunft des Trainers entscheiden die über aktiven 500 Manager gleichberechtigt. Egal ob jung oder alt, ob aus Deutschland, Australien oder China. Dieser innovative Weg bringt dem Club aus der Kreisliga nicht nur digital mehr Einnahmen, auch analoge Umsätze und die Medienpräsenz sind gestiegen. So kommen mittlerweile etwa vier Mal mehr Zuschauer als in der Vergangenheit. Insgesamt sind die Einnahmen auf ca. 60.000 Euro angestiegen, eine Menge Geld im Amateur-Bereich. Und auch der sportliche Erfolg hat sich durch die Schwarmintelligenz eingestellt: Der TC Freisenbruch ist zuletzt mit nur 2 Niederlagen als Meister aufgestiegen. Ein Modell, dass vielleicht auch in der Schweiz Schule machen könnte?

Fussball an der Konsole

Bei digitalem Fussball liegt zunächst der Blick auf die Spiele an den Konsolen nahe. In Deutschland sind die Fussballinteressierten fast ausschliesslich auch an FIFA interessiert. Der Titel von Electronic Arts besitzt zwar kein Exklusiv-Interesse, sondern vielmehr begeistern sich die Zocker für mehrere Spiele. Doch mit über einer Million aktiver Spieler in Deutschland findet die Fussballsimulation grossen Zuspruch, erklärte Timo Krüger, eSport Consultant bei Nielsen Sports. Genaue Zahlen für die Schweiz gäbe es leider nicht, man rechne aber mit rund 150.000 Spielern. Gerade in der Corona-Zeit funktionierte der Kick auf dem virtuellen Rasen sehr gut als Ersatz für den echten Fussball. Formate wie die LaLiga Santander Challenge oder das eDerbyMilano fanden guten Zuspruch und Sponsoren konnten unter anderem durch Bandenwerbung im Spiel oder Einblendungen in den Streams auch ohne realen Spielbetrieb profitieren.

Dass virtueller Fussball in diesen Zeiten ein guter Ersatz ist, bestätigte auch Roland Mehlretter. Er ist Projektleiter eSports bei der Agentur B2Soccer, die für Unternehmen, Vereine oder Verbände Formate mit dem virtuellen Sport anbietet. Bei B2Soccer stehen jedoch nicht Sponsorings oder Profit im Vordergrund, sondern Branding, Recruiting und vor allem das Gemeinschaftsgefühl der Fussballer. Gerade in den Vereinen geht es darum, Mitglieder zu binden. «Im Moment fehlt ein Unterbau, der eine starke Gemeinschaft bildet. Daher zielen wir nicht auf eine erste oder zweite Liga, sondern versuchen Amateur-Zocker anzusprechen und ins Vereinsheim zu bringen», so Mehlretter. Die Vermarktung der Formate sei dabei zwar nicht zweitrangig, so Mehlretter, «doch der Mehrwert für den Nutzer muss immer im Vordergrund stehen». Gemeinsam mit dem Bayerischen Fussball Verband hat die Agentur dabei bereits erfolgreich einige Projekte gestartet. So haben die Agentur und der Verband während des Lockdowns den #Stayathome Cup initiiert und 2020 die BFV eFootball League ins Leben gerufen. Die Austragung der Liga fand in dieser Saison digital statt, der Start von physischen Spieltagen ist für die kommende Spielzeit geplant.

Rückfragehinweis:

Peter Schappacher

ESB Marketing Netzwerk

Bruneggstr. 9, 9001 St.Gallen

www.esportbusinessforum.ch

presse@esb-online.com

Tel. +41 (0) 71223 78 82