

Einfach nur krass

Videospielen ist für viele ein Hobby – und für manche harte Arbeit: Sie lassen sich per Livestream beim Zocken beobachten.

Jeden Vormittag gegen zehn schüttet Jayson Love ein paar Tassen Kaffee in sich hinein. Dann nimmt er Platz in seinem Keller in einer 100 000-Einwohner-Stadt in Montana, schaltet die beiden Computer an, richtet sein Headset – und los geht die Show.

Sobald die Webcam läuft, verschwindet der perspektivlose College-Absolvent, und hervor tritt MAN, ein quasselnder und fluchender Videospiele-Junkie, der sich mal als Spider-Man, mal als Donkey Kong durch virtuelle Welten kämpft. Bis zu zehn Stunden am Tag sendet Love, 33, live ins Internet, wie er Videospiele zockt und lautstark kommentiert. Tausende Besucher folgen ihm in Echtzeit. Knapp 22 Millionen Abrufe hat sein Kanal auf der Streaming-Plattform Twitch.

Anstatt allein vor Konsole oder Laptop zu hocken, gucken Fans lieber anderen Spielern per Livestream zu, die geschickter sind als sie selbst oder ihren Kampf gegen Aliens und Orks besonders unterhaltsam kommentieren. Die letzte Meisterschaft im Strategiespiel „League of Legends“ schauten zu Spitzenzeiten bis zu 1,2 Millionen online an.

Zentrum der deutschen Zocker-Gemeinde ist die Kneipe Meltdown in Berlin-Kreuzberg. Hier treffen sich die meist männlichen Anhänger von Titeln wie „StarCraft II“ oder „Dota 2“ zum kollektiven Gucken. An den Wänden hängen breite Flachbildschirme, man trinkt Berliner Pilsner oder fritz-kola. Es läuft das Finale eines großen „StarCraft II“-Turniers, Preisgeld für den Sieger: 40 000 Dollar.

Betreiber David Krause, Leinenschlappen und Schnurrbart, fachsimpelt mit zwei Gästen: „Soulkey ist einfach nur krass.“ Soulkey, ein schwächlicher Südkoreaner, hat gerade das Viertelfinale gewonnen. Die Südkoreaner dominieren die „StarCraft II“-Szene, alle Europäer und Amerikaner sind gestern ausgeschieden. Deshalb sei es heute leerer als sonst, sagt Krause.

Manche Besucher der Kneipe fiebern mit den E-Sportlern wie Fußballfans mit ihrer Mannschaft. Vor ein paar Jahren mussten sie noch zu Computerspiele-Messen oder Turnieren pilgern, um ihren Ido-



Gäste der Berliner Kneipe Meltdown: Öffentlicher Kampf gegen Aliens und Orks

len zuzuschauen. Heute reichen ein paar Klicks im Netz. Aber nicht nur passionierte E-Sports-Fans schätzen das Livestreaming. Die meisten Nutzer wollen sich einfach ein paar Tricks abschauen oder vorm Bildschirm entspannen. Sie lassen die Streams nebenbei laufen, während sie auf Facebook unterwegs sind oder die Wohnung putzen. Mitunter dienen Spieler mit sonorer Stimme sogar als Einschlafhilfe.

Viele, die jetzt zu Hause vor dem Laptop sitzen, haben früher ihren Kumpels im Kinderzimmer beim Spielen zugeguckt. Wie Blogger oder YouTube-Stars sind die Vorspieler für sie wie Freunde, die ein bisschen lustiger oder geschickter sind als sie selbst.

Jayson Love alias MAN ist kein besonders talentierter Spieler, das sagt er von sich. Trotzdem kann er inzwischen von seinem Kanal auf Twitch leben, auf dieser Seite kann jeder seine Spiele live ins Netz senden. Love sieht sich als Entertainer, zwischen den Levels chattet er mit Zuschauern oder erzählt von seinem bedenkliehen Kaffeekonsum. Ansonsten bestehen seine Kommentare vor allem aus Flüchen und Grunzlauten. Er ist Moderator, Regisseur und Manager in einem.

Love's Job ist harte Arbeit. Zeit für Essen und Trinken oder den Gang aufs Klo bleibt Love während der stundenlangen Sitzungen kaum. „Wenn ich spiele, bin ich wie ein Kamel, ich bin wie in Hypnose“, sagt er. Jede Stunde schaltet Love einen dreiminütigen Werbeblock in seinen Stream. Haupteinnahmequelle sind aber seine 1600 Abonnenten, die monatlich

4,99 Dollar fürs werbefreie Gucken und die Chat-Funktion zahlen.

Die Streaming-Plattform Twitch beteiligt Spieler mit hoher Reichweite zudem an den Werbeeinnahmen. Wie viel sie genau bekommen, darüber schweigen beide Seiten. YouTube zahlt seinen Partnern Schätzungen zufolge einen Dollar pro 1000 Abrufe. Bei Twitch sei die Summe „wesentlich höher“, sagt Matthew DiPietro, Vizechef der Marketingabteilung. „Locker mehr als ein Dutzend“ Partner der Seite zockten inzwischen hauptberuflich fürs Internetpublikum – auch wenn sie davon wohl nicht reich werden. Twitch dominiert den Markt. Pro Monat schauen mehr als 35 Millionen Besucher vorbei, das kalifornische Unternehmen beschäftigt nach eigenen Angaben 80 Mitarbeiter. Kürzlich hat es bekanntgegeben, dass Besitzer der neuen Xbox in Zukunft ihre Spiele von der Konsole live über Twitch streamen können.

Für Spielehersteller sind die Livestreams kostenlose Werbung. Deshalb tolerieren die meisten, dass das Urheberrecht grundsätzlich verletzt wird, wenn ganze Spieldurchläufe ins Netz gestellt werden. Manche lassen erfolgreiche Vorspieler sogar neue Titel vorab ausprobieren, andere betreiben auf Streaming-Seiten eigene Kanäle.

Der japanische Hersteller Nintendo hat jedoch die Szene gegen sich aufgebracht, er will auf Kanälen mit Nintendo-Inhalten eigene Werbung schalten – und den Spielern damit Werbeeinnahmen wegschnappen. Die Szene ist empört und droht mit Boykott.

ANN-KATHRIN NEZIK