

Swiss Football League – medial wie nie zuvor!

Was dürfen die Klub- und Ligasponsoren der Swiss Football League (SFL) von der Saison 2017/2018 erwarten? Sie erwartet eine noch nie dagewesene mediale Präsenz! Drei Faktoren sind für die erneut deutlich steigende mediale Präsenz der Raiffeisen Super League (RSL) und der Brack.ch Challenge League (BCL) verantwortlich: Erstens ist die TV-Landschaft nun in der Schweiz definitiv in Bewegung geraten – der Wettbewerb um Bewegtbildinhalte erwachte zum ersten Mal so richtig und beflügelte nicht nur den Preis für die Rechte. Er bringt zusätzlich die erhoffte und längst erwartete Dynamik in die Redaktionen der Broadcaster. Beispiele gefällig?

Der älteste europäische Pay-TV-Sender, Teleclub, lancierte zum Saisonauftakt mit dem RSL-Topspiel BSC Young Boys gegen den FC Basel den eigenen Free-TV-Ableger «Teleclub Zoom». Dieser Sender ist vor allem die neue Heimat der Live-Übertragungen am Freitagabend, und wie gewohnt am Montagabend aus der BCL. Ergänzend hat Teleclub eine ganze Serie von Fussball-Talks und Highlight-Shows neu im Programm: Am Freitag die Rundenvorschau «Kickoff», am Samstag und Sonntag jeweils Live-Magazine («Alle Spiele, alle Tore») unmittelbar nach Abpfiff der Partien. Und schliesslich den Live-Talk «Heimspiel» zum Rundenabschluss am Sonntagabend.

Auch die SRG geht neue Wege und bricht auf SRF beinahe ein Tabu: Am Sonntag, unmittelbar nach Abpfiff der Spiele – und noch vor der traditionellen Struktursendung «Sportpanorama» –, präsentiert SRF nun erstmals ein echtes Fussballmagazin «Super League – Gooool!».

Weiterhin mit einem Talk präsent ist Sportal mit «The Soccer Lounge» zur RSL im Web-TV. Aber auch dazu gibt es Neuigkeiten, die mich zum



von
Roger Müller
roger.mueller@sfl.ch
Head of Media and Marketing
Swiss Football League

zweiten Grund für die steigende Mediatisierung im Schweizer Profifussball führen: Der RSL-Titelsponsor Raiffeisen geht mit Sportal eine redaktionelle Kooperation ein. Das Schlagwort Content-Marketing nimmt so bei Raiffeisen in der Praxis immer klarere Formen an, mit einer breiten Berichterstattung auf der eigenen Onlineplattform «welovefootball.ch».

Die SFL-Sponsoringpartner Sporttip und Brack.ch präsentieren zusammen mit Teleclub jeweils das RSL- respektive BCL-Tor des Monats. Aus dieser Best-of-Auswahl wird dann auch das offizielle Tor des Jahres an der jährlichen Spielergala SFL Award Night prämiert.

Und drittens werden die Klubs neu dank kürzeren «Embargo»-Fristen nach Live-Übertragungen (jeweils ab 00:00 am Folgetag eines Spiels, und dank des Rechts, die Bilder des Spiels zusätzlich über ihre Social-Media-Kanäle streuen zu können) so schnell und so direkt auf den Endgeräten ihrer Fans und Followers sein wie nie zuvor.

Die SFL selbst hat ihr Near-Live-Clip-Angebot zur RSL auf die BCL ausgeweitet; die kurzen Videos aller Tore und wichtigsten Spielszenen mit nur wenig Verzögerung zum Live-Ereignis waren im Februar 2016 eine echte Pionierleistung im Schweizer Medienmarkt. So erzeugen die Klubs und die SFL, ergänzend zu den traditionellen Medienhäusern, vor allem im Web-TV und in Social Media verstärkt selbst mediale Reichweite.

Eine insgesamt positive Entwicklung nicht nur für die Klubs und die Fussballfans, sondern auch für die Sponsoren!