

Frankfurt am Main, 03.03.2020

## DFL veröffentlicht Details zu Medienrechte-Ausschreibung

- **Fokus auf digitale Innovationen und höchste Präsentationsqualität aller Spiele der Bundesliga und 2. Bundesliga**

Innovative Programm-Angebote auf Basis einer bewährten Spielplan-Struktur stehen im Mittelpunkt der kommenden Ausschreibung der deutschsprachigen Medienrechte der DFL Deutsche Fußball Liga. Die DFL erläuterte am heutigen Dienstag in Frankfurt am Main detailliert Inhalte, Ablauf und Entscheidungsprozess der voraussichtlich bis Mai dieses Jahres abgeschlossenen Rechtevergabe. Die Ausschreibung umfasst alle Begegnungen der Bundesliga und 2. Bundesliga sowie die Relegationsspiele und den Supercup für die Spielzeiten 2021/22 bis 2024/25. Erstmals wird nicht nur die Verwertung in Deutschland, sondern darüber hinaus zusätzlich auch in Österreich, der Schweiz, Liechtenstein, Luxemburg und Südtirol ausgeschrieben.

Während sich der Spielplan neben dem bekannten Verzicht auf Montagsspiele in der Bundesliga und 2. Bundesliga an den bewährten Anstoßzeiten orientiert, setzt die DFL auf neue Standards hinsichtlich Präsentationsqualität und digitaler Verbreitung. So werden 176 Begegnungen pro Saison im hochauflösenden UHD-Format produziert, Top-Spiele mit bis zu 26 Kameras bei regelmäßigem Einsatz zum Beispiel von Aerial-Camera-Systemen, Drohnen- und Eckfahnenkameras.

Im Sinne der sich wandelnden Mediennutzung wird die Möglichkeit zur Erstellung von digitalen Angeboten umfassend erweitert und auf unterschiedliche Bedürfnisse zugeschnitten. So genannte Video- und Audio-„In-Match-Clips“ können von Erwerbern der Pay-Live-Pakete noch während der laufenden Partie verbreitet werden. Pay-Highlight-Clips sind erstmals direkt nach Abpfiff zu nutzen und Highlight-Sendungen können erstmals im Nachgang zum Beispiel als Mediathek-Angebot „on demand“ verfügbar gemacht werden. Bis zu drei „Free-Clip-Pakete“ ermöglichen Erwerbern die Bewegtbild-Berichterstattung auf Abruf ab Montag nach dem Spieltag. Neu als Bestandteil einer Ausschreibung ist zudem ein „Digital out of Home“-Paket zur Nutzung von Bewegtbildern der Spiele auf Flächen für Außenwerbung.

Im Live-Bereich der Bundesliga stehen vier Pay-Pakete im Mittelpunkt, die allesamt für alle relevanten Verbreitungstechnologien Gültigkeit haben („Technologie-Neutralität“). Das heißt: Der jeweilige Erwerber ist berechtigt, die Inhalte per Satellit, Kabel/IPTV, Web-TV und Mobile-TV auszustrahlen. Die Pay-Pakete umfassen im Wesentlichen: die Konferenz der Parallelspiele am Samstagnachmittag (Paket A), alle Einzelspiele am Samstagnachmittag (Paket B), das Topspiel am Samstagabend (Paket C) sowie die Einzelspiele am Freitag und Sonntag (Paket D). Falls ein einziger Anbieter alle vier dieser Pay-Live-Pakete erwirbt, werden zwei davon zur co-exklusiven Verwertung über Web- und Mobile-TV an einen zweiten Anbieter vergeben. Welche zwei Pakete dies gegebenenfalls betrifft, wird die DFL rechtzeitig vor Beginn der Auktion bekanntgeben. Zudem gilt: Mindestens eines der vier Pakete muss auch über Kabel und/oder Satellit verwertet werden.

In der 2. Bundesliga gibt es zwei Live-Pakete, die ebenfalls technologie-neutral ausgeschrieben werden. Eines beinhaltet das Spiel am Samstagabend zur neu eingeführten Anstoßzeit um 20.30 Uhr (Paket G), das andere umfasst alle weiteren Begegnungen der 2. Bundesliga am Freitagabend, Samstagnachmittag (Anstoßzeit 13.30 Uhr) und Sonntag (Paket F).

Neben der Stärkung des Pay-Bereichs wird die Anzahl der Free-Live-Spiele gesteigert. Mit dem Saisonöffnungsspiel, der letzten Hinrunden-Begegnung und dem Rückrunden-Auftakt der Bundesliga sowie dem Supercup und allen Relegationsspielen werden künftig sechs Partien im frei empfangbaren Fernsehen live gezeigt. In Bezug auf die 2. Bundesliga ist ab der kommenden Rechteperiode auch das Saisonöffnungsspiel zusätzlich zu den Relegationsspielen zwischen 2. Bundesliga und 3. Liga Bestandteil des „Free-Live“-Pakets.

„Unser Rechte-Portfolio ermöglicht den Erwerbern eine zeitgemäße und nutzerorientierte Verbreitung der entsprechenden Inhalte. Dabei setzt die DFL auf digitale Innovationen und höchste Präsentationsqualität aller Spiele. Wir konnten sowohl die Live-Rechte noch attraktiver gestalten als auch die umfassende Berichterstattung im Free-TV ausbauen – das Ganze unter Erhalt des Regelspielplans mit klarem Fokus auf das Wochenende“, sagt DFL-Geschäftsführer Christian Seifert.

Insgesamt enthält die Ausschreibung sieben Live- und sieben Highlight-Pakete zur Nutzung von audiovisuellen Rechten an 617 Spielen je Saison. Im Audio-Bereich gibt es zwei Pakete – jeweils eins für die Verwertung über UKW und über Web/Mobile. Das „Digital out of Home“-Angebot berechtigt zur Vorführung audiovisueller Inhalte über digitale Werbe- und Informationssysteme.

Die Spielplan-Struktur stärkt den Stellenwert des Samstags und des Sonntags. Die zehn Entlastungsspiele im Sinne der UEFA-Europa-League-Starter, die in der Bundesliga bislang jeweils zur Hälfte am Montagabend und am Sonntag ab 13.30 Uhr ausgetragen wurden, finden künftig alle am Sonntag um 19.30 Uhr statt. Die bisherige Bundesliga-Anstoßzeit am Sonntagabend um 18.00 Uhr wird auf 17.30 Uhr vorgezogen. Das Zweitliga-Topspiel wird vom Montagabend auf Samstag, 20.30 Uhr, verlegt. In beiden Ligen wird der 33. Spieltag künftig als Regelspieltag mit gestaffelten Anstoßzeiten ausgetragen.

Die Ausschreibung erfolgt in einem offenen, transparenten und diskriminierungsfreien Verfahren. Derzeit befindet sich das Bundeskartellamt noch in der finalen Überprüfung der Details der Vergabemodalitäten. Nachdem diese Prüfung des der Ausschreibung zugrunde liegenden Vermarktungsmodells verbindlich abgeschlossen ist, wird die DFL allen zugelassenen Unternehmen die Ausschreibungsunterlagen voraussichtlich ab Mitte März übersenden. Diese enthalten auch die finale Struktur der Rechtepakete sowie die übrigen vertraglichen Regelungen. Die Vergabeentscheidungen werden voraussichtlich im Laufe des Monats Mai erfolgen.

- [Ein Handout mit den Eckpunkten der Medienrechteausschreibung 2020 und einem Überblick über die Rechtepakete können Sie hier herunterladen \(PDF\)](#)
- [Hier geht es zur Meldung auf dfl.de](#)

09 | 2020

### Medienkontakt

Christopher Holschier  
Leiter Unternehmens-  
kommunikation  
T +49 69 / 6 50 05-333  
E [presse@dfl.de](mailto:presse@dfl.de)

### Medien-Center

Mitteilungen,  
Akkreditierungsformulare  
und weitere Informationen  
zum Download.



### DFL Deutsche Fußball Liga GmbH

Guiollettstraße 44-46  
D-60325 Frankfurt/Main  
W [dfl.de](http://dfl.de)  
T [@DFL\\_Official](https://twitter.com/DFL_Official)  
I [dfl-official](https://www.instagram.com/dfl-official)