Was ist Twitch?

Live-Streaming-Plattform mit Schwerpunkt eSports!

Der [TSV Oftersheim](#) ist auf den ersten Blick ein normaler Mehrspartenverein mit Sportarten wie Leichtathletik, Turnen, Kegeln und Handball. Doch einen großen Unterschied gibt es zu klassischen Mehrspartenvereinen: Der Verein hat 2016 als erster Amateursportverein eine [eSports-Abteilung](#) gegründet.

Doch damit nicht genug. Der TSV Oftersheim ist auch einer der wenigen Sportvereine, die auf der Video-Streaming-Plattform [Twitch](#) mit einem eigenen Kanal Präsenz zeigen.

Twitch, von Amazon 2014 gekauft, ist ein immer beliebter werdender Streaming-Dienst. Auf Twitch wird vor allem eSport gestreamt.

Twitch hat eine junge, kaufkräftige, überdurchschnittlich gebildete Zielgruppe (Schwerpunkt Männer zwischen 18 und 34 Jahren). Die Twitch-Nutzer verbringen viel Zeit vor dem PC, Laptop und Smartphone. Sie ziehen Streaming-Dienste dem klassischen Fernsehen vor. Außerdem akzeptieren sie Werbung während, vor oder nach den Streams sowie das Sponsoring von Streamern.

2018 hatte Twitch weltweit 150 Mio. aktive Zuschauer, die täglich rund 95 Minuten auf der Plattform verbringen. In Deutschland hat Twitch knapp 3 Mio. aktive Nutzer (Zuschauer) pro Monat.

Die Anzahl der aktiven Streamer liegt weltweit bei über 2 Mio./Monat. Unter den Twitch-Streamern befinden sich auch erste Sportvereine, wie der TSV Oftersheim oder der [TSV Burgdorf](#).

Was macht Twitch besonders?

Bei Twitch haben der Streamer und die Zuschauer eine enge Beziehung. So kann man als Zuschauer bei Live-Übertragungen den Streamer live sehen und sich mit ihm via Chatfunktion austauschen (der Streamer kann z.B. Fragen der User während des Streams beantworten). Die Twitch-Nutzer können auch mit anderen Zuschauern in Kontakt treten. Der stete Austausch führt dazu, dass sich die Zuschauer mit dem Streamer identifizieren und mit anderen Zuschauern verbunden fühlen. Das ist der Unterschied zum Beispiel zu YouTube.

Marketing mit Twitch

Die junge, zahlungskräftige, interaktionsfreudige Twitch-Community ist für werbende Unternehmen interessant. Twitch bietet diverse Marketingformate, wie Display- und Videoanzeigen oder Preroll-Ads

(Werbung bevor der Stream startet).

Streamer haben Zugriff auf den sogenannten Ad Button. Wenn dieser vom Streamer während seines Live-Streams gedrückt wird, bekommen alle Live-Zuschauer, Werbung zu sehen. Jeder Streamer kann also individuell festlegen, wie oft er Ads schaltet.

Ein Twitch-Streamer partizipiert auch an Einnahmen, die Twitch durch [Bezahl-Abonnenten](#) erzielt. In der Regel teilen sich Twitch und Streamer die Einnahmen.

Sportvereine auf Twitch

Bisher zeigen Amateursportvereine so gut wie keine Präsenz auf der Streaming-Plattform Twitch. Doch es gibt einige wenige Twitch-Exoten unter den deutschen Sportvereinen.

Zu den Sportvereinen, die wie der TSV Oftersheim eine eSport-Abteilung haben und auf Twitch unterwegs sind, gehören:

- [TSV Hamelspringe](#)
- [TSV Burgdorf](#)
- [Eintracht Frankfurt](#)

Welchen Nutzen hat eine Twitch-Präsenz für Sportvereine?

- Fans des Vereins können Live-Streams des Vereins folgen und während der Übertragung mit dem Verein (und seinen Akteuren/Streamern) interagieren. Dies erhöht die Identifikation mit dem Verein. Es sind nicht nur Übertragungen von eSport-Events möglich. Auch anderen Vereinsevents oder z.B. Fitnessübungen/-tipps des Vereins lassen sich via Twitch live erleben
- Erzielung von Einnahmen bei bezahlten Abos
- Generierung von Traffic auf der Vereins-Homepage und Social-Media-Kanälen des Vereins durch deren Verlinkung während Twitch-Live-Streamings
- Markenbildung/-stärkung
- Gewinnung neuer Mitglieder und Sponsoren (es wird durch die Übertragungen Interesse bei potenziellen Mitgliedern und Sponsoren geweckt)

Der eSport-Pionier TSV Oftersheim hat dank seiner eSport-Initiative neue Sponsoren gewonnen. So hat die eSport-Abteilung des Vereins 2019 mit dem Sponsor MLP Finanzberatung ein deutschlandweites League of Legends Turnier veranstaltet.