



Laola1 sichert sich die Rechte für die 2. Liga – 30 Spiele werden auf ORF Sport+ zu sehen sein.

Laola1 nun alle Live- und Nachverwertungsrechte für die lineare und nonlineare Verbreitung im Free- und Pay-TV sowohl in Österreich als auch international, darüber hinaus auch nichtexklusiv die Audiorechte an der Liga. Sofern die infrastrukturellen Voraussetzungen in dem jeweiligen Stadion gewährleistet sind, produziert Laola1 alle 240 Spiele. 60 Spiele der 2. Liga werden live im Free-TV übertragen, 30 davon auf ORF Sport+ und 30 Spiele bei Laola1, d.h. online auf www.laola1.at und www.laola1.tv sowie im linearen TV-Kanal von Laola1. Alle weiteren Spiele sollen auf den digitalen Laola1-Kanälen und Klubhomepages ausgestrahlt werden – außer es kommt zu zeitlichen Überschneidungen mit der Tipico Bundesliga. Und: Natürlich stehen auch umfassende Highlight-Formate auf dem Programm.

Zudem produziert Laola1 eine Torparade jedes Spieltags und stellt ein umfangreiches Live-ticker-Angebot zur Verfügung.

SPONSORENSUCHE

Ebenfalls im Vermarktungskonzept von Laola1 enthalten ist die Akquise eines Hauptsponsors gemeinsam mit der Bundesliga und dem ÖFB. „Wir wollen die 2. Liga mit dem ÖFB und der Bundesliga und allen Medienpartnern weiterentwickeln“, so Geier, der „die Fans begeistern und die Emotionen rund um die Spiele erlebbar“ machen möchte. Zu diesem Zweck setzt er neben klassischen TV-Produktionen auch auf Live-streamings, Online- und Social-Media-Abrufangebote. „Damit erschließen wir der 2. Liga breite Zielgruppen, von den klassischen TV-Sehern bis hin zu jungen, digitalen Nutzern.“

Martin Szerencsi, Legal Advisor des ORF, hat seine Teilnahme an der Diskussionsrunde im Rahmen der „Sport & Marke“ kurzfristig abgesagt – was die beiden anderen Diskutanten nicht ganz ohne Häme zur Kenntnis nahmen. www.laola1.at

Pay-TV versus Free-TV

Gleich nachdem bekannt wurde, dass Laola1 die TV-Rechte für die 2. Liga erwarb, stand GF Geier auf der „Sport & Marke“-Bühne.

VON PETER SUWANDSCHIEFF
colorofsports.at

Kurz vor der „Sport & Marke“ 2018, Anfang Mai, gab das Sportportal Laola1 bekannt, dass es die kompletten audiovisuellen Medienrechte sowie umfassende Vermarktungsrechte an der 2. Liga, die bekanntlich diesen Sommer mit einem neuen Format in eine neue Ära startet, exklusiv für vier Jahre erworben hat.

Im Rahmen des Sportkongresses stand dann Reiner Geier, Geschäftsführer Laola1, zum Thema „Der (un-)nötige Kampf um Sport-Rechte?“ gemeinsam mit Mario Lenz, Head of Sports Content bei ProSiebenSat.1 Puls4, auf dem Podium. Die Frage, ob es in Zukunft einen öffentlich-rechtlichen Rundfunk hierzulande braucht, beantworteten Geier und Lenz mit einem klaren Ja. Beide gehen allerdings davon aus, dass auf den ORF Veränderungen

zukommen werden. „Bei den privaten Anbietern im analogen Bereich wird es Lücken geben, weil sich alle hauptsächlich um die Premiumrechte reißen“, betont etwa Lenz und verweist auf die Aufgabe des ORF, ebendiese Lücken zu schließen.

WANTED: PREMIUMRECHTE

Er sieht diese Premiuminhalte vorwiegend bei den privaten Sendern: „Ich finde nicht, dass der ORF diese mit Gebührengeldern finanzieren sollte. So wie der Sportmedienmarkt aufgestellt ist, hat jeder seine Aufgabe, die er erfüllen kann und soll.“

Rainer Geier denkt, „dass es dem Sport guttut, wenn mehrere TV-Spieler am Markt sind und er dadurch nicht vom öffentlich-rechtlichen Rundfunk abhängig ist“. Mario Lenz sieht vor allem

auf weniger reichweitenstarke Medien die Herausforderung zukommen, „den Fans mitzuteilen, welcher Content dort zu sehen ist“.

NEUE PLAYER WIE AMAZON

Für Geier spielt sich der Konkurrenzkampf nicht nur zwischen den einzelnen Medienunternehmen ab, sondern auch zwischen den Gattungen – also Pay- versus Free-TV. „Und es kommen immer neue Player auf den Markt. In den nächsten Jahren wird man sehr stark mit Amazon rechnen müssen“, nennt der Laola1-Geschäftsführer ein Beispiel und verweist zudem auf eine Vermarktungsgemeinschaft seines Unternehmens mit dem Online-Riesen. Danach ging er auch gleich auf die Details des Rechtedeals ein. Demnach hält