

19.05.2017 – 11:00 Uhr

Werbung in Computerspielen: Lukratives Spiel mit Gamern

Zürich (ots) -

Her mit Bäseli und Schüüfeli: So manch «neuer» Marketing-Trend ist gar nicht so neu. Oft sind es nur neue Begriffe für Altbewährtes. Und dann ist da plötzlich eSports. Fussballspielen auf der Couch, im Team ein feindliches Land übernehmen oder sich für die «Daddel»-WM in Seattle qualifizieren. Das soll Sport sein?

Ja, es ist ein alter Begriff für ein neues Phänomen. Denn Computerspiele wie Counter Strike und Dota2 sind heute zu einer Mega-Welt des Entertainments geworden. Millionen Jugendliche sind mit von der Partie. Welche Marken bei eSports schon ingame sind, welche Agenturen mitspielen und wie sich das Marketing auf dem gigantischen eSports-Spielfeld zurechtfinden kann - ein aktuelles Zwischenergebnis, ein Kompass durch eine neue Entertainment-Welt. Fanfaren dröhnen, Laserblitze zucken durch die Halle, die XXL-Bildschirme flimmern: Unten auf der Bühne kämpfen zwei Teams an ihren High-Performance-Keyboards um Punkte, oben auf den Rängen schreien sich 10 000 Zuschauer die Seele aus dem Leib. Ein eSports-Spieltag in der Kölner Lanxess-Arena. In Shanghai waren es 15 000, im Staples Center von Los Angeles sogar 20 000, und das polnische Katowice meldete 11 000 Zuschauer.

Gutes Live-Potenzial - ein erster Hinweis auf das Interesse einer finanziell gut ausgestatteten digitalaffinen Zielgruppe. Allein der Eintritt zu den jeweiligen Events kostet zwischen 40 und 1500 Euro bzw. Dollar. Ein Blick auf die Zuschauerränge zeigt: Dort sitzen nicht Eltern, die ihren Kids die Tickets spendiert haben, um sich mal in deren Welt umzusehen, Stichwort «Familienerlebnis». Nein, es sind die Millennials, Jugendliche zwischen 15 und 29, die solo oder mit Freunden jeden Punkt, jedes neue Level fachkundig bejubeln.

Weiterlesen in der Werbewoche 9/2017, Werbewoche.ch.

Kontakt:

Anne-Friederike Heinrich
Chefredaktorin Werbewoche / Werbewoche Branchenreports
Neugasse 10, Postfach 1753, 8031 Zürich
Telefon: +41 44 250 28 29
f.heinrich@werbewoche.ch

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100008531/100802676> abgerufen werden.