

**DFL Deutsche Fußball Liga**  
**Neujahrsempfang 2020**  
**Offenbach, 14. Januar 2020**

**Rede von Christian Seifert, Sprecher des**  
**DFL-Präsidiums und DFL-Geschäftsführer**

Sehr geehrte Damen und Herren,  
liebe Kolleginnen und Kollegen der Bundesliga  
und 2. Bundesliga,  
lieber Dr. Reinhard Rauball, heute erstmals als  
Ehrenpräsident der DFL bei uns,  
liebe Vertreter des DFB – mit Präsident Fritz  
Keller an der Spitze sowie Vizepräsident Dr.  
Rainer Koch und Generalsekretär Dr. Friedrich  
Curtius,  
sowie die sportliche Leitung des DFB mit  
Oliver Bierhoff und unserem Bundestrainer  
Joachim Löw,  
herzlich Willkommen zum Neujahrsempfang  
der DFL.  
Ich begrüße ferner ausdrücklich:  
die Vorstandsvorsitzende des Deutschen  
Olympischen Sportbundes, Veronika Rücker,  
von der Deutschen Sporthilfe den  
Vorstandsvorsitzenden, Dr. Michael Ilgner,

sowie den Aufsichtsratsvorsitzenden, Werner E. Klatten,

zudem haben wieder viele Partner der DFL ihren Weg zu uns gefunden – darunter:

der CEO Continental Europe von Sky, Andrea Zappia, und der neue Geschäftsführer von Sky Deutschland, Devesh Raj.

Wir begrüßen zudem erneut zahlreiche Intendantinnen und Intendanten der ARD mit dem Vorsitzenden Tom Buhrow an der Spitze, darüber hinaus den Intendanten des ZDF, Dr. Thomas Bellut,

von der DAZN-Group den Chief Business Development Officer, John Gleasure,

von Amazon den Managing Director Prime Video, Dr. Christoph Schneider,

von RTL den Bereichsleiter Sport, Manfred Loppe,

sowie den Vorstandsvorsitzenden Olaf Schröder von SPORT1.

Wie in jedem Jahr freuen wir uns auch über zahlreichen Besuch aus der Politik.

Stellvertretend möchte ich nennen:

Den Innenminister des Landes Hessen, Peter Beuth, und den Generalsekretär der SPD, Lars Klingbeil.

Ihnen allen wünsche ich ein erfolgreiches und gesundes Neues Jahr.

2020 – das wird für die DFL ein richtungweisendes Jahr. Das ist wörtlich zu nehmen. Denn in einigen Monaten steht die Vergabe der nationalen Medienrechte an, und diese wird in mehrfacher Hinsicht die Richtung weisen.

Niemand weiß jetzt schon, wie das Ergebnis dieser Ausschreibung aussehen wird. Fest steht aber: Ich gehe diese Aufgabe gemeinsam mit meinem Team gewohnt sorgfältig, kreativ und verantwortungsvoll an.

Verantwortungsvoll gegenüber den Clubs, den Medienpartnern – aber insbesondere auch mit Blick auf den enormen Stellenwert, den unsere Ligen für Millionen von Menschen haben.

Tatsache ist: Im Zuge dieser Rechtevergabe stellen wir in mehrererlei Hinsicht die Weichen für die Zukunft.

Denn danach ist bis zum Jahr 2025 der wirtschaftliche Rahmen weitestgehend definiert, in dem die Clubs der Bundesliga und 2. Bundesliga agieren können.

Das heißt, es ist im Wesentlichen klar, welche Investitionen möglich sind in die Kader ebenso wie in Ausbildungsstrukturen, Stadien, Digitalisierung oder Umwelt-Aktivitäten, die

schon heute für viele Clubs eine hohe Bedeutung haben.

Solche Club-Investitionen wiederum werden maßgeblich beeinflussen, welche Bundesliga und welche 2. Bundesliga die Menschen in den nächsten Jahren sehen werden.

Aus diesem Grund wird auch die Verteilung der Gelder aus den Medienverträgen im zweiten Teil des Jahres wie immer eine Herausforderung.

Da diese für zwei Drittel der Clubs mehr als 30 Prozent der gesamten Einnahmen bedeuten, ist es selbstredend, dass das DFL-Präsidium hier vor einer sehr wichtigen Entscheidung steht. Mein Ziel ist, dass wir unabhängig vom Ergebnis der Rechtevergabe mit Stil und Anstand diskutieren, professionell abwägen und überlegt entscheiden.

Aber unabhängig davon, wie wir die Weichen stellen, die wir beeinflussen können – wir werden 2025 Rahmenbedingungen vorfinden, die sich teilweise außerhalb unseres Einflussbereiches bewegen.

Wir müssen uns deshalb schon heute fragen: Wie stellen wir uns darauf bestmöglich ein? Welche Innovationen und Veränderungen sind möglich, welche sind nötig, um auch in Zukunft noch zwei der erfolgreichsten Sportligen der Welt organisieren zu können,

für Millionen von Fans in Stadien und vor Bildschirmen, die ein Recht darauf haben, dass wir alle, DFL und Clubs, unseren Job bestmöglich machen.

In sportlicher Hinsicht werden bis 2025 nicht nur fünf Saisons unserer Ligen und internationaler Club-Wettbewerbe, sondern auch drei große internationale Turniere stattgefunden haben. Darunter die Europameisterschaft 2024 in Deutschland. Und die WM 2026 wird unmittelbar bevorstehen.

Von den nationalen Ligen wünschen sich alle Fans in jedem Jahr spannende Spiele und spannende sportliche Entscheidungen. Das wird so bleiben.

In den internationalen Clubwettbewerben sind wir besser geworden und diesen Weg gilt es fortzusetzen. Es muss unser Anspruch sein, dass in den Viertelfinals der Champions League und Europa League mehr als ein deutscher Club regelmäßig auftaucht. Die besten 16 Mannschaften Europas sind ein legitimes Ziel für die Liga mit dem zweithöchsten Umsatz der Welt.

Aber die wirklich große sportliche Herausforderung ist eine andere: Betrachten wir die Entwicklungen der letzten Jahre speziell im Nachwuchsbereich, dann wird

deutlich, dass wir uns hier gemeinsam mit dem DFB neu und ganzheitlich wie nie zuvor aufstellen müssen.

Wir müssen ohne Wenn und Aber anerkennen: Wir haben massiven Nachholbedarf mit Blick auf die sportliche Ausbildung von Top-Talenten. Und da Top-Talente nicht geboren werden, sondern sich entwickeln, heißt das nichts anderes als: Nachholbedarf mit Blick auf die sportliche Ausbildung generell.

Das „Projekt Zukunft“, das Oliver Bierhoff und ich im April 2018 erstmals im DFB-Präsidium vorgestellt haben, ist aus meiner Sicht das wichtigste sportliche Projekt des deutschen Fußballs der nächsten zehn bis 15 Jahre.

Denn die Differenzierung und Verbesserung der Ausbildung der Trainer, die Neu-Definition und vor allem Umsetzung – auch an der Basis – von Spielformen und Persönlichkeitsbildung im Jugendbereich sowie die Verzahnung der Strukturen im Amateurfußball an der Schnittstelle zum Profibereich werden elementar sein für die Qualität des deutschen Spitzenfußballs, den wir ab 2030 und darüber hinaus erleben werden. Und damit meine ich ausdrücklich nicht nur die DFL, sondern auch den DFB, denn auch dieser finanziert sich nahezu vollständig aus genau diesem

Spitzenfußball: aus Nationalmannschaft, DFB-Pokal und DFL-Zahlungen.

Zurück in die Weltspitze zu gelangen, ist also für beide Organisationen nicht nur sportliches Ziel, sondern auch wirtschaftliche Notwendigkeit.

Wir dürfen bei dieser Zukunftsfrage nicht den Fehler machen, der in Deutschland zurzeit bei vielen sogenannten großen Themen gemacht wird: Dass wir nämlich vieles angeblich besser wissen, aber objektiv nur noch wenig wirklich besser machen.

Für die DFL generell und gerade bei diesem Thema habe ich eine andere Ambition. Nach der gemeinsamen Analyse und Diskussion ist es nun erforderlich, umgehend in die Umsetzung zu gehen. Wir wissen, was zu tun ist. Führen wir das „Projekt Zukunft“ zum Erfolg und fangen damit so schnell wie möglich an.

Das kann nur gelingen durch eine ehrliche und konstruktive Zusammenarbeit von DFL und DFB, wie sie in den letzten Monaten bereits stattgefunden hat.

Auch Sie, lieber Herr Keller, planen weitere Anpassungen in der Struktur, um den DFB fit zu machen für die Zukunft. Unsere gemeinsame Aufgabe wird es sein, den deutschen Fußball insgesamt in einer Zeit des

Wandels als gesellschaftliche Institution zu erhalten und auf sportlichen Erfolgskurs zurückzubringen. Das geht nur über Inhalte, Führung und Konsequenz. Dabei haben Sie meine und seitens der DFL unsere volle Unterstützung.

Der Druck von außen auf nationale Ligen wird auch in den nächsten Jahren anhalten. Es ist absehbar, dass es auch weiter immer wieder Versuche geben wird, wie auch immer geartete europäische oder sogar globale Super-Wettbewerbe auf die Beine zu stellen.

Es war daher von großer Bedeutung, dass Bundesliga und 2. Bundesliga hierzu im vergangenen Jahr ein klares Zeichen gesetzt haben. Einstimmig wurden fragwürdige Ideen zur Reform europäischer Club-Wettbewerbe abgelehnt. Ich bin froh, dass sich – anders als in anderen Ligen – die Branchenführer des deutschen Fußballs klar zur Bundesliga bekannt haben.

Das nehmen hoffentlich auch unsere Medienpartner wahr. Die Bundesliga bleibt auch in dieser Hinsicht ein sehr verlässlicher Partner unter den europäischen Top-Ligen.

In wirtschaftlicher Hinsicht wird die Weiterentwicklung der Mediensysteme ein ganz wesentlicher Faktor für die Zukunft des Sports insgesamt sein.

Dabei dürfen wir nicht Ursache mit Wirkung verwechseln: Nicht der Sport an sich ist wertvoller geworden, sondern das, was man aus Sport und insbesondere aus Profifußball machen kann – als Fan, als Technologie- oder Medienunternehmen, als Sponsor oder Ausrüster.

Schon heute sehen wir mehr technische Endgeräte, mehr Bildschirme, mehr Möglichkeiten der Nutzung als je zuvor bei gleichzeitig immer weniger Medieninhalten, die es schaffen, wirklich viele Menschen zu erreichen und an sich zu binden.

Bis 2025 werden nahezu alle deutschen Haushalte über hochleistungsfähiges Breitbandinternet verfügen. Die allermeisten TV-Geräte werden internetfähige Smart-TVs sein, wir werden auch Internetprogramme in bester Qualität wie selbstverständlich auf großen TV-Bildschirmen sehen. Bis dahin werden viele Nutzer bereits 5G-Mobilempfang haben und alleine in Deutschland werden über 100 Millionen neue Smartphones und Tablets verkauft worden sein.

Die mediale Nutzung von Sport und insbesondere Fußball wird weiter steigen, sie wird jedoch noch individueller werden.

Vor diesem Hintergrund ist die Kooperation mit Amazon Web Services, die wir gestern

verkündet haben, von besonderer Bedeutung und sie ist weltweit einzigartig. Wir werden in den nächsten Jahren gemeinsam mit der weltweit führenden Cloud-Plattform und mit Hilfe von Machine Learning und künstlicher Intelligenz zum Beispiel ganz neue Formen der Analyse und Darstellung von Sportdaten und personalisierten Bildern entwickeln.

Wir können uns als Sport- und Medienunternehmen der Globalisierung nicht entziehen. Gleichzeitig sind wir uns unserer Verantwortung für den deutschen Fußball und die Gesellschaft bewusst.

Die DFL ist heute das internationalste deutsche Medienunternehmen, digitaler Innovationsführer unter den Top-Fußballigen weltweit und damit für die mediale Zukunft bestens aufgestellt.

Daran haben wir in den vergangenen Jahren kontinuierlich und mit Weitblick gearbeitet, uns frühzeitig mit Zukunftstechnologien befasst und zum richtigen Zeitpunkt die richtigen unternehmerischen Entscheidungen getroffen.

Auch deshalb sind wir als erste Sportorganisation überhaupt in den Digitalverband Bitkom eingetreten. Auch wenn wir zur Zeit in diesem Land über ganz viele andere Dinge sprechen – die digitale

Weiterentwicklung des Standortes  
Deutschland ist für uns wie für die gesamte  
deutsche Wirtschaft in vielfacher Hinsicht  
elementar. Und wir werden künftig noch  
stärker als digitaler Vorreiter im Sport- und  
Mediensektor agieren – und zwar im globalen  
Kontext. Das wird unsere Aufgabe sein.

Wer in den nächsten Jahrzehnten  
Milliardeninvestitionen von  
Medienunternehmen erhalten möchte, muss  
mit Kompetenz auf Augenhöhe mit diesen  
Unternehmen agieren, nur dann wird man  
dauerhaft ein investitionswürdiger und  
glaubwürdiger Partner sein.

Neben den sportlichen und wirtschaftlichen  
Entwicklungen wird die gesellschaftliche  
Verankerung des Fußballs auch im Jahr 2025  
immer noch der alles entscheidende Faktor  
sein.

Kaum ein Freizeitangebot und Medieninhalt  
war in den letzten Jahren angesichts einer

- sich immer weiter fragmentierenden  
Gesellschaft,
- bei einem immer weiter wachsenden  
digitalen Angebot,
- inmitten sinkender Reichweiten und  
Auflagen,

mit Blick auf Besucherzahlen, Zuschauerzahlen und Vereinsmitglieder so stabil und erfolgreich wie die Bundesliga, und gleiches gilt für die 2. Bundesliga. Das sind die Fakten.

Wer 40 Millionen Menschen, die sich in Deutschland für Fußball interessieren, auch weiterhin erreichen und begeistern will, muss zwangsläufig populär denken, darf aber nie populistisch handeln. Egal, ob es um Anstoßzeiten, Pyrotechnik oder Klimaschutz geht.

Betrachtet man einige Entwicklungen in Politik und Gesellschaft, dann wirken diese manchmal wie getrieben von der Fixierung auf Twitter-Kommentare und Reaktionen in den sozialen Medien.

Ich glaube, das ist eine schlechte Entwicklung. Und ich sage: Der DFL-Weg des unternehmerischen und gesellschaftlichen Handelns ist ein anderer. Er ist, wie bei jedem guten und innovativen Unternehmen, ganz sicher nicht fehlerfrei, aber er basiert auf Integrität, langfristigem Denken und Verantwortungsbewusstsein für das Ganze. Und nicht auf Followern, Likes und schnellem Applaus von einigen.

Zu dieser Verantwortung gehört, dass wir künftig noch genauer hinsehen und hinhören.

Dabei richten wir uns nicht nach den Lauten und ignorieren nicht die Leisen.

Meine tiefe Überzeugung ist: Ein sportlicher Wettbewerb, der funktionieren soll, braucht klare Werte, Regeln und Sanktionen. Eine Gesellschaft, die funktionieren soll, auch.

DFL und Clubs werden in Zeiten immer extremerer Parolen aus unterschiedlichen Lagern in den nächsten Jahren noch klarer Stellung beziehen müssen, zum Beispiel gegen politischen Extremismus, egal von welchem Rand er den Weg in die Mitte sucht. Gleiches gilt für das klare Bekenntnis gegen jede Form der Diskriminierung und Ausgrenzung.

Bundesliga und 2. Bundesliga sind Wettbewerbe für Menschen aller sozialer Schichten, aller Hautfarben, aller Religionen, jeden Alters, jeden Geschlechts und jeder sexuellen Orientierung. Das muss auch 2025 so sein, ohne Wenn und Aber. Wer diesen Weg nicht mitgehen möchte, als Fan, als Club, als Medium – wer auch immer – der kann in diesem deutschen Profifußball keine Zukunft haben.

Danke, dass Sie auf diesem Weg in die Zukunft an unserer Seite sind. Ich wünsche Ihnen einen guten Start in dieses neue Jahrzehnt.