E-Sport: Neues Werbeverbot beim DOTA 2-Turnier in Kopenhagen

Valve verbietet Werbungen in DOTA 2-Turnieren, insbesondere von Casinos, um den E-Sport zu schützen. The International 2024 in Kopenhagen betroffen.

Am 4. September beginnt das mit Spannung erwartete E-Sport-Turnier „The International 2024“, auch bekannt als T1 13, in DOTA 2, das in Kopenhagen ausgetragen wird. Sechzehn Teams kämpfen um den Titel, doch die Vorfreude wird durch eine umstrittene Entscheidung von Valve, dem Unternehmen hinter DOTA 2, gedämpft. Ein neuer Blogpost von Valve vom 28. August hat für Aufregung gesorgt: Werbung, die von den Sponsoren der Teams kommt, wird künftig im Spiel verboten. Dieses Verbot zielt vor allem auf Casino-Werbung ab, doch es trifft alle Werbepartner der Teams hart.

Valve hat erklärt, dass sie in der Vergangenheit eine Reihe von Funktionen in DOTA 2 integriert haben, um Spieler und Teams zu feiern. Leider seien diese Funktionen zunehmend für Werbezwecke missbraucht worden, was nicht im Sinne des Spiels ist. Um die Konzentration auf die Teams zu fördern, werden ab 2024 alle „ablenkenden Elemente“ entfernt. Dazu gehören Teambanner, Teamlogos in den Basen und Kürzel in Spielernamen. Dies wird insbesondere beim prestigeträchtigen Turnier „The International“ in Kraft treten.

Ein Blick hinter die Gründe: Glücksspiel und Werbung

Die Entscheidung von Valve ist nicht ohne Grund gefallen. Wie

DotEsports berichtet, haben die strengen Glücksspielregelungen in Dänemark maßgeblich Einfluss auf diese Maßnahme. Das Turnier findet in einem Umfeld statt, in dem starke Einschränkungen für Glücksspielwerbung gelten. Da mehrere Teams in DOTA 2 von der Glücksspiel-Industrie gesponsert werden, wäre es für das Turnier problematisch gewesen, Werbung für diese Unternehmen zuzulassen. Spice muss nun gegen alle Sponsoren vorgehen, was für viele Teams und deren Werbepartner zu finanziellen Schwierigkeiten führen kann.

Die Entscheidung von Valve ist besonders auffällig, wenn man bedenkt, dass das Unternehmen selbst mit dem Verkauf von virtuellen „Skins“ in Spielen wie Counter-Strike ein lukratives Geschäft betreibt, das in gewisser Weise auch als Glücksspiel gilt. Diese Doppelmoral wirft einige Fragen auf, während die E-Sport-Szene schon durch zunehmenden Druck und sinkende Investitionen gekennzeichnet ist. Die Weltrangliste wird in den kommenden Jahren also nicht nur im Hinblick auf den Wettbewerb enger, sondern auch finanziell herausfordernder.

Die Möglichkeit, dass das Verbot von Werbung zu einer weiteren Einschränkung der finanziellen Unterstützung für Teams führt, wird sowohl von Fans als auch von Spieler-Communitys kritisch diskutiert. Ein weiterer Aspekt ist der bereits niedrige Preispool des diesjährigen Turniers, der die Sorgen der Teams zusätzlich verschärft. In den letzten Jahren galt „The International“ als das renommierteste und lukrativste E-Sport-Turnier, dessen Preispool durch den Verkauf eines sogenannten Battle Passes, der für kosmetische Skins genutzt wurde, finanziert wurde.

Doch Valve hat die Strategie geändert. Anstatt weiterhin den Fokus auf den Battle Pass zu legen, um Gelder für das Turnier generieren, hat man entschieden, mehr Ressourcen auf die Verbesserung des Spiels selbst zu verwenden. Diese Abkehr von bewährten Methoden zur Finanzierung des Turniers könnte in Kombination mit dem Werbeverbot schwerwiegende Konsequenzen für die Teams haben, die auf Sponsoren und damit verbundene Werbeeinnahmen angewiesen sind, um ihre

Existenz zu sichern.

Details

Besuchen Sie uns auf: n-ag.de