

# «In fünf Jahren wird E-Sport in den Top 5 sein»

Interview mit Cédric Schlosser, Gründer und Direktor von MYI Entertainment

Innerhalb weniger Jahre hat sich E-Sport zu einem wachsenden Markt mit grossem Publikum und bedeutenden Preisgeldern entwickelt. So sehr, dass Profi-Ligen nach amerikanischem Vorbild geschaffen wurden und ein massiver Zustrom an Investoren registriert wurde. «In der Schweiz entwickelt sich der Markt in seinem eigenen Tempo durch ein gesundes organisches Wachstum», so Cédric Schlosser, Gründer und Direktor des Unternehmens MYI Entertainments.

**Lifetimesdesign.ch: Cédric Schlosser, können Sie uns MYI Entertainment vorstellen?**

**Cédric Schlosser:** Wir haben MYI Entertainment 2009 zusammen mit Freunden gegründet. Anfänglich haben wir kleine Events veranstaltet, professionelle Spieler rekrutiert und unter anderem an Veranstaltungen in Schweden und Südkorea teilgenommen. Seit 2016 wird MYI Entertainment professionell geführt.

Wir sind die erste E-Sport-Agentur in der Schweiz und konzentrieren uns auf drei Bereiche: Zunächst teilen wir unser Know-how mit Unternehmen, die in den E-Sport einsteigen wollen. Dann trainieren und rekrutieren wir professionelle Spieler. Schließlich organisieren wir Turniere in der Schweiz. Im Moment besteht unser Team aus fünf Mitarbeitern, 25 Schweizer Profispielern und fünf Nationalspielern.

**lifetimesdesign.ch: Was ist E-Sport?**

**Cédric Schlosser:** E-Sport sind Aktivitäten rund um ein Videospiele. An sich ist «Gaming» die Fitness der Videospiele-Turniere. Die Meisterschaften werden nach speziellen Regeln durchgeführt. Die Wettkämpfe werden zwischen Teams von fünf Spielern ausgetragen, wobei ein Preisgeld von den Sponsoren und den veranstaltenden Verbänden lockt. Bei diesen Turnieren ist die Anzahl der Views wichtig, da sie die Bedeutung eines Events bestimmen.

**Lifetimesdesign.ch: Wie sieht der E-Sport-Markt auf internationaler Ebene aus?**

**Cédric Schlosser:** Auf internationaler Ebene wächst der Markt sehr schnell. In der Tat investieren Unternehmen und Sponsoren viel in Wettbewerbe und bieten Turnieren eine gewisse Beständigkeit und Sichtbarkeit wie im Fussball.

**lifetimedesign.ch: Wie müssen wir uns ein Standardwettbewerb in Zahlen vorstellen?**

**Cédric Schlosser:** Es gibt einen monumentalen Unterschied zwischen der Schweiz und dem Rest der Welt. Je nach Turnier erhält der Gewinner in der Schweiz zwischen 2'000 und 2'500 Franken. Auf globaler Ebene ist das Niveau ein ganz anderes.

Zum Beispiel kostet eine Teilnahme (Franchise) in der Overwatch League mindestens \$ 20 Millionen. Am Ende der Saison erhält das Siegerteam zwischen einer Million Dollar und maximal 3,5 Millionen. In der ersten Woche des Turniers erreichte die Videospiele-Firma Blizzard rund 10 Millionen Views auf allen Streaming-Plattformen. Im Vergleich dazu weist Super Bowl zwischen 140 und 165 Millionen Zuschauer vor und das Champions-League-Finale im Jahr 2015 verbuchte 180 Millionen Zuschauer.

**lifetimedesign.ch: Was ist mit der Schweiz?**

**Cédric Schlosser:** Der Schweizer Markt weist ein gesundes organisches Wachstum auf. Das Geld kommt hauptsächlich von Sponsoren und nicht von privaten Investoren. Heute registrieren wir während Schweizer Turnieren noch wenige Views. Wir sind also weit entfernt von einem durchschnittlichen Fussballspiel mit 9994 Zuschauerinnen und Zuschauern oder einem Hockeyspiel. Momentan ist es für Spieler schwierig, vom E-Sport zu leben.

**lifetimedesign.ch: Welche Faktoren können die Entwicklung des E-Sports in der Schweiz beschleunigen?**

**Cédric Schlosser:** Im vergangenen Jahr haben die Firmen UPC und Swisscom die Entwicklung des E-Sports beschleunigt. UPC hat eine Plattform und ein Portal für Teams geschaffen. Diese dienen als Schaufenster für unsere Aktivitäten. Swisscom hat ihren Beitrag durch die Unterstützung bei der Entwicklung von Franchises (Teams von Lizenzinhabern) geleistet. Die nächsten Jahre werden entscheidend sein. Um die

Sichtbarkeit des E-Sports zu erhöhen, benötigen wir einen Federer des E-Sports, einen talentierten Spieler, der Sponsoren einbringen kann. Darüber hinaus benötigt der Schweizer Markt staatliche Unterstützung einschliesslich finanzieller Unterstützung.

**lifetimedesign.ch: Welche Herausforderungen stehen für die Schweiz im Zusammenhang mit der Entwicklung von E-Sport auf dem internationalen Markt an?**

**Cédric Schlosser:** Wirtschaftliche Fragestellungen könnten interessant werden. Momentan erfassen wir einige Hundert Views zu unseren Inhalten. Der Livestream eines Wettbewerbs hingegen zeigt 12 Millionen Views. Basierend auf den von Twitch gelieferten Zahlen gibt durchschnittlich 15 Millionen Aufrufe pro Tag weltweit. Twitch ist eine Form von Videospiele-Turnier-Streaming. Die Zahlen für die Schweiz zu quantifizieren ist schwierig, weil unsere Region in Deutschland integriert ist. Aber es verbinden sich etwa 800'000 Geräte pro Monat mit Twitch. Diese beeindruckenden Zahlen zeigt die Schweizer Begeisterung für E-Sport. Und genau das braucht der nationale Markt.

**lifetimedesign.ch: Interessieren sich Unternehmen bereits für Sponsorings oder Finanzierungen? Beispielsweise Prestige-Marken?**

**Cédric Schlosser:** Weltweit haben wir ein grosses Interesse von Marken aus dem Snackbereich wie beispielsweise Snickers und Pringles. Ebenfalls Interesse zeigen deutsche Autohersteller oder Unternehmen wie McDonald's und Gillette. IT-Unternehmen sind gerne an Turnieren vertreten. In der Schweiz hat die Bâloise an der Organisation einer Spielshow-Veranstaltung in Lausanne teilgenommen, und auch Schweizer Banken interessieren sich für diesen Markt. Prestige-Marken beobachten momentan diesen rasant wachsenden Markt noch.

**lifetimedesign.ch: Können Sie sich langfristig beispielsweise E-Sport-Events in der Größenordnung von Olympischen Spiele vorstellen?**

**Cédric Schlosser:** E-Sport umfasst eine Reihe von Videospieelligen, während Fussball ein Sport für sich ist. In Bezug auf das Interesse kann E-Sport nicht mit dem Fussball

konkurrieren. E-Sport sollte eher mit den Olympischen Spielen verglichen werden. In den nächsten fünf Jahren wird professionelles Spielen zu den Top 5 der Sport-Zielgruppen gehören. E-Sport zeichnet sich dadurch aus, dass es modern und innovativ ist. In jedem Fall möchten wir Partner oder sogar Partner anderer Sportarten oder Sportgemeinschaften sein.

**lifetimedesign.ch: Cédric Schlosser, wir bedanken uns für dieses interessante Gespräch!**