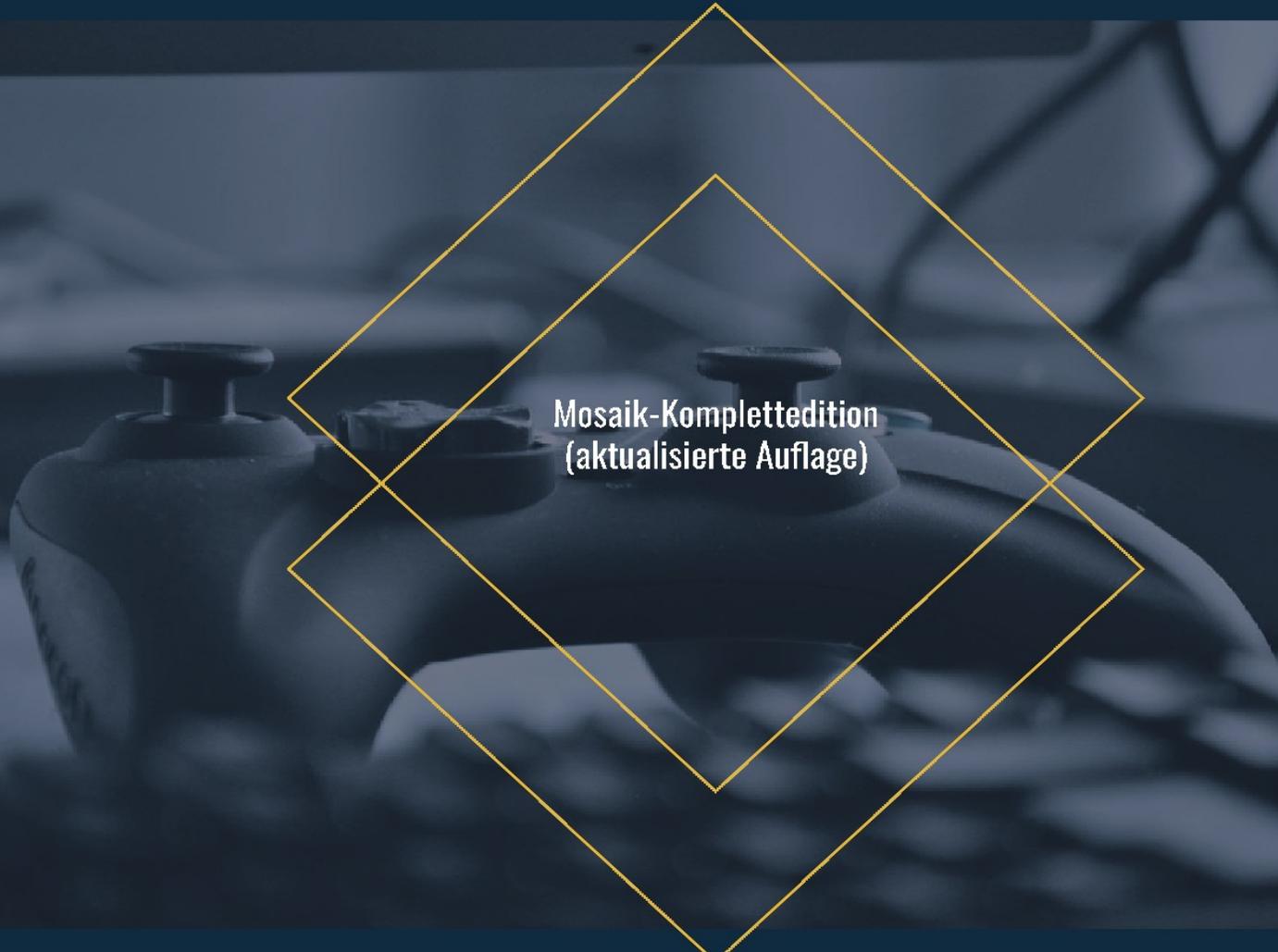


TIMO SCHÖBER

# E-SPORT SAMMLUNG 2.0

The image shows two black video game controllers resting on a keyboard. A large, semi-transparent diamond shape is overlaid on the controllers. The text 'Mosaik-Kompletteition (aktualisierte Auflage)' is centered within this diamond.

Mosaik-Kompletteition  
(aktualisierte Auflage)

Timo Schöber

**E-Sport Sammlung 2.0**

*Mosaik-Kompletteition  
(aktualisierte Auflage)*

© 2022 Timo Schöber

ISBN Softcover: 978-3-347-72238-5

ISBN Hardcover: 978-3-347-72240-8

ISBN E-Book: 978-3-347-72241-5

Druck und Distribution im Auftrag des Autors:

tredition GmbH, Halenreihe 40-44, 22359 Hamburg, Germany

Das Werk, einschließlich seiner Teile, ist urheberrechtlich geschützt. Für die Inhalte ist der Autor verantwortlich. Jede Verwertung ist ohne seine Zustimmung unzulässig. Die Publikation und Verbreitung erfolgen im Auftrag des Autors, zu erreichen unter: tredition GmbH, Abteilung "Impressumservice", Halenreihe 40-44, 22359 Hamburg, Deutschland.

E-Sport Sammlung (Kompletteedition), aktualisierte Fassung  
(September 2022)

(Änderungen in rot sind als Meinungsäußerung zu verstehen. Fehler  
und Irrtümer vorbehalten, da relativ schnell erstellt.)

# Inhaltsverzeichnis

- 1 Vorwort
- 2 Pressemitteilung: Personelle Veränderung bei Esportpedia
- 3 Pressemitteilung: aimTalk – Der neue Podcast zum Thema E-Sport
- 4 Fortnite und sein Erfolg: Übersicht, Erklärung und Klage in den USA
- 5 Schleswig-Holstein: Blaupause des Landes-eSports
- 6 Ankündigung auf LinkedIn
- 7 Ankündigung auf LinkedIn (2)
- 8 Ankündigung auf LinkedIn (3)
- 9 Ankündigung auf LinkedIn (4)

Beigefügt:

eSports Mosaik

eSports Mosaik 2

eSports Mosaik 3

Abschlusskapitel

*eSports beschreibt das  
wettbewerbsorientierte Spielen von  
Videogames unter sportlichen Aspekten auf  
Computern, Konsolen oder Smartphones*

*Timo Schöber*

# 1 Vorwort

Nun ist also der Zeitpunkt gekommen. Dies ist mein letztes Buch und die zweite sowie letzte Version (weitere/neue Versionen unter meiner Beteiligung wird es nicht geben) dieses Buches (Stand 04.09.2022). In der Vergangenheit durfte ich 15 Bücher als Autor schreiben, zu ganz unterschiedlichen Themen, insbesondere Philosophie, Religion, Lyrik, Politik und E-Sport. Hier habe ich auch Herausgeberaufgaben wahrgenommen. 6 weitere Bücher habe ich als Co-Autor geschrieben, wobei ich bei allen dieser Bücher auch Herausgeberaufgaben und bei vier dieser Bücher die Projektleitung wahrgenommen habe.

Die Bücher finden sich im Folgenden (Stand 11.05.2022, weitere/neue Versionen unter meiner Beteiligung wird es nicht geben und es gibt jeweils nur eine Version):

- **Der Verneinung der Welt** (2022), tredition
  - Entwicklung, Evaluierung und Implementierung eines Bewerbermanagementsystems und Tools der E-Rekrutierung (2022), tredition
  - eSports Mosaik 3: Der Einführung dritter Teil (2022), Flying Kiwi Media
  - Esportpedia: Breitensport im E-Sport (2022), Meyer & Meyer Verlag
  - Esportpedia: E-Sport und Journalismus (2022), Meyer & Meyer Verlag
  - E-Sport Radar (2021), Meyer & Meyer Verlag
  - eSports Library (2021), Flying Kiwi Media

- eSports Mosaik 2: Der Einführung zweiter Teil (2021), Flying Kiwi Media
- Zero2Hero: Der Weg zum E-Sport Profi (2021), HEEL Verlag
- Esportpedia: E-Sport auf Landesebene (2021), Meyer & Meyer Verlag
- Esportpedia: Athleten im E-Sport (2021), Meyer & Meyer Verlag
- Geblogtes Wissen (2020), BoD
- eSports Mosaik: Einführung in die vielfältigen Aspekte des eSports (2020), Flying Kiwi Media
- eSports Leitfaden 2020 (2020), Flying Kiwi Media
- eSports in Gesellschaft und Politik (2020), Flying Kiwi Media
- **Matthaeus 6: 19-21** (2019), BoD
- Buch, veröffentlicht unter Pseudonym (2019)
- **Bildschirm-Athleten** (2018), BoD
- Das hypothetische Weltgericht im Jetzt (2017), BoD
- Himmlisch kleiner Schein (2017), BoD
- **Gedanken eines Rastlosen** (2010), BoD

Die vier für mich wichtigsten Bücher habe ich fett markiert. Diese sind mit Abstand meine Hauptwerke und werden es auch bleiben. Die wirklich wichtigen und wahren Informationen von und über mich findet man dort – und nur dort, und auch das wird so bleiben.

Mit diesem Buch finde ich einen Abschluss in vielerlei Hinsicht. Ich hatte in den vergangenen Jahren viele tolle Projekte und sehr viel Öffentlichkeit. Beides möchte ich nicht mehr. Ich möchte im Hintergrund arbeiten. Ich möchte nur noch 2-3 Tätigkeiten wahrnehmen, nicht mehr. Ich möchte reduzieren und habe dies auch. Es wird generell nichts „Öffentliches“ von mir mehr geben, auch keine Gastbeiträge. Dementsprechend ist alles, was man öffentlich „von mir“ oder über mich finden mag, mit Vorsicht zu genießen – denn leider musste ich die Erfahrung machen, dass

kritische Stimmen wie ich mit Rufmord, Identitätsdiebstahl und anderem rechnen müssen.

Dieses Buch soll eine abschließende Quelle sein, für all jene, die sich mit dem elektronischen Sport befassen möchten. Dabei werden die Bücher „eSports Mosaik“ in den Ausgaben 1 bis 3 beigelegt (mit Erlaubnis des Verlages und von mir). Darüber hinaus wird das Buch um zusätzliche Inhalte erweitert.

Ich wünsche Ihnen und Euch viel Spaß beim Lesen. Macht es gut!

(Nachträgliche Anmerkung: Ich habe mich fast vollständig aus dem E-Sport zurückgezogen und konzentriere mich beruflich seit einiger Zeit wieder ausschließlich primär auf das Schreiben, die Forschung und das Personalwesen. E-Sport und auch Gaming waren für mich immer „nur“ Ehrenamt, Hobby und Nebenberuf. Das mit Abstand meiste im E-Sport habe ich ehrenamtlich gemacht. Mein Rückzug ist auch an Aufträgen ablesbar, die ich abgelehnt und teilweise weitervermittelt habe – und zwar unentgeltlich, also ohne Gebühr oder Ähnliches – etwa einen Auftrag für zwei Lehrhefte für die IU Internationale Hochschule (einmal direkt und einmal indirekt vermittelt an Jana Möglich), einen Auftrag für zwei Lehrhefte für die Euro-FH Europäische Fernhochschule Hamburg (vermittelt an Skillshot Consulting), einen Lehrauftrag an der Hochschule für angewandtes Management und einen Beratungsauftrag für die EHIP - Hochschule für Innovation und Perspektive sowie einen Auftrag als Experte für den Gesundheitschannel der AOK. Einen weiteren Auftrag, den ich für die IU Internationale Hochschule hätte machen sollen, habe ich im Nachgang abgesagt, primär aus gesundheitlichen Gründen. Das war der einzige Auftrag während meiner E-Sport-Zeit, den ich angenommen aber nicht abgeschlossen habe. Einen weiteren angenommenen Auftrag hatte ich erfolgreich

weitermittelt. Aber auch diesen Auftrag (IU) habe ich als Weitervermittlung bereits angebahnt, da mir wichtig ist, dass Aufträge erledigt werden.)

(Es wird keine weiteren Veröffentlichungen, etc. von mir geben, es sei denn, diese sind so verifizierbar/sicherbar, dass sie zu 100% fälschungssicher sind.)

(Im E-Sport und Gaming ärgert es mich generell, dass man fast ständig Dingen hinterherrennen muss, die gar nicht zum eigentlichen Aufgabengebiet gehören.)

## **2 Pressemitteilung: Personelle Veränderung bei Esportpedia**

Co-Gründer Schaetzke und E-Sport-Enzyklopädie gehen getrennte Wege

Flensburg und Berlin, 19.04.2022

Vor dem Hintergrund des exponentiellen Wachstums des E-Sports hatten sich Timo Schöber und Andreas Schaetzke im Jahr 2018 das Ziel gesetzt, eine Enzyklopädie zum E-Sport ins Leben zu rufen. Diese sollte fundiert, (populär)wissenschaftlich und ganzheitlich arbeiten sowie das Thema E-Sport umfassend behandeln. Entstanden ist hieraus die Esportpedia, die erste analoge E-Sport Enzyklopädie der Welt.

Bisher umfasst das Projekt vier Bücher. Dabei sind unterschiedliche Autoren am Projekt beteiligt. Dies reicht von Professoren in den Bereichen Marketing und Spielwissenschaften, über Geschäftsführer von E-Sport Organisationen und Szenekenner, bis hin zu Spezialisten wie promovierten Rechts- und Sportwissenschaftlern. Thematisch sind gegenwärtig die Felder Athleten, Breitensport, Landesebene und Journalismus behandelt worden.

Die Bücher erscheinen beim Meyer & Meyer Verlag, der als renommiertester Sportverlag der deutsch- und englischsprachigen Welt gilt. Der Verlag hat rund 2.000 Buchtitel im Sortiment und veröffentlicht in 20 Sprachen.

Im Gründerteam waren die Aufgaben klar verteilt. Timo Schöber fungiert als schriftstellerischer und akademischer Leiter und zeichnet

sich für die Buchqualität verantwortlich, während Andreas Schaetzke für die kaufmännischen Belange und das Marketing des Projekts zuständig gewesen ist.

Andreas Schaetzke, unter anderem CEO von PENTA, wird das Projekt mit sofortiger Wirkung verlassen. Die genauen Hintergründe sind interner Natur, aber die Co-Gründer gehen im Guten auseinander.

Timo Schöber, Co-Gründer des Projekts, äußert sich zur personellen Umstrukturierung wie folgt:

„Die Esportpedia hat sich gerade in den Jahren 2021 und 2022 mit gleich zwei Doppelveröffentlichungen prima entwickelt. Auf Buch- und Autorensseite hat sich also einiges getan. Darüber hinaus umfasst das Autoren- und Projektteam inzwischen 15 Personen, sodass sich auch hier viel bewegt hat.

Andreas und ich haben gemeinsam die Ideen für eine analoge Enzyklopädie entwickelt. Ich wünsche ihm daher viel Erfolg bei seinen neuen Aufgaben und Unternehmungen.

Ob und wie es mit der Esportpedia weitergehen wird, entscheidet sich in den kommenden Wochen. Hier stehen Gespräche mit dem Verlag an. Hinsichtlich kaufmännischer Projektaufgaben sind Nacharbeiten zu leisten, ebenso ist ein fast fertiggestelltes Buchprojekt zu besprechen. Da sich mein Zeitkontingent in Grenzen hält, ist daher eine Prognose zum Projekt nach gegenwärtigem Stand noch nicht möglich.

Vielen Dank an alle Autoren und das Projektteam für die spannende Zeit und die Zusammenarbeit.“

Für das Jahr 2023 ist die Veröffentlichung eines Marketingbuches im Rahmen der Esportpedia geplant.

(Nachträgliche Anmerkung: Leider sind von Seiten meines Projektpartners diverse Arbeiten nicht erledigt worden, die seine Aufgabe gewesen wären. Insgesamt muss ich sagen, dass ich rückwirkend weder mit ihm noch mit PENTA oder KAYDEE zusammengearbeitet hätte, wenn ich alle Informationen gehabt hätte, die ich inzwischen habe. Auch im Generellen würde ich für niemanden in der E-Sport-Szene meine Hand ins Feuer legen. Wenn ich beispielsweise an Kiel denke, dann denke ich häufig an Unwahrheiten, Seilschaften und Vetternwirtschaft, so zumindest der Eindruck, den ich von vielen Vorgängen dort habe – und das schon seit Langem. Ein anderes Beispiel sind Personen aus Berlin, die beispielsweise Unwahrheiten über mich verbreiten und sehr laut sind, obwohl sie auf mich jetzt nicht den Eindruck machen, dass sie über großartige Kompetenzen verfügen. Ein anderes Beispiel ist eine Flensburger Agentur, für die ich tätig gewesen bin und für die ich im Nachhinein nicht hätte arbeiten sollen. Leider falle auch ich manchmal auf Blendwerk herein.)

(Kaufmännische Aspekte, Verträge, etc. waren bei Esportpedia nicht meine Aufgabe. Ich war für die Erstellung der Bücher zuständig, was ich auch ordnungsgemäß erledigt habe.)

(Auch hinsichtlich des Buches Zero2Hero distanzieren mich von dem Projektpartner A. S., bei dem er auch nicht wirklich etwas gemacht hat, außer häufig leere Versprechungen und leere Aussagen. Ich distanzieren mich daher generell von ihm, PENTA, KAYDEE und PENTA 1860. Beim Zero2Hero Projekt ist man – soweit für mich nachvollziehbar – zu mir zumindest finanziell weitestgehend fair gewesen.)

(Persönlich habe ich, trotz der Veröffentlichung von vier Büchern, keinen Euro mit Esportpedia verdient. Was für mich insofern OK ist, als dass mir Geld egal ist. Sauber von Seiten des Projektpartners ist dies aber nicht. Bei Weitem nicht.)

(Aber auch von Projektpartnern, die nicht unbedingt direkt in der E-Sport-Szene zu verorten sind, hätte ich mir häufig bessere, schnellere und zuverlässigere Unterstützung gewünscht. Vor allem auch, wenn es um die Einhaltung von Absprachen und die Erfüllung von Aufgaben geht.)

### **3 Pressemitteilung: aimTalk – Der neue Podcast zum Thema E-Sport**

Gründung von aimTalk durch Phillip Ebben und Timo Schöber

Flensburg/Süderbrarup, 30.08.2020

Die Landschaft der deutschen E-Sport Medien ist um eine Attraktion reicher. Mit aimTalk erblickt ein neuer Podcast das Licht der Welt, der seinen Fokus zu einhundert Prozent auf das Thema E-Sport legt.

Gezielt. Informativ. Kritisch.

Der Podcast wird sich mit einer Vielzahl von Themengebieten zum E-Sport beschäftigen. Dazu werden Gäste eingeladen, mit denen man nicht nur Interviews, sondern auch konstruktive Debatten führen möchte. Daher auch der Name: Es werden gezielt Themen behandelt, die kritisch beleuchtet und informativ aufbereitet werden.

Das Podcast-Team besteht aus Phillip Ebben und Timo Schöber:

Phillip Ebben

- IT-Verantwortlicher beim PARITÄTISCHEN Wohlfahrtsverband Schleswig-Holstein e.V.

- Technischer Leiter des eSports Nord e.V.
- Digitalisierungsexperte
- IT-Berater und -Experte

Timo Schöber

- Autor von Sachbüchern, Gastartikeln und wissenschaftlichen Papern
- Leiter der E-Sport Denkfabrik Esportionary
- Dozent an zwei Hochschulen
- Kommunikationsleiter des eSports Nord e.V.

Ziel ist es, mit dem Podcast eine Plattform zu bieten, die sich nicht scheut kontroverse Themen zu behandeln und Diskussionen im Bereich E-Sport in Deutschland anzuregen.

Das beinhaltet neben allgemeinem E-Sport Content auch solchen, der sich mit Politik, Wissenschaft und teilweise schwierigen Gemengelagen in E-Sport Deutschland beschäftigt.

Timo Schöber freut sich auf das neue Projekt:

„Podcasts sind eine tolle Möglichkeit, um Themen im E-Sport zu platzieren. Wer mich kennt, der weiß, dass ich mich nicht scheue auch kritische und kontroverse Themen anzusprechen. Offen, konstruktiv und wenn es sein muss auch mit einer gewissen Deutlichkeit.

Mit Phillip habe ich jemanden an der Seite, der im E-Sport Bereich schon ein richtiger Kumpel geworden ist. Daher freue ich mich auf die kommende Zeit auch in dieser Hinsicht.“

Auch Phillip Ebben blickt positiv in die Zukunft:

„Es gibt noch nicht so viele Podcasts da draußen, die sich nur auf E-Sport konzentrieren – und die wenigen Podcasts, von denen mehrere äußerst gut sind, möchten wir gerne mit unserem Angebot ergänzen. Dabei gilt es auch ab und an mal den Finger in die Wunde zu legen.

Besonders freue ich mich mit Timo gemeinsam das Projekt starten zu können. Seine Expertise spricht für sich und uns verbindet ein freundschaftliches Verhältnis. Daher freue auch ich mich auf die Zukunft mit dem Podcast.“

Der Podcast hat sich auch zum Ziel gesetzt, dass jeder daran partizipieren kann. Daher ist man offen für Themenvorschläge und auch Gäste. Wer gerne dabei sein möchte kann sich an [info@aimtalk.de](mailto:info@aimtalk.de) wenden.

Eine neue aimTalk-Ausgabe wird alle zwei Wochen an einem Montag erscheinen. Da beide Gründungsmitglieder voll berufstätig sind und es sich um ein kostenloses Angebot handelt, kann es aber durchaus passieren, dass (nicht oft!) mal eine Folge ausfallen muss.

Das Projekt ist langfristig angelegt und erste Gäste sind bereits eingeladen. Starten wird das Ganze mit einem kurzen Vorstellungspodcast am 30.08.2020.

## **4 Fortnite und sein Erfolg: Übersicht, Erklärung und Klage in den USA**

unveröffentlicht

Das Battle Royale-Spiel Fortnite gehört zu den mit Abstand erfolgreichsten Videospiele der letzten Jahre. Dieser Erfolg ist gut messbar: Über 1,6 Milliarden Euro Umsatz im Jahr 2019 und mehr als 350 Millionen Spieler. Auch im E-Sport, der wettbewerbsorientierten Form des Gamings, ist Fortnite nicht nur angekommen, sondern durchgestartet. Das Spiel ist zwar erst Mitte 2017 erschienen, gehört aber mit rund 107 Millionen US-Dollar bereits zu den Top 3 Spielen im E-Sport, wenn es nach ausgeschütteten Preisgeldern geht. Damit hat Fortnite E-Sport-Giganten wie League of Legends (LoL) und StarCraft II überholt, die beide deutlich länger am Markt sind.

Warum ist Fortnite aber so erfolgreich, wo viele andere Spiele ähnlichen Prinzips gescheitert sind? Und warum sehen US-amerikanische Verbraucherschützer hier ein großes Risiko für Kinder?

### Die Spielmechanik von Fortnite

Das Videospiele gehört zum sogenannten Battle Royale Genre. Eine Vielzahl von Spielern landet mit einem Fallschirm auf einer Insel. Hier liegen zufällig verstreut Gegenstände, beispielsweise Waffen, Rüstungen und Heilungspakete. Darüber hinaus können in Fortnite Rohstoffe abgebaut werden, um damit Strukturen und Konstruktionen zu errichten, um zum Beispiel Hindernisse zu überwinden oder sich zu schützen.

Das Spielziel von Fortnite ist es, als letzter Spieler zu überleben und auf diese Weise einen „epischen Sieg“ zu erringen. Die Kämpfe auf der Insel werden dabei zunehmend intensiver. Die bespielbare Karte wird nämlich in festgelegten Intervallen kleiner, weil ein giftiger Nebel auftaucht.

Free-to-Play (F2P): Kostenlos und trotzdem gewinnbringend

Grundsätzlich kann Fortnite kostenlos heruntergeladen, installiert und gespielt werden. Es handelt sich also um ein F2P-Spiel. Dieses Geschäftsmodell ist inzwischen durchaus beliebt in der Videospiegelindustrie. Epic Games, der Publisher von Fortnite befindet sich hier in guter Gesellschaft. Denn auch Publisher wie Hi-Rez, Blizzard Entertainment, Valve und Riot Games setzen bei vielen ihrer Titel auf F2P-Modelle.

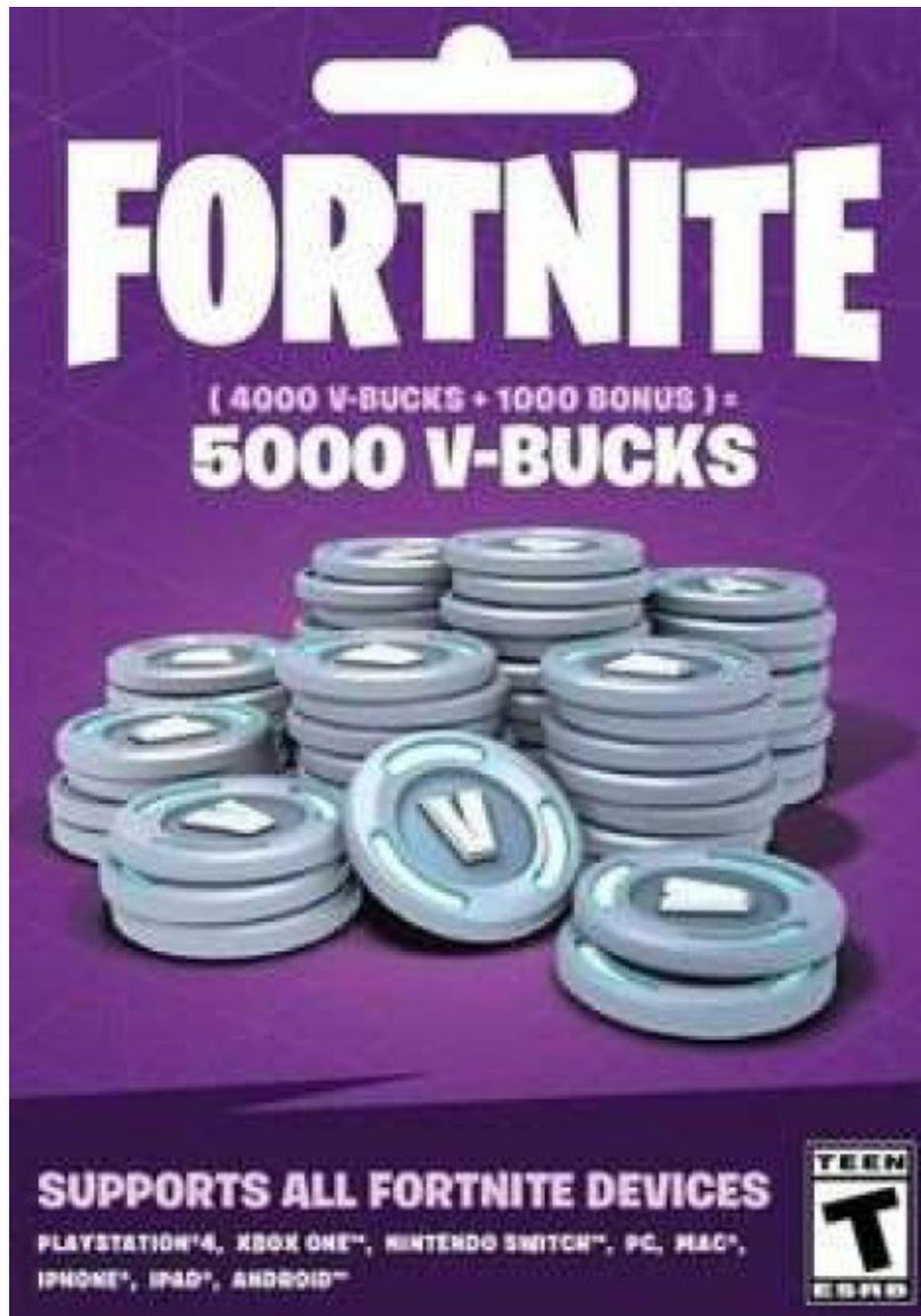
Allerdings sind Publisher keine gemeinnützigen Organisationen, sondern sie wollen Geld verdienen. Bei F2P-Video-spielen geschieht dies in der Regel über sogenannte Mikrotransaktionen. Spieler können in einem Ingame-Shop virtuelle Gegenstände erwerben. Diese sind zumeist rein kosmetischer Natur. Man wird also nicht besser, wenn man etwas kauft, sondern verändert nur das Aussehen. Diese kosmetischen Veränderungen betreffen etwa die eigene Spielfigur, den Avatar, der durch Skins (Uniformen) verändert werden kann. Aber auch das Aussehen von Waffen oder dem Fallschirm (Gleiter), mit dem man auf der Insel landet, sind beispielsweise veränderbar.

Wenn aber mehrere Publisher mit so einem Geschäftsmodell arbeiten, warum ist Fortnite besonders erfolgreich?

Geschäftsmodellmuster von Fortnite: Viele Wege zum Erfolg

Um Fortnite trotz seines grundsätzlich kostenlosen Charakters rentabel zu machen, arbeitet Epic Games mit einer ganzen Reihe von Geschäftsmodellideen. Die Ökonomen Prof. Dr. Georg Stadtmann und Timo Schöber von der Europa-Universität Viadrina in Frankfurt (Oder) haben dies in einer Studie genauer beleuchtet.

Während das Spielen von Fortnite kostenlos ist, können zusätzliche Premium-Inhalte gegen Echtgeld in einem im spielintegrierten Shop gekauft werden. Es handelt sich also um ein Freemium-Geschäftsmodell, das sich aus Gratis- und Bezahlhalten zusammensetzt. Um virtuelle Gegenstände kaufen zu können, müssen Spieler zuvor die Fortnite-Währung kaufen, die sogenannten V-Bucks.



Mit dieser Fortnite-eigenen Währung können die Spieler dann im Ingame-Shop einkaufen gehen. Im Shop werden unterschiedliche kosmetische Inhalte angeboten, etwa Skins oder Waffen.

Epic Games setzt bei diesen Gegenständen auf unterschiedliche Variationen, konkret vertikale und horizontale

Produktdifferenzierungen. Zum einen werden Skins und andere Gegenstände in einer unterschiedlichen Wertigkeit angeboten, zum Beispiel „limitiert“, „episch“ oder „gewöhnlich“. Zum anderen können Gegenstände erworben werden, die gleichwertig sind, sich aber etwa in der Farbe des Skins oder dem Geschlecht unterscheiden.



DEADEYE

Bounty hunter from beyond the grave.

2000



HARLEY QUINN

Mind over mayhem.

1500



PINKIE

He lives to love.



EX

Cross out the competition.



Darüber hinaus werden auch Pakete an virtuellen Gegenständen angeboten, häufig nur zu bestimmten Zeiten, sodass Spieler unter einen gewissen Zeitdruck gesetzt werden. Möchte man beispielsweise einen Skin, der nur zum Oktoberfest angeboten wird, dann muss man zu eben jener Zeit zuschlagen. Wann und ob die angebotenen Skins nochmals erscheinen, wird im Shop nicht genannt.



Bei der Differenzierung und dem Angebot von bestimmten Produkten setzt Epic Games auf den sogenannten „Keeping up with the Joneses“-Effekt. Dieser ist nach einem Comicstrip benannt, bei dem sich die Nachbarn der Joneses ständig mit diesen vergleichen

und versuchen Schritt zu halten. Epic Games arbeitet bei Fortnite gezielt mit diesem Effekt, nämlich, dass Menschen sich miteinander vergleichen und versuchen besser, reicher und anerkannter zu sein, als der Gegenüber. In einer britischen Studie äußerte ein zehn Jahre altes Mädchen, dass man „Müll“ sei, wenn man mit dem Standardskin in Fortnite spielen würde. Epic Games möchte also, dass Spieler sich an anderen orientieren, um so zusätzliche Inhalte zu erwerben.

Epic Games setzt beim Geschäftsmodell von Fortnite aber nicht nur auf Statussymbole. Mit dem Muster der sogenannten „Multi-sided platforms“ holt der Publisher Inhalte von außen ins Spiel. Ein bekanntes Beispiel ist das Konzert des DJ Marshmello, das dieser in Fortnite gegeben hat. Spieler wurden zum Konzert teleportiert und konnten so an einem Communityevent teilnehmen. Gleichzeitig bot Epic Games mit dem Event verbundene Spezialgegenstände an, wie etwa einen Marshmello-Skin. Jüngst hat auch die US-amerikanische Sängerin Ariana Grande gemeinsam mit dem Publisher ein ähnliches Event in Fortnite veranstaltet. Auf diese Weise kann Epic Games neue Spieler zu Fortnite locken und Gegenstände verkaufen, während die Künstler ihre Musik bekannter machen. Auch andere Unternehmen und Personen setzen hier auf die Zusammenarbeit mit Fortnite, etwa Disney bei seinen Marvel- und Star Wars-Verfilmungen.

Damit aber nicht genug. Epic Games nutzt auch das „Open as a business model“-Prinzip. Mit der Creative World können Spieler eigene Inhalte für Fortnite-Karten entwerfen. Wenn diese gut sind, werden sie vom Publisher in die offizielle Fortnite-Welt integriert. Epic Games nutzt so kostenlos und effektiv die Schwarmintelligenz und die Kreativität zahlreicher Menschen. Gleichzeitig bedient sich Epic Games auch bei den Ideen anderer Publisher, die sich als erfolgreich erwiesen haben. Ein Beispiel aus der jüngeren

Vergangenheit ist der Überraschungshit Among Us. Der neue Impostor-Modus von Fortnite ist quasi ein Abklatsch des Spiels in neuem Gewand.

### Wichtiger Baustein zum Erfolg: V-Bucks

Wie in diesem Beitrag beschrieben, nutzt Epic Games in Fortnite eine virtuelle Währung, die V-Bucks. Spieler tauschen Echtgeld erst in V-Bucks, bevor V-Bucks zum Kauf von Gegenständen im Ingame-Shop genutzt werden können.

Dabei bietet Fortnite die V-Bucks nicht „irgendwie“ an, sondern vor dem Hintergrund von gleich zwei Effekten. Die Währung wird mit einer Umrechnungsrate über „pari“ verkauft, was bedeutet, dass die Anzahl an V-Bucks die man erhält höher ist, als die Anzahl an Euro, die man ausgeben muss. So kosten 1.000 V-Bucks rund 10 Euro. Außerdem werden V-Bucks günstiger, je mehr man davon kauft, wobei die Umrechnungsrate deutlich komplizierter wird. So erhält man bei einem größeren Paket 1.000 V-Bucks für 8,93 Euro und bei einem noch größeren Paket kosten V-Bucks dann 7,41 Euro pro 1.000 V-Bucks.

Auf diese Weise wird eine sogenannte Geldwertillusion erzeugt. Spieler rechnen den V-Bucks-Kurs nicht mehr in Echtgeld um, wenn sie virtuelle Gegenstände im Ingame-Shop kaufen. Dadurch, als auch durch das Angebot der V-Bucks über „pari“, geben Spieler mehr Geld im Ingame-Shop aus, als wenn sie direkt Echtgeld ausgeben würden. Sie können einerseits den Kurs nur schwer im Kopf umrechnen, andererseits denken die Spieler, dass sie aufgrund des Wechselkurses besonders günstig im Ingame-Shop einkaufen würden.

Diese Effekte betreffen besonders Kinder und Jugendliche, da sich junge Menschen oft besonders schwer bei solchen Dingen tun.

## Klage in den USA: Verbraucherschützer ziehen vor Gericht

Auf Basis der Studie von der Europa-Universität Viadrina haben Verbraucherschützer in den USA Klage gegen Epic Games eingereicht. Hintergrund ist die Geldwertillusion, die in der Studie der Hochschule bei Fortnite erstmals nachgewiesen werden konnte. Kinder geben in den USA teilweise erhebliche Summen in Fortnite aus, weil sie oft nicht verstehen, dass hinter den V-Bucks echtes Geld steckt.



The image shows a screenshot of a news article from the website 'TOP CLASS ACTIONS'. The website's logo is in the top left corner, with the tagline 'HELPING RIGHT CONSUMER WRONGS'. To the right of the logo, the text 'Settlements Open Lawsuits Le' is visible. The main headline of the article is 'Epic Games Manipulates Kids Through Fortnite, Parents Claim'. Below the headline, there is a 'FOLLOW ARTICLE' button and social media sharing icons for Facebook (15), Twitter (2), and Messenger (2). The author's name 'By Brian White' and the date 'February 9, 2021' are also displayed. The main content area features a photograph of a young child with brown hair, wearing glasses and a light blue shirt, sitting at a desk and playing a video game on a computer. The child is looking at the screen, which shows a colorful game environment. Below the photograph, there is a small caption that reads 'Photo credit: Govorkov photo/DepositPhotos.com'.

Darüber hinaus prüft Epic Games nicht, wer Geld im Ingame-Shop ausgibt. Der Publisher wendet also Geschäftsmodellmuster in seinem Videospiel an, ohne zu prüfen, ob diese Minderjährige zu ungewollten Käufen von virtuellen Gegenstände verleiten.

## Fazit

Epic Games hat Fortnite erfolgreich gemacht, weil in dem Spiel wie in keinem anderen Titel vielerlei Geschäftsmodellmuster zusammengeführt werden. Dies ist auch auf andere Branchen übertragbar, insbesondere im Digitalisierungssegment. Man denke beispielsweise an E-Sport-Ligen oder gamifizierte Produkte im Bereich des Personalmarketings. Hier könnten die Geschäftsmodelle zum Beispiel genutzt werden, um Nutzern die Gestaltung von individuellen Profilen zu erleichtern oder aber erreichte Erfolge sichtbarer zu machen.

Epic Games macht also sehr viel richtig. Gleichzeitig wäre es wünschenswert, dass der Publisher mehr darauf achtet, dass die Zielgruppe für das eigene Produkt genau weiß, worauf sie sich beim Kauf von virtuellen Gegenständen einlässt.

(Nachträgliche Anmerkung: Ich konnte meine Promotion im September 2022 mit summa cum laude abschließen. Die schriftlichen Gutachten haben die kumulative Dissertation mit 1,0 und 1,3 bewertet. Die Disputation habe ich mit einer 1,3 abgeschlossen. Ein Paper der kumulativen Dissertation war das Fortnite-Paper, auf dem dieser Beitrag basiert.)

## **5 Schleswig-Holstein: Blaupause des Landes-eSports**

unveröffentlicht

Dass Schleswig-Holstein ernst in Sachen eSport macht, zeigen aktuelle Zahlen. Seit dem Beginn staatlicher Fördermaßnahmen sind im Norden über eine Million Euro in eSport-Projekte geflossen. Finanziert worden sind damit unter anderem ein Landeszentrum in Kiel (LEZ SH), ein Leistungszentrum an der dänischen Grenze in Flensburg sowie zahlreiche eSport-Räumlichkeiten im traditionellen Sport. Bis Ende 2022 sollen in Summe knapp 1,5 Millionen Euro in den norddeutschen E-Sport fließen.

### Die Spinne im Netz: Das Landeszentrum für eSport

Das Prestigeprojekt der Engagierten im Land zwischen den Meeren ist dabei das LEZ SH. Mehr als 300.000 Euro sind in das Landeszentrum investiert worden. Dabei unterstützt nicht nur das Land dieses Projekt, sondern ebenfalls die Stadt Kiel. Auch von städtischer Seite sind Gelder für den e-Sport bereitgestellt worden. Seit Ende des vergangenen Jahres befindet sich das LEZ SH im Testbetrieb. Die Umbaumaßnahmen hatten mit rund zweieinhalb Jahren deutlich länger gedauert als geplant.

Trägerschaft und Projektleitung des LEZ SH sind allerdings nicht komplett in der Hand Schleswig-Holsteins. So stammt die Projektleitung nicht aus dem nördlichsten Bundesland. Darüber hinaus ist mit dem eSport-Bund Deutschland (ESBD) der Bundesverband ein Teil des Trägervereins des LEZ SH. Beides soll sich nach dem Wunsch der Landespolitik aber bald ändern. Im Zuge

der anstehenden Landtagswahlen schreiben etwa die Grünen in ihrem Wahlprogramm (S. 83): „Wir unterstützen den Aufbau eines Landesverbands E-Sport und werden uns dafür einsetzen, dass die Trägerschaft für das Landeszentrum E-Sport auf den Landesverband übergeht.“

### eSport-Verband und weitere Maßnahmen

Beim politischen eSport-Vertreter im hohen Norden handelt es sich um den E-Sport-Verband Schleswig-Holstein (EVSH). Dieser ist 2021 als einer der beiden deutschlandweit ersten Landesverbände für eSport gegründet worden. Der Verband fungiert als Schnittstelle zwischen Landespolitik und eSport-Szene. Darüber hinaus ist die Veranstaltung von offiziellen Landesmeisterschaften geplant.

Der nächste Schritt der Fördermaßnahmen soll die Schaffung regionaler eSport-Zentren sein. Diese sollen nach dem Beispiel des Leistungszentrums in Flensburg entstehen. Dieses ist vom eSports Nord e.V. mithilfe von Fördermitteln und in Eigenregie entstanden. Das Vereinsheim ist die erste e-Sport-Einrichtung des Landes, die offiziell den Betrieb aufgenommen hatte. Geplant sind weitere derartige Zentren. Diese sollen verteilt in unterschiedlichen Regionen Schleswig-Holsteins entstehen, etwa an der Westküste sowie im Hamburger Speckgürtel. Auf diese Weise soll eSport landesweit angeboten werden können. Geplant sind hier Investitionen von 250.000 Euro.

### Landtagswahlen und Haltung der Politik

In diesem Jahr sind Landtagswahlen in Schleswig-Holstein. Bemerkenswert ist, dass fast alle Parteien mehr oder weniger umfangreiche Abschnitte zum eSport in ihren Wahlprogrammen haben. Die CDU schreibt (S. 67): „Wir tragen weiterhin zur Stärkung von E-Sports und Gaming in Schleswig-Holstein bei. Wir planen eine