

Esa Mangeloja

■ E-urheilu haastaa perinteiset urheilulajit

Johdanto

E-urheilu (suomeksi myös esim. ”esports” tai ”eUrheilu”) kasvat-
taa suosiotaan kilpaurheilun lajina, osin perinteisten urheilulajien
kustannuksella. Tässä artikkelissa tarkastellaan e-urheilun omi-
naispiirteitä, markkinoiden trendejä, ja niitä haasteita, joita tämä
erityisesti nuorison parissa suosittu ja kasvava urheilumuoto aset-
taa tulevaisuudessa perinteisille urheilulajeille.

E-urheilussa pelaajat ja joukkueet voivat kilpailla keskenään glo-
baalisti ilman fyysisiä rajoitteita. Tämä luo mahdollisuuden moni-
kulttuuriseen kilpailuun ja yhteyksiin pelaajien välillä eri puolil-
ta maailmaa. E-urheilun suosio on kasvanut huimasti, ja sillä on
nuorekas ja digitaalisesti taitava yleisö. Tämä on houkutellut lisää
harrastajia yli kulttuurirajojen, tarjonnut medianäkyvyyttä, ja se on
tehnyt e-urheilusta houkuttelevan sponsorointikohteen.

Artikkelissa tarkastellaan e-urheilun markkinoiden kehitystä ja
esimerkiksi palkintorahojen huikeasti kasvanutta globaalia määrää.
Perinteiset urheilulajit joutuvat kilpailemaan osin samasta yleisöstä
ja sponsorointirahoista. Esimerkiksi kansainvälinen olympialiike
käy parhaillaan pohdintaa suhteestaan e-urheiluun, sillä sen olisi

taattava taloudellinen ja urheilullinen menestyksensä ja asemansa myös kasvavien sukupolvien keskuudessa.

E-urheilun eräs merkittävä etu on vahva vuorovaikutus pelaajien ja yleisön välillä. E-urheilutapahtumat tarjoavat faneille mahdollisuuden kommunikoida pelaajien kanssa vuorovaikutteisesti ja reaaliaikaisesti, esimerkiksi Twitchin, YouTube'n ja useiden muiden some-kanavien kautta. Tämä rakentaa vahvempaa yhteyttä fanien ja pelaajien välillä, mikä edelleen vahvistaa e-urheilun suosiota ja sitouttaa e-urheilun osapuolia lajin parissa. E-urheilu on jo synnyttänyt intensiivistä lajikulttuuria ja luonut lukuisia menestyneitä tähtipelaajia, joiden suosio ei perustu vain kilpailumenestykseen, vaan vahvaan sosiaaliseen vaikuttamiseen fanikulttuurissa. E-urheilun organisaatiot, kansainväliset keskusjärjestöt, arvokilpailut ja koko lajikirjo ovat jatkuvassa muutoksessa, mikä luo lajin ympärille dynaamisen kulttuurin ja varmistaa lajin jatkuvan kehityksen ja mukautumisen markkinoiden trendeihin.

Artikkelin tavoitteena on vertailla e-urheilua perinteisiin urheilulajeihin ja samalla heijastella sen mahdollista kehityspolkua tulevaisuuteen. On uskottavaa, että e-urheilu tulee edelleen vahvistamaan asemaansa kilpaurheilun kentällä. E-urheilu mahdollistaa globaalin yleisön, helpomman lähestyttävyyden, dynaamisen lajikehityksen, joustavamman organisaatorakenteen, vahvemman vuorovaikutuksen fanien kanssa ja on siten erityisen houkutteleva sponsorointikohde myös taloudellista näkökulmasta. Perinteisten kilpaurheilun lajien ja organisaatioiden tulisi pystyä riittävästi sopeutumaan ja reagoimaan näihin tulevaisuuden haasteisiin.

Tässä artikkelissa analysoidaan perinteisen ja e-urheilun välisiä eroja katsojan ja urheilun kannattajien näkökulmasta. Tarkastelussa on viihteellinen ammattilaisurheilu, jonka tarkoituksena on liiketaloudellisen voiton ansainta. Harrasteturheilu ja liikunta rajataan tästä artikkelista pois. Samalla luodaan näköaloja ammattilaisurheilun tulevaisuuteen. Perinteinen urheilu ei tule väistymään uusien kilpailijoiden tieltä, mutta epäilemättä e-urheilu tulee haastamaan perinteiset liiketoimintamallit myös ammattilaisurheilun saralla.

E-urheilun markkinat

E-urheilu on tämän vuosituhannen merkittävimpiä uusia ilmiöitä kilpaurheilun markkinoilla. Se on jo vakiinnuttanut paikkansa yhtenä merkittävimmistä urheiluviihteen muodoista. E-urheilua seurasi aktiivisesti 532 miljoonaa henkilöä vuonna 2022 ja määrän ennustetaan kasvavan 640 miljoonaan vuonna 2026. Keskimäärin e-urheilun katsojamäärien vuosittaisen kasvun uskotaan olevan keskimäärin 8 % tasolla vuosien 2020–2026 aikana.¹

Uusimman, vuonna 2022 julkaistun Pelaajabarometrin mukaan digitaalisia pelejä pelaa hieman yli 80 prosenttia 10–75-vuotiaista suomalaisista.² Suhteellisesti eniten pelaaminen on kasvanut yli 45-vuotiaiden keskuudessa ja videopelaamisen yhteiskunnallinen ja taloudellinen merkitys on noussut huimasti viimeisten vuosikymmenten aikana. Peliala työllisti vuonna 2019 suoraan yli 3200 suomalaista.³

E-urheilulle ei ole vakiintunut tarkkarajaista tieteellistä määritelmää, mutta käytetyin lienee Michael Wagnerin luonnehdinta: ”E-urheilu on urheilutoimintaa, jossa ihmiset kehittävät ja harjoittavat henkisiä ja fyysisiä kykyjään hyödyntäen tieto- ja viestintäteknologiaa.”⁴ Jessica Formosan ja hänen kollegoidensa tekemän kirjallisuusanalyysin mukaan, e-urheilulle on tutkimuskirjallisuudesta löydettävissä valtaisa joukko erilaisia määritelmiä.⁵ He analysoivat kaikkiaan 461 tutkimusta, joissa e-urheilulle oli annettu jonkinlainen määritelmä. Yhteinen piirre määritelmässä on kuitenkin se, että olennainen osa e-urheilusta muodostuu ihmisen ja elektronisten välineiden välisessä käyttöliittymässä ja vuorovaikutuksessa. Erotuksena harrastusluontoiseen videopelien pelaamiseen, e-urheiluun kuuluu olennaisesti myös kilpailullisuus ja pelitapahtumien organisoitu luonne ja otteluiden online-striimaus katsojille Internetin välityksellä.

Kriittisempi e-urheilun määritelmä löytyy ”urban dictionary” sivustolta, joka hirtteishuumorin keinoin kuvaa e-urheilua näin: ”E-urheilu on sana, jota ammattimaisesti videopelejä pelaavat

käyttävät oikeuttaakseen lajivalintansa ja näin todistaakseen, että videopelien pelaaminen on oikeasti urheilua. He toimivat näin tunteakseen olonsa paremmaksi, vaikka ovat olleet koko elämänsä surkimuksia oikeissa urheilulajeissa.”⁶ Jälkimmäisin määritelmä kuvastanee myös perinteisten urheilulajien joukossa edelleen elävää epäluuloa e-urheilua ja sen urheilullisuuden astetta kohtaan. Toisaalta on muistettava, että kansainvälinen olympiakomitea (IOC) on jo vuosia sitten hyväksynyt shakin (1999) ja bridgen (1995) virallisten urheilulajien joukkoon.

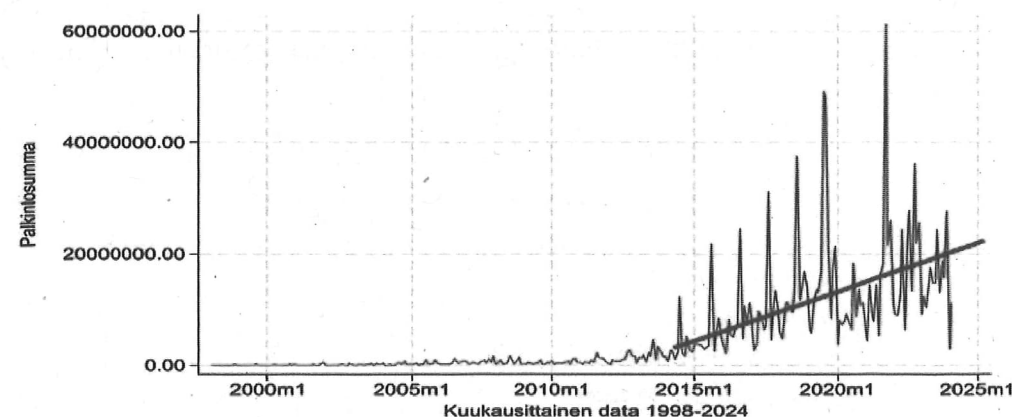
League of Legends World Championships turnaus on e-urheilun merkittävimpiä vuosittaisia tapahtumia. Vuoden 2023 finaali käytiin 19. marraskuuta 2023 ja ottelulla oli ennätysyleisö, 6,4 miljoonaa katsojaa. Keskimääräinen katsojamäärä oli koko turnauksen ajan (turnauksen kesto oli 116 tuntia) 1,3 miljoonaa.⁷

Luvuissa ei ole huomioitu kiinalaista yleisöä, joka sekin luultavasti oli huomattava. Vertailun vuoksi, amerikkalaisen jalkapallon Super Bowl LVIII ottelua 13. helmikuuta 2024 seurasi 123,7 miljoonaa katsojaa.⁸ Katsojamääriltään perinteinen urheilu on siten vielä selvästi merkittävämpää.

E-urheilun markkinoiden todellisen koon arvioiminen on varsin hankalaa. Statista arvioi e-urheilun markkinoiden olevan noin 4,5 miljardia dollaria vuonna 2024 ja kasvavan 5,4 miljardiin vuonna 2027⁹. Tämä vastaa varsin hyvin tutkijoiden yleistä käsitystä, mutta joidenkin analyytikoiden arviot pitävät tätä lukua vahvasti alimitoitettuna. Tutkimuksessaan Joseph Ahn arvioi e-urheilun markkinoiden yltävän nykyisellään jopa 25 miljardin dollarin tasolle¹⁰. Vertailun vuoksi mainittakoon, että Euroopan jalkapallon markkinoiden arvellaan olleen liikevaihdoltaan 25,2 miljardia euroa vuonna 2019.

Usein käytetty e-urheilun kasvun mittari on peliturnausten palkintosummat. Sen suhteen markkinan kasvu on selkeästi nähtävissä. Kuviossa 1 on kuvattuna kuukausittainen e-urheilun turnausten palkintopotin kehitys. Turnausten määrässä on merkittävää kuukausittaista vaihtelua, mutta pitkän aikavälin kasvava trendi on selvästi nähtävissä (punainen suora kuviossa 1).

Kuvio 1. E-urheilun turnausten yhteenlaskettu kuukausittainen palkintosumma.



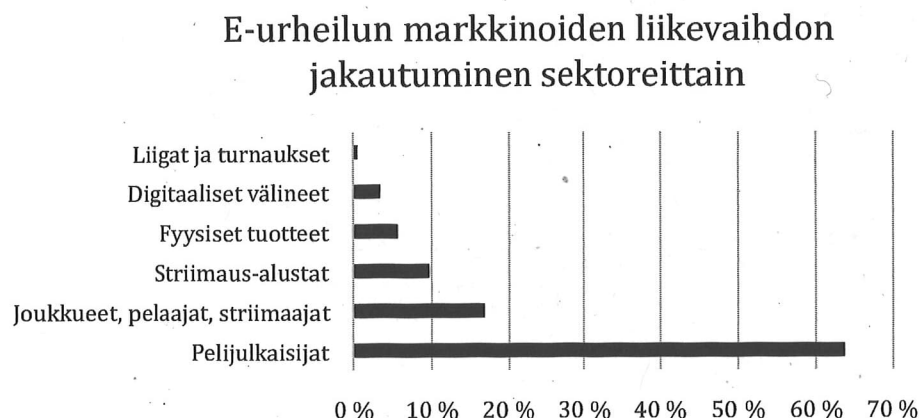
Lähde: esportsearnings.com

Yleisesti ottaen e-urheilu tulee lisääntyvästi haastamaan perinteisen urheilun katsojien ja kuluttajien suosiossa. Perinteinen urheilu on vielä toistaiseksi selvästi suurempi markkina verrattuna e-urheiluun, kun mittareina ovat liikevaihto, pelaajien palkkataso tai katsojamäärät. Amerikkalainen jalkapallo (NFL) kerää 15-kertaisen liikevaihdon verrattuna suosituimpaan e-urheilulajiin ja koripallossa (NBA) palkkataso on 20-kertainen e-urheilijoihin verrattuna. Kuitenkin suurimmat turnausten palkintopotit löytyvät jo nyt e-urheilun puolelta. DOTA2 pelin turnauksen palkintopotti on 15-kertainen baseballin (MLB) World Series turnaukseen verrattuna. FIFA:n MM-jalkapallo ja NFL:n Super Bowl keräävät edelleenkin urheilun suurimmat katsojaluvut, mutta e-urheilun katsojamäärät ovat kasvusuunnassa ja tätä trendiä tukevat e-urheilun intensiivisempi kilpailullisuus ja lyhyempi kilpailulähetysten ajallinen kesto.

E-urheilun turnauksia järjestävät etupäässä pelien julkaisijayritykset (esim. Blizzard, Epic Games, EA Sports). Pelifirmat myös

keräävät itselleen selkeästi suurimman potin e-urheilun liikevaihdosta. Kuvio 2 kuvaa e-urheilun markkinoiden liikevaihdon jakautumista eri toimijoiden kesken.

Kuvio 2. E-urheilun liikevaihdon jakautuminen sektoreittain.



Lähde: Ahn et al 2020, 7.

Pelijulkaisijoiden mittava osuus e-urheilun markkinoiden liikevaihdosta on kiinnostava ilmiö, ottaen huomioon, että merkittävä osa suosituimmista peleistä on pelaajien ilmaiseksi hankittavissa ("free-to-play" eli FTP). Internet yhteyden hankittuaan, kuka tahansa voi ilmaiseksi ladata ja pelata useita suosittuja e-urheiluturnauksissa käytettäviä pelejä. Mittava liikevaihto syntyy suuresta pelaajamassasta ja siitä, että pelien sisällä FTP-pelit (esimerkiksi Fortnite, LoL, DOTA2, PUBG) tarjoavat maksullisia mikrotransaktioita. Esimerkiksi Fortnitessa pelaaja voi käyttää oikeaa rahaa ja ostaa sillä pelin omaa sisäistä valuuttaa (V-Bucks). Pelin omalla valuutalla pelaaja voi hankkia erilaisia kosmeettisia lisäosia (esimerkiksi pelihahmojen asusteita, niin sanottuja "skinejä"). Pelien sisäiset maksulliset lisäosat ovat hyvin suosittuja ja niiden avulla peliyritykset onnistuvat keräämään mittavaa liikevaihtoa¹¹.

Mikromaksulliset pelit ovat herättäneet kasvavaa kritiikkiä, sillä niihin liittyy uhkapelaamisen haittoja (maksulliset satunnaiset digitaaliset hyödykekokoelmat eli "lootboxes") ja toisaalta maksulliset lisäosat voivat asettaa pelaajat epätasa-arvoiseen asemaan ("pay-to-win" ongelma). Fortnite pelissä maksulliset lisäosat eivät paranna pelaajan menestysmahdollisuuksia, vaan ne ovat puhtaasti luonteeltaan kosmeettisia. Silti niiden ympärillä realisoituu merkittävää taloudellista liiketoimintaa.

Perinteisen ja e-urheilun erottavat tekijät

Perinteisen urheilun ja e-urheilun nykytilan ja tulevaisuuden näkymien vertailussa tulee huomioida useita eri näkökulmia. Seuraavassa vertaillaan urheilun markkinakenttää huomioiden seuraavat tekijät: Markkinoiden koko, eri lajien katsojaystävällisyys, urheilijoiden ja fanien välinen vuorovaikutus, otteluiden kilpailullisuuden aste ja tulevaisuuden näkymät. Tarkastelussa huomioidaan erityisesti suosituimmat perinteiset urheilulajit (jalkapallo, amerikkalainen jalkapallo, baseball, jääkiekko) ja e-urheilun puolelta erityisesti kaksi suosittua e-urheilupeliä, "League of Legends" ja "Overwatch 2". E-urheilun turnauksia pelataan kymmenien eri pelien parissa, joiden säännöt ja vaatimukset eroavat melkoisesti toisistaan. Näiden kahden esimerkkinä käytettävien e-urheilupelien merkittävimmät vuosittaiset turnaukset ovat Overwatch League (OWL) ja League Championship Series (LCS), joita tässä luvussa käytetään vertailukohteina perinteiseen urheiluun.

Yleisin tapa hahmottaa e-urheilun markkinoiden kokoa on tarkastella turnausten palkintopottien kehitystä. Kuten kuviosta 1 havaittiin, e-urheilun turnausten palkintosummat ovat kasvaneet huomasti viime vuosina. Tämä taloudellinen motivaatio houkuttelee lajin pariin yhä uusia pelaajasukupolvia. Perinteisen urheilun parissa ei vastaavaa palkintorahojen kasvua ole todennäköisesti odotettavissa. Globaali videopelien markkina ylittää jo koko globaalin elokuva- ja musiikkiteollisuuden arvon.¹²

Markkinoiden synnyttämien rahamäärien lisäksi toinen käytetty mittari urheilun markkinoilla on niiden keräämä yleisömäärä. Nykyisellään perinteinen urheilu kerää vielä valtaisesti suuremman yleisön. Jalkapallon vuoden 2022 MM-kisat Qatarissa keräsivät TV-lähetysten välityksellä 3,4 miljoonaa katsojaa. Vertailun vuoksi vuoden 2023 League Championship Series (LCS) finaalia seurasi enimmillään 223.000 katsojaa. Tilanne saattaa kuitenkin muuttua tulevaisuudessa, sillä e-urheilu on erityisesti nuorempien sukupolvien suosiossa. Potentiaalinen yleisömäärä on e-urheilulla jopa korkeampi kuin perinteisellä urheilulla, sillä e-urheilun turnausten seuraaminen ei ole sidoksissa maantieteelliseen sijaintiin, vaan fanit seuraavat otteluita tyypillisesti Internetin välityksellä.

Kun arvioidaan perinteisen ja e-urheilun tulevaisuutta, merkittäväksi kriteeriksi nousee myös kilpailutapahtumien katsojaystävällisyys. Ammattilaisurheilu on viihteen eräs muoto ja tapahtumien tulee kyetä kiinnittämään katsojien huomio ottelutapahtumiin ja viihdyttää yleisöä jopa useiden tuntien ajan. Pelien sääntöjen tulee olla riittävän yksinkertaisia, jotta vähemmänkin asiantunteva yleisö kykenee ymmärtämään urheilulajin keskeisen sisällön ja otteluiden ratkaisuhetkien käännekohdat. Pelin tulee olla riittävän yksinkertaista ymmärtää, jotta satunnainenkin urheilun seuraaja viihtyy ottelua seuratessaan ja kokee miellyttävää jännitystä pelin lopputulosta odottaessaan ja saa emotionaalisia tunne-elämyksiä.

Jalkapallo ja baseball ovat helposti lähestyttäviä ja säännöiltään helpommin omaksuttavia kuin e-urheilun lajit. Amerikkalainen jalkapallo on säännöiltään ja pelitapahtumiltaan hieman vaativampi, mutta sekin on tutkimusten mukaan helpommin ymmärrettävissä kuin e-urheilu.¹³ E-urheilun seuraaminen edellyttää fanilta syvempää perehtymistä sääntöihin ja pelin mekaniikkoihin kuin perinteinen urheilu. Esimerkiksi ”League of Legends” peli on hyvin nopeatempoista ja pelin tapahtumien kokonaiskuvan hahmottaminen edellyttää monien samanaikaisten taisteluiden seuraamista. Tämä e-urheilun sääntöjen ja lajien monimutkaisuus on yksi sen kasvupotentiaalia hidastava tekijä. Faneilta vaaditaan syvempää pelin ymmärtämistä ja sääntöjen opiskelua kuin vaikkapa jalkapallossa.

Toisaalta e-urheilun merkittävä etu perinteiseen kilpaurheiluun verrattuna on vahvempi vuorovaikutus fanien ja urheilijoiden välillä. Perinteisten urheilulajien suosija ei yleensä pääse läheiseen kosketukseen tai vuorovaikutukseen ihailemansa urheilusankarin kanssa. Hänen on korkeintaan tyydyttävä katselemaan tähtipelaajien suorituksia urheilukatsomosta käsin, fyysisen etäisyyden ollessa vähintään useita kymmeniä metrejä. Faniposti tuskin päättyy tähdelle asti, vaan luultavasti hautautuu agentin tai sihteerin postikassoihin.

E-urheilun fani kykenee sen sijaan huomattavasti läheisempään kontaktiin idoliensa kanssa, vähintäänkin virtuaalisesti ja digitaalisten kanavien välityksellä. E-urheilua seurataan yleensä Internetin eri kanavien kautta. Suosituimmat pelistriimauksen kanavat ovat YouTube ja Twitch. Näissä kanavissa tapahtuvien otteluiden striimauksen kautta realisoituu suurin osa e-urheilun yleisökohtaisista. Vuonna 2024 arvioidaan e-urheilun striimauksen keräävän yli 625 miljoonaa katsojaa ja 745 miljoonaa katsojaa vuonna 2028¹⁴. Striimauksen kautta syntyvän liikevaihdon ennustetaan myös kasvavan merkittävästi.

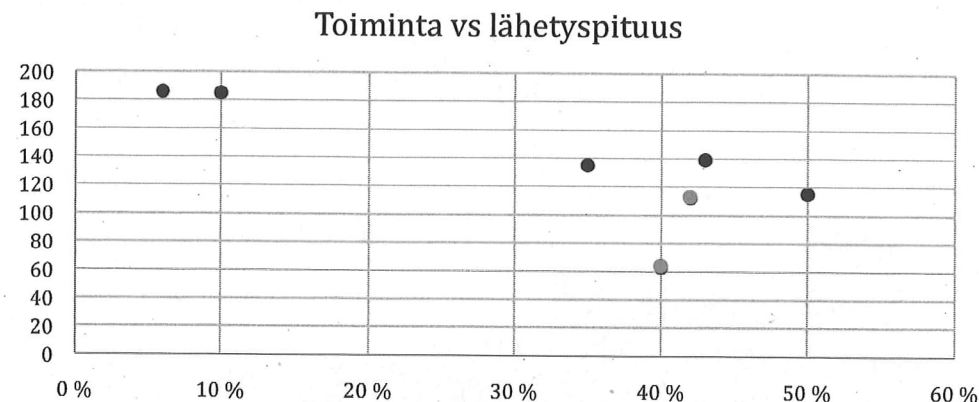
Katsojien ja urheilijoiden välisen vuorovaikutuksen kannalta on merkittävää, että keskellä Twitchin tai YouTubeen striimin ottelutapahtumia fanit voivat chattailla ihailemansa pelaajan kanssa ja lähettää tälle kannustuksia ja virtuaalisia sydämiä. Fanit lähettävät idoleilleen myös maksullisia lahjoja ja ”hurrauksia”. Pelin tuoksinnassa pelaajat usein myös kommentoivat fanien chatteihin ja reagoivat saamiinsa lahjoihin. Tämä luo tähtipelaajan ja fanien välille aivan uudenlaisen ja aiempaa syvemmän yhteyden ja sitouttaa faneja suosikkinsa seuraamiseen. Vastaava kaksisuuntainen vuorovaikutus fanien ja urheilijoiden välillä ei ole perinteisessä urheilussa mahdollista. Tämä vahva sitoutuminen ja läheinen vuorovaikutus muodostaa erään merkittävimmistä e-urheilun menestystekijöistä myös tulevaisuudessa. Fanien sitouttaminen mahdollistaa e-urheilun suosion kasvun, jopa ajan myötä perinteistä urheilua suosimaksi viihteen muodoksi.

Urheilun synnyttämään katsojakokemukseen vaikuttavat myös urheilutapahtumien kesto, urheilun seuraamisen kustannukset ja pelitapahtumien seuraamisen helppous. Lyhyempi urheilutapahtuman ajallinen kesto ja lyhyempi lähetysaika lienee helpommin sovitettavissa nykykatsojien kiireisiin aikatauluihin. Siten lyhyempi urheilutapahtuman kesto mahdollistaa korkeamman urheilun potentiaalisen kysynnän.¹⁵

Paitsi urheilulähetysten ajallinen kokonaiskesto, niin merkityksellistä urheilun kysynnän kannalta on pelin aktiivisen vaiheen ajallinen suhde lähetysten kokonaiskesto. Voinee olettaa, että aktiivisen pelitapahtumien suhteellisen osuuden kasvu on kysyntää kasvattava tekijä. Urheilun seuraaja ei tällöin ehdi kyllästyä urheilun seuraamiseen. Aktiivinen pelitapahtuma voidaan määritellä niin, että sen aikana pelin tulos voi muuttua, eli esimerkiksi maalien tekeminen on mahdollista, pallo on pelattavana, aika kulkee pelikellossa tai e-urheilussa pelaajat aktiivisesti toimivat kohti pelin päämäärää. Urheilulähetyksissä on tyypillisesti mainoskatkoja, kommentaattoreiden analyysyjä, pelikatkoja, hidastuksia ja pikauusintoja. Erityisesti amerikkalaisen jalkapallon lähetykset koostuvat valtaosin muusta kuin varsinaisesti aktiivisesta pelaamisesta. Keskimääräinen tv-lähetys NFL-ottelusta kestää hieman yli kolme tuntia, mutta vain noin 11 minuuttia siitä on aktiivista pelaamista.¹⁶

Kuviossa 3 on akseleina urheilulajien lähetysten keskimääräinen pituus minuuteissa ja urheilulajien lähetysten varsinaisen aktiivisen pelitapahtuman prosenttiosuus. Katsojaystävällisyys lisääntyy hajontakuvion oikeassa alakulmassa, jota lähimpänä ovat e-urheilutapahtumat (harmaat pallot: OWL ja LCS). Jalkapallossa (Major League Soccer (MLS)/ Premier League (EPL)) aktiivisen pelaamisen osuus on vielä suurempi, mutta toisaalta lähetysten keskimääräinen pituus on pidempi.

Kuvio 3. Aktiivisen toiminnan osuus (%) ja keskimääräisen ottelulähetyksen pituus (min)

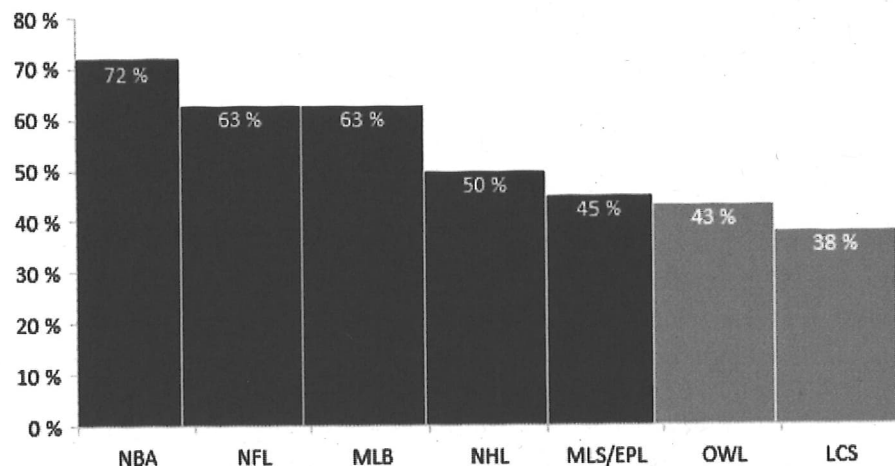


Lähde: Campbell et al., 2022, 47–49.

Urheilun taloustieteessä kiinnitetään erityinen huomio urheilun ottelutapahtumien kilpailullisuuteen. Tällä viitataan otteluiden lopputuloksen ennustettavuuteen. Urheilun seuraamisen keskeisimpiä tekijöitä on se emotionaalinen viehätys ja positiivinen jännitys, joka syntyy lopputuloksen yllätyksellisyydestä. Pelitapahtuman kilpailullisuuden aste vaikuttaa urheilun seuraamisen kiinnostavuuteen. Mikäli ottelun lopputulos on ennalta aavisteltavissa, ei se riitä herättämään ainakaan vähemmän sitoutuneiden kannattajien kiinnostusta. Oopperan libretto on etukäteen katsojien tiedossa, mutta stadionille matkaava jalkapallofani ei tiedä etukäteen ottelun lopputulosta. Mikäli ottelun lopputulos olisi ennalta arvatavissa, se vähentäisi ottelun lippukysyntää. Fanit suosivat jännittäviä otteluita, joiden lopputulos ei ole ennalta arvattavissa. Tämä yllätyksellisyys lisää urheilutapahtumien kysyntää ja kannustaa ottelutapahtumien seuraamiseen. Tutkimuksissa on todettu, että optimaalisin lippukysynnän maksimoiva kotijoukkueen voiton todennäköisyys on noin 60–66 %.¹⁷ Tämä yllätyksellisyys ja positiivinen jännittävyys lisää otteluun osallistumisen kiinnostavuutta.

Oheisessa kuviossa 4 on esitetty tutkimuksissa havaitut eri urheilulajien lopputulosten ennustettavuuden asteet. Kuvion tiedot on kerätty sekä perinteistä urheilua analysoivasta tutkimuksesta¹⁸, että e-urheilua käsittävästä tutkimuksesta¹⁹.

Kuvio 4. Lopputuloksen ennustettavuus.



Kuvion 4 prosenttiluvut mittaavat sitä, miten todennäköisesti pelin puolivälissä johdossa oleva joukkue myös kykenee lopulta voittamaan koko pelin. Kuvion valossa e-urheilu (OWL ja LCS) näyttäytyy selvästi lopputulokseltaan heikommin ennustettavissa olevalta kuin perinteiset urheilulajit. Koripallossa (NBA) se joukkue, joka pelin puolivälissä on johdossa, voittaa keskimäärin 72 % todennäköisyydellä koko ottelun. Jääkiekko (NHL) ja jalkapallo (MLS/EPL) ovat selvästi heikommin ennustettavissa, kuitenkin niidenkin tapauksessa johdossa oleva joukkue voittaa koko pelin hieman todennäköisemmin kuin e-urheilussa. Tämän perusteella voi ennustaa e-urheilun suosion lisääntyvän myös tulevaisuudessa, sillä e-urheilun kilpailullisuus on varsin korkealla tasolla ja e-urheilun otteluiden lopputulosten ennustettavuus on perinteisiä ur-

heilulajeja alhaisempi. Tämä tekee e-urheilusta perinteistä urheilua kiinnostavamman seurantakohteen.

Dynaaminen lajikehitys on erityisesti e-urheiluun olennaisesti liittyvä ominaispiirre. Toki lajikehitys ei ole tuntematon ilmiö mil-lenkään urheilulajille, onhan esimerkiksi murtomaahiihdon kilpai-lusääntöjä muokattu paljonkin vuosien kuluessa ja uusia lajeja lan-seerataan houkuttelemaan uutta yleisöä (sprintti, yhdistelmähihto jne.). E-urheilussa lajikehitys on kuitenkin vieläkin kiivaampaa. Uusia pelejä kehitetään jatkuvasti ja kymmenen vuoden kuluttua tärkeimpien e-urheilupelien lista saattaa hyvinkin näyttää erilaisel-ta kuin tänään.

E-urheiluun liittyy myös perinteistä urheilua joustavampi orga-nisaatorakenne, mikä toisaalta mahdollistaa nopeamman reagoin-nin urheilun kysynnän muutoksiin. Katsojien kysynnän kannalta selkeät säännöt ja vakiintuneet turnaukset ja lajimuodot ovat toki tärkeä kysyntää vahvistava ja ylläpitävä tekijä. E-urheilun institu-tionaalisuus ei nykyisellään ole vakiintunut, ja tämä on yksi mer-kittävimpiä hidasteita sen suosion kasvuille. Jokaisella e-urheilun lajilla on tarkat sääntönsä, mutta pelejä ja turnauksia organisoivia järjestöjä ja tahoja on lukuisia. Uusia videopelejä julkaistaan jat-kuvasti eikä ole varmuutta siitä mitkä ovat tulevien vuosien aika-na suurinta suosiota nauttivat videopelit. E-urheilun markkinoilla vaikuttaa useita kansainvälisiä organisaatioita, mutta mikään niis-tä ei ole noussut hallitsevaan asemaan, joka kykenisi määrittele-mään e-urheilun markkinoiden rakenteen ja tärkeimmät toimijat. Suomessa toimii SEUL (Suomen Elektronisen Urheilun Liitto) ja kansainvälisiä e-urheilun organisaatioita ovat esimerkiksi World Esports Association (WESA), International Esports Federation (IESF) ja Global Esports Federation (GEF). E-urheilun organi-saatorakenne on kuitenkin edelleenkin selkiytymätön ja altis muu-toksille tulevaisuudessa. Tämä aiheuttaa epävarmuutta myös kulut-tajien keskuudessa.

Yhteiskunnassa tapahtuvat demografiset muutokset heijastuvat eri urheilulajien suosioon ja keskinäiseen asemaan. Erityisesti län-simaissa urheilun kuluttajien ikärakenne on muutoksessa. Suuret

ikäluokat (1940–1950 luvuilla syntyneet) ovat perinteisen urheilun aktiivisia kuluttajia, mutta heidän demografinen osuutensa on hiljalleen vähentymässä. E-urheilu puhuttelee erityisesti nuorempia, varsinkin diginatiiveja ikäluokkia (niin sanotut Z- ja Y-sukupolvet). Maksavien katsojien ikärakenteen muuttuessa, e-urheilun suosio tulee lisääntymään myös tulevinä vuosina. Tämä lisääntyvä kiinnostus heijastuu edelleen potentiaalisten sponsorien saatavuuteen eri urheilulajien piirissä.

E-urheilun suosio tulevaisuudessa

E-urheilun pelikulttuurit tulevat moniarvoistumaan ja erilaistumaan tulevaisuudessa. Uusia pelimuotoja ja kilpailulajeja nousee esiin ja vanhat pelisuosikit korvautuvat uusilla. Pelit ovat muuttumassa yksittäisistä hyödykkeistä kohti yhteisöalustoja ja palveluja. Ne ovat siten lähentymässä luonteeltaan perinteisiä urheilulajeja.²⁰

Pelit vaativat harrastajaltaan lisääntyvästi kokonaisvaltaista sitoutumista ja kasvavaa ajallista panostusta. Toistaiseksi e-urheilun aktiivinen seuraaminen ja pelivideoiden katselu on etupäässä alle 35-vuotiaiden harrastus. Pelien sisältö on usein vanhempien ikäluokkien näkökulmasta tarkasteltuna epäkiinnostavaa tai sisällöltään kyseenalaista (esimerkiksi väkivaltaista). Suosituimpien e-urheilupelien sisältö on etupäässä vihollisjoukkueen digitaalisten hahmojen tuhoamista.

E-urheilun asema olympialiikkeessä edustaa merkittävää vedenjakajaa urheilun tulevaisuutta ounasteltaessa. Olympialiike tarvitsee e-urheilua pysyäkseen relevanttina tarjotessaan viihdettä, joka kiehtoo yleisöä myös tulevaisuudessa. Erilaisten urheiluviihteen muotojen vetovoima vaihtelee eri sukupolvien keskuudessa, ja on huomionarvoista, että perinteisen urheilun seuraajien keski-ikä on noussut huomattavasti, herättäen huolta olympialaisten vetovoimasta nuorempien, alle 35-vuotiaiden, keskuudessa.²¹

Vuonna 2017 Kansainvälinen olympiakomitea (IOC) tunnusti

e-urheilun viralliseksi urheilutoiminnaksi, heijastaen lajin valtavaa suosiota ja jättäen oven auki mahdollisuudelle, että se voisi tulevaisuudessa nousta olympialajiksi. Epävirallisesti e-urheilua kisattiin Pyeongchangin talviolympialaisten yhteydessä ja Tokion 2020 kesäolympialaisissa kisattiin ”Intel World Open” -turnaus, jossa kilpailulajeina esiintyivät ”Street Fighter V” ja ”Rocket League”. Turnauksen palkintopotti oli huomattavat 500 000 dollaria.

Olympialiike kiinnostui e-urheilusta jo vuonna 2007, kun digitaalisia lajeja lisättiin vuoden 2007 Aasian ”Indoor Games” turnaukseen. Vuonna 2021 IOC perusti e-urheiluturnausten sarjan (”Olympic Esports Series”), joka tulee olemaan vuosittainen osa erityistä e-urheilun viikkotapahtumaa (”Olympic Esports Week”). Ensimmäinen ”Olympic Esports Series” tapahtuma järjestettiin Singaporessa vuonna 2023 ja vastaava e-urheilutapahtuma tullaan sisällyttämään myös Pariisin vuoden 2024 olympialaisten ohjelmaan.²²

Kesäurheilulajien yhteinen liitto, ”Association of Summer Olympic International Federations” (ASOIF), ennustaa tulevaisuusraportissaan, että 20 vuoden kuluttua perinteisen urheilun edustajat katuisivat, mikäli e-urheilun mahdollisuuksiin ei olisi tartuttu nopeammin ja pyritty sopeuttamaan olympiaurheilua myös nykyajan sukupolville kiinnostavaksi.²³ Tämä heijastelee sitä tosiasiaa, että nykyajan sukupolvet arvostavat erilaisia urheilulajeja kuin edelliset. Perinteinen olympiaurheilu on kriisissä ja sen on mukauduttava muuttuvaan maailmaan. E-urheilun laajempi hyväksyntä ja sen integroiminen osaksi perinteisiä urheilutapahtumia hyödyttäisi sekä e-urheilua että samalla myös perinteistä urheilun kenttää. Perinteinen urheilu näyttäytyisi houkuttelevampana viihteen muotona myös nuoremmille yleisöille, kun e-urheilu muodostaisi luonnollisen osan perinteisten urheilutapahtumien keskellä. E-urheilun menestyksen jatkuminen on lähes varmaa, sillä kilpaurheilu on ensisijaisesti viihdeteollisuutta, joka muovautuu vastaamaan kuluttajien tarpeisiin ja odotuksiin.

Perinteisen urheilun markkinoiden volyymi on vielä huomattavasti suurempi kuin e-urheilun. Esimerkiksi NFL tuottaa 15-ker-

taisesti enemmän liikevaihtoa ja NBA maksaa pelaajille noin 20-kertaa suurempia palkkoja kuin e-urheilu. Kuitenkin turnausten palkintopotit ovat jo nyt suurempia e-urheilussa. Katsojamäärissä mitattuna FIFA:n MM-kisat ja Super Bowl ylittävät kaikki muut urheilulajit, mutta e-urheilun League of Legendsin MM-kisoilla on noin kolminkertainen katsojamäärä muihin urheilutapahtumiin verrattuna.

E-urheilu on tyypillisesti hieman monimutkaisempaa seurattavaa kuin perinteinen urheilu. Esimerkiksi League of Legends (LoL) pelin seuraaminen edellyttää pelin mekaniikan ja sääntöjen syvällisempää ymmärrystä kuin vaikkapa jalkapallo. Tutkimusten mukaan e-urheilun League Challenger Series (LCS) ja OWL ovat noin 20 prosenttia monimutkaisempia kuin baseball ja 30 prosenttia hankalammin ymmärrettäviä verrattuna jalkapalloon.²⁴

Kuitenkin e-urheilun lähetykset ovat ajalliselta kestoltaan lyhyempiä ja sisältävät enemmän aktiivista pelitoimintaa kuin suosituimmat urheilulajit (jalkapallo ja jääkiekko). Kilpailullisuuden aste on e-urheilussa korkeampi, sillä pelitilanteet ovat vaihtelevampia ja johdossa oleva joukkue vaihtuu pelin aikana perinteisiä lajeja useammin. LoL ja Overwatch peleissä ei pelin puolivälin tilanteen perusteella voi vielä luotettavasti ennustaa ottelun lopputulosta, sillä molemmat pelit sisältävät enemmän johtoaseman vaihtelua kuin vähemmän kilpailulliset perinteiset lajit (jalkapallo ja baseball).

Yleisesti voidaankin todeta, että perinteiset urheilulajit ovat vielä suosituimpia kuin e-urheilu, tarkastellen suosion mittareina vaikkapa liikevaihtoa, pelaajien palkkoja tai katsojamääriä. Kuitenkin e-urheilun suosio on edelleen kasvussa katsojaystävällisyyden, paremman vuorovaikutuksen, kilpailullisuuden asteen ja lyhyempien lähetysten keston vauhdittamana. Sukupolvien vaihtuessa perinteisen urheilun suosio tulee suhteellisesti vähenemään, sillä nuoriso on lisääntyvästi kasvamassa e-urheilun kuluttajiksi.

E-urheilu on tullut ammattilaisurheilun markkinoille jäädäkseen. Perinteisten suomalaisten suosimien urheilulajien kannattajien joukossa saattaa vieläkin esiintyä harhaisia toiveita siitä, että e-urheilu olisi vain väliaikainen ilmiö ja että nousevat sukupolvet

palaisivat arvostamaan mustikkasopan tuoksuisia ulkoilmalajeja lumisten metsien siimeksessä ja fanittaisivat puusuksien tervaamisen nostalgiaa. Digitaalisuus, Internet ja paikasta riippumaton viihteen monikanavainen kuluttaminen vahvistavat vääjäämättä otettaan tulevana vuosikymmeninä.

Lähteet

Ahn, J., Collis, W., & Jenny, S. (2020). The one billion dollar myth: Methods for sizing the massively undervalued esports revenue landscape. *International Journal of Esports*, 1(1). <https://www.ijcsports.org/article/15/html>

ASOIF 2019. Future of Global Sport. Association of Summer Olympic International Federations. https://www.asoif.com/sites/default/files/download/future_of_global_sport.pdf Luettu 06.03.2024.

Biderman, D. (2010, tammikuuta 15). 11 Minutes of Action. *Wall Street Journal*. ProQuest Central. <https://www.proquest.com/newspapers/11-minutes-action/docview/399143306/se-2?accountid=11774>

Campbell, W., Goss, A., Trottier, K., & Claypool, M. (2022). Sports vs Esports:

A Comparison Study of Industry Size, Viewer Friendliness, and Competitiveness. In *Global ESports: Transformation of Cultural Perceptions of Competitive Gaming*, editor: Dal Yong Jin (pp. 35–59). Bloomsbury Academic, New York.

Daniels, Tom 2023. League of Legends World Championship 2023 breaks esports viewership record. Esports Insider. <https://esportsinsider.com/2023/11/league-of-legends-world-championship-2023-esports-viewership-record> , 21.02.2024.

Esports Earnings (2024). "Prize Money, Results, History." Statistics. Online: <https://www.esportsearnings.com/>. 21.02.2024.

Formosa, J., O'Donnell, N., Horton, E., Turkay, S., Mandryk, R., Hawks, M., & Johnson, D. (2022). Definitions of Esports: A Systematic Review and Thematic Analysis. *Proceedings of the ACM on Human-Computer Interaction*, 6, 1–45. <https://doi.org/10.1145/3549490>

Jin, D. Y. (2022). *Global ESports: Transformation of Cultural Perceptions of Competitive Gaming*. Bloomsbury Academic. <https://books.google.fi/books?id=bPpJEAAAQBAJ>

Kraneis, S., & Rantala, K. (2018). *Kaikki e-urheilusta*. Urheilumuseo.

Kinnunen, J., Tuomela, M. & Mäyrä, F. (2022). Pelaajabarometri 2022. Tutkimusartikkeli, Tampereen yliopisto. Viitattu 10.1.2024. <https://urn.fi/URN:ISBN:978-952-03-2732-3>

Mangeloja, E. (2019). Economics of Esports. *EJBO Electronic Journal of Business Ethics and Organization Studies*, 24(2), 34–42.

Mangeloja, E. (2020a). Sukupolvet Videopelien Turnajaisissa—E-urheilun Markkinoiden Ikärakenne. *EJBO Electronic Journal of Business Ethics and Organization Studies*, 25(1), 27–35.

Mangeloja, E. (2020b). Urheilun digitalisaatio: E-urheilun yllättävä voitotulkku. Heikki Roiko-Jokela, & Antero Holmila (toimittaneet), *Urheilun kriisejä* (2019–2020, s. 87–110). Suomen urheiluhistoriallinen seura. Suomen urheiluhistoriallisen seuran vuosikirja.

Mangeloja, E., & Auvinen, T. (2022). Digimaterialismi—Virtuaalisten hyödykkeiden kulutusmotiivit. *EJBO Electronic Journal of Business Ethics and Organization Studies*, 27(1), 29–38.

Mangeloja, E., & Szeróvay, M. (2024). "Does competitive balance explain stadium attendance? Evidence from Finnish men's football". *Soccer & Society*: 1–14.

McNulty, C., Polman, R., Watson, M., & Bubna, K. (2023). *The Science of Esports*. Routledge, Taylor & Francis Group.

Newzoo 2022. Global games market report 2022. <https://newzoo.com/resources/trend-reports/newzoo-global-games-market-report-2022-frcc-version> . 24.02.2024.

Nielsen 2024. Super Bowl LVIII Draws 123.7 Million Average Viewers, Largest TV Audience on Record. <https://www.nielsen.com/news-center/2024/super-bowl-lviii-draws-123-7-million-average-viewers-largest-tv-audience-on-record/#:~:text=NEW%20YORK%20%E2%80%93%20February%202024,single%20net-work%20telecast%20to%20date>. 13.02.2024.

Statista 2023. Esports: Market data & analysis. Market Insights report. <https://www.statista.com/study/125093/esports-market-report/> . 24.02.2024.

Urban dictionary 2024, hakusana=esports, <https://www.urbandictionary.com/define.php?term=esports> , 23.02.2024

Wagner, M. G. (2006). On the Scientific Relevance of e-Sports. Presented at the 2006 International Conference on Internet Computing & Conference on Computer Games Development, CSREA Press, Las Vegas, pp. 437–442.

Wills, C. E. (2017). The competitiveness of games in professional sports leagues. *Journal of Sports Analytics*, 3(2), 103–117. <https://doi.org/10.3233/JSA-160122>

Lähdeviitteet / Endnotes

- 1 Newzoo 2022.
- 2 Kinnunen et al 2022.
- 3 Mangeloja 2020a, 27.
- 4 Wagner 2006.
- 5 Formosa et al. 2022.
- 6 Urban Dictionary 2024.
- 7 Daniels 2023.
- 8 Nielsen 2024.
- 9 Statista 2023.
- 10 Ahn et al 2020.
- 11 Mangeloja ja Auvinen 2022, 35.
- 12 Mangeloja 2019, 41.
- 13 Campbell et al., 2022, 46.
- 14 Statista 2023.
- 15 Campbell et al., 2022, 47–50.
- 16 Biderman, 2010.
- 17 Mangeloja ja Szeróvay 2024, 6.
- 18 Wills, 2017.
- 19 Campbell ym., 2022.
- 20 Mangeloja 2020b, 106.
- 21 ASOIF 2019, 26–28.
- 22 <https://olympics.com/en/esports/olympic-esports-series/>
- 23 ASOIF 2019, 26
- 24 Campbell ym. 2022, 57.