

Bundesliga plant eigene TV-Plattform: Der große Wettlauf um die Rechte!

Die Bundesliga plant 2026 eine eigene TV-Plattform, um Einnahmen zu steigern und Herausforderungen durch TV-Rechte zu meistern.



Laola1, Österreich - Die Bundesliga steht vor einer gravierenden Wende im Bereich der TV-Rechte. Christian Ebenbauer, Vorstand der Bundesliga, hat kürzlich kritisch auf die Ergebnisse der höchsten Spielklasse hingewiesen, die den Erwartungen nicht entsprechen. In einer Klubkonferenz wurde beschlossen, eine eigene TV-Plattform zu entwickeln, um dem Druck standzuhalten und neue Einnahmequellen zu erschließen. Laut Ebenbauer ist es eine „Notwendigkeit“, diese Plattform zu entwickeln, insbesondere angesichts der aktuellen wirtschaftlichen Situation und dem wachsenden Konkurrenzdruck durch den Medienpartner Canal+.

Im Herbst wurde bereits eine Wirtschaftlichkeitsanalyse

durchgeführt, gefolgt von der Erstellung eines Business-Plans zu Jahresbeginn. Die erste Phase der neuen Plattform soll mit 60.000 bis 100.000 Abonnenten gerechnet werden. Bei einem Abo-Preis von 15 Euro könnte dies zu monatlichen Umsätzen zwischen 900.000 und 1.500.000 Euro führen, was hochgerechnet jährlich zwischen 10,8 und 18 Millionen Euro bedeutet. Diese Einnahmen sind für viele Klubs von entscheidender Bedeutung, da TV-Gelder bis zu 30 % ihres Budgets ausmachen können.

Herausforderungen der TV-Rechte-Vergabe

Die aktuelle Situation bei der Vergabe der TV-Rechte ist allerdings von Unsicherheiten geprägt. Die Liga hat vielversprechende Angebote für die 2. Liga erhalten, allerdings fallen die ersten Vorschläge für das wichtigste Paket, das 195 Livespiele im Pay-TV umfasst, enttäuschend aus. Kleinere Vereine rechnen mit einem Minus, das der Höhe eines Hauptsponsorvertrags entspricht. Ein Experte äußert, dass es unrealistisch sei, die bisherigen Einnahmen von 42 Millionen Euro pro Jahr von Sky durch Selbstvermarktung zu erreichen. Sky könnte laut Einschätzung maximal 30 Millionen Euro bieten, während auch Canal+ nicht mit besseren Angeboten aufwartet.

Die DFL (Deutsche Fußball Liga) hat zudem die deutschsprachigen Medienrechte von 2025/26 bis 2028/29 vergeben. Hierbei wurden Gesamteinnahmen in Höhe von 1,121 Milliarden Euro pro Saison erlangt, was eine Steigerung von rund zwei Prozent im Vergleich zum vorherigen Zyklus darstellt und die Bundesliga zu einer der stärksten Ligen der Welt macht. Sky und DAZN bleiben die Hauptmedienpartner im Pay-TV, während die ARD und das ZDF die Highlights der Spiele zeigen.

Zukunftsvision der Bundesliga

Die Bundesliga plant, ihre eigene „Direct-to-consumer-Plattform“ bis Juli 2026 zu realisieren. Die Realisierung des Business-Plans wurde den Vereinen bereits im Frühjahr präsentiert, und nun

bleibt die wichtigste Frage die Anstoß-Finanzierung: Diese muss entweder durch einen Investor oder durch einen Kredit gesichert werden. Der Zeitrahmen von 14 Monaten bis zur geplanten Umsetzung stellt die Vereine vor eine zusätzliche Herausforderung, da sie für ihren Vermarktungserfolg künftig selbst verantwortlich sind.

Das Vorhaben, in den Bereich der Selbstverwertung zu gehen, ist inspiriert von positiven Beispielen aus den Niederlanden. Die Idee eines Kombi-Abos, das Stadion- und TV-Abos vereint, wird ebenfalls diskutiert. Mit der Entscheidung über die TV-Rechte, die bald getroffen werden muss, erhöht die Bundesliga den Einsatz in diesem Pokerspiel um die Zukunft ihrer finanziellen Basis.

Details	
Ort	Laola1, Österreich
Quellen	<ul style="list-style-type: none">• www.90minuten.at• kurier.at• www.bundesliga.com

Besuchen Sie uns auf: die-nachrichten.at