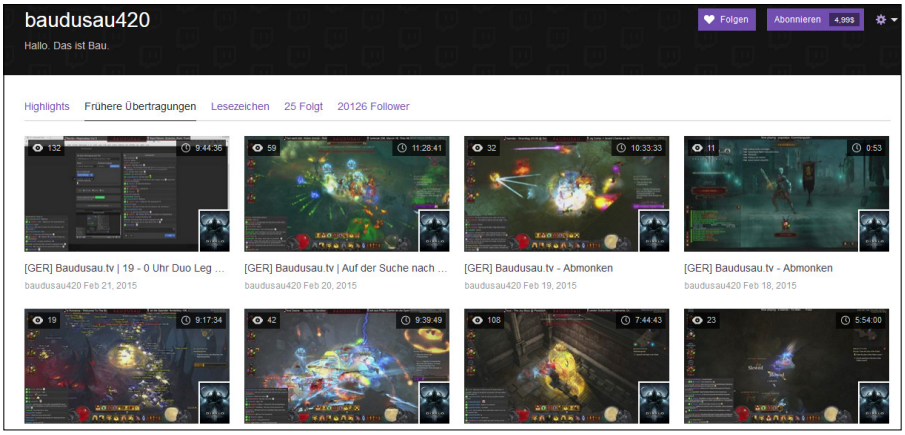
Ein Trendwechsel in der Unterhaltungsindustrie? Junge Menschen schauen mehr und mehr über das Internet fern als über das klassische Kabelfernsehen.

Trendthema Streaming

Die Live-Spieler

Spiele? Lieben wir alle. Einige Spieler gehen aber noch weiter und lassen andere live dabei zugucken. Übertragungen auf Twitch erreichen zum Teil mehrere Tausend Zuschauer. Was reizt Streamer und Publikum am Live-Spielen? Von Markus Fasse

Ich spiele so gut – damit kann ich bestimmt einmal Geld verdienen.« Solche Gedanken hatte mit Sicherheit jedes zweite Kind, das mit dem Gamepad in der Hand aufwuchs. Nun, was in den 90er-Jahren höchstens durch eine Teilnahme bei der Sat.1-Show »Game World« in Ansätzen möglich war, ist heute gar kein Problem mehr. Neben Profispielern im E-Sport verdienen Broadcaster (engl. für »to broadcast«, also zu Deutsch »übertragen« oder »ausstrahlen«) auf der Streaming-Media-Plattform Twitch (www.twitch.tv) teilweise gutes Geld. Ganz so einfach, wie ein Gamepad zu bedienen, ist das aber dann doch nicht. Wer beim »Streaming«, also beim Übertragen von Videos und Spielszenen, nur auf die schnelle Kohle aus ist, wird rasch enttäuscht: Für einen erfolgreichen Start des eigenen Live-Kanals ist einiges an Vorbereitung und eine ordentliche Portion Durchhaltevermögen notwendig, um überhaupt den ersten Euro zu sehen. Der Spaß am Computerspiel und die Freude an der Interaktion mit den Zuschauern sollten dabei stets im Mittelpunkt stehen. Das war für die ersten Spieler, die ihre Matches live ins Netz übertrugen, ohnehin selbstverständlich. Diese Form der Unterhaltung boten zunächst nur wenige an, denn in den Anfängen zwischen 2007 und 2008 war dieses Live-Spielen technisch noch nicht so leicht wie heute. Wir beleuchten die Wurzeln des Streaming, seine Entwicklung – und wie man damit Geld verdienen kann.



Ein langer Tag: Simon Morsch alias baudusau420 überträgt teilweise elf Stunden lang seine Szenen aus dem Action-Rollenspiel Diablo 3.

Der Name der Streaming-Plattform Twitch bedeutet aus dem Englischen übersetzt »zucken« oder »ziehen«.

Dankesbotschaften an Spender (links oben) und neue Abonnenten (rechts oben) lassen sich automatisiert einblenden. Das kann aber auch nerven.

Die Streaming-Urzeit

Blicken wir zunächst in die Vergangenheit: Mit der Verbreitung von leistungsstärkeren DSL- und Kabelanschlüssen wuchs auch bei vielen Nutzern der Wunsch, eigene Videoinhalte live ins Netz zu übertragen. Bevor auf Twitch der erste Broadcaster sein Können am Joystick unter Beweis stellte, gab es in Sachen Online-Streaming erste Gehversuche auf anderen Plattformen: Ustream, Livestream und Justin.tv, die allesamt zwischen 2007 und 2008 in den USA gegründet wurden, waren die ersten größeren Projekte, die dem Bedürfnis zum selbstgemachten Broadcasting begegneten. Natürlich zu einem Preis: Für einen hochwertigen Kanal verlangte unter anderem Ustream eine finanzielle Gegenleistung, die je nach Zuschauerzahl anstieg. Streaming brachte kein Geld, Streaming kostete Geld. So wollte Ustream die aufwändige Infrastruktur aus Hardware und besonders leistungsstarkem Breitbandinternet refinanzieren. Live-Spielszenen waren damals zudem noch ein rares Gut. Viel mehr nutzten Videoblogger, Journalisten oder sogar namhafte Politiker wie Barack Obama die Plattform Ustream, um zu unterhalten, zu informieren oder im Wahlkampf die Werbetrommel zu rühren.

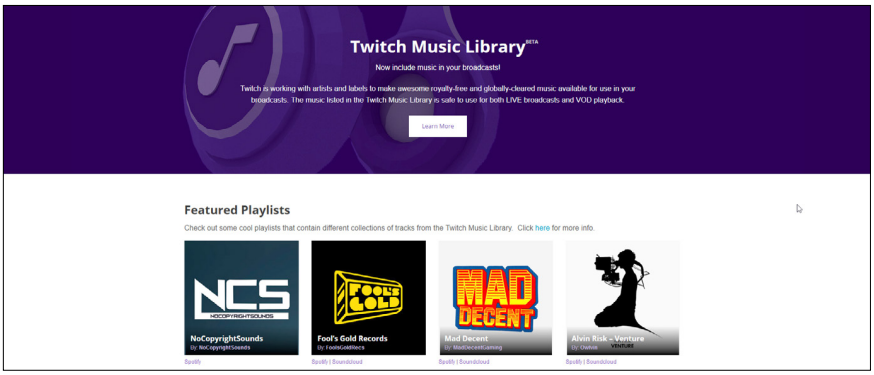
Die Wiege von Twitch

Das Angebot von Justin.tv hingegen ging aus einem Projekt des Gründers Justin Kan hervor: Bevor der Absolvent der Yale-Universität seine Website für Tausende von Broadcastern öffnete, übertrug er dort seinen eigenen Alltag rund um die Uhr live ins Netz. Eine damals völlig neue Form der Online-Kommunikation, über die auch bekanntere Medien wie CNET oder die Today Show berichteten. Investoren wurden aufmerksam, und Justin baute sein Angebot aus. Einer der ersten Broadcaster, der diesen Video-Streaming-Dienst für Computerspiele nutzte, war der US-Amerikaner Jeffery Shih. Er übertrug zunächst seine Multiplayer-Partien im Echtzeitstrategiespiel Starcraft 2 und erreichte zu Beginn an die 500 Zuschauer. Mit der Zeit wuchs sein Publikum, und er wechselte hin und wieder das Spiel, dessen Szenen er live im Web mit anderen Menschen teilte. Dabei war er keineswegs alleine: Justin.tv zog viele Computerspieler an – denn die gelten sowieso als internet- und technikaffine Zielgruppe – und einige starteten ebenfalls ihren eigenen Channel. Zu ihrer besten Zeit um den Jahrzehntwechsel gehörte die Website laut dem Analyse-Webdienst Alexa zu den 1.000 meistbesuchten weltweit. Bis zu 50 Millionen Stunden Videomaterial schauten sich die Besucher insgesamt monatlich an. Viele der noch heute aktiven Broadcaster begangen ihre Karriere auf dem Portal. Mittlerweile ist es geschlossen, im Juni 2011 wurde in den USA auf Anraten des Justin.tv-Mitgründers Emmett Shear die Schwesterseite Twitch.tv ins Leben gerufen, die eigens dem gestiegenen Bedarf an live übertragenen Computerspielszenen begegnete und sich seither vollends auf diesen Bereich konzentriert. Auch Jeffery Shih, den seine Fans unter dem Pseudonym TrumpSC kennen, wechselte mit seinem Kanal zu Twitch. Dort widmet er sich heute Blizzards Kartenspiel Hearthstone: Heroes of Warcraft. Mit Erfolg: Teilweise sehen ihm dabei über 20.000 Zuschauer zu.

Zugucken statt selber spielen?

Was aber veranlasst Tausende Fans und Freunde von Videospielen, lieber einem Sportsfreund beim Spielen zuzuschauen, anstatt selber die Maus in die Hand zu nehmen? Christoph Klimmt, Forscher auf den Gebieten der Kommunikationswissenschaft und der Computerspiele am Institut für Journalistik und Kommunikation in Hannover, vermutet: »Ähnlich wie bei Let's-Play-Videos nehmen wir an, dass solche Live-Übertragungen den Wandel des Computerspielens vom Spezialisten-Hobby zum Mainstream-Entertainment anzeigen: Das Thema finden so viele Menschen interessant, dass auch Fernsehübertragungen von Spielen reizvoll sein können.« Interessant, aber nicht wirklich neu. Ob Giga Games, Game One oder GameStar TV: Infotainment über Computerspiele gab es schon vor Twitch. Allerdings erleben viele der einstigen Moderatoren dieser Sendungen, zum Beispiel Etienne Gardé, Daniel Budiman oder Simon Krätschmer, auf der Streaming-Website einen neuen Aufschwung. Statt durch die starre Flimmerkiste zeigen die ehemaligen Köpfe von Game One und Giga Games ihr Programm auf Twitch nun unter dem Banner von »Rocket Beans TV«. So ist es auch nicht verwunderlich, dass diese Form der Unterhaltung wieder mehr und mehr Einzug in die Wohnzimmer erhält. Aber nicht über die Glotze,

Wer spielt die Musik?



Im Spätsommer des vergangenen Jahres sorgte Twitch mit der Ankündigung für Aufregung, dass gespeicherte Videos von aufgezeichneten Liveübertragungen zensiert werden. Im Detail heißt das: Twitch dreht seither 30 Minuten lang den Ton ab, sollte in einer Videoaufzeichnung an einer betreffenden Stelle urheberrechtlich geschützt Musik eingebaut sein. Broadcaster sollten daher lieber auf die daraufhin von Twitch angelegte Bibliothek zurückgreifen: Unter music.twitch.tv gibt es eine nette Auswahl an Musikstücken, die frei von Lizenzansprüchen Dritter ist. Nichts Passendes dabei? Kein Problem! Im Netz finden sich haufenweise Websites für GEMA-freie Musik, z.B. unter buy-gemafrei.com. Je nach gekaufter Lizenz kann diese problemlos beim Streaming verwendet werden.

Als »Twitch« bezeichnet man im Englischen auch die Vogelbeobachtung und eine Schlinge, mit der Tierärzte Patienten ruhigstellen.

Profi-Einkaufsliste: Der eigene Stream

Neugierig geworden? Warum nicht einmal selber die eigenen Spiele übertragen? Das ist dafür nötig:

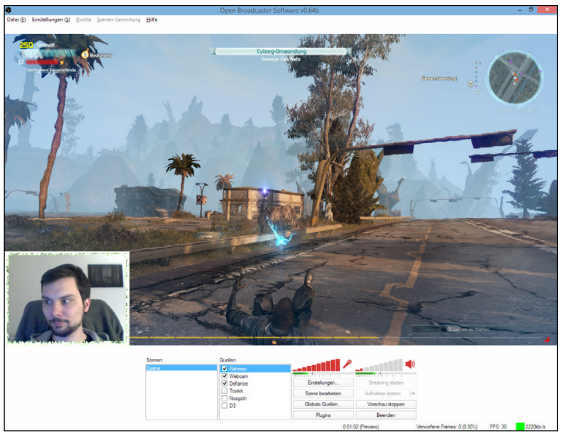
Foto: escapechen/pixelio.de

Leistungsstarker Rechner
Ohne kraftvolle Technik wird das bilderreiche Feuerwerk zu einem Rohrkrepierer. Der Grund: Das Konvertieren der Bildschirminhalte in ein übertragbares Videoformat erfordert enorm viel Rechenleistung. Ein PC mit einem aktuellen Intel-Prozessor sollte es daher schon sein, etwa ein Intel Core i7. Dank Hyper-Threading kann er viele Rechenprozesse gleichzeitig bewerkstelligen.

Webcam
Diese Investition ist optional. Allerdings berichten Broadcaster, dass das eigene Bewegtbild für einen besseren Zugang zum Zuschauer und somit für ein größeres Publikum sorgen kann. Wichtig ist, dass die Kamera mit einer relativ hohen Auflösung arbeitet und zudem ausreichend Beleuchtung am Set vorhanden ist.

Ein gutes Mikrofon
Reden ist beim Broadcasting Gold. Der Plausch mit den Zuschauern ist wichtig, um das Publikum bei Laune zu halten. Eine knarzende oder dumpfe Stimme ist dabei für den geneigte Zuhörer nicht attraktiv. Ein gutes (Großmembran-)Mikrofon an einer Soundkarte wirkt Wunder und ist schon ab 50 Euro zu haben. Ein zusätzlicher Pop-Schutz fängt harte Geräusche ab und sorgt für sanftere Klänge.

Internetleitung mit reichlich Upstream
Viele Broadcaster in spe scheitern hier: Der DSL- oder Kabelanschluss muss einen kraftvollen Upstream besitzen, um die üppigen Video-Informationen ins Netz zu wuchten. Je schmaler die Leitung, desto schlechter die Videoqualität. Im schlimmsten Fall stottert die Liveübertragung. 3 MB/s im Upstream sollte die Leitung mindestens stemmen.

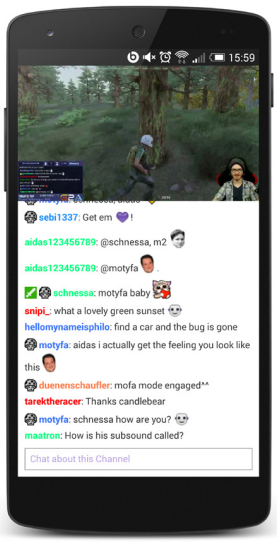


Open Broadcaster Software
Das freie Programm OBS stellt das eigene Sendestudio dar und sorgt für die Kommunikation zwischen Computer und Streaming-Dienst. Hiermit werden die Bewegtbilder übertragen. Je nach individueller Hardware-Konfiguration muss auch OBS genau angepasst und eingestellt werden. Hilfe beim Einrichten gibt's unter obsproject.com oder direkt bei help.twitch.tv.

sondern via Computer, Konsolen oder Tablets, die sich immer weiter verbreiten.

Twitch selbst malt sich daher gute Chancen aus, weiter in der Gunst der jungen Zielgruppe aufzusteigen. Zur Unterhaltungsform Nummer eins zu werden, das ist dem Unternehmen aus San Francisco nach das erklärte Ziel. Und sie sind auf Kurs, das zeigt bereits der enorme Bandbreiten-Hunger: Schon im Februar 2014 stand die Streaming-Plattform laut Forbes auf Platz 4 der größten Bandbreite – Verbraucher in den USA – hinter den Größen Netflix, Google und Apple. Nicht umsonst hat Amazon Mitte 2014 970 Millionen Dollar in die Übernahme von Twitch investiert, man traut der Plattform enormes Wachstum zu – vor allem bei der Zielgruppe der jüngeren Spieler, denen selbst Youtube-Videos zu langweilig und statisch sind. Simon Koschel, Community-Manager für den deutschen Raum bei Twitch erklärt: »Heutzutage wird es immer einfacher, durch Konsolen oder mobile Endgeräte an Video-Inhalte zu kommen, die online verbreitet werden. Wir werden nach und nach zur Primetime-Unterhaltung für eine Generation, die ohnehin immer weniger fernsieht und Serien sowie Filme direkt im Netz statt im Kabelfernsehen anschaut. Das zeigen klar unsere demographischen Werte.« Insgesamt gehen laut Koschel jeden Monat über 1,5 Millionen Broadcaster auf Sendung, über 100 Millionen Zuschauer sehen ihnen dabei zu, das Durchschnittsalter der Besucher liegt bei 21 Jahren.

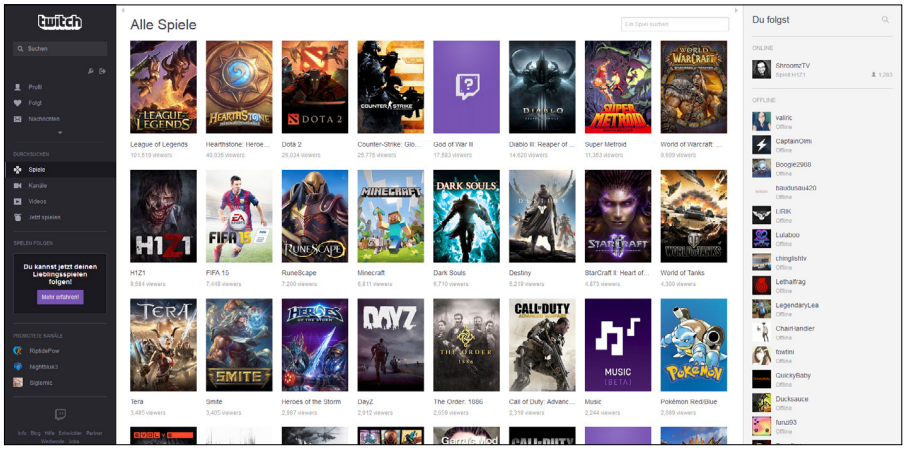
Dem aufstrebenden Twitch fehlt derzeit allerdings auch ein ernsthafter Konkurrent. In der Branche munkelt man, dass der Höhenflug der Plattform jäh enden könnte, sobald Youtube mit voller Kraft ins Streaming-Geschäft einsteigt. Derzeit experimentiert das Videoportal zwar mit »Live Events«, die aber nicht sonderlich beliebt sind. Auch andere namhafte Unternehmen entdecken das Streaming für sich. Twitter etwa übernahm im März 2015 die Streaming-App Periscope, um künftig eigene Live-Übertragungen anbieten zu können. Und Tech-Blogger feierten Anfang des Jahres die Streaming-App Meerkat, auf der jüngst sogar Madonna ein Musikvideo veröffentlichte. Auch Twitch konzentriert sich nicht mehr rein auf Spiele, sondern überträgt seit Juli 2014 zusätzlich Live-Konzerte, etwa vom nordamerikanischen Ultra Music Festival, bei dem unter anderem Stars wie David Guetta auftreten. Ja, der Streaming-Markt wächst, nicht nur bei den Zuschauerzahlen, sondern auch bei der Themenvielfalt. In Zukunft wird es hier noch harte Konkurrenzkämpfe erleben. Ein Monopol hat Twitch nämlich längst nicht sicher, Amazon-Finanzkraft hin oder her.



Auch mobil live dabei: Twitch bietet Apps für iOS, Android und Windows an, um auch unterwegs seinen Lieblings-Entertainern zuschauen zu können.

Erfolg und Misserfolg

Doch zurück zum Spielestreaming. Der Löwenanteil der Twitch-Programmmacher hat zwar eher überschaubare Zuschauerzahlen, manch einem Streamer sieht überhaupt niemand zu; andere wiederum ziehen die Massen an, wie etwa Lirik (twitch.tv/lirik), der an einem Abend locker auf über 30.000 Zuschauer gleichzeitig kommt. Was aber macht den feinen Unterschied aus? Wieso haben manche Streamer mehr Erfolg als manch andere? Was ist nötig, um aus einer Handvoll Zuschauern eine Masse zu machen, die ein Fußballstadion füllen könnte? Kommunikationsforscher Christoph Klimmt meint: »Aus dem Let's-Play-Bereich deutet sich an, dass Akteure mit besonders hohem Unterhaltungswert beim Publikum besonders gute Karten haben. Wer witzig, schnell



Das Twitch-Dashboard zeigt die beliebtesten Spiele nach aktueller Einschaltquote. Hier ganz vorne: League of Legends mit über 101.000 Zuschauern.

und geistreich ist, hat die Chance auf ein großes und treues Publikum.« Der Erfolg, ein Privileg für Charismatiker mit Talent?

Nicht nur, denn um kontinuierlich eine wachsende Zuschauerzahl zu verzeichnen, ist harte Arbeit notwendig, wie Broadcaster Florian Morsch alias Baudusau420 erklärt: »Ich streame seit mittlerweile über zwei Jahren bis zu mehrere Stunden täglich, überwiegend Diablo 3.« Mehrere Stunden heißt in Florians Fall teilweise elf Stunden am Stück und selten unter sechs. Da wird selbst dem hartgesottenen Veteranen einmal langweilig. »Es gibt durchaus Phasen, in denen ich das Spiel nicht mehr sehen kann. Dann suche ich nach Alternativen. Gute Beispiele dafür sind unter anderem Starcraft 2 und Hearthstone.« Blizzards Monstergehacke ist aber nach wie vor sein Favorit, denn »das Schöne an Diablo 3 ist, dass ich mich nicht immer zu 100 Prozent auf das Spiel konzentrieren muss. Nebenher habe ich daher viel Zeit, mich mit den Zuschauern über Gott und die Welt zu unterhalten oder Geschichten aus meinem Leben zu erzählen. Es geht schon lange nicht mehr nur um Gaming-Themen, sondern gerne auch um Sport und Medien oder gar Politik und Religion.« Denn während der Sendung können Zuschauer im Chat Fragen stellen, die der Streamer sofort aufgreifen und beantworten kann. Diese direkte Interaktion zwischen Kanal und Zuschauer macht einen großen Reiz des Streamings aus – wer ein Youtube-Video kommentiert, muss in der Regel ein Weilchen auf eine Antwort warten. Wenn überhaupt eine kommt. Florian Morschs Community belohnt seine Aufgeschlossenheit, indem sie ihre Gunst mit vereinzelten Spenden honoriert oder kostenpflichtige Abos abschließt. Letzteres kostet 4,99 Euro pro Monat und pro Kanal.

Viele Zuschauer = viel Geld

Das genaue Honorar aus Aboeinnahmen und Spenden wird in einem Vertrag zwischen Broadcaster und Twitch aufgeteilt und sorgt so für eine Belohnung der vielen Stunden an live produzierten Sendungen. Kanäle, die qualitativ hochwertig sind und kontinuierlich rund 500 Zuschauer gleichzeitig unterhalten können, bekommen von Twitch nämlich eine Partnerschaft angeboten. Das ist vergleichbar mit den Verträgen, die Youtube mit Video-Bloggern schließt. Partner von Twitch haben die Möglichkeit, durch ein von ihren Zuschauern bezahltes Abonnement beziehungsweise durch Werbepausen für Nicht-Abonnenten ihre Mühen in bares Geld zu verwandeln. Wenn ein Streamer regelmäßig live für spannende Spielszenen sorgt, seine Videoinhalte eine gute Audio- und Videoqualität aufweisen und er darüber hinaus charmant und witzig ist, sind 1.000 Abonnenten und mehr durchaus möglich – kontinuierliche Präsenz über einen langen Zeitraum vorausgesetzt.

Im Regelfall kann man davon ausgehen, dass der Abo-Beitrag eins zu eins aufgeteilt wird: Nach manchen Angaben gehen von 4,99 Euro Moantsgebühr 2,50 Euro an Twitch und 2,49 Euro an den Broadcaster. Wer rund 1.000 Abonnenten hält, kann also auf ein monatliches Einkommen von über 2.000 Euro kommen. Freiwillige Spenden von großzügigen Zuschauern sowie Einnahmen durch eingeblendete Werbespots wären ein weiteres, nicht zu verachtendes Zubrot. Ein Broadcaster, der namentlich nicht genannt werden möchte, gab an, alleine an einem Tag über 1.300 Euro durch mehr als 350 einzelne Spenden kassiert zu haben. Das sind im Schnitt rund 3,70 Euro pro Zuschauer. Die Strategie: Spendenbeträge können mit einer kurzen Botschaft versehen werden, »Trinkgelder« über zwei Euro werden oft live als Nachricht auf den Bildschirm gezaubert und vom Broadcaster vorgelesen. Häufig werden so auch Tipps zum Spiel übermittelt. Zuschauer und Streamer verschmelzen für einen kurzen Moment zu einem Team. Eine spannende Angelegenheit für die vielen anonymen Spender dieser Kleinstbeträge. Kleinvieh macht hier eben keinen Mist, sondern Programm.

Eine wichtige Einnahmequelle für prominente Streamer ist zudem das Sponsoring: Wer erst mal ein paar Tausend regelmäßige Zuschauer hat, wird auch interessant für Werbepartner. Dann spendiert etwa Nvidia die Rechnerhardware, wenn dafür das Logo des Grafikkarten-Herstellers eingeblendet wird. Auch manche Spielehersteller gehen direkt auf Streamer zu und heuern sie an, damit sie bestimmte Spiele zeigen. Das muss nichts Verwerfliches sein, viele Streamer schwören, dass sie selbst in gesponserten Beiträgen niemals lügen würden. Öffentlich machen müssen sie laut Twitch-Reglement aber nur Sponsorenverträge, die Twitch selbst vermittelt. Wenn Streamer eigene Deals einfädeln, rät ihnen die Plattform nur, sich an die Richtlinien der amerikanischen Handelskomission (Federal Trade Comission, FTC) zu halten, die Schleichwerbung untersagt. Ob sich die Broadcaster danach richten, bleibt aber ihnen überlassen.

GameStar auf Twitch

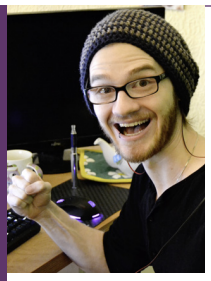
Natürlich gibt's auch GameStar auf Twitch. Jeden Donnerstagabend veranstaltet André Peschke mit wechselnden Gästen eine Feedback-Show (Bild), in der wir aktuelle Leserfragen beantworten – zur GameStar, zu Spielen und zu allem anderen. Zu wichtigen Spielethemen veranstalten wir überdies regelmäßig eigene Live-Fragerunden, zuletzt etwa zu Dragon Age: Inquisition und The Witcher 3. Reinschauen lohnt sich!

GameStar sucht Partner

allyance NETWORK

Wer einen Twitch-Kanal startet, kann Aufzeichnungen seiner Streams auch auf Youtube veröffentlichen – und dem allyance Network beitreten. Unser Partnernetzwerk ist aus dem Youtube-Kanal der GameStar hervorgegangen und zählt mit über 280 Kanälen (darunter PietSmiet) sowie über 100 Millionen Videoaufrufen bereits zu den größten deutschsprachigen Spiele-Netzwerken auf Youtube. Wir betreuen Kanäle, helfen ihnen bei der Vernetzung und gemeinsamen Projekten, lösen technische Probleme und kümmern uns um die Vermarktung. Weitere Infos gibt's unter www.jointheallyance.de, per Mail an info@jointheallyance.de oder telefonisch unter +49 (0)89 360 86 705.

Das Anschauen der Live-Kanäle ist kostenlos und eine Registrierung nicht zwingend erforderlich.



Interview mit ShroomzTV

Eigentlich studiert ShroomzTV Psychologie an einer deutschen Universität. Eigentlich, denn anstatt für Prüfungen zu büffeln oder in einer Vorlesung zu hocken, hat er ein Urlaubssemester eingelegt. Vor seinem Rechner wird er seitdem zum Entertainer. ShroomzTV, der stets unter seinem Pseudonym auftritt und auch uns gebeten hat, seinen echten Namen nicht zu veröffentlichen, überträgt seine Spiele-Sessions in DayZ, Arma 3 und H1Z1 über Twitch live ins Netz.

GameStar Wieso hast du eigentlich mit dem Streaming angefangen? Wurde dir das Spielen alleine zu langweilig?

ShroomzTV Das erste Mal war vor etwa drei Jahren. Ich habe an einem kleinen Starcraft-2-Turnier teilgenommen und einer meiner Freunde wollte mir dabei zuschauen. Später im Sommer habe ich begonnen, recht unregelmäßig meine Arena-Matches und gewerteten Battleground-Runden in World of Warcraft zu übertragen. Allerdings habe ich nach ein paar Monaten gemerkt, dass das Streaming von World of Warcraft absolut nicht meins ist, da mir die Zeit gefehlt hat, es ernst zu nehmen. Zudem gab der Content von WoW auch nicht wirklich viel her.

▶ Zum Glück kam dann DayZ ...

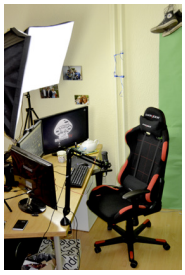
◀ Genau. Am 16. Dezember 2013 kam die Standalone-Version von DayZ raus, und nachdem ich es mir auf Twitch bei diversen Streamern angeschaut hatte, habe ich es mir selbst gekauft und einfach mal ausprobiert. Zu dieser Zeit habe ich viel mit den Leuten von 99Damage [einer Counter-Strike-Community, Anm. d. Red.] im Teamspeak geplaudert und irgendwann fragten die mich, ob ich denn nicht auch mal mein DayZ-Gameplay auf Twitch übertragen könnte. Sie wollten so auch entscheiden können, ob sie sich das Spiel kaufen möchten.

▶ Nun schauen dir mittlerweile täglich knapp über 1.000 Menschen gleichzeitig zu. Wie ist dein Kanal in anderthalb Jahren seit deinem Start so gewachsen?

◀ Wenn man – wie ich auch – großen Wert auf ein kontinuierliches Kanalwachstum legt, sollte man sich Strategien zurechtlegen, um eben dieses Ziel zu erreichen. Eine der größten Hürden dabei war es, den ersten Rang [auf Grundlage der internationalen Zuschauerzahlen, Anm. d. Red] in der Spiele-Kategorie auf Twitch zu erreichen und später auch zu halten. Die Nummer 1 bei einem bestimmten Spiel ist einfach nur magisch.

▶ Wieso?

◀ Wann immer sich ein neuer Zuschauer denkt: »Hey, das Spiel will ich mir mal anschauen«, klickt er in der Regel auf den Top-Streamer der jeweiligen Kategorie. Dadurch ist die Fluktuation von Zuschauern und dadurch die Wahrscheinlichkeit, dass mehr Leute auch länger zuschauen, wesentlich größer. Steigt die Zuschauerzahl, steigt auch die Glaubwürdigkeit. Nach dem Motto: »Der Kerl hat viele Zuschauer, der muss ja offensichtlich gut sein.«



Mit Pappmaschee und Rechenpower wird aus einem Zimmer in einer Studenten-WG ein kleines Sendestudio.

Das Online-Survivalspiel DayZ war für ShroomzTV der Durchbruch als »professioneller« Streamer.

▶ An welchem Punkt hast du dich entschieden, dein Studium zu Gunsten des Streamings zu pausieren?

◀ Der Prozess verlief relativ schleichend. Mit mehr Zuschauern und letztlich auch Followern und Abonnenten kam automatisch der Gedanke, dass ich dieses Hobby, welches mir nach wie vor unheimlich Spaß macht, gerne ausbauen möchte. Die Entscheidung für das Urlaubssemester kam aber erst mit der kompletten finanziellen Unabhängigkeit von meinen Eltern. Erst dann fühlte ich mich wirklich frei, diese Entscheidung guten Gewissens zu treffen.

▶ Das Streaming ist also nun dein Job?

◀ Noch ist es definitiv ein Hobby! Es macht unglaublich viel Spaß, die glorreichen Siege, aber auch die vernichtenden Niederlagen und all die »Fails« mit meinem Chat und den Zuschauern zu teilen. Es wird zusammen gelacht, getrauert und man neckt sich gegenseitig. Dazu muss ich aber auch sagen, dass ich lange nicht so viel Zeit und Mühe investieren könnte, wenn der finanzielle Aspekt nicht wäre. So erkläre ich das auch immer meinen Zuschauern. Wenn es ein reines Hobby wäre, könnte ich lange nicht so viel Zeit investieren und müsste wahrscheinlich jobben gehen.

Zuschauerzahlen egal?

Wie viel genau beim Streaming herumkommt, besonders durch die monatlichen Abogebühren, wird meist geheim gehalten. Wer plaudert, riskiert seine Partnerschaft – das lukrative Geschäft wäre dahin. Dennoch stellt der Diablo-3-Streamer Simon Morsch für sich klar: »Da ich nie um Zuschauerzahlen kämpfen musste und wollte, habe ich auch nie großen Wert auf Zahlen und Statistiken gelegt. Wichtiger als all diese Zahlen, war mir immer, dass meine Zuschauer da sind, weil sie mich und meinen Stream mögen.« Geld verdienen muss Morsch dann aber doch irgendwie, zum Beginn hielt er sich noch mit Erspartem über Wasser oder jobbte nebenbei. Er kann daher »nicht abstreiten, dass es wichtig ist, mit zunehmender Professionalität und steigendem Zeitaufwand bestimmte Zuschauerzahlen zu erreichen, da ich sonst logischerweise keinen Sinn mehr im Streaming sehen würde.« Während Florian Morsch die Unterstützung seiner Zuschauer sehr zu schätzen weiß und seine tägliche Motivation daraus zieht, hat es in der Vergangenheit jedoch auch bereits schwarze Schafe gegeben.

So hat der US-amerikanische Broadcaster Angel Hamilton alias ZilianOP unter anderem Spenden für einen neuen Rollstuhl erbeten, nur um wenige Wochen später scheinbar problemlos aus selbigem aufzustehen. Die Investitionskosten für den nicht benötigten Rollstuhl abgezogen, lag sein Gewinn im höheren, vierstelligen Bereich. Es schien offensichtlich, dass er seine angeblich schwere Gehbehinderung, die er sich bei einem Autounfall zugezogen haben soll, als Katalysator für mehr Spendeneinnahmen missbrauchte. Twitch quittierte dieses schändliche Vorgehen mit einem Ausschluss. Der Kanal wurde über Nacht geschlossen – die Einnahmequelle versiegte. Twitch bot den geprellten Zuschauern an, die von Hamilton unter dem Vorwand falscher Tatsachen erbettelten Spenden aus eigener Tasche zurückzuzahlen. Betrüger in Computerspielen nutzen also nicht immer zwangsläufig Wallhacks oder Aimbots.

Zum Glück gibt es auch Vorzeigebeispiele: Awesome Games Done Quick (gamesdonequick.com) ist eine gemeinnützige Aktion von Retro-Enthusiasten, die mindestens einmal jährlich einen Speedrun-Marathon veranstalten. Hier knacken wahre Könner ihre Lieblingsspiele in Rekordzeit – natürlich live zum Zuschauen auf Twitch. Sämtliche Spenden fließen in einen Topf und kommen einer sozialen Einrichtung oder Organisation zugute. Die Beträge, die dabei zusammen kommen, lassen selbst das üppigste Gehalt eines Twitch-Stars wie eine milde Gabe wirken: Über 1,3 Millionen Dollar nahmen die Veranstalter alleine schon in diesem Jahr für die Krebsforschung ein. Der nächste Marathon ist übrigens für den Sommer geplant. Das Geld soll dieses Mal an »Ärzte ohne Grenzen« gehen. Wie auch bei einzelnen Broadcastern kommentierten die Zuschauer im Chat das Spielgeschehen und feierten jede höher angesetzt Spende frenetisch. Vor allen Dingen aber sich selbst.

Foto: Irene Hahn

Christoph Klimmt, Kommunikationswissenschaftler: »Wer selbst spielt, entdeckt Meisterstücke – oder auch Fehler – der Spielenden, die anderen Zuschauern verborgen bleiben«.

Zwischen Kappa und Spam

Der Twitch-Chat ist Monster und Fundgrube für Heiterkeit sowie große Gefühle zugleich. Jeder Kanal hat seinen eigenen Chat, und jeder Broadcaster behandelt seine schreibenden Zuschauer anders. Manche haben offenbar aufgegeben. Jeder Zuschauer darf spammen und texten, wie ihm die Finger gewachsen sind. So kommt natürlich kein anständiges Gespräch zustande. Austausch hingegen sehr wohl: Spielszenen und vor allen Dingen jene, die das Scheitern des Streamers dokumentieren, werden mit ganz eigenen Begrifflichkeiten gehänselt. Das »Kappa« ist wohl die beliebteste davon. In den Chat getippt erzeugt der Begriff ein Emoticon. Zu sehen ist das feixende Konterfei eines ehemaligen Angestellten von Justin.tv namens Josh Kappa. Dies bekundet eine nicht ernst gemeinte Aussage, einen sarkastischen Gag des geschwätzigen Zuschauers. Im Klartext: »Schaut mal, was ich im Grunde Sinnloses zu sagen habe, ganz erst gemeint war das gerade nicht.« Das Kappa-Emoticon ist omnipräsent. Twitch-Chats sind voll davon. Ein Meer von Trollen, das bisweilen bizarre Ausmaße annimmt – oder sogar gefährliche. Beispielsweise stürmte im Februar 2015 ein SWAT-Team die Wohnung des Broadcasters Joshua Peters, während der gerade vor 60.000 Zuschauern live das Online-Rollenspiel Runescape spielte. Schuld am Polizeieinsatz waren Zuschauer, die in Peters' Namen einen falschen Notruf abgesetzt hatten. Dieser ekelhafte Scherz – das sogenannte »Swatting« – war möglich, da Peters private Details aus Versehen im Liveprogramm gezeigt hatte.

Emoticons sind da natürlich harmloser – und beliebter. Broadcaster, die am Partnerprogramm teilnehmen dürfen, können sich eigene Emoticons für ihren Chat erstellen. Das ist unter den Abonnenten der absolute Renner, eine Art Auszeichnung, ja, ein Alleinstellungsmerkmal, denn diese Emoticons können von den Subscribern (das gebräuchlichere Wort für Abonnenten) auch in den Chaträumen anderer Streamer in den Chat getippt werden. Damit wird unterschwellig kundgetan: Sehr her, ich bin ein getreuer Subscriber von Broadcaster So-und-so. Der Kreativität des Streamers sind hier kein Grenzen gesetzt: Ist der Kanal ein Partner von Twitch, kann er seinen Zuschauern weitere Emoticons zur Verfügung stellen. Damit lässt sich das Spielgeschehen noch bildlicher kommentieren. Das wirkt wie in einem Sticker-Album: ein farbenfrohes Sammelsurium. Treiben es die Zuschauer jedoch zu bunt, wird der Chatroom moderiert. In diesem sogenannten Sub-only-Modus können sich dann nur noch Abonnenten unterhalten. Das erleichtert das Lesen ungemein, Fragen können wieder gestellt werden – es entsteht wieder ein konstruktiver Dialog. Für die Broadcaster, die Wert auf einen gepflegten Plausch legen, ist das ein gutes Feature. Diablo-3-Streamer Simon Morsch ist um seinen Chat bemüht: »Generell versuche ich, möglichst alle aufkommenden Fragen im Chat zu beantworten. Je nach Zuschauerzahlen muss ich aber auch ein wenig filtern. Ich möchte meinen Stammzuschauern, die mir jeden Tag bis zu mehreren Stunden zuschauen, tendenziell mehr Aufmerksamkeit zukommen lassen als denen, die nur für eine schnelle Frage in meinen Kanal kommen.«

Auszeit für Härtefälle

Broadcaster können zudem renitenten Störenfriede mit wenigen Klicks eine Auszeit verpassen. Während solche Kicks und Bans von Zuschauern sowie der Totalausschluss von Betrügern wie ZilianOP allseits auf Zustimmung und Verständnis stoßen, sind die Regeln von Twitch nicht ganz so eindeutig. Twitch, wie auch andere Plattformen wie beispielsweise Youtube, setzt klare Richtlinien, welches Material man übertragen darf und welches nicht. So ist es den Anbietern der Streaming-Plattform ein Dorn im Auge, wenn ein Broadcaster zu leicht bekleidet vor die Kamera tritt oder gar Material überträgt, dass pornografische Inhalte zeigt. Allerdings gibt es noch folgende, schwammige Regelung in den Terms of Services, also den Nutzungsbedingugen: »Twitch behält sich das Recht vor, ohne vorherige Ankündigung und nach eigenem Ermessen, Ihre Lizenz zur Nutzung der Twitch-Services zu kündigen, inklusive der Möglichkeit Inhalt zu verfassen und zu broadcasten. Ferner darf Twitch Sie blockieren oder Ihnen künftig den Zugang sowie die Nutzung der Twitch-Services verwehren.« Zwar haben auch andere Dienste eine ähnliche Klausel –

Simon Koschel, Twitch: »Ob Profi oder als Gelegenheitsspieler: Wir möchten allen Community-Mitgliedern zum Erfolg verhelfen.«

da bei Twitch jedoch das Partnerschaftsprogramm bei betreffenden Broadcastern keinen speziellen Schutz garantiert, ist dieses Hintertürchen nicht ohne Brisanz. Besonders, da es für Twitch keinen ernstzunehmenden Konkurrenten gibt. Der letzte – Own3D.tv – ging Anfang 2013 pleite. In der Vergangenheit ist es auch schon zu Missverständnissen gekommen, als Broadcaster für teils mehrere Tage gesperrt wurden. Für jemanden, der eine gewisse Größe erreicht hat und daraus seinen Lebensunterhalt bestreitet, keine ungefährliche Angelegenheit. Mit Ausnahme von schwerwiegenden Verstößen gegen die Nutzungsbedingungen konnten diese Missverständnisse jedoch bisher geklärt werden – soweit diese öffentlich kommuniziert wurden.

Spiele auf Twitch live zu übertragen, bleibt dennoch eine spannende Sache – für Zuschauer und Broadcaster. Ein ernstzunehmender, finanzieller Erfolg stellt sich allerdings nur bei den Wenigsten ein, und noch viel weniger Streamer kassieren durch ihre stundenlangen Darbietungen ein Vermögen. In jedem Falle gilt: Das Teilen von Videospielinhalten zeigt auch im Web verstärkte Anzeichen von einem sozialen Event. Spiele sind längst keine Alleinunterhaltung mehr, sie entwickeln sich zu einem Massenphänomen. Dieser Trend wird zunehmen. Die Zeiten, in denen Spieler als einsame Nerds im Mütterchens Keller galten, sind wohl bald endgültig vorbei. Markus Fasse / GR

Im GameStar-Stream beantworten unsere beiden Michaels Zuschauerfragen zu The Witcher 3.