

„Für Hockey eine wahrlich einmalige Chance“

Im Sommer geht die vom langjährigen Topmanager Christian Seifert (Ex-Geschäftsführer Deutsche Fußball Liga) gegründete Sportstreaming-Plattform DYN an den Start. Und gleich mit dabei ist – neben Handball, Basketball, Volleyball und Tischtennis – auch Hockey. Ab der neuen Saison werden alle Spiele der 1. Bundesliga Feld der Damen und Herren live bei DYN übertragen. Über die neue Medienpartnerschaft des Ligaverbandes Hockeyliga e.V. hat sich DHZ-Redaktionsleiter Uli Meyer mit Hockeyliga-Geschäftsführer **Victor vom Kolke** (37) und Vizepräsident Medien & Kommunikation **Valentin Heyl** (36) unterhalten.

Die neue Medienpartnerschaft mit DYN startet mit Beginn der Feldsaison 2023/24. Ist für die Erstligaclubs schon jetzt etwas zu tun?

VOM KOLKE: Mit der Annahme des verhandelten Angebots Mitte Januar durch die Bundesliga-Clubs bei der Bundesligatagung ging praktisch sofort der operativ umzusetzende Teil des Projekts los. DYN tritt in diesen Tagen zusammen mit ihrem Produktionspartner Spontent mit allen Feld-Erstligaclubs in Kontakt, um das Projekt für die Saison 2023/24 vorzubereiten. Zuerst wird ermittelt, welches Material für den Produktionsstandard noch benötigt wird. Wenn die nötige Hard- und Software beschafft und bei den Vereinen angekommen ist, wird es Schulungen vor Ort für die Haupt- und Ehrenamtlichen der Clubs geben, so dass das Material für die Produktion möglichst aufwandsarm eingesetzt werden kann. Darüber hinaus sind ab April sportartübergreifende Workshops angesetzt. Das sind dezentrale Arbeitstreffen, um auch die beteiligten Sportarten untereinander zu vernetzen und einen Knowhowtransfer herzustellen. Wir können davon ausgehen, dass wir in Sachen Bewegtbild- und Contentproduktion von den anderen Sportarten noch lernen können.

Herr Heyl, was fehlt da zum Beispiel Ihrem Verein, dem Mannheimer HC? Und was wird sich zum bisherigen Ablauf einer Livestreamproduktion ändern?

HEYL: Zum geplanten Standard fehlen uns die beiden Hintertorkameras, um die Kreisszenen noch näher und besser beleuchten zu können. Wir haben beim MHC bisher lediglich eine Kamera auf Höhe der Mittellinie im Einsatz gehabt und hatten deshalb im Vergleich mit manch anderem Erstligaclub sicherlich nicht den höchsten Standard zu bieten. Da sich zuletzt gemeinschaftliche Entwicklungen angebahnt hatten, verzichteten wir auf den Ausbau unserer Infrastruktur, wollen jetzt im Zuge der neuen DYN-Kooperation aber wieder voll Fahrt aufnehmen. Es war im Club gelegentlich schwierig, das Personal zu stellen. Erfreulicherweise haben wir ein paar Mitglieder, die das sehr gut umsetzen. Verständlicherweise haben die aber auch andere Verpflichtungen, und dann wurde es in der Tat schwer für uns, in der gewohnten Qualität zu streamen. Das

Valentin Heyl (links, mit dem Mannheimer Weltmeister Gonzalo Peil-lat) ist beim Ligaverband als Vizepräsident für Medien und Kommunikation zuständig.



So ein Angebot fällt uns ja nicht einfach so in den Schoß, sondern ist das Ergebnis monatelanger intensiver Arbeit. So wie wir das Kooperationsprodukt stricken konnten, ist das ein Meilenstein für uns in der Entwicklung des medialen Produkts der Hockey-Bundesliga

Victor vom Kolke

müssen wir, wie wahrscheinlich auch andere Clubs, auf breitere Beine stellen. Gut, dass es nun ein Produktionsmanagement durch Spontent gibt. Die Firma steht auch kurzfristig für Hilfsfragen oder eine Fernwartung des Systems während der Saison zur Verfügung.

Welche Rolle spielt denn Spontent in der Medienpartnerschaft der Hockeyliga mit DYN?

VOM KOLKE: Im Kern ist unser Vertragspartner DYN Media, die Gesellschaft von Christian Seifert mit dem Axel-Springer-Verlag als Mehrheitseigner. Von DYN wird als Produzent die Firma Spontent beauftragt, genauso wie es bei der Deutschen Fußball-Liga in der Vergangenheit die Produktionsgesellschaft Sportcast war oder bei der Handball-Bundesliga die Firma NEP sein wird. Spontent wird diese Aufgaben auf der DYN-Plattform für uns als auch für Volleyball und Tischtennis übernehmen. Spontent ist dann unser operativer Ansprechpartner und Sparrings-Partner, wenn es um die Produktion der bewegten Bilder geht. Das zentral gesteuerte Produktionsmanagement ermöglicht es den Hockey-BL-Clubs, selber Know-how aufzubauen und nicht auf die Expertise anderer angewiesen zu sein. Das wird ein wesentlicher Mehrwert sein.

Nach Zurverfügungstellung von Hard- und Software sowie Schulung stellt ein BL-Verein den Stream eines Erstligaspiels also selbstständig her. Korrekt?

VOM KOLKE: Ja. Wobei weitere Contenterstellung durch DYN und Spontent in die Partnerschaft mit eingebracht wird. So ist ein wöchentliches Magazin mit Highlightszenen aus den Spielen des zurückliegenden Wochenendes geplant. Zur Mitwirkungspflicht, wie es vertragstechnisch heißt, der BL-Clubs gehört auch, den vereinbarten 3+1-Kamera-Standard mit

Fotos: Markgraf, Kaste



Gespräche am Rande der Hallen-DM in Frankfurt: DYN-Gründer Christian Seifert (links) mit den Hockeyliga-Vertretern Victor vom Kolke, Ralf Stähler und Dirk Wellen (von links).

Menpower zu versorgen, also eine handgeführte Hauptkamera, einen Regisseur und einen Kommentator sowie Experten zu stellen. Neben diesen vier Jobs kommen für die Vereine dann noch die Personen für Auf- und Abbau der Technik hinzu. Das ist das Setup, mit dem wir starten werden, um einen gewissen Standard herstellen zu können. Natürlich kann man jetzt neidisch auf Sportarten wie Basketball, Handball und zum Teil auch Volleyball schauen und fragen, warum die ihre Streamproduktionen voll oder zum großen Teil gestellt bekommen. Wenn wir anschauen, auf welchem Status unser Bewegtbildprodukt derzeit ist, dann muss man ehrlicherweise feststellen, dass der Markt im Moment nicht mehr hergibt als das, was wir jetzt mit DYN ausverhandelt haben. So ein Angebot fällt uns ja nicht einfach so in den Schoß, sondern ist das Ergebnis monatelanger intensiver Arbeit, zahlreicher vertrauensvoller Gespräche. So wie wir das Kooperationsprodukt stricken konnten, ist das ein Meilenstein für uns in der Entwicklung des medialen Produkts der Hockey-Bundesliga.

Wie werden die jährlich 200.000 Euro eingesetzt, die DYN in die Kooperation vereinbarungsgemäß mit einbringt? Geht das wie eine Gießkanne über die Vereine oder erstmal in die Kasse des Ligaverbandes?

VOM KOLKE: Kolportierte Zahlen werde ich nicht kommentieren. Klar ist, dass sich die zusätzlich zum wertvollen Invest von DYN resultierenden Möglichkeiten auf Seiten der Vereine und der Liga abermals vervielfachen. Jedoch nur dann, wenn sie auch aktiv ausgenutzt werden. Der wesentliche Mehrwert der zentralen Investition ist, dass dann die Bundesligaclubs aufgrund eines im Durchschnitt wesentlich höheren Produktionsstandards vor Ort deutlich günstigere Rahmenbedingungen vorfinden, auch dezentrale Vermarktungserlöse generieren zu können, also bei den Werbeflächen auf Trikots und rund ums Spielfeld. Wir schaffen als Liga mit diesem Medien-Deal deutlich bessere Rahmenbedingungen, damit die BL-Vereine vor Ort ihr eigenes Business vermehrt durchführen können.

Am Vorwurf, dass die Erstligaclubs durch die Medienpartnerschaft mit DYN einen Großteil ihrer Vermarktungsrechte abgeben, ist nichts dran?

Wir wollen gerne immer aktiver den allgemeinen Sportfan für Hockey begeistern. Und wo sollte das besser gelingen als auf einer Plattform, wo sich alle andere nationalen Top-Ligen befinden? Da können wir von einer Sogwirkung der anderen Ligen profitieren

Valentin Heyl

HEYL: Mit den Vermarktungsrechten hat das direkt nicht wirklich etwas zu tun. Man muss da genau unterscheiden. Die Clubs geben lediglich das Recht an DYN ab, den Stream live zu verteilen. Und gewinnen dazu und verlieren nichts. Was hätten wir denn einem Ligasponsor bisher für Vorteile zu bieten? Er hätte sich auf den einzelnen YouTube-Plattformen, die ein paar Clubs gut, andere weniger gut und manche gar nicht gespielt haben, nur schwerlich präsentieren können. Das Schöne an dem neuen Deal ist ja, dass wir nun eine Verbindlichkeit herstellen können, dass alle Spiele der 1. Bundesliga Feld gestreamt werden. Wenn wir jetzt als Gemeinschaft loslaufen und das Potenzial der Liga zusammen entfalten, dann haben wir eine riesengroße Chance. Aber auch nur eine Chance, denn es heißt ja nicht, dass alles sofort besser wird mit DYN. Denn wir müssen einiges dafür tun: Die Liga, die Clubs, alle Spieler, auch der DHB, wir alle müssen zusammen das mediale Produkt vorantreiben.

Haben Sie Sorge, dass einzelne Clubs den höheren Aufwand, vor allem beim Personal, nicht stemmen können?

HEYL: Diese Sorge höre ich tatsächlich ab und an von Clubs und kann die Ängste auch verstehen. Einige Clubs haben sehr wenig Erfahrung mit Streaming und gehen etwas ins Ungewisse. Der Personaleinsatz ist eigentlich gering: Im Grunde geht es um eine kleine Gruppe an Menschen, die Lust darauf haben, sich technisch mit Hockey zu beschäftigen. Ich sehe das vielmehr als Chance, Mitgliedern oder Interessierten eine Möglichkeit zu geben, ihrem Club etwas zurückzugeben und eventuell die ersten Schritte in Richtung Beruf zu machen. Denn Medien sind immer noch stark nachgefragt. Aber gerade bei uns im Hockey ist es ja oft so, dass wir einen hohen Anspruch haben und auch sehr viel wollen, dafür müssen wir natürlich etwas liefern – das ist ja nur logisch. Hockey spielt sich nicht von al-



Ab der neuen Feldsaison wird es von jedem Erstligaspiel aufgrund der Kooperation mit DYN und Spontent verlässlich eine Übertragung per Live-stream geben.

leine in den Vordergrund, das hat in der Vergangenheit auch nicht geklappt. Also ich glaube, dass es eine Riesenchance für unsere Clubs ist, junge Leute für solch ein Thema gewinnen zu können. Es gibt bestimmt junge Clubmitglieder, die sich für ein solches Medienprodukt mit professionellem Anspruch begeistern können. Da hat man eine Bühne und sofort Kontakte in die Medien-Szene über das reine Hockey hinaus.

Wird sich die Suche nach einem Ligasponsor mit der neuen Medienpartnerschaft etwas einfacher gestalten?

HEYL: Auf jeden Fall. Zunächst einmal werden wir es hoffentlich schaffen, Hockey deutlich stärker auf die deutsche Medien-Landschaftskarte zu bringen als bisher. Unser Anspruch ist natürlich weiterhin, unsere eigene kleine, aber feine Hockey-Klientel zu bedienen! Darüberhinaus wollen wir gerne immer aktiver den allgemeinen Sportfan für Hockey begeistern. Und wo sollte das besser gelingen als auf einer Plattform, wo sich alle andere nationalen Top-Ligen (Eishockey und – ganz bewusst – Fußball ausgeklammert) befinden? Da können wir von einer Sogwirkung der anderen Ligen profitieren. Die Möglichkeit, an andere Sportfans zu kommen, ist ja auf so einer Plattform viel größer, als wenn wir in unserer Nische bleiben würden. DYN sieht sich da ja auch als wirklicher Partner, um die Sportart zu entwickeln. Das geschieht durchaus auch im Eigeninteresse, denn wenn die Clubs und die Übertragungen besser werden, dann verbessert sich letzten Endes auch der Content auf der Plattform.

VOM KOLKE: Es war in den vergangenen Jahrzehnten doch immer die Herausforderung, nach großen sportlichen Erfolgen der Nationalmannschaften die entfachte Euphorie dann über die Bundesliga hinweg zu transportieren und damit Stück für Stück die Visibilität der Sportart Hockey fortzuentwickeln. Das ist bis dato immer daran gescheitert, dass jeder Club auf seiner eigenen Plattform und in seinem eigenen Mikrokosmos bewegte Bilder produziert hat. Durch die neue Medienpartnerschaft werden wir die Peaks, die es wie jetzt mit dem WM-Sieg immer wieder gibt, Stück für Stück weiterentwickeln. Die Standorte der Hockey-Bundesliga weisen eine hohe Übereinstimmung mit Standorten anderer Sportarten auf, die auf dieser Plattform sein werden. Da sind sowohl national als auch

Fotos: Ebeling, Kaste

an den einzelnen Orten positive Effekte zu erwarten. Warum soll zum Beispiel ein Berliner Basketballfan im Anschluss an sein Spiel nicht auch mal ein Hockeyspiel des Berliner HC vor Ort oder am Bildschirm angucken? Ein weiterer wichtiger Mehrwert der Kooperation ist die nun mögliche zentrale Distribution der bewegten Bilder, die an DYN angeschlossene Medienpartner auf nationaler wie auch regionaler Ebene abrufen können und werden.

Nach einem Jahr des freien Zugangs wird – so war es in einer Kritik zu lesen – Hockey bei DYN „hinter der Bezahlschranke verschwinden“. Ist das nicht kontraproduktiv zum Ziel der erhöhten Sichtbarkeit und der erhofften Steigerung der Zuschauerzahlen?

HEYL: Ich glaube, dass durch unsere Zusammenarbeit mit DYN die Sichtbarkeit von Hockey in den frei zugänglichen Medien steigen wird. Es ist ja kein Geheimnis, dass DYN eine Mehrheitsbeteiligung des Springer-Verlags mit entsprechend auf-lagenstarken Produkten hat. Nicht außer Acht lassen darf man auch die Möglichkeiten der Nachverwertung, beispielsweise Highlight-Zuschnitts auf einem höheren technischen Niveau als bisher. Außerdem wird es auch über das erste Jahr hinaus ein frei empfangbares Hockeyspiel pro Spieltag bei Damen und Herren geben. Aber ja: Wer jedes Spiel seines Lieblingsvereins in voller Länge sehen will, der muss nach dem ersten Jahr eine Zugangsgebühr bei DYN bezahlen. In meinen Augen ist das nur logisch. Wir wollen den Standard heben, aber irgendwer muss diesen Standard auch finanzieren. Und DYN, das investiert, möchte auf Dauer damit Geld verdienen. In diesem Fall durch Zuschauer, die für den Zugang zum Angebot bezahlen müssen. Es ist ja im Übrigen auch kein Abo nur für Hockey, sondern für die ganze Plattform.

Victor vom Kolke (hier bei der Übergabe der Torjägerkanone 2022 an die Berlinerin Pauline Kröger) ist seit Gründung der Hockeyliga deren Geschäftsführer.



VOM KOLKE: Die Preisstruktur wird nach Aussage von DYN unter 15 Euro pro Monat für alle auf DYN vertretenen Sportarten liegen. In der Vergangenheit ist es Hockey nicht gelungen, bei der Bewegtbildproduktion sowohl qualitativ als auch quantitativ die Visibilität so zu entwickeln, dass sie den nationalen Anspruch, den die Hockey-Bundesliga und die Clubs an sich selber haben, gerecht zu werden. In den letzten Jahren gab es kein schlüssigeres und umfangreicheres Konzept als das, was wir jetzt mit DYN vereinbart haben. Insofern ist das der Weg, den wir in den nächsten Jahren mit aller Konsequenz und vereinten Kräften verfolgen müssen.

Mit 68:25 Stimmen hat die Bundesligaversammlung der neuen Medienpartnerschaft zugestimmt. Das ist zwar eine satte Mehrheit, aber es schwingt ja wohl auch Skepsis mit. Hat man nicht alle überzeugen können?

VOM KOLKE: Ich finde, dass sich eine durchaus überzeugende Mehrheit der Clubs für diesen Weg ausgesprochen hat. Natürlich nehmen wir die Skepsis einiger BL-Clubs ernst. Die Fragen und Herausforderungen, die wir seit Bestehen der „neuen“ Hockeyliga in den letzten eineinhalb Jahren in großer Detailtiefe zutage gefördert haben, waren theoretisch alle längst bekannt, nur gehen wir sie jetzt erst konkret an. Ich kann die Skepsis nachvollziehen, aber wo liegt das Risiko? In Bezug auf das mediale Produkt kann es an einigen Standorten und damit im Mittel nur besser werden. Ich persönlich bin fest davon überzeugt, dass wenn wir erstmal losgelegt haben, die, die eventuell noch zweifeln, spätestens dann die Vorteile dieser Kooperation sehen.

HEYL: Wir alle sind 2021 beim Final-Four in Mannheim ein ordentliches Risiko eingegangen, als wir beim Mannheimer HC den großen Versuchsballon gestartet haben, das Event vom damals ganz jungen Sender Trops4 auf twitch.tv (aus dem dann Spontent hervorgegangen ist) übertragen zu lassen. Auch wenn sicherlich für einige alteingesessene Hockeyfans die Art und Weise des Kommentars und der Übertragung neu und anders war, haben wir doch gemeinsam mit Trops4 (heute Spontent) sehr schnell gute Kompromisse gefunden, mit denen sich ganz viele Menschen schnell angefreundet haben. Im Nachhinein lässt sich sagen, dass das für Hockey ein gelungener Start war, in eine neue Medienzeit aufzubrechen und dadurch auch neue, junge Zielgruppen medial für Hockey zu gewinnen. Wir alle haben in dieser Zeit viel gelernt, und auch die jungen Macher von Spontent sind so stark geworden, dass sie sich als Produzent für DYN empfehlen konnten.

VOM KOLKE: Durch den hoch professionellen Anspruch, den alle Beteiligten, aber insbesondere DYN an das Produkt haben, ist es für Hockey eine wahrlich einmalige Chance, gleich zum Start dieser neuen Plattform mit einen Schlag zusammen mit den deutschen Top5-Ligen (außer Fußball und Eishockey) präsent zu sein. Deswegen sollten wir alle ermutigen, die daran mitarbeiten können oder „nur“ Konsument sein werden, für die Fortentwicklung unserer Sportart dieses mediale Angebot, das es so in der Qualität und Quantität in Hockey-Deutschland noch nie gegeben hat, maximal positiv zu begleiten.

Vielen Dank für das Gespräch!