

«ESPORTS PASST SEHR GUT ZU UNS»

Modern Workplace, Cloud, Communication und Datacenter-Leistungen in perfekter Symbiose – dafür steht Netrics, der Business-to-Business-Dienstleister aus Biel. Auch in Sachen Sponsoring setzt der Komplettanbieter in Digitalisierung auf Fortschritt und Zukunft und engagiert sich nun auch im neusten Geschäftsfeld der SCB Eishockey AG bei SCB eSports. *insider* hat aus diesem Grund mit Pascal Schmid, CEO von Netrics, über die Chancen im Bereich eSports und dessen Sponsoring gesprochen.



Pascal Schmid, der Profi-Sport muss aufgrund der Corona-Krise immer wieder pausieren. Auch deshalb rückt eSports immer mehr in den Fokus. Haben Sie diese Entwicklung persönlich verfolgt?

Ich verfolge die Entwicklung von eSports bereits länger. Gerade die jungen Generationen, die Digital Natives, verbringen einen grossen Teil ihrer Zeit online. Der digitale Wettkampf ist für sie demnach nichts Neues. Neu ist sicherlich, dass eSports jetzt auch vermehrt die kommerzielle Vermarktung entdeckt und entsprechend gefördert wird. Dieser Umstand hat insbesondere gerade während der Corona-Krise das Interesse von Konsumenten von klassischen Sportangeboten für eSports geweckt, zu denen ich mich ebenfalls zähle.

Nach einer Studie der ZHAW, die Zürcher Hochschule für Angewandte Wissen-

schaften, gilt für knapp einen Drittel der Schweizer Bevölkerung eSports als eine anerkannte Sportart – wie sehen Sie das? Wo sehen Sie persönlich Überschneidungen?

Um diese Frage zu beantworten, muss zuerst der Begriff «Sport» genauer definiert werden. Der ursprüngliche Ausdruck «Sport» stammt aus England aus dem 18. Jahrhundert und meint ganz klar jegliche Form von Leibesertüchtigung. In diesem Sinne



Verblüffend realistisch: Inti Pestoni zwingt den ZSC Lions-Goalie zu einer Parade.

kann eSports nicht als «Sport» bezeichnet werden. Zieht man jedoch das heutige Verständnis von Sport als Wettkampf und als unterhaltendes und kommerzielles Element herbei, kann eSports durchaus als «Sport» betrachtet werden.

Mercedes prescht bereits seit zwei Jahren in grossem Stil als eSports-Sponsor in der ESL (Disziplin Counter Strike; Taktik-Shooter) vor und leistete sich mit dem Slogan «Fast so gut wie unsere E-Klasse» bei einem eSports-Turnier einen Fauxpas. Jugendliche brauchen schlicht keine E-Klasse. Was erhofft sich Mercedes von seinem Engagement? Geht es um eine neue Zielgruppe, die der Automobilhersteller sich zu erreichen hofft? Und wenn ja, wie sollen diese angesprochen werden?

Ich bin überzeugt, dass eine moderne, zeitgerechte Positionierung eines

Unternehmens oder einer Marke über alle Kanäle passieren muss. Hier stehen nicht zwingend die Generationen im Mittelpunkt, sondern die breite Sichtbarkeit. Wir unterstützen Unternehmen bei der digitalen Transformation ihrer Geschäftsmodelle und das genau passiert ja gerade auch im Sportbereich. eSports passt deshalb sehr gut zu uns.

Was könnte Ihr Mehrwert sein, den Sie dem eSports-Team als Unternehmung zur Verfügung stellen könnten?

Als Unternehmen setzen wir uns für die effiziente, moderne und mobile Zusammenarbeit ein. Dazu gehört auch das sogenannte Community-Building. Gerade in diesem Bereich kann ich mir sehr gut vorstellen, dass wir ein eSports-Team mit neuen

Ideen und Technologien unterstützen können.

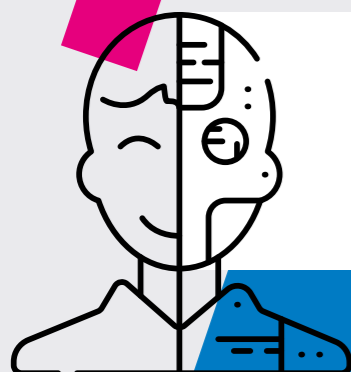
Sponsoring-Werbung in Sachen eSports unterscheidet sich deutlich von jener im klassischen Breitensport. Was gefällt Ihnen hierbei am besten? (Individualisierungsgrad, Brand-Aktivierung, Wachstum, Mobilität/Ortsunabhängigkeit, Sales-Kanäle usw.)



INFO-BOX

SCB eSports ging als Gruppensieger in die Playoffs und schafft es in der Best-of-Five Phase ins Viertelfinale. Verfolgen kann man die Spiele jeweils live auf dem SCB-Twitchkanal https://www.twitch.tv/scbern_esports. Matchankündigungen laufen jeweils über den Facebook- und Instagram- sowie den Twitterkanal.

Weitere Informationen sind auf <https://www.scb.ch/team/esports> zu finden.



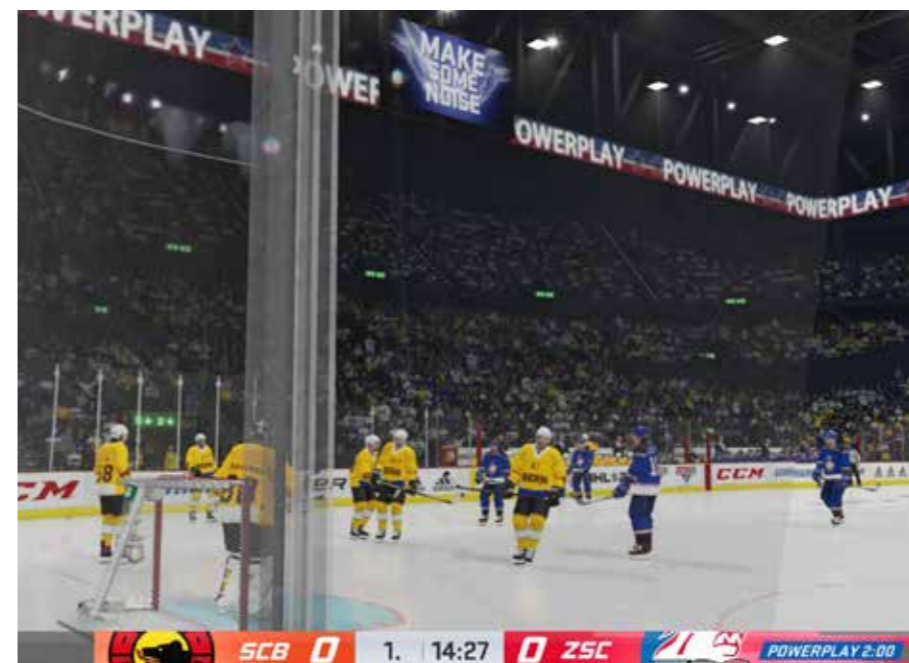
Industrie 4.0 – von der Dampfmaschine zur künstlichen Intelligenz

Sind Sie bereit für die vierte industrielle Revolution?
Reden Sie mit uns über Chancen und Aussichten der
Digitalisierung für Ihr Unternehmen.

MADLAB –
Büro für Digitalisierung

www.madlab.ch
hello@madlab.ch

MADLAB://



Volle Ränge und tolle Stimmung in den eSports-Stadien.

Spiel. Der grosse Vorteil dabei: Der Zeitaufwand ist überschaubar.

Fazit

eSports gewinnt im Allgemeinen immer mehr Sympathisanten, welche die Vorteile, welche die digitale Transformation von Sportarten mit sich bringt, erkennen. So auch Pascal Schmid, der in diesem Zusammenhang wichtige Schlagworte verwendet: breite Sichtbarkeit, Community Building, ungeahnte Möglichkeiten und Kreativität sowie Must-Have für Sport Clubs.

Setzt man sich als Unternehmer die Ziele, die jüngeren Generationen abzuholen und gleichzeitig auch sein Image zu verjüngen, so ist ein Sponsoring-Engagement bei einem professionellen eSports Team sicher einer der unkompliziertesten Wege, um diesen Zielsetzungen schon mal einen grossen Schritt näher zu kommen. Also ergreifen Sie noch heute Initiative und springen Sie auf den Zug auf. Gerne unterhalten wir uns über Ihre Möglichkeiten als Sponsor von SCB eSports. (sw)

Diese Frage lässt sich relativ einfach beantworten. Die Werbemöglichkeiten im Bereich eSports stehen im Gegensatz zu den klassischen Sportarten, welche kaum Raum für Neues lassen, noch ganz am Anfang. Dieser Umstand eröffnet ungeahnte Möglichkeiten für neue und kreative Ideen.

Wie bewerten Sie aus unternehmerischer Sicht die Entscheidung seitens SCB, sich für eSports stark zu machen und diesen Schritt zu wagen?

Aus meiner Sicht ist das Engagement von klassischen Sportclubs in den eSport ein «Muss». Sie sichern sich so den Zugang zu den jüngeren Generationen und wecken das Interesse am Spiel Eishockey generell. Wie auch

in der IT wird die Realität des Sports zukünftig hybrid sein. Ein Eishockey-Fan begibt sich nach wie vor ins Stadion, verfolgt aber auch mal zuhause auf dem Sofa ein eSports-Game.

Verfolgen Sie ab und zu die virtuellen NHL-Spiele oder haben Sie gar selbst Gaming-Erfahrung?

Ich persönlich bin ganz und gar kein Gamer. Mein 13-jähriger Sohn spielt aktiv U15 Elit-Eishockey und trainiert mehrere Stunden täglich. Gleichzeitig verbringt er aber auch viel Zeit an der Playstation. Die Faszination dafür konnte ich bisher nicht teilen. Mit der Virtual Tour de Suisse habe ich erstmals den Zugang zu eSports gefunden und war gleich begeistert. Seitdem schaue ich von Zeit zu Zeit ein NHL-



Unterstützung in der grenzenlosen Video-Kommunikation

Spezialisiert auf professionelle Unified Communication wie Videokonferenz, Collaboration Software, Live Streaming und Webcast stehen wir Ihnen zur Seite und können schnell reagieren!

Bern | Zürich | Basel
Tel. +41 31 963 15 15
www.kilchenmann.ch



Kilchenmann

**GEMEINSAM SIND WIR STARK.
LIFE PASSION. EGAL VON WO.**



Buchen Sie jetzt Ihre Kampagne:
Sandro Bürgi, Sales Director | 031 330 37 67
sandro.buergi@goldbach.com | www.goldbach.com

GOLDBACH

BZ BERNER ZEITUNG **Der Bund** BZ LANGENTHALER TAGBLATT THUNER TAGBLATT BERNER OBERLÄNDER **Freiburger Nachrichten** **Walliser Bote**

UNSERE ERFAHRUNG IST IHR GEWINN!



INNOVATIVE LÖSUNGEN MIT AGI

- Baulicher Brandschutz und Engineering/Management
- Abdichtungen
- Bauliche Dämmungen
- Technische Dämmungen
- Baulicher und technischer Schallschutz
- Aerogel/Hochleistungsdämmstoffe für Bau und Technik
- Kerndämmungen

AGI AG FÜR ISOLIERUNGEN

Füllerichstrasse 34 • 3073 Gümligen • Tel. 031 88 33 66 • Fax 031 838 33 55 • be@agi.swiss • www.agi.swiss

Isolierungen Brandschutz

Basel · Bern · Chur · Luzern · Solothurn · St. Gallen · Winterthur · Zug · Zürich

JETZT «BMW WELT BERN» IN WORBLAUFEN

Wer ab März an höchste Quality der Mobilität denkt, BMW-Automobile UND Motorräder, fokussiert auf Worblaufen: Die Autoverkehr Bern (eh. Robert Walther AG) hat für den Grossraum Bern die Generalvertretung der Premium-2Räder aus Bayern übernommen, «BMW total» also. Im neuen Showroom steht nun das Beste vom Besten des Marktführers.



Foto: Lucas Jullig-Waldow

Das 2Radteam im Showroom-Pavillon Worblaufen: Monty Wyder (Verkauf), Olivia Morger (Marketing), Timo Fankhauser (Werkstatt), Ronny Allemann (Kundendienst), André Liniger (Geschäftsführer) und Jan Balsiger (Werkstatt). Und die neue «R18», 1800 Kubik pure Faszination.



Die BMW R 1250 GS und der E-Roller C evolution (35 kW/48 PS).

Neuer grosser Showroom

Ab 2. März erwartet die Berner BMW-Fans am Standort der Autoverkehr Group in Worblaufen ein Pavillon mit den Meisterwerken modernster und begehrtester Töff-Technologie, das gesamte BMW-2Räder-Sortiment. Daran angegliedert die makellos ausgestattete Werkstatt. Eine gute Neuigkeit für viele BMW-Liebhaber, denn oft stehen in privaten Garagen BMW-Autos und -Maschinen nebeneinander. Auch für die Anbieterin ergeben sich gute Synergien, denn beide Sparten, Auto und Töff, profitieren von der gemeinsamen Logistik und grosser Lagerkapazität. Im Service zunehmend ein zentraler Erfolgsfaktor.

Alle Träume auf zwei Rädern

Das ohnehin grosse Sortiment der BMW-2Rad-Familie ist in jüngster Zeit weiter gewachsen. André Liniger, Geschäftsführer am Standort Bern: «Wir decken sozusagen jedes Segment mit einer umfassenden Modellvielfalt ab. Führend sind dabei die GS-Modelle, sie sind auch das meistverkaufte Motorrad der Schweiz. Weiter bieten wir eine spannende Modellpalette in Sport, Touren, Roadster, Lifestyle und Heritage an – beispielsweise mit der neuen R18. Abgerundet wird die Flotte durch die Urban Mobility, wo wir auch im Roller-Markt aufre-

NEU · NEU · NEU · NEU · NEU · NEU · NEU

Autoverkehr Group

Bern | Biel/Bienne | Zuchwil | Langenthal



Die Autoverkehr Group ist mit über 100 Mitarbeitenden an 4 Standorten (Bern, Biel, Zuchwil, Langenthal) führend im BMW-Angebot. In Biel ist sie zudem die offizielle MINI-Vertretung und bietet den MINI-Komplettservice an allen Standorten an. Seit 2020 ist Biel ebenfalls ein BMW-Motorrad-Standort. Neu kommt bei der SCB-Partnerin die Generalvertretung der BMW-Motorräder in Worblaufen hinzu. Ein «Coming home» sozusagen, denn die Firma, gegründet 1912, fungierte schon ab den 1940-ern als Motorräder-Importeurin.

Autoverkehr Bern

Hubelgutstr. 1-2, 3048 Bern-Worblaufen
Motorrad: Telefon 031 917 10 00
motorrad@bern.autoverkehr.ch
Automobile: Telefon 031 921 16 58
bern@autoverkehr.ch

www.autoverkehr.ch



gende Modelle bieten. Ebenfalls die Elektromobilität, die sich bei 2Rädern etabliert. Als Beispiel der E-Roller BMW C evolution.»

Informationsarbeit startet

Wie werden die Berner BMW-News kommuniziert? Dazu Olivia Morger, Marketingverantwortliche: «In diesen Tagen werden BMW-Halter im Grossraum Bern mit einem Post-Mailing über die Neueröffnung benachrichtigt, und in der Stadt fährt ein BMW-Tram.» (jak)