



„MONTAGSSPIELE ABSCHAFFEN!“

Positionspapier des VfL Osnabrück zum neuen TV-Vertrag 3. Liga ab Saison 2023/24

VfL Osnabrück KGaA & Co. KGaA, VfL von 1899 e.V. Osnabrück,
Fanabteilung des VfL von 1899 e.V. Osnabrück,
Fanprojekt VfL Osnabrück, Violet Crew, Fanszene Osnabrück e.V.

HINTERGRÜNDE & PROBLEMSTELLUNG

Montagsspiele sind seit ihrer Einführung im Oktober 1993 über viele Jahre Gegenstand konfliktärer Diskussionen. Während viele Fans Montagsspiele auch als ein Symbol für die wahrgenommene Überkommerzialisierung des Fußballs ablehnen, hatten Klubs, Ligen und Verbände über viele Jahre den Montag als gesonderten Spieltag in den Fokus gerückt.

Dies folgte einem wirtschaftlichen Impuls. Alle Ansätze einer Spieltagersplitterung sollen erhöhte Medienerlöse versprechen: Exklusivere Termine, wie der Montagabend, führen aufgrund geringeren Wettbewerbs zu anderen Fußball-, Sport- bzw. allgemein Medienereignissen zu höheren TV-Zuschauerzahlen, die wiederum eine verbesserte Vermarktbarkeit von Werbeplätzen zulässt. Die entsprechend erhöhte Zahlungsbereitschaft der Medien-Rechtenehmer resultiert in erhöhten Medienerlösen pro Klub.

Seit Beginn der Einführung von Montagsspielen ist aber stets der Widerspruch zwischen Faninteressen einerseits und wirtschaftlichen Notwendigkeiten andererseits betont worden. Fans lehnen dabei Montagsspielen eindeutig ab: Über 90% der Fans einer 180.000 Teilnehmer großen Stichprobe haben sich noch 2018 in einer gemeinsam mit dem Fußballmagazin Kicker, dem Deutschen Institut für Sportmarketing sowie des Vereins FC PlayFair! e.V. durchgeführten Umfrage gegen den Montag als Spieltag ausgesprochen.

Diese mehrheitliche Ablehnung kann auch nicht dadurch kaschiert werden, dass trotz immer wieder vorgebrachter Boykottaufrufen auch montags Heim- und Auswärtsfans anreisen und die Zuschauerzahlen an einem Montag vordergründig mit den Zahlen an Freitagen oder am Wochenende vergleichbar sind. Deutlich wird vor allem, wie wichtig Fans das unmittelbare Stadionerlebnis ist, welches das Fansein selbst prägt. Deshalb wurden zunächst in der 1. Bundesliga Montagsspiele abgeschafft und mit der Ausschreibung der Medien-Rechte zur Saison 2021/2022 hat auch die 2. Bundesliga nachgezogen.



Aktuell und bis zum Ende der Saison 2022/2023 sind Montagsspiele jedoch noch immer ein Teil des aktuell gültigen Medienvertrages der 3. Liga. Hinsichtlich der neuen Rechteperiode ab der Saison 2023/2024 steht gegenwärtig zur Diskussion, ob zukünftig auch in der 3. Liga weiterhin Montagsspiele umgesetzt werden sollen.

Der Deutsche Fußball-Bund (DFB) ist als Organisation mit der Medienrechtevermarktung für die 3. Liga betraut. In einem sehr transparenten und partizipativen Prozess hat der DFB die Klubs der Liga aufgefordert, ihre Position dazulegen und als Grundlage im Vorfeld ein Meinungsbild der unterschiedlichen Bezugsgruppen der Klubs für den Vermarktungsprozess einzuholen.

Der VfL Osnabrück hat dazu den Austausch mit entsprechenden Bezugsgruppen, hier insbesondere den sog. organisierten Fans sowie den Institutionen der Fanarbeit, vorgenommen und auch mit den klub- bzw. vereinsinternen Gremien und Anspruchsgruppen (u.a. Aktionärs- und Sponsorenvertretern) sowie mit dem sportlichen Bereich inklusive der Spieler eine hier ausformulierte Position abgestimmt.

Im Ergebnis lehnt der VfL Osnabrück auch zukünftig Montagsspiele ab und fordert die weiteren Klubs der 3. Liga auf, die Rahmenbedingungen für die TV-Vermarktung entsprechend ohne Montagsspiele als Termin zu gestalten. Die folgende Argumentation ist die Grundlage für die formulierte Position.

GRÜNDE FÜR DIE ABLEHNUNG VON MONTAGSSPIELEN

Bei der Ablehnung von Montagsspielen folgt der VfL Osnabrück zum einen auch weiterhin der schon bekannten Argumentationslinie, dass diese gegen Faninteressen verstoßen. Dieser Aspekt erhält momentan aufgrund der pandemiebedingt feststellbaren wachsenden Entfremdung eine ergänzende Relevanz. Zudem lassen die wirtschaftlichen Konsequenzen aus Sicht des VfL Osnabrück es nicht zu, sich hier gegen Faninteressen zu stellen. Im Einzelnen:

1. Fanorientierte Argumentation gegen Montagsspiele

a. Der Montag ist auch ein Symbol für die (Über-)Kommerzialisierung

Fußball auf professionellem Niveau und sportlichem Wettbewerb ist stets nur auch mit entsprechenden finanziellen Mitteln realisierbar. Daher ist es notwendig für Klubs, Ligen und Verbände, zur Finanzierung ihrer Aktivitäten auch hinreichende Erlöse zu erzielen. Der sportliche Wettkampf geht dabei stets mit wirtschaftlichem Wettbewerb zwischen den Klubs und den Ligen einher. Die Schaffung neuer Erlösquellen ist hier

systemimmanent. Dennoch sollte die notwendige Kommerzialisierung nicht Überhand nehmen und sollte dabei vor allem nicht gegen die zentralen Faninteressen verstoßen. Die Zerstückelung der Spieltage ist neben weiteren Aspekten ein solches Symbol, die Einführung des Montagsspieltages aus reinen kommerziellen (Medien-)Interessen steht stellvertretend für bedeutsame Konfliktlinien. Mit der Abschaffung des Montagsspieltages wird die Kritik an der (Über)Kommerzialisierung nicht verschwinden, ein Anlasspunkt für Kritik kann so aber vermieden werden.

b. Der Montag erschwert Stadionerlebnis für ortsfremde (Heim- und Auswärts-) Fans

Die symbolhafte Bedeutung des Montages resultiert dabei auch daraus, dass es für manche Fans nicht so leicht realisierbar ist, ihrer Fan-Leidenschaft an einem Montag nachzugehen. An- und vor allem Abreise, zumal mit öffentlichen Verkehrsmitteln, gestalten sich an Montagen deutlich problematischer, als es an Freitagen oder an Wochenenden der Fall ist. Zudem müssen Fans, die an Montagen die Spiele ihrer Klubs auswärts oder eben nicht am Ort des eigenen Lebensmittelpunktes im Stadion verfolgen wollen, dafür Urlaubs- oder Ausgleichstage nehmen. Diese Problematik besteht zwar auch in englischen Wochen, hat aufgrund der notwendigen Gesamtspielplangestaltung aber keine Spieltageszerstückelung als Ursache.

c. Der Montag erschwert Stadionerlebnis für junge Fans

Neben der aus der Anreise resultierenden Problematik erschweren Montagsspiele aufgrund ihrer späteren Anstoßzeiten und des folgenden Schultages jungen Fans das Stadionerlebnis wahrzunehmen. Die Zielgruppe der 6- bis 12-jährigen Kinder ist für Fußballklubs entscheidend, weil sich in dieser Altersphase der Lieblingsklub herausbildet. Vermehrt wenden sich jüngere Fans dabei von den lokalen Heimatklubs ab und den erfolgreichen, internationalen (Star-)Klubs zu. Dieser Prozess ist gerade durch die pandemie-bedingten Einschränkungen hinsichtlich von Stadionzuschauern in den letzten zwei Jahren noch verstärkt worden. Ein Weg, um hier die Bindung an den Heimatklub herzustellen sind vor allem (gemeinsame) Stadionerlebnisse, die auch schon durch die Pandemie in den letzten zwei Jahren stark eingeschränkt wurden.

d. Reduzierte Entfaltung der sozial-kulturellen Kraft des Fußballs bei Montagsspieltagen

Auch für diejenigen Heim- und Auswärtsfans, für die nicht nur die 90 Minuten des Spiels selbst, sondern der sozial-kulturelle Charakter des Spieltages im Fokus steht, verändert ein Montagsspiel das Stadion- und somit Fußballerlebnis grundlegend. Der

Fußball verbindet Menschen, schafft Begegnungen, lebt von Ritualen. Dies gilt für tendenziell jüngere organisierte Fans in den Stehkurven genauso wie für diejenigen Fans, die schon seit vielen Jahren im entsprechenden Freundes- und Bekanntenkreis Fußballspiele im Stadion verfolgen. An Spieltagen sind die (gemeinsamen) Erlebnisse vor und nach dem Spiel auch jenseits des Spielortes wichtiger Bestandteil des Fußballs und der von ihm ausgehenden Faszination. Gerade deshalb ist er für viele Menschen zur schönsten Nebensache der Welt, eben zu einer schönen Freizeitgestaltung geworden. Die Zeit zum Ausleben dieser Freizeit ist aber eben an einem Montag eingeschränkt und verändert, wichtige Begegnungen fallen weg. Gerade diese sozial-kulturelle Kraft des Fußballs sollte nicht nur für Fans, sondern auch für Klubs, Ligen und Verbände im Mittelpunkt stehen und handlungsleitend sein, da sich auch aus dieser Kraft und der damit einhergehenden Aufmerksamkeitsstärke die wirtschaftliche Relevanz ergibt. Faninteressen und wirtschaftliche Interessen sind somit kein Widerspruch, sondern müssen in Einklang gebracht werden. Die heutigen Entscheidungen von Klubs, Ligen und Verbänden bestimmen somit die zukünftige Vermarktungsfähigkeit und die wirtschaftliche Stärke der Akteure.

2. Ökonomisch-orientierte Argumentation gegen Montagsspiele

a. Wirtschaftlicher Mehrwert von Montagsspielen unbestimmt

In den bisherigen Gesprächen mit den für die TV-Vermarktung zuständigen DFB-Mitarbeitenden konnte nicht konkret formuliert werden, wie groß der wirtschaftliche Mehrwert durch Montagsspiele tatsächlich ist. Die Annahme, dass TV-Sender bereit sind, für den exklusiven Montagsspieltag mehr Geld auszugeben, ist dabei aber sicherlich zutreffend. Dennoch wäre es für eine Entscheidungsfindung hilfreich, diese Höhe zu kennen bzw. eine Einschätzung vorzunehmen. Ansonsten kann eine Rechtfertigung für die Fortführung von Montagsspielen nicht darauf erfolgen. Zugleich ist insbesondere hinsichtlich der symbolischen Bedeutung von Montagsspielen aber problematisch, diese tatsächlich zu bewerten: Die Negierung der fanorientierten Argumentation würde sofort eine ökonomische Kennziffer, d.h. ein Preisschild erhalten und die bestehenden Konflikte noch verstärken.

b. Bisherige Höhe pro Klub tendenziell gering

Vermutlich festzustellen ist aber grundsätzlich, dass der tatsächliche Mehrwert pro Klub zumindest für den Großteil der Klubs vergleichsweise als gering einzuschätzen ist. Dies scheint allein deshalb naheliegend, weil im bisherigen Medienvertrag lediglich 9% (34 von 380) aller Ligaspiele auf einen Montag entfallen. Wenn man davon ausgeht, dass jedes Spiel – unabhängig vom Wochentag – den identischen Wertbeitrag hat, dann würden entsprechend auch 9% der TV-Erlöse auf die

Montagsspiele entfallen. Bei TV-Erlösen von 16 Millionen € für die gesamte 3. Liga würden also zwischen 1,4 und 1,6 Millionen € auf die Montagsspiele entfallen. Abhängig von der Anzahl der U-Mannschaften entspricht dies wiederum maximal einem Betrag zwischen 70.000 – 90.000 € pro teilnehmenden Klub. Bei durchschnittlichen Einnahmen der Klubs der 3. Liga in der Saison 2021/2022 von knapp 9 Millionen € entsprechen die Einnahmen für die Beibehaltung von Montagsspielen somit unter 1% der Gesamteinnahmen. Wissend, dass die Einschätzung hier von Klub zu Klub variiert, rechtfertigt diese Größenordnung nach Ansicht der Vertreter des VfL Osnabrück es nicht, auch zukünftig Montagsspiele in der 3. Liga beizubehalten. Auch da der Anteil der durch Stadionzuschauer generierten Erlöse in der 3. Liga deutlich höher und somit bedeutsamer ist als in Liga 1 und Liga 2, sollte hier vor allem die Bedeutung und die Interessen der Vor-Ort-Zuschauer eine entsprechend höhere Relevanz erhalten als in anderen Ligen.

c. Relative Wettbewerbsposition für Klubs innerhalb der Liga unverändert

Unabhängig von der absoluten Höhe der Medienerlöse und unabhängig von der Höhe der auf Montagsspiele entfallenden (Mehr-)Erlöse ist für den VfL Osnabrück aber noch ein weiteres Argument ausschlaggebend für die Ablehnung: Der vermutliche Mehrerlös durch Montagsspiele hat keinen Einfluss auf die relative Wettbewerbsposition innerhalb der Liga selbst. Da die Medienerlöse zwischen allen Lizenznehmern gleich verteilt werden, würde der Wegfall dieser Erlöse im Intra-Ligawettbewerb keinerlei wirtschaftliche und somit vermutliche auch sportliche Konsequenzen nach sich ziehen. Einfluss hätte dies zum einen hinsichtlich der wirtschaftlichen Abstände zur 2. Liga, wobei die Einnahmeunterschiede schon heute viel zu hoch sind. Zum zweiten könnte es lediglich auf dem Spielermarkt gegenüber Wettbewerbsligen aus angrenzenden Ländern zu Nachteilen kommen, wobei die vermutete absolute Höhe der gegebenenfalls reduzierten Erlöse diesen Effekt sehr klein halten.

Alternativen bei Abschaffung von Montagsspielen

Der Wegfall des Montags als Spieltermin wird unter Umständen zu einem Rückgang der Medienerlöse führen. Dieser Effekt wurde dabei allerdings bei der auf die Abschaffung der Montagsspiele innerhalb der DFL folgenden Ausschreibung der Medienrechte nicht festgestellt. Auch das allgemeine Wettbewerbsumfeld sowie die Werthaltigkeit der zu vermarktenden Liga sind von Relevanz. Dabei hat die 3. Liga in den letzten Jahren gerade hinsichtlich der Markenentwicklung hin zu einer starken Ligamarke wichtige Schritte unternommen, deren Resultate sich auch schon finanziell abgezeichnet haben. Die konsequente Markenführung der Wettbewerbsmarke 3. Liga ist hier entsprechend eine

wichtige Vorbedingung zur Kapitalisierung, die auch dazu beitragen könnte, den Effekte der Montagsspielterminierung (über-) zu kompensieren.

Auch weitere Ansätze zur Kompensation der Abschaffung von Montagsspielen sind denkbar und aus Sicht des VfL Osnabrück insgesamt diskutierbar. Dabei ist die Position der meisten Interessengruppen aber eindeutig auf die Formel zu bringen: Fußball ist am Wochenende! Und zum Fußball gehören die bekannten Spieltermine. Gerade aus der Perspektive der organisierten Fans sollten weitere Spieltermine bzw. ergänzende Anstoßzeiten nicht als Alternative gesehen werden.

Als gemeinsame Position aller Interessengruppen des VfL Osnabrück sind aber folgende, sowohl auf die mögliche Erlössteigerung als auch auf mögliche Kostenreduzierungen abzielende Ansätze denkbar:

1. Änderung Ligastart bzw. Ligaende

Die grundlegende Logik hinter der Einführung von Montagsspielen bestand darin, einen Spieltermin zu finden, der nicht durch andere Ligen bzw. Wettbewerbe belegt ist.

Entsprechend wäre bei Ablehnung einer weiteren Zersplitterung der Spieltage denkbar, dass der Ligastart bzw. das Ligaende der 3. Liga sowohl im Sommer als auch im Winter bewusst so terminiert wird, dass Spieltage nicht an gleichen Wochenenden stattfinden wie diejenigen der Bundesligen. Entsprechende Spieltermine wären im Winter aufgrund der infrastrukturellen Anforderungen umsetzbar, eine Verkürzung der Winterpause hätte gegebenenfalls sogar zusätzlich positive Effekte auf die Liquiditätsplanungen der Klubs, auch ein dadurch möglicher Wegfall von Wintertrainingslagern würde die Kostenposition verbessern.

2. Nutzung der Abstellungsperioden

Die bisher spielfreien Wochenenden, die aufgrund der FIFA- bzw. UEFA-Abstellungsperioden und den Spielen von Nationalmannschaften existieren, könnten zukünftig als Spieltermine für die 3. Liga genutzt werden, wobei die konkreten Anstoßzeiten mit den Terminen der Nationalelf abgestimmt werden müssten. Hieraus ergeben sich gegebenenfalls sogar positive Effekte für die übertragenden Sender sowie die Positionierung der 3. Liga als Liga der Talente und zukünftiger Nationalspieler.

3. Einführung ergänzender Wettbewerbe (z.B. Ligapokal)

Sofern die Einnahmeproblematik von den Klubs der Liga als dominantes Kriterium gesehen wird, ist es denkbar, dass der auf die Abschaffung von Montagsspielen entfallende Einnahmeverlust durch die Realisierung neuer Wettbewerbsformate aufgefangen wird. Hier könnte etwa ein Ligapokal mit regionalen Gruppenspielen Abhilfe schaffen, bei dem jedem Klub der Liga eine zu definierende Mindestanzahl an zusätzlichen Spielen bei

Zuschauereinnahmeteilung garantiert werden könnte. Die genaue Ausgestaltung muss dabei allerdings unter Berücksichtigung der Belastungssteuerung erfolgen.

4. Einführung Salary-Cap oder Kaderbeschränkungen

Neben den zuvor genannten, vor allem erlösorientierten Alternativen wären als kostenorientierte Maßnahmen auch die Einführung eines sogenannten Salary Caps oder Kaderbeschränkungen denkbar, wie sie im US-amerikanischen Sport auch zur Erhöhung des Spannungsgrades praktiziert werden, oder wie es hinsichtlich der Gehaltsobergrenze in der dritten und vierten englischen Liga eingeführt wurde. Hierbei sind vor allem die Fragen zur Berechnung des Salary-Caps (Höhe, Bemessungsgrundlage, Zuordnung von Erlösen) bzw. der Bestimmung der Kadergrößen wichtig. Die wertvollen Ergebnisse der AG „wirtschaftliche Stabilität“ sollten als Grundlage dienen, um diese Überlegungen in einer Fortführung der Task Force zu erarbeiten und als Alternative auch jenseits der Abschaffung von Montagsspielen zu konkretisieren.

AUSBLICK

Der VfL Osnabrück hofft, durch die im vorliegenden Positionspapier vorgetragenen Argumente die wichtige und vom DFB dankenswertweise eingeforderte gemeinsame Diskussion befruchten zu können. Dabei ist offensichtlich, dass die Sichtweise auf die grundsätzliche Frage der Montagsspiele aus ganz unterschiedlichen Blickwinkeln und mit sehr heterogenen Hintergründen und Interessenlagen erfolgt. Die Abschaffung von Montagsspielen sollte trotz aller Heterogenität im Sinne des Fußballs allerdings unabdingbar sein. In gemeinsamer Diskussion der Klubs mit dem DFB sowie – durch den DFB – den (potenziellen) Medienpartnern sollte es zudem gelingen, Alternativen zu erarbeiten, die eine Erlösminderung pro Klub verhindern bzw. vertretbar erscheinen lassen.

Die Medienpartner sollten dabei die Stärkung der Marke 3. Liga sowie der teilnehmenden Klubs als zentrales Interesse dokumentieren. Dies bedeutet auch, dass die entsprechenden Werte und die Haltung von Liga und Klubs geteilt werden sollten und in den Entscheidungsprozess für die Auswahl der Medienpartner einfließen müssen. Es wäre aus Sicht des VfL Osnabrücks zwingend, diese gemeinsame Wertebasis auch vor dem Vermarktungsprozess näher zu erläutern und über die Einbeziehung von Medienpartnern in den entsprechenden Prozess gemeinschaftlich und transparent zu sprechen.

Der vom DFB angeregte partizipative Prozess ist ausdrücklich zu begrüßen, denn die Entscheidung für die Abschaffung oder die Beibehaltung der Montagsspiele treffen dabei die Klubs selbst. Daher halten wir es hier für zentral zu betonen, dass entsprechend auch die



Klubvertreter die Verantwortlichkeit für die Entscheidung zeigen und ihre Position und ihr Abstimmungsverhalten öffentlich begründen. Für das gemeinsame Miteinander, insbesondere auch bei einer Beibehaltung von Montagsspielen, ist es nicht förderlich, wenn in der öffentlichen Wahrnehmung der DFB als entscheidender Akteur gesehen und von entsprechenden Fans bei zukünftig weiter zu erwartenden Protestaktionen in das Kreuzfeuer der Kritik gerät.

Osnabrück, den 31. Januar 2022