

Zweiter erfolgreicher Eyes & Ears eSports Day im XPERION in Köln

Köln, 16. Juli 2021: eSports ist schon längst kein Nischenthema mehr. Nach dem erfolgreichen Auftakt im vergangenen Jahr fand nun der zweite Eyes & Ears eSports Day wieder live und digital aus dem XPERION in Köln statt. In dem Livestream aus der SATURN eArena beleuchteten diverse Speaker das mediale Phänomen eSports. Moderiert wurde die Veranstaltung von Brand Ambassador der ABB FIA Formula E, Jennifer Becks. Corinna Kamphausen, CEO von Eyes & Ears Europe, begrüßte die Teilnehmer und dankte vor allem dem Veranstaltungspartner, der KölnBusiness Wirtschaftsförderung GmbH.



Corinna Kamphausen, CEO, Eyes & Ears of Europe beim „Get Together“ und Moderatorin Jennifer Becks [v.l.n.r.]

Aufgrund der internationalen Teilnehmer:innen aus Deutschland, Schweiz, Frankreich, Großbritannien, Griechenland und den USA fand der eSports Day in englischer Sprache statt.

Dr. Tobias M. Scholz, Akademischer Rat am Lehrstuhl für Personalmanagement und Organisation der Universität Siegen beleuchtete zunächst aus wissenschaftlicher Sicht das mediale Phänomen eSports und die Implikationen für die digitale Gesellschaft mit all ihrer Faszination aber auch gewissen Risiken.

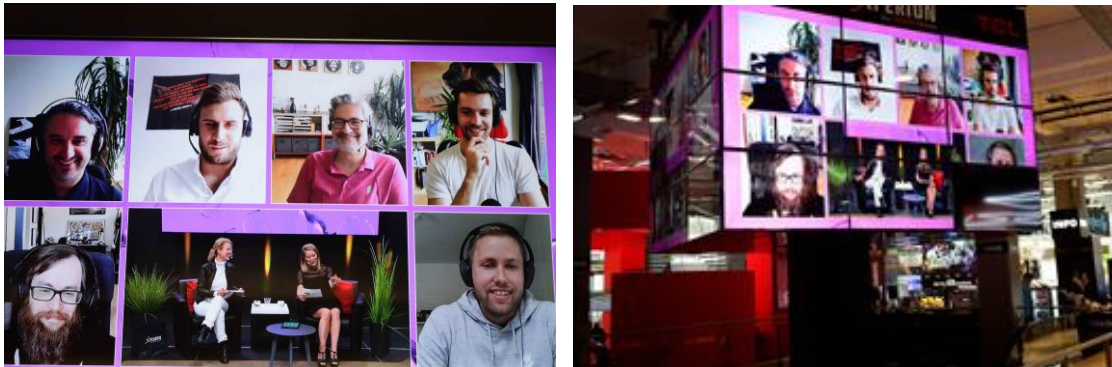
Benny Eichelmann, Director Global Brand Partnerships esl, erläuterte – in Vertretung von Kollege Christopher Flato – die eSports-Turnierlandschaft und die Entwicklung von dem ersten zum zweiten eSports Day in Zeiten der Pandemie, wo zuvor noch Gamer persönlich aus aller Welt von Polen bis Australien zusammenkommen konnten. Die Spielleidenschaft sei aber weiterhin ungetrübt und eSports entwickle sich immer mehr zu einer Mainstream-Sportart. Mittlerweile lasse sich damit auch gutes Geld verdienen, wenn man es professionell betreibe. Und wie auch bei allen internationalen Großveranstaltungen hoffe man auch bald, wieder alle Gamer:innen physisch treffen und versammeln zu können.

Dass auch Fußballvereine ihre Leidenschaft aber auch das Business mit eSports entdeckt haben, erklärte **Simon Stöcker, Unternehmensentwicklung & E-Sports, Projektmanager E-Sports 1. FC Köln**. Seit nunmehr drei Jahren erreicht der 1. FC Köln mit seinem Engagement in eSports eine neue Zielgruppe, insbesondere in den Bereichen Marketing, Merchandise sowie mit einem FC (#effzeh) Charity Cup. Als erster Bundesligaverein organisiert der FC ein eSports Charity Event und integriert dieses erfolgreich in seine Unternehmenskultur.

Nach einem kurzen Break erläuterte **Evangelos Papathanassiou, Co-Founder esports player foundation, Berlin**, in welchen Bereichen sich eSports und Marketing verbinden lassen, z.B. von Gaming Boxspringbetten zu Bade- oder Sportkleidung. Eine Diskussion am Rande entfachte sich zu dem Thema, dass Frauen in der eSportsWelt noch immer unterrepräsentiert seien oder sich gar hinter männlichen Spielfiguren "verstecken" müssten. Da sei wohl noch "Luft nach oben".

Marius Loewe, Vorsitzender des Vorstandes des eSports Cologne e.V. & 1. Vizepräsident beim Landes-E-Sport-Verband Nordrhein-Westfalen e.V. (e-sport.nrw) & Student an der Deutschen Sporthochschule, gab einen Einblick in die aktuellen Trends und in die Teams von eSports Cologne u.a. mit ihrem Aufbau, Organisation und Training. Der Titel „From 10 to 100 and beyond“, beschreibe dabei die rasant steigende Teilnehmerzahl und den Boom in der eSports-Branche. Jede:r sei willkommen. Allen gemeinsam sei aber die Leidenschaft und Begeisterung, auch wenn es mal zu einer 70-80 Stunden Woche kommen könne.

Henrik Nyhuis, Head of eSports at Seven.One Sports, Unterföhring – in Vertretung von Stefan Zant – zeigte anschließend nicht nur wie eSports im TV, sondern auch das gesamte “Ökosystem” von ProSiebenSat.1 von digitaler Ausstrahlung, Podcasts, eigenen Events wie dem DFB EPOKAL sowie Partnerschaften mit beispielsweise der esl funktioniert. Die Hauptzielgruppe sei dabei aber immer noch männlich mit 84% und zu 40% unter 24.



Abschlusspanel: Benny Eichelmann, Simon Stöcker, Evangelos Papathanassiou, Marius Loewe, Dr. Tobias Scholz, Corinna Kamphausen, Jennifer Becks und Henrik Nyhuis [v.l.n.r.]

Im Abschlusspanel trafen sich dann alle Speaker, um aktuelle Fragen, auch aus dem Publikum und dem Chat wie z.B. zu Fairness und Fairplay zu diskutieren.

Fazit ist, dass eSports nicht mehr (aus der Medienlandschaft) wegzudenken ist. Die eSports Branche bringt auch gerade in Zeiten der Pandemie die Menschen international zusammen, breitet sich immer weiter aus, boomt und ist mittlerweile so etabliert, dass man sicher sein kann, sich im nächsten Jahr wiederzusehen und hoffentlich dann auch physisch wieder zu treffen, – bestenfalls beim dritten Eyes & Ears eSports Day...

Hier geht es zur Fotogalerie zum eSportsDay:

<https://www.facebook.com/media/set/?vanity=EEOFE&set=a.4284567671565588>

© Eyes & Ears of Europe/Dirk Borm

Weitere Informationen finden Sie hier: <https://eefe.org/de/2021/eSports>

Eyes & Ears of Europe bedankt sich bei:

VERANSTALTUNGSPARTNER:

Köln Business Wirtschaftsförderung GmbH

MEDIENPARTNER

MEEDIA, GAMESMARKT

Eyes & Ears of Europe – Vereinigung für Design, Promotion und Marketing der audiovisuellen Medien e.V.

Mozartstr. 3-5, D-50674 Köln

Tel.: +49 (221) 606057-16, Fax: +49 (221) 606057-11,

Ansprechpartnerin Miriam Sommer,

Mail: miriam.sommer@eefe.org

Eyes & Ears of Europe ist die Vereinigung für Design, Promotion und Marketing der audiovisuellen Medien. Seit über 20 Jahren vernetzen wir all diejenigen, die sich mit der strategischen Planung, Kreation, Umsetzung und Steuerung audiovisueller Kommunikation befassen.