



Jonas Walter | Timo Schöber

AKT 3, BAND 1

ESPORTPEDIA

E-Sport und Journalismus

Presse, Medien und Recherche
in der Welt des elektronischen Sports

INNOVATION

MEYER
& MEYER
VERLAG

E-Sport und Journalismus

Allgemeiner Hinweis:

Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wird bei Personenbezeichnungen die männliche Sprachform verwendet. Gemeint ist sowohl die männliche als auch die weibliche und die diverse Form. Das vorliegende Buch wurde sorgfältig erarbeitet. Dennoch erfolgen alle Angaben ohne Gewähr. Weder die Autoren noch der Verlag können für eventuelle Nachteile oder Schäden, die aus den im Buch vorgestellten Informationen resultieren, Haftung übernehmen. Sollte diese Publikation Links auf Webseiten Dritter enthalten, so übernehmen wir für deren Inhalte keine Haftung, da wir uns diese nicht zu eigen machen, sondern lediglich auf deren Stand zum Zeitpunkt der Erstveröffentlichung verweisen.

Jonas Walter | Timo Schöber

AKT 3, BAND 1

ESPORTPEDIA

E-Sport und Journalismus

Presse, Medien und Recherche
in der Welt des elektronischen Sports

Meyer & Meyer Verlag

E-Sport und Journalismus

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek
Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Details sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

Alle Rechte, insbesondere das Recht der Vervielfältigung und Verbreitung sowie das Recht der Übersetzung, vorbehalten. Kein Teil des Werkes darf in irgendeiner Form – durch Fotokopie, Mikrofilm oder ein anderes Verfahren – ohne schriftliche Genehmigung des Verlages reproduziert oder unter Verwendung elektronischer Systeme verarbeitet, gespeichert, vervielfältigt oder verbreitet werden.

© 2022 by Meyer & Meyer Verlag, Aachen
Auckland, Beirut, Dubai, Högendorf, Hongkong, Indianapolis, Kairo, Kapstadt,
Manila, Maidenhead, Neu-Delhi, Singapur, Sydney, Teheran, Wien



Member of the World Sport Publishers' Association (WSPA)

9783840314353
E-Mail: verlag@m-m-sports.com
www.dersportverlag.de

Inhalt

Vorwort	8
1 Einführung	10
1.1 Warum entsteht dieses Buch?	10
1.2 Was ist Presse- und Öffentlichkeitsarbeit?	12
1.3 Die Utopie der Neutralität.....	17
1.4 Zielsetzung: Breiten- oder Profisport?	21
1.5 Professionalität.....	29
2 Kommunikation mit der Öffentlichkeit.....	32
2.1 Werbung vs. PR.....	32
2.2 Warum ist PR im E-Sport relevant?	34
2.3 Gatekeeping: Was will ich berichten?	38
2.3.1 Priming und Framing – Einfluss der Medien auf die öffentliche Wahrnehmung	39
2.4 Eine gute Pressemitteilung erstellen.....	41
2.4.1 Do's.....	48
2.4.2 Don'ts	48
2.5 Gastbeiträge.....	48
3 Kooperationen und Zusammenarbeit.....	73
3.1 Kooperationen: E-Sport und Medien	77

3.2 „Normale“ Zusammenarbeit.....	80
4 Außenwirkung durch Social Media	84
4.1 Zielgruppe und Plattformen	86
Exkurs: Endemisches vs. nicht endemisches Sponsoring.....	91
4.2 Social Media: Spielende vs. Organisation.....	93
5 Nachhaltigkeit.....	96
5.1 Zusammenspiel – den anderen verstehen	96
5.2 Professionalisierung durch Anerkennung	98
5.3 Professionalisierung durch Vielfalt	99
6 Nachwort	119
Anhang.....	121
1 Fußnoten/Quellenverzeichnis	121
2 Schaubilder und Abbildungen.....	126
3 Rechtliche Hinweise.....	128
4 Bildnachweis.....	129

Vorwort (von Timo Schöber)

Das wettbewerbsorientierte Spielen von Videogames wird auch in Deutschland immer relevanter. Genannt wird das Ganze „E-Sport“. Wie bei allen Themengebieten ist auch im E-Sport die journalistische Arbeit von immenser Bedeutung. Zeitungen und TV-Sendungen berichten über das Thema, Leitmedien schreiben via Internet zum E-Sport und Bücher entstehen. Von besonderer Wichtigkeit sind für den E-Sport-Journalismus aber Portale, die sich in den Bereichen Gaming und E-Sport bewegen. Für die *Enzyklopädie Esportpedia* möchten wir also jemanden zu Wort kommen lassen, der sich mit der Thematik auskennt und selbst über eine journalistische Ausbildung verfügt.

Jonas Walter ist Chefredakteur und Gründer der erfolgreichen Plattform *Gaming-Grounds.de*, die sich sehr intensiv mit allen Inhalten zum Gaming im Allgemeinen, Streaming und schließlich dem E-Sport im Speziellen beschäftigt. Jonas verfügt über jahrelange Erfahrung in diesem Feld. Er und sein Team veröffentlichen täglich mehrere Artikel zu unterschiedlichen Themen in den genannten Bereichen.

Ich persönlich, Timo Schöber, werde in diesem Buch etwas zu Gastartikeln im E-Sport schreiben. Alle weiteren Bereiche werde ich ganz Jonas überlassen.

Nachdem ich für die ersten vier Bücher der Esportpedia als schriftstellerischer und akademischer Leiter aktiv sein durfte, werde ich mich aus Zeitgründen zurückziehen. Daher freue ich mich sehr, dass Jonas einen würdigen Abschluss dieser Reise liefert. Außerdem freue ich mich auf die nächsten Bücher der Esportpedia.

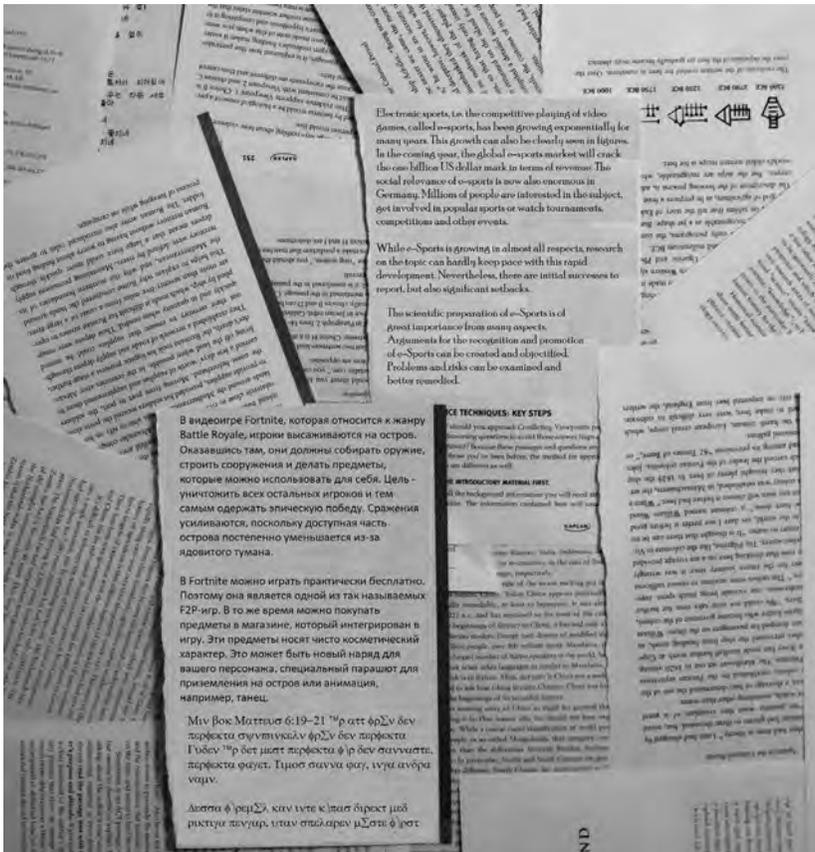


Abb. 1: Eine Aufgabe des Journalismus: Aus der Fülle an Informationen das Wichtigste verständlich aufbereiten. Quelle: Timo Schöber und Reagan Freeman, unsplash.com.

Daher wünsche ich Ihnen viel Freude beim Lesen der vielen spannenden Eindrücke aus erster Hand eines E-Sport-Journalisten.

Timo Schöber

1 Einführung

Dieses Buch beschäftigt sich in seiner Gesamtheit mit dem Thema der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit im E-Sport, hat allerdings keinen Anspruch auf Vollständigkeit aller Facetten, die es in diesem Themenfeld abzarbeiten gibt.

Vielmehr soll das Werk als ein erster und grundlegender Ratgeber und Einblick für all jene fungieren, die selbst im E-Sport aktiv sind, Interesse an der Entwicklung der Szene im Allgemeinen haben sowie vielleicht sogar Aufgaben im Bereich der Presse- und/oder Öffentlichkeitsarbeit in einem Verein, Verband oder einer E-Sport-Organisation übernehmen.

1.1 Warum entsteht dieses Buch?

Zunächst sollte noch einmal erklärt werden, wie es überhaupt dazu gekommen ist, dass dieses Buch entsteht. So war es nicht nur Timo Schöber, der initiativ auf mich zukam und konkret nach einem Werk in diesem Bereich fragte, sondern auch mein eigenes Bestreben im E-Sport-Journalismus.

Darunter verstehe ich, insbesondere in Deutschland, für mehr Aufklärung zu sorgen und Informationen bereitzustellen. Informationen für all jene, deren Interesse über das Konsumieren von E-Sport-Content in Form von multimedialen Inhalten wie Livestreams, Videos oder eben dem Spielen selbst hinausgeht.

Angemerkt sein muss an dieser Stelle natürlich auch, dass Journalismus im Bereich der Videospiele alles andere als neuartig und auch nicht ähnlich zu bezeichnen ist. Seit Jahrzehnten beschäftigen sich Gleichgesinnte mit der professionellen Berichterstattung über Games aller Arten und Genres. An dieser Stelle könnte eine Aufzählung über diverse Plattformen, Internetseiten und Magazine folgen, deren Anbieter ihre Arbeit und Produkte über die Jahre immer weiter ausgebaut, verbessert und verfeinert haben. Doch darum soll es gar nicht gehen.

Vielmehr geht es im Speziellen um Akteure, die bereits in der einen oder anderen Weise im E-Sport aktiv sind und sich dort professionalisieren möchten. Denn diesen Wunsch hört man im E-Sport seit einiger Zeit immer häufiger und vor allem lauter. Doch passieren tut eben wenig bis nichts. Noch immer befinden wir uns im Bereich der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit im E-Sport auf einem Niveau, welches wir auch schon vor einigen Jahren erreicht hatten. Nur gut ist dieses eben nicht.

Wenige E-Sport-Organisationen auf der Welt können von sich behaupten, wirklich gute Öffentlichkeitsarbeit zu betreiben. Viele weitere Organisationen werden ihrem Niveau, welches sie in den kompetitiven Videospiele erreicht haben und welches sich zumeist auf weitere Bereiche innerhalb der Unternehmungen erstreckt, im Bereich PR und Kommunikation im Allgemeinen nicht gerecht.

Bisher war der E-Sport bei vielen Akteuren nur Spaß, Freizeit und Hobby.

Aber jetzt:

„Wir wollen professioneller werden!“

Gut. Dann tut auch etwas dafür. In diesem Buch bekommt ihr einige Grundlagen, Tipps und Tricks, die ihr stets beachten solltet, wenn ihr in eurem Projekt, eurem Verein, eurer Organisation oder Firma, die im weitesten Sinne mit dem E-Sport zu tun hat, mit den Themen Presse, Öffentlichkeitsarbeit, Werbung, PR oder Medienwirksamkeit konfrontiert werdet.

Angefangen bei Begriffserklärungen und grundlegendem Verständnis einiger Bereiche, über das Erstellen und Verarbeiten von Pressemitteilungen bis hin zum Unterschied zwischen Werbung und PR, Öffentlichkeitsarbeit und Presse- bzw. Medienarbeit.

Bitte beachtet, dass sich neben den Themen der reinen Presse- und Öffentlichkeitsarbeit auch immer wieder Facetten aus anderen Themenbereichen in die Kapitel und Abschnitte mischen werden, da diese untrennbar miteinander verbunden sind und zumindest grundlegend angerissen werden müssen, um Kontexte zu erklären und zu verstehen. Auch hier sei noch einmal darauf hingewiesen, dass keines davon vollumfassend behandelt werden kann.

Themen wie Social-Media-Management, Vermarktung, Sponsoring, Organisation von Profisport, Communitymanagement, potenzielle Werdegänge und viele weitere Aspekte werden lediglich kurz Erwähnung finden, um ihren Einfluss auf die Betrachtungen darzulegen.

1.2 Was ist Presse- und Öffentlichkeitsarbeit?

Beginnen sollten wir mit einer grundlegenden Verständnisfrage:

- Was ist überhaupt Pressearbeit, was ist überhaupt Öffentlichkeitsarbeit?
- Welche Gemeinsamkeiten und Unterschiede gibt es und warum reden wir hier von Empfängern und Sendern?

Presse- und Öffentlichkeitsarbeit könnten ähnlicher und doch unterschiedlicher nicht sein. Darüber hinaus müssen sie, von mehreren Akteuren, Hand in Hand funktionieren. Das klingt vielleicht erst einmal paradox, ergibt aber nach folgenden Erläuterungen durchaus Sinn.