



Ballern für Bares

# CLAN-SPONSORING

Immer mehr Clans finanzieren sich mit ihrem Hobby Hardware und Turnier-Reisen. Manche Spieler erhalten bereits ein monatliches Gehalt. Wir sagen Ihnen, wie das funktioniert.

**D**ie meisten Clans sind sich einig: »Beim so genannten E-Sport handelt es sich um eine richtige Sportart. Die Aktiven trainieren mehrere

Stunden täglich, um sich später in Wettkämpfen miteinander zu messen«, sagen Oliver Paul und Ralph Buemmerstedt von Ocrana, einem der ältesten Clans Deutschlands. Clans sind Zusammenschlüsse von Spielern, die sich mit anderen »Spiel-Vereinen« messen. Für prestige- und gewinnträchtige Turniere muss man jedoch schon mal um den halben Globus reisen. Doch wie soll ein Schüler seine Clan-Mitgliedschaft finanzieren? Sponsoring heißt das Zauberwort, ähnlich wie in Leichtathletik oder Radsport. Zwar werden wir vermutlich auch in den nächsten Jahren noch keine Clans mit Müllermilch-Logo aufmarschieren sehen – dazu fehlt es noch an Akzeptanz für die Computersportler. Doch immer mehr Hardware-Hersteller unterstützen die Teams mit Ausstattung und Geld. Kein Wunder, scharen sich doch zahllose Spiele-Fans und damit potenzielle Kunden um die Meister ihres Fachs und verfolgen die Ligen. Schließlich hat jeder Ahnung von

seinem Lieblingsspiel und will sehen, welche Tricks die Profis beherrschen. Allein das letzte GameStar-Clanturnier verbuchte über 80.000 Abrufe des Live-Streams – eine beachtliche Zahl.

Zusätzlich in der Riege der Sponsoren: Bekleidungs-Shops wie Gamers Wear, Online-Magazine oder die Fernsehshow NBC-Giga. Giga ist jedoch ein Sonderfall, der von der Szene kritisch beäugt wird. Denn der Sender unterstützt mit pG (proGaming) nicht nur einen bekannten Clan, sondern betreibt auch eine eigene Liga. Das ist etwa so, als ob dem Hauptsponsor von Bayern München gleich noch die Bundesliga gehören würde.

## Der richtige Einstieg

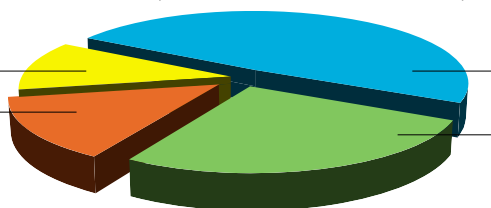
Ocrana.D-Link, a-Losers.MSI, DkH.Mystify, mousesports.Levicom.Geforce – das sind nur einige Clans, die einen finanzkräftigen Partner aus der Industrie gefunden haben. Der Sponsor wird in der Regel nicht nur in den Namen des Clans aufgenommen, sondern auch auf der eigenen

## INTERNET-UMFRAGE

»Was halten Sie davon, wenn Firmen wie AMD oder Intel Clans finanziell unterstützen?«

Notwendig, damit Clans etwa an weit entfernten Turnieren teilnehmen können: 11,2%

Gut: Sponsoren machen den Sport bekannt und unterstützen die Athleten: 48,9%



Rausgeworfenes Geld, E-Sport wird in Deutschland nie gegen Fußball oder die Formel 1 ankommen: 13,8%

Solange es nicht so ausfällt wie im Profisport, ist es okay: 26,1%

Ergebnis: Die Umfrage-Teilnehmer lieben E-Sport. Über 86 Prozent der Teilnehmer befürworten das Sponsoring von Clans – sei es aus Kosten- oder Bekanntheitsgründen.





Ocrana.D-Link nach der Siegerehrung der Vorausscheidungen zu den World Cyber Games 2003 in Leipzig.

Website prominent verlinkt. Auf Veranstaltungen zieren zudem Logos und Firmenschriftzüge die Kleidung der Spieler.

Wie aber überzeugt man eine Firma, dass es sich lohnt, einen Teil ihres Geldes in junge Menschen zu investieren, die scheinbar nichts weiter tun, als sich mit brutalen PC-Spielen zu vergnügen? Holger Scherff von den a-Losers.MSI kennt das Problem: »Man muss den potenziellen Partnern erst mal erklären, was E-Sport eigentlich ist, bevor man über eine mögliche Kooperation spricht.« Keinesfalls funktionieren lapidar aufgesetzte Mails. Im Kasten »So klappt's mit dem Sponsor« haben wir einen Leitfaden für die erste Kontaktaufnahme zusammengestellt.

### Wie viel gibt es denn?

Wenn sich beide Parteien auf eine Kooperation geeinigt haben, folgen die Verhandlungen über den Umfang des Leistungspakets. Die Gespräche können wie im Fall von Ocrana zähe 18 Monate dauern. Für Holger Scherff gibt es dabei keine Faustregel: »Die Verhandlungen sind immer individuell. Der Verlauf hängt stark von den Vorstellungen und der Kompromissbereitschaft beider Seiten ab.« Die Clans wollen meist Hard-

ware-Ausstattung, Übernahme der Reisekosten oder gar regelmäßige monatliche Geldzuschüsse, um die laufenden Kosten (etwa Website-Traffic) zu decken. Man munkelt allerdings, dass einige Clans ihren Spielern bereits ein kleines Gehalt zahlen – finanziert durch den Sponsor. Konkrete Zahlen wollte jedoch niemand nennen. In einigen (auch europäischen) Ländern sollen bereits Gelder an einzelne Spieler fließen, die fast mit dem Durchschnittseinkommen einer deutschen Angestellten gleichziehen. Das beträgt derzeit knapp 3.000 Euro brutto und 1.700 Euro netto.

### Industrie-Clans

Meistens treten die Clans zuerst an die möglichen Partner heran. Aber es geht auch umgekehrt, zum Beispiel beim TeamAMD64 oder bei Alternate Attax. Dabei handelt es sich um die noch junge Gattung so genannter Werksteams – also Mannschaften, die mit Unterstützung des Geldgebers extra gegründet worden sind. Die Spieler von Alternate Attax rekrutieren sich neben normalen Spielern zum Teil aus Mitarbeitern des Hardware-Händlers. Der wiederum öffnet Tür und Tor zu weiteren Sponsoren: »Da wir als Unternehmen schon gute Kontakte haben, war es nicht so schwer, die richtigen Ansprechpartner zu finden und für die Sache zu gewinnen«, sagt Michael Timm, Mitarbeiter bei Alternate und Sprecher des Clans. Team 64 hingegen hat seine Wurzeln in einem normalen Kooperationsvertrag mit AMD, der später ausgebaut wurde.

### Werbung, wo sie hingehört

Im Regelfall dauert eine Kooperation zwischen acht und zwölf Monaten. In dieser Zeit dienen die Spieler den Firmen als kostengünstige Werbeträger. Das

bringt den Sponsoren oft mehr Aufmerksamkeit, als sie sich träumen lassen. Die Website von MTW (Mortal Teamwork), einem der bekanntesten deutschen Clans, verzeichnet etwa zu Stoßzeiten an die 5.000 User gleichzeitig. Und überall auf der Page prangen Links zu den Geldgebern, zum Beispiel Microsoft und Gamers Wear.

Nicht selten sind die Clans auch ein Zuschauer magnet auf großen Messen wie der Cebit oder der Games Convention. Dort tritt das Team dann in Schaukämpfen untereinander, gegen Besucher oder andere Clans an und lockt so zahlreiche Spielefans an den mit Logos gepflasterten Stand.

### Profitorientierung

Ein guter Clan mit finanzkräftigem Gönner hat zudem die Chance, den Geldhahn noch weiter aufzudrehen. Denn

#### SO KLAPPT'S MIT DEM SPONSOR

1. Sie sollten mindestens 18 Jahre alt sein.
2. Schreiben Sie einen richtigen Brief. E-Mails landen schneller im virtuellen Papierkorb, als Sie »Headshot« sagen können.
3. Halten Sie den Brief möglichst kurz, und verwenden Sie Geschäftssprache – ähnlich einem Bewerbungsanschreiben. Geben Sie richtige Namen und Adressen an – keine Clan-Spitznamen.
4. Sprechen Sie nicht von Sponsoring, sondern von Kooperation.
5. Erklären Sie in maximal zwei Sätzen, was E-Sport eigentlich ist.
6. Legen Sie eine detaillierte Beschreibung Ihres Clans bei – am besten als Powerpoint-Präsentation auf einer CD.
7. Die Präsentation sollte Folgendes enthalten:
  - was Sie spielen
  - Erfolge
  - Website mit den wichtigen Zahlen wie Reichweite und Page Impressions
  - wie lange es den Clan schon gibt
  - was man für den möglichen Partner tun kann
  - Gründe, warum Sie gerade diesen Kooperationspartner ansprechen

### Review der wichtigsten Erfolge und Aktivitäten

• Oktober 2003  
**OCRANA.D-Link in Korea!**  
 Mit 55 teilnehmenden Nationen, 462 Spielern und 350.000 \$ Preisgeldern war die WCG 2003 das bis dato größte internationale Turnier. Nach erfolgreichem Bestehen der Gruppenphase erreichten wir das Achtelfinale. Damit gehören wir weltweit zu den 16 besten Counter-Strike Teams.



OCRANA e.V.®

© OCRANA - 2004 - www.ocrana.com

successful gaming since 1996  
 GLIXSTADTER PLANTRONICS D-Link

Wer im Bereich E-Sport einen Kooperationspartner finden will, muss sich an ein paar Regeln halten. Wir verraten Ihnen Schritt für Schritt, wie es die großen Clans geschafft haben.

8. Kommt es zu einem anschließenden Telefonat, sollten Sie zeitnah einen persönlichen Termin ausmachen.
9. Treten Sie dabei seriös, aber nicht übertrieben geschäftsmäßig auf. Wenn Sie sich in einem Anzug nicht wohl fühlen, wählen Sie bequeme, aber nicht zu leger Kleidung.
10. Haben Sie es so weit geschafft, hängt alles Weitere von Ihrem Verhandlungsgeschick ab. Viel Glück!



proGaming in Korea – beim finalen Turnier der WCG 2000.





Das Tor zum Clan und Sponsor-Werbefläche: die Team-Webseite.

weltweite, mit hohen Reisekosten verbundene Turniere wie die WCG (World Cyber Games), deren Finale dieses Jahr in San Francisco stattfindet, oder die CPL (Cyberathlete Professional League, dieses Jahr unter anderem in Texas) schütten beachtliche Siebprämien aus. Allein für den vierten Platz im Counterstrike-Wettkampf der CPL im Sommer 2003 erhielten der deutsche Clan a-losers.MSI 18.000 Dollar. Der Gewinn ging – wie üblich – zu vorher festgelegten Teilen an die Mitglieder und in die Clankasse. Der Sponsor erhält in der Regel nichts. Im Gegenteil: Bei manchen Teams zahlt er zusätzliche Prämien für besonders gute Leistungen. »Der Spieler kann zu den garantierten Bezahlungen etwas hinzuverdienen. Misserfolg wird nicht bestraft. Erfolg hingegen wird honoriert«, erklärt Alexander Müller vom altgedienten Schroet Kommando.

### Fanartikel-Reibach

Wer es als Clan zu Rang, Namen und dem nötigen Kleingeld geschafft hat, geht vielleicht noch einen Schritt weiter. Schroet Kommando, ehemals ein rein deutsches, mittlerweile ein internationales Team, bietet beispielsweise seine eigenen Mer-

chandising-Produkte an: Auf der Website können Sie sich T-Shirts, Pullover und Mützen mit dem Clan-Logo bestellen.

Im Merchandising-Olymp spielt der Einzelkämpfer Johnathan »Fatalität« Wendel aus den USA, der in der Szene seit Jahren durch sein Können in **Quake 3 Arena** für Furore sorgt. Wer will, kann sich bald einen kompletten Rechner im Fatalität-Look ins Zimmer stellen. So weit ist es allerdings in Deutschland noch lange nicht. »Sowohl Shirts als auch Rechner mit Spieler- beziehungsweise Clanlogo gelten noch immer als uncool. Lediglich das offizielle T-Shirt des clanübergreifenden deutschen Counterstrike-Teams findet regen Absatz«, sagt Holger Scherff von den a-losers.MSI.

### Der nächste Schritt

E-Sport ist hierzulande noch weit davon entfernt, so populär wie zum Beispiel in Korea zu werden. Dort warten an jeder Straßenecke Internet-Cafés auf Spieler. Dort besuchte sogar Christian Seiffert, Attaché der deutschen Botschaft in Korea, mit seiner Gemahlin die Final-Spiele der WCG 2003 in Seoul, um die Teams aus Deutschland anzufeuern.

Ligen mit einer großen Medienplattform im Hintergrund wie die Giga-Liga oder auch die GameStar-Clanliga dürften allerdings dafür sorgen, dass der Sport mehr und mehr aus der Szene heraustritt und in Richtung Professionalität rückt. Doch ein wichtiger Schritt fehlt noch, darin sind sich alle Clans einig. Christian Murawski von pG bringt es auf den Punkt: »Wir wünschen uns mehr Akzeptanz in der Öffentlichkeit. Man darf die Gamer nicht als potenzielle Killer sehen und als Sündenbock für gesellschaftliche Probleme missbrauchen.« Wenn dieser Wunsch in Erfüllung gegangen ist, gibt es vielleicht auch einen Müllermilch-Clan.

PET

## DIE POPULÄRSTEN SPIELE

Nicht mit jedem Computerprogramm lässt sich im E-Sport Geld verdienen. Die sichersten Kandidaten haben wir für Sie aufgelistet.



Counterstrike: Seit Jahren weltweit das Turnierspiel Nummer 1. Die meisten Clans, die höchsten Preise.



WarCraft 3: Hat in Europa StarCraft als wichtigstes Echtzeit-Strategiespiel abgelöst.



StarCraft-Broodwar: In Korea immer noch führend im Bereich der Strategiespiel-Ligen.



Fifa: Die jeweils aktuellste Version ist besonders in Deutschland, Korea und China beliebt.



UT 2003: Im Vergleich zu Counterstrike die klare Nummer 2 unter den Team-Shootern.



Ocrana.D-Link beim Show-event für Electronic Arts Taktik-Shooter Global Operations.