

Neue Wege im Österreichischen Fußball

Die Österreichische Fußball-Bundesliga hat ab nächster Saison einen neuen Spielmodus beschlossen. Das Format mit Play-Offs ist einzigartig und soll für mehr Spannung sorgen. Sky Österreich sichert sich die exklusiven Übertragungsrechte für das Produkt. Die Zukunft des Fußballs in Österreich war das Schwerpunktthema des Branchentreffs SPORT & MARKE in Wien.

Nach 25 Jahren 10er Liga wird die **Österreichische Fußball-Bundesliga** ab der nächsten Saison im neuen Format mit 12 Teams ausgetragen. **Christian Ebenbauer** erhofft sich „mehr Zuseher, mehr Entertainment und mehr Emotionalität“ durch die Reform. Neben dem Spannungsaufbau durch mehr Spiele mit Entscheidungscharakter, stärkt die Reform auch das Vermarktungspotenzial. Fanfreundlicherer Anspielzeiten, weniger englische Wochen und frühzeitige Spieltagsplanung sollen für Entlastung der Clubs und mehr Stadionbesucher sorgen. Außerdem ermöglicht die geringere Clubfluktuation (ein Absteiger aus 12 Teams) eine höhere Planungssicherheit, so Ebenbauer.

Mit **Sky Österreich** bekommt die Liga einen exklusiven TV-Partner an ihre Seite. Beginnend mit der nächsten Saison 2018/19 läuft der Vertrag für mindestens vier Jahre. **Christine Scheil**, Geschäftsführerin **Sky Österreich**, sieht gleichgerichtete Ziele und die Zusammenarbeit sehr partnerschaftlich. Sie erwartet keinen Einbruch der Zuschauerquoten und verweist auf die Länder, in denen Fußball im Pay-TV bereits Standard sei. Unterhaltung ist geboten durch die Sky-Experten **Andreas Herzog** und **Alfred Tatar**, die vor allem ein spannenderes Meisterschaftsrennen erwarten. **Dr. Holger Enßlin** von Sky kündigt einige Modelle an, die das Fußball-Angebot attraktiver gestalten. Online-Streaming, monatlich kündbare Verträge, Club-TV und einzelne Free-TV Spiele seien geplant. Das Ziel sei es, die Pay-TV Reichweite massiv zu steigern. Während sich die öffentlich-rechtlichen Sender aus dem Fußball zurückziehen, hat **Laola1** die Rechte für die 2. Österreichische Liga erworben. **Reiner Geier**, Geschäftsführer bei Laola 1, verkündet, dass in Zusammenarbeit mit ORF Sport Plus mindestens 16 Spiele auch im Free-TV zu sehen seien.

Aktuell sind 12-15 Prozent der Club-Einnahmen aus medialen Erlösen. **Christian Ebenbauer** gibt das Ziel aus, diesen Anteil auf 25-30 Prozent erhöhen zu wollen. Mit den verbesserten TV-Übertragungen bei Sky wird ein qualitativer Ansatz verfolgt. Die Sponsoring Säule könnte durch geringere Präsenz im Free-TV an Bedeutung verlieren. **Werner Becher**, Vorstandssprecher bei **Interwetten**, spricht sogar von einem „Ausschluss der Öffentlichkeit im Fußball“. **Interwetten** geht als Partner des Skisports auch aus diesem Grund einen anderen Weg. Nicht alle Sponsoren sehen die Entwicklungen so kritisch. Tipico hat sich bereits zur Bundesliga bekannt und das Titelsponsoring verlängert. **Philip Newald**, Geschäftsführer bei **tipp3** betont aber, dass jetzt „hohe Flexibilität nötig“ sei. Man befände sich in einer „Game Changing Phase“ und die Auswirkungen für alle Stakeholder seien nicht zu unterschätzen.

Die Österreichische Bundesliga generiert 1 Prozent der Umsätze der englischen Premier League. Im wirtschaftlichen Vergleich mit den weiteren europäischen Ligen war Österreich in den letzten Jahren zwischen den Plätzen 12-18 vertreten. Red Bull Salzburg hat in der diesjährigen Europa-League Saison aber gezeigt, dass man sportlich absolut konkurrenzfähig ist. **Dr. Leo Windtner**, Präsident des **ÖFB**, sieht den „Turbo-Kapitalismus“ der Top-Clubs als Gefahr für den europäischen Fußball und zeigt sich kämpferisch, die Schere zwischen Arm und Reich nicht größer werden zu lassen. **Georg Pangl**, Generalsekretär, **European Leagues**, mahnt vor Langeweile in Europa und sieht die Champions League Reform als Angriff auf die Solidarität. Inwiefern die Reform der Österreichischen Bundesliga eine Aufholjagd darstellt oder in die falsche Richtung geht, bleibt abzuwarten.

3885 Zeichen (mit Leerzeichen), 526 Wörter (inkl. Titel), Belegexemplar erbeten

Das Programm 2018 Zur Homepage	Kontakt: ESB Marketing Netzwerk Janis Schulze Brunneggstr.9 CH-9001 St.Gallen	Tel.: +41 (0) 41 71 223 78 82 E-Mail: presse@esb-online.com Web: www.esb-online.com
---	--	---