

**JL: Herr Sliwka, was ist Ihre Meinung zum Thema VUD, BIU und Lobby-Arbeit für die Spiele-Industrie?**

SL: In der Branche gibt es – gerade durch die aktuellen Vorkommnisse – eine intensive Lobbyarbeit. Diese brauchen wir auch dringend und sie ist wichtiger denn je. Insofern ist es hier ein Vorteil, dass es verschiedene Verbände in der Branche gibt, die jeder auf seiner Ebene Lobbying betreibt.

**JL Wie viele Personen sind im Moment vertreten durch den ESB?**

SL: Der Deutsche eSport-Bund e. V. (ESB) vertritt die Einzelspieler und Mannschaften, die wettkampfmäßig an Spiele-Competitions teilnehmen. Hierbei sehen wir uns als Sportverband. Momentan hat der ESB über 40.000 Mitglieder. Jedoch war im ersten Schritt des Aufbaus des ESB nicht eine hohe Anzahl an Mitglieder das Ziel, sondern den Verband in der Öffentlichkeit, der Politik, der Industrie und den Medien zu positionieren. Dieses ist uns gelungen. Der ESB ist bekannt und erster Ansprechpartner im Bereich eSport.

**JL: Wie gehen Sie vor, wenn Sie Politiker ansprechen? Warum sollen die sich für E-Sport interessieren?**

SL: Ich habe schon vor mehreren Jahren Kontakt zu den Jugendorganisationen der großen politischen Parteien aufgenommen. Jüngere Politiker, die mit der Medienvielfalt und Games aufgewachsen sind, haben Erfahrungen und damit auch ein besseres Verständnis der Spiele. So war beim ersten International eSports-Forum 2004 in Düsseldorf Thomas Jarzombek, den das Thema sehr interessiert hat. Bei aktuellen anstehenden politischen Diskussionen haben wir unsere Ansprechpartner in den Parteien oder Verbänden, die uns dann wichtige Hinweise geben oder uns direkte Ansprechpartner nennen.

**JL: Also betreiben Sie Lobby-Arbeit, wie sie auch der BIU machen möchte.**

SL: Wir arbeiten auf einer anderen Ebene als der BIU und damit ist auch unsere Arbeit mit der des BIUs wenig zu vergleichen. Der BIU arbeitet an der Thematik, aber Verbände arbeiten oft geräuschlos. Wir haben in der Spielebranche drei Verbände, die Entwickler (GAME), den BIU, und den ESB. Das gibt es sonst vielleicht noch in der Automobil-Industrie. Das sind sehr gute Voraussetzungen! So kann in der Diskussion sehr speziell reagiert werden. In bestimmten Themen müssen die Publisher anders argumentieren als z. B. die Entwickler oder die eSportler.

**JL: Trotzdem liegt im Konsumentenmarkt eine richtige Macht.**

SL: Wir haben es mit einer Branche zu tun, die ist gerade dreißig Jahre alt ist. Der ist dabei am jüngsten – gerade mal zwölf Jahre. So ist die Branche in der Entwicklung – auch auf Verbandsebene. Die Automobilbranche ist ca. 110 Jahre alt – wie auch die pharmazeutische Industrie. Natürlich sind die Erfahrungen dort im Bereich Lobbying höher und gewachsener. Während einer meiner letzten Vorträge wurde ich gefragt, ob wir denn eine Ethikkommission im ESB hätten. Antworten konnte ich folgend: „Wir sind nicht der Deutsche Fußballbund, der auf 105 Jahren zurückblicken kann.“ Das alles braucht seine Zeit.

**JL: So eine Ethik-Kommission wäre doch eine tolle Idee!**

SL: Klar ist dieses eine tolle Idee! Aber man muss auch die organisatorischen und finanziellen Möglichkeiten haben, dieses umzusetzen. Der ESB hat weder das Budget noch die

personellen Ressourcen dafür. Leider ist dieses so, sonst würden wir alle die guten Ideen, die wir haben oder unsere Mitglieder vorgeschlagen haben, umsetzen.

**JL: Aber es nicht an der Zeit für Sie, eine Mitgliederverwaltung einzurichten und Geld zu verlangen? Selbst 40.000 mal 10 Euro wären ein deutlich größeres Budget als jetzt.**

SL: Um einen Verband auf solide finanzielle Füße zu stellen, müssen wir natürlich auch über einen finanziellen Beitrag der Mitglieder nachdenken.