Global omsætning for eSport forventes at nå 10 mia. kr. i 2023

Danmark er med i førerfeltet på eSportsområdet og eSporten er fortsat i global vækst - det gavner dansk erhvervsliv bredt.

eSport er på få år blevet en global milliardindustri i hastig vækst. Overgangen fra en niche på netcafeer til en global underholdningsindustri, med udsolgte stadions har transformeret eSporten for altid.

Ifølge de nyeste beregninger fra analysehuset Newzoo forventes den globale omsætning for eSporten at vokse med 69 pct. frem mod 2024 til 10,5 mia. kr.

Stigende seertal

Globalt er interessen for at se eSport hastigt stigende og forventes at runde en halv milliard allerede i 2022. Hvis man ser på det samlede antal sete timer fordelt på hold, så kommer det danske CS:GO hold, Astralis ind på en global 2. plads med 42,8 millioner sete timers i 2020 ifølge Esports Charts.

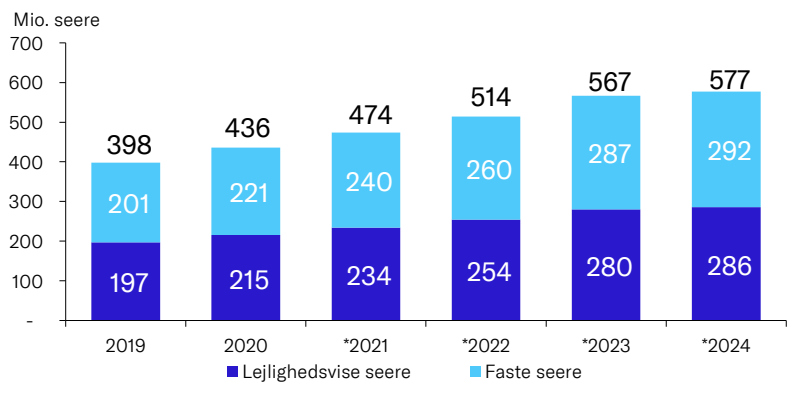
Danske muligheder

Danmark er for alvor slået igennem på den internationale eSportsscene med især skydespillet CS:GO samt det populære fodboldspil FIFA, hvor danske hold har trukket internationale sejre hjem.

Danmark er også i front med hensyn til afvikling af turneringer, bl.a. med den prestigefyldte turnering Blast.

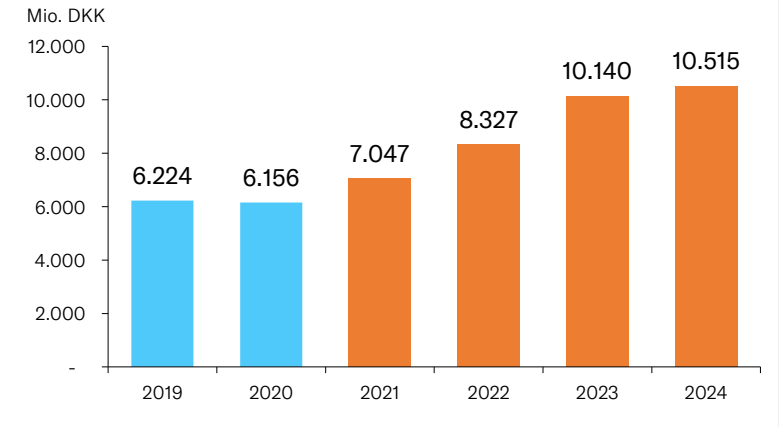
Den samlede omsætning for dansk eSport var ifølge Newzoo i 2019 på 306 mio. kr. Hvis den forventede globale tilvækst tilskrives Danmark, kan dansk eSport forvente en øget omsætning på over 157 mio. kr. frem mod 2024.

Antal eSportsseere, globalt



Kilde: Newzoo 2021 samt egne beregninger
Anm.: 2019 og 2020 er faktiske tal, 2021 er estimat imens 2022-2024 er fremskrivninger.

eSport omsætning, globalt



Kilde: Newzoo 2021 samt egne beregninger
Anm.: 2019 og 2020 er faktiske tal, 2021 er estimat imens 2022-2024 er fremskrivninger.

KONTAKT: JASMINA PLESS PÅ JPL@DANSKERHVERV.DK ELLER PÅ TLF. +45 2924 2234

OM DETTE NOTAT: Arbejdet er afsluttet den 16. april 2021.

I takt med at konkurrenceprægede videospil er blevet en integreret del af populærkulturen, har globale investorer, brands, medierne og forbrugerne forøget deres interesse for eSporten.

Professionaliseringen af eSporten har været med til at generere store investeringer og ekspansiv omsætning. eSport har fået medvind grundet det store sociale element, som livestreaming tilbyder. Streaming af spil på platforme som Twitch og Youtube har givet fans en direkte opkobling til de spillere og teams de beundrer. Samtidig har sociale medieplatforme været med til at sprede omtale og skabe et socialt netværk.

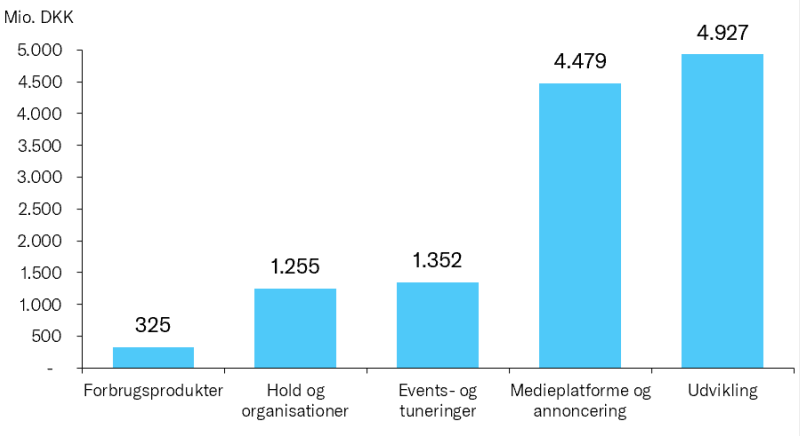
Følgeerhverv

Som et resultat har investeringer med relation til eSporten oplevet en stor stigning. Der er nemlig mange følgeerhverv, som enten er en forudsætning for, eller et produkt af, eSportens øgede popularitet. Det gælder bl.a. turneringer, som både afholdes fysisk på stadions og som live streames til hele verden. Her er den danske virksomhed Blast i front med deres verdenskendte turnering Blast Premier.

Sponsoraterne viser målgruppen

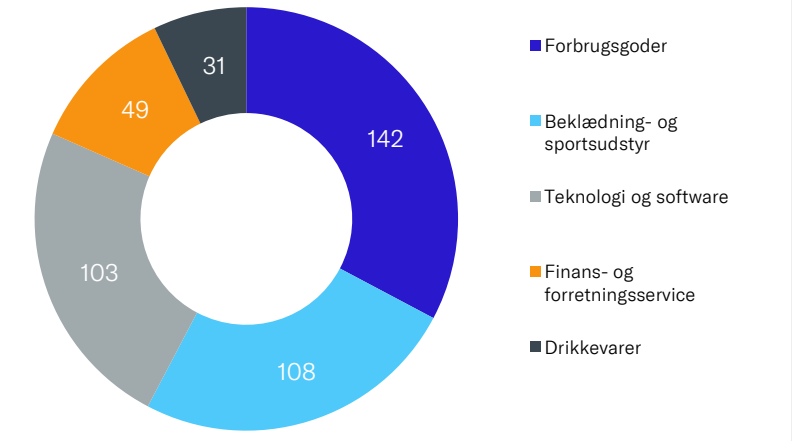
Når man ser på de primære sponsorer af eSporten på globalt plan, er det især forbrugsprodukter som computere og tilbehør der benytter eSport som en platform for markedsføring. Også beklædning, tech og drikkevarer står højt på listen over brancher, som har en kommerciel fordel i at blive associeret med eSport. Med et voksende publikum på over 10 pct. om året, er der store kommercielle brandingmuligheder i eSportens verden. Det danske CS:GO team, Astralis har bl.a. formået at skabe værdifulde samarbejdsaftaler med store brands fra både Danmark og udlandet.

Globale investeringer i eSport (2018)



Kilde: Deloitte 2019 samt egne beregninger
Anm.: Forbrugsprodukter er primært tilbehør til computere, konsoller mv..

Primære sponsorer af eSport, globalt (2019)



Kilde: Statista 2021 samt egne beregninger
Anm.: Sponsorater i mio. DKK. opdelt på brancher i 2019 på globalt plan. Forbrugsgoder indeholder primært tilbehør til computere og konsoller.

KONTAKT: JASMINA PLESS PÅ JPL@DANSKERHVERV.DK ELLER PÅ TLF. +45 2924 2234

OM DETTE NOTAT: Arbejdet er afsluttet den 16. april 2021.