Ostfalia
Hochschule für angewandte
Wissenschaften

Abschlussarbeit zur Erlangung des Grades
Bachelor of Arts
im Studiengang Sportmanagement an der Karl-Scharfenberg-Fakultät
der Ostfalia Hochschule für angewandte Wissenschaften
Hochschule Braunschweig/Wolfenbüttel

Organisationsstrukturen deutscher Profisportligen

Eingereicht von: Sascha Berndt
70421589

Erster Prüfer: Professor Dr. Albert Galli
Zweiter Prüfer: B.A. Lukas Imbusch

Eingereicht am: 26.02.2018

Inhaltsverzeichnis

Abkürzungsverzeichnis IV
Abstract VI
1 Fragestellung VI
2 Lösungsansatz VI
3 Ergebnisse der Arbeit VI
4 Resultierende Folgerungen VII

1 Einleitung 1
1.1 Ziel der Arbeit 1
1.2 Vorgehensweise 1
1.3 Organisation aus BWL-Sicht 2
1.4 Einführung in das deutsche Sportsystem 5
2 Benchmark 8
2.1 easyCredit Basketball Bundesliga 8
2.1.1 Struktureller Aufbau 8
2.1.2 Wettkampfformat 9
2.1.3 Lizenzierung 12
2.1.4 Vermarktung 15
2.1.5 Nachhaltigkeit 18
2.2 DKB Handball Bundesliga 21
2.2.1 Struktureller Aufbau 21
2.2.2 Wettkampfformat 22
2.2.3 Lizenzierung 24
2.2.4 Vermarktung 26
2.2.5 Nachhaltigkeit 28
2.3 Fußball 3. Liga 30
2.3.1 Struktureller Aufbau 30
2.3.2 Wettkampfformat 31
2.3.3 Lizenzierung 32
2.3.4 Vermarktung 36
2.3.5 Nachhaltigkeit 37
3 Zukünftige Ligaorganisation 38
3.1 Struktureller Aufbau 38
3.2 Wettkampfformat 40
3.3 Lizenzierung 42

3.4 Vermarktung 45
3.5 Nachhaltigkeit 47
4 Fazit 48

Anhang 49
Anhangsverzeichnis 49
Literaturverzeichnis 64
Internetquellen 65
Ehrenwörtliche Erklärung 71

Abkürzungsverzeichnis

Abs.	Absatz
AG	Arbeitsgemeinschaft
Anm.	Anmerkung
BBL	Basketball Bundesliga
BMI	Bundesministerium des Inneren
bspw.	beispielsweise
BWL	Betriebswirtschaftslehre
bzgl.	bezüglich
bzw.	beziehungsweise
cm	Zentimeter
ca.	circa
DBB	Deutscher Basketball Bund e.V.
DFB	Deutscher Fußball-Bund e.V.
DHB	Deutscher Handball Bund e.V.
DKB	Deutsche Kreditbank AG
DOSB	Deutscher Olympischer Sportbund e.V.
d. h.	das heißt
EHF	European Handball Federation
e.V.	eingetragener Verein
FIBA	International Basketball Federation
FIFA	Fédération Internationale de Football Association
ggf.	gegebenenfalls
HBL	Handball Bundesliga
IFAB	International Football Association Board
i. d. R.	in der Regel
JBBL	Jugend Basketball Bundesliga
LED	Light Emitting Diode
LSB	Landessportbund
LSVbw	Landessportverband Baden-Württemberg e.V.
Lux	Maßeinheit zur Bestimmung der Beleuchtungsstärke einer Fläche
NBBL	Nachwuchs Basketball Bundesliga
o. ä.	oder ähnliche(s)
ProA	Teil der 2. Basketball Bundesliga
ProB	Teil der 2. Basketball Bundesliga

p. a.	per annum (lat.: jährlich)
S.	Seite
SFV	Süddeutscher Fußball-Verband e.V.
TV	Television (engl.: Fernseher)
u. a.	unter anderem
vgl.	vergleiche
WFV	Württembergischer Fußballverband e.V.
z. B.	zum Beispiel
3D	drei dimensional

Abstract

1 Fragestellung

Die Spitzensportligen in Deutschland müssen Jahr für Jahr zusehen, wie der Fußball in Deutschland immer neue positive Entwicklungen bei den Umsätzen der beiden Bundesligen erzielt. Wohingegen die anderen Sportarten mit ihren Profiligen im Vergleich zum Fußball fast schon im Amateurbereich spielen. Teilweise kämpfen die Teilnehmer der Ligen dieser Sportarten in jeder Saison um das wirtschaftliche Überleben ihrer Lizenzmannschaften. Immer häufiger kommt es zur Eröffnung von Insolvenzverfahren in den vermeintlich kleineren Sportarten der deutschen Sportlandschaft. Aktuellste Beispiele sind u.a. der HSV Handball oder Phoenix Hagen im Basketball. Aber auch der Fußball bleibt in seinen Profiligen von diesem Phänomen nicht verschont. In der letzten Saison sahen sich sowohl der VfR Aalen, als auch der FSV Frankfurt gezwungen, ein Insolvenzverfahren einzureichen. Beide Clubs spielen in der 3. Liga, und somit in der ersten Profiliga im deutschen Fußballsystem. Dabei geht es bei den Umsätzen der Ligen um Beträge in Millionenhöhe. Auch das Aufbegehren des Amateursports, an den Profiligen beteiligt zu werden, da ohne die Arbeit im Amateurbereich eine Profiliga nicht möglich wäre, wird immer deutlicher.
Diese Fakten führen dazu, die organisatorischen Strukturen der Profiligen bezüglich ihrer Aktualität und Sinnhaftigkeit zu hinterfragen.

2 Lösungsansatz

Nach kurzer Einführung in das deutsche Sportsystem und Klärung der Frage der Zuständigkeit zur Ausrichtung einer Nationalen Meisterschaft, wird mittels einer Benchmark der Profiligen des Basketballs, des Handballs und der 3. Liga des Fußballs die Organisationsstruktur der Profisportligen analysiert und dargestellt. Dabei werden die Punkte des strukturellen Aufbaus, des Wettkampfformates, der Lizenzierung, der Vermarktung und der Nachhaltigkeit strukturiert ausgearbeitet. Anschließend wird, basierend auf den Ergebnissen der Benchmark, ein Vorschlag für eine neue Liga ausgearbeitet, welche die Schwachpunkte der Organisationsstrukturen der Profisportligen ausbessern soll.

3 Ergebnisse der Arbeit

Das Ergebnis dieser Arbeit ist eine neu ausgearbeitete Organisationsstruktur für die Profiligen in Deutschland. Die Durchführung der Liga über eine zweistufig ausgegliederte Kapitalgesellschaft in eine Liga GmbH, dient dabei nicht nur als Schutz gegenüber dem

Spitzenfachverband der Sportart, sondern erhöht auch die Mitsprache der einzelnen Teilnehmer. Damit der Spitzenfachverband aber nicht komplett aus der Durchführung der nationalen Meisterschaft ausgeschlossen ist, müssen durch Abschließen eines Grundlagenvertrags die genauen Verhältnisse zwischen Liga e.V. und Spitzenfachverband festgehalten werden. Zudem ist der Dachverband der Sportart ebenfalls Mitglied im Liga e.V.

Beim Hinblick auf das Wettkampfformat müssen sowohl die Bedürfnisse der Konsumenten, als auch die der Produzenten des Produkts des Ligawettbewerbs berücksichtigt werden. So muss ein Wettkampfformat gewählt werden, welches für den Zuschauer vor Ort, wie auch für den passiven Konsumenten Zuhause, einfach verständlich und trotzdem voller Spannung ist, damit das Endprodukt der Liga, also der Wettkampf, sich auch gut verkaufen lässt.

Bei der Lizenzierung sind die Grundbausteine für den Wettkampf zu legen. Hier muss darauf geachtet werden, dass die Teilnehmer der Liga auch über den gesamten Verlauf der Saison in der Lage sind, im Sinne des Wettkampfs auf sportlicher, infrastruktureller und wirtschaftlicher Ebene zu handeln. Dazu zählen u.a. die sportliche Leistung der Teams, die Fähigkeit, eine reibungslose Übertragung des Wettkampfes bei Heimspielen zu gewährleisten und die finanziellen Aufwendungen für die Erhaltung bzw. die Verbesserung der zuvor genannten Kriterien zu bewältigen.

Bei der Vermarktung gilt es, den durch die Liga in Verbindung gebrachten sportlichen Wettbewerb zentralisiert zu verkaufen. Dafür sollte mit hoher Innovationsfreude und Kreativität vorgegangen werden, um eine möglichst breite Zielgruppe als potentielle Interessenten anzusprechen. Die Bereitschaft, neue Technologien in die Vermarktung mit einzubeziehen, wird als zwingende Grundvoraussetzung ausgearbeitet. Dabei soll die Liga GmbH ein Tochterunternehmen zur Produktion eines exklusiven Contents gründen, welches sich mit diesen Themen auseinandersetzt. Durch Abwerben von qualifiziertem Personal kann so eine Umsatzsteigerung in diesem Bereich erwartet werde.

Die Nachhaltigkeit regelt dann die Beteiligung des Amateursports an den Umsätzen der Profiliga. Dafür werden von der Liga, über die Lizenzierung, Voraussetzungen geschaffen, welche den Amateursport der Liga, speziell in den Regionen der Teilnehmer fördern soll. Bspw. das Führen von Sport AGs an Schulen durch Trainer der Teilnehmer, oder die Bindung der Kinder an die Sportart durch interaktive Sportakademien.

4 Resultierende Folgerungen

Die Folgen der Umstellung auf das neu ausgearbeitete Ligensystem werden in den einzelnen Unterpunkten sichtbar. So ist eine Rechtsformverfehlung beim

Spitzenfachverband durch die Ausgliederung der Liga nicht mehr möglich. Das Wettkampfformat wird durch Spannung sowohl im Kampf um die Meisterschaft, als auch um den Klassenerhalt interessanter für den Konsumenten. Durch die Lizenzierung wird ausgeschlossen, dass einzelne Teilnehmer vorzeitig aufgrund finanzieller Mängel aus dem Wettbewerb ausscheiden, die Qualität des Produkts der Liga bleibt gleich und die Leistungsdichte der Teilnehmer ist möglichst eng beisammen. Die Vermarktung wird durch die dafür gegründete GmbH gesteigert und das Ansehen der Sportart wird durch nachhaltige Arbeit gesteigert.

1 Einleitung

Immer häufiger findet man Artikel in Zeitungen und Zeitschriften, in denen die Umsatzlücken zwischen den Fußball Bundesligen und den anderen Profisportligen in Deutschland deutlich werden.[1] Damit den Profisportligen ein System zur optimalen Ausschöpfung ihres Potentials aufgezeigt werden kann, ist es Ziel dieser Arbeit dieses System auszuarbeiten.

1.1 Ziel der Arbeit

Ziel dieser Arbeit ist es, auf Basis einer Benchmark mit den Spitzensportligen der Teamsportarten Basketball und Handball, sowie der 3. Fußball-Liga ein Konzept zu entwickeln, welches als Vorlage für künftige Organisationsstrukturen deutscher Profisportligen verwendet werden kann. Dadurch, dass wie zuvor erwähnt, die Spanne finanzieller Erlöse der vermeintlich kleineren Sportarten in Deutschland im Vergleich zum professionellen Fußball deutlich auseinander geht, ist es an der Zeit, die bereits bestehenden Strukturen der Spitzensportligen unter anderem auf mögliche Optimierungen zu überprüfen, um so zukünftig und vor allem langfristig den Umsatz und das Ansehen der Sportart steigern zu können. Generell ist in den letzten Jahren ein klarer Anstieg der Umsätze der zu untersuchenden Sportarten in Deutschland zu verzeichnen.[2] Diese Tendenz gilt es nun für die Sportligen zu nutzen, um sich besser im deutschen Sportmarkt positionieren zu können.

1.2 Vorgehensweise

Zunächst soll ein Überblick über das Thema verschafft werden. Dabei ist die Einordnung des Begriffes der Organisation aus betriebswirtschaftlicher Sicht ein elementarer Bestandteil. Anschließend wird eine Einführung in das deutsche Sportsystem gegeben, bei der die Strukturen des deutschen Sportes widergespiegelt werden sollen. Nachdem die grundlegenden Begriffe und Strukturen geklärt wurden, wird eine Benchmark der Spitzensportligen des Basketballs, des Handballs und der 3. Fußball-Liga herangezogen, in welcher in verschiedenen Punkten die Organisationsstrukturen der Ligen miteinander verglichen werden sollen. Unter anderem handelt es sich hierbei um die Punkte des strukturellen Aufbaus, des Wettkampfformates, der Lizenzierung, der Vermarktung, sowie der Nachhaltigkeit, welche genauer untersucht werden sollen. Mit den daraus gewonnenen Erkenntnissen soll dann ein allgemein gültiger Vorschlag zur optimalen Organisationsstruktur einer Profisportliga in Deutschland entstehen. Dabei ist der

[1] Vgl. Eberhardt, H./Lehnebach, N., Sponsors Ligenvergleich, 2017, S. 34.
[2] Vgl. Ebd., S, 32.

Vorschlag lediglich als ein möglicher Weg zur optimalen Organisationsstruktur einer Profisportliga in Deutschland zu verstehen, jedoch nicht als der alleinig richtige.

1.3 Organisation aus BWL-Sicht

Das Wort Organisation taucht immer häufiger im Bereich des Sportmanagements auf. Dabei ist die klare Abgrenzung der Bedeutungen des Begriffes zunehmend schwammiger geworden. Findet man die Bezeichnung häufig im Kontext mit betriebswirtschaftlichen Zusammenhängen, werden andererseits bereits einfache Personenzusammenschlüsse, bspw. Vereine und Verbände, als Organisationen bezeichnet. In diesem Kapitel soll der Terminus Organisation genauer beleuchtet und der im Rahmen dieser Arbeit verwendete Sinn erläutert werden.

Dabei wird bei der Organisation grundsätzlich zwischen drei unterschiedlichen Organisationsansätzen unterscheiden.

- anlassbezogene Organisationsarten,
- entstehungsbezogene Organisationsarten und
- gegenstandsbezogene Organisationsarten.[3]

Anlassbezogene Organisationsarten „sind auf unterschiedliche Absichten ausgerichtet, die mit der Organisation verfolgt werden“[4]. Es unterscheiden sich die Neuorganisation und die Reorganisation. Die Neuorganisation kommt bspw. bei der Gründung eines Unternehmens oder bei der Ausarbeitung eines neuen Projektes zustande. Das Problem bei der Neuorganisation besteht darin, völlig neue Organisationsstrukturen zu erarbeiten, ohne vorher auf Erfahrungswerte zurückgreifen zu können. Wohingegen die Reorganisation bei bereits bestehenden Unternehmen Anwendung findet. Eine Reorganisation kann unterschiedlichste Gründe haben. Entweder soll diese die bereits bestehende Organisationsstruktur verbessern, ihre Prozesse effizienter gestalten oder gar Stellen innerhalb des Unternehmens auf- bzw. abbauen.[5]

Bei den entstehungsbezogenen Organisationarten kann zwischen zwei unterschiedlichen Typen der Organisation unterschieden werden. Grundsätzlich handelt es sich aber um Organisationsformen, die sich aus der organisatorischen Entwicklung heraus ergeben.[6]

Zum einen wäre dies die Organisation aus institutioneller[7] Sicht. Diese Sichtweise stammt aus der Soziologie. In diesem Zusammenhang sieht sich die Organisation als „sozio-technisches System interaktiver Elemente, welches mit Hilfe von expliziten und impliziten Strukturen ein arbeitsteiliges und koordiniertes Zusammenwirken seiner Mitglieder

[3] Vgl. Olfert, K., Organisation 2, 2012, S. 36.
[4] Nach Ebd., S. 39.
[5] Vgl. Ebd., S. 39/40.
[6] Vgl. Ebd., S. 36.
[7] Vgl. Bleicher, K., Organisation 1, 1991, S.35.

anstrebt“[8]. Folglich ist die Institution selbst eine Organisation. Unter anderem zählen hierzu Formen wie Familien oder Kirchen, aber auch Sportvereine sowie politische Parteien können unter die institutionelle Ansicht einer Organisation fallen. Es handelt sich also um Zusammenschlüsse von Personen mit ähnlichen Vorstellungen und Werten, welche ein gemeinsames Ziel verfolgen.[9]

Zum anderen die Organisation aus instrumentaler Sicht.[10] Diese Sichtweise beschäftigt sich mit den „expliziten Regelungen zur Gestaltung von Aufbau- und Ablaufstrukturen der Unternehmung“[11]. Bei dieser Ansicht der Organisation handelt es sich also um die hierarchische Struktur und die genaue Aufgabenverteilung innerhalb des Zusammenschlusses. Ziel der instrumentalen Organisation ist es, „eine zielorientierte, geordnete und rationelle Erfüllung der Aufgaben zu erreichen“[12] und Zuständigkeiten zu definieren. Diese werden im so genannten Organigramm dargestellt. Dieses Organigramm wird mit Hilfe der gegenstandsbezogenen Organisationsarten, genauer der Aufbauorganisation bzw. der Prozessorganisation, in die Praxis umgesetzt.[13]

Wie bereits angesprochen befassen sich die gegenstandsbezogenen Organisationsarten mit den Objekten, die direkt mit der Organisation verbunden sind. Hierzu zählen u. a. die Mitarbeiter eines Unternehmens oder die Mitglieder eines Vereins. So kann man der zuvor erwähnten Aufbau- und Prozessorganisation auch noch die Projektorganisation als Unterscheidung hinzufügen.

Bei der Aufbauorganisation wird „die Ordnung der Aufgaben-, Kompetenzen- und Verantwortungsinhalte im Unternehmen“[14] aufgezeigt und in einem Organigramm dargestellt.

Hierfür wird eine Organisationsanalyse zur Hilfe genommen. Diese wird anhand verschiedener Aufgabenmerkmale durchgeführt. Dabei müssen für eine optimale Organisationsanalyse innerhalb des Betriebes folgende Fragen beantwortet werden,

- was produziert werden soll, also bestimmte Informationen oder ein Bauteil,
- wer für die Produktion zuständig ist,
- mit wem muss für die Produktion zusammengearbeitet werden,
- womit wird produziert, also welche Hilfsmittel stehen der zuständigen Person zur Verfügung,
- wieviel muss produziert werden,

---

[8] Nach Bleicher, K., Organisation 1, 1991, S.35.
[9] Vgl. Haupt, T./Kainz, F/Quirling, Ch., Sportmanagement, 2017, S.68.
[10] Vgl. Bleicher, K., Organisation 1, 1991, S.35.
[11] Nach Ebd., S.35.
[12] Nach Ebd., S. 35.
[13] Vgl. Olfert, K., Organisation 2, 2012, S. 37.
[14] Nach Ebd., S. 37.

- wann muss das Werkstück fertig gestellt sein, bzw. in welcher zeitlichen Reihenfolge geht das Fertigen von statten und
- wo findet die Fertigung statt.[15]

Die Prozessorganisation befasst sich mit der „Strukturierung der Aufgabenerfüllungsprozesse durch zeitliche und räumliche Beziehungen, z.B. in Form von Produktionsablaufplänen“[16]. Dabei wird bei der Prozessorganisation sowohl eine Prozessanalyse, als auch eine Prozessplanung durchgeführt. Zunächst erfolgt die Prozessanalyse. Hierbei wird der Arbeitsablauf Stück für Stück untersucht und Informationen über:

- „Prozesse…
- Mengen…
- Zeiten…
- Sachmittel…
- Personal…
- Kosten… [und]
- Anforderungen“[17]

gesammelt. Im Anschluss werden die gewonnenen Erkenntnisse in der Prozessplanung wieder zu neuen optimierten Arbeitsabläufen zusammengeführt und bilden somit eine neue Prozessorganisation.[18] Die Prozessorganisation ist eng an die Aufbauorganisation gebunden. Wie genau sie in Verbindung stehen, hängt von der Ausgangssituation der Organisationsanalyse ab. So ist bei Reorganisation die Prozessorganisation der Aufbauorganisation voranzustellen, da hier Änderungen im bereits bestehenden Ablauf erzielt werden wollen. Bei der Neuorganisation jedoch baut die Prozessorganisation auf die Aufbauorganisation auf.[19]

Zu guter Letzt die Projektorganisation. Sie gilt als äußerst risikobelastet und beschreibt „die befristete Gestaltung projektbezogener Regelungen innerhalb eines soziotechnischen Systems“[20], also Organisation aus rein instrumentaler Sicht, z.B. bei der Durchführung einer Mitgliederversammlung eines Sportvereines als Projekt. Hierfür werden

- Projektvorbereitung,
- Projektgestaltung
- Projekteinführung und
- Projektcontrolling

---

[15] Vgl. Bleicher, K., Organisation 1, 1991, S.42.
[16] Nach Olfert, K., Organisation 2, 2012, S. 38.
[17] Nach Ebd., S. 148.
[18] Vgl. Ebd., S. 150.
[19] Vgl. Ebd., S. 145.
[20] Nach Ebd., S. 38.

benötigt. Somit vereint die Projektorganisation sowohl Elemente der Aufbauorganisation als auch der Prozessorganisation. Auch für die Projektorganisation müssen durch Ermittlung des Problems in der Projektvorbereitung, klare Zuständigkeiten, Strukturen und Abläufe in der Projektgestaltung erstellt werden. Mit der Projekteinführung wird dann versucht, das Problem durch Ausarbeitung des Projekts zu lösen. Das Projektcontrolling überwacht und kontrolliert das Vorankommen des Projekts und dokumentiert dies.[21]

Festzuhalten bleibt, dass das Wort Organisation vielseitig anwendbar ist. Wie bereits angedeutet, wird der Begriff der Organisation auf zwei unterschiedliche Weisen interpretiert. Zum einen als „die Tätigkeit im Sinne des Organisierens“[22], also Organisation aus institutioneller Sicht und zum anderen als „das Ergebnis dieser Bemühungen“[23] die instrumentale Organisation als Werkzeug. Somit kann die Organisation sowohl als eine Institution verstanden werden, wie auch als ein Zustand innerhalb einer Institution, also als „zielorientierte, geplante, ordnungsgebende Strukturbestände“[24].

Im weitern Verlauf dieser Arbeit, bezieht sich der Begriff der Organisation auf die erste Interpretation der Terminologie. Also auf die Strukturierung und Aufgabenverteilung innerhalb einer Institution. Im Speziellen die eines Verbandes bzw. der ausgegliederten Profiliga seiner Sportart.

1.4 Einführung in das deutsche Sportsystem

Für die Ausrichtung der Profisportligen sind die jeweils für ihre Sportart zuständigen Spitzenfachverbände verantwortlich.[25] Um hierfür ein besseres Verständnis zu schaffen, soll das folgende Kapitel einen Einblick in das deutsche Sportsystem geben.

Der Sport hat in Deutschland eine besondere Stellung und ist auf zwei tragenden Säulen aufgebaut. Zum einen darf er sich durch Vereine sowie Verbände auf verschiedenen Ebenen selbst verwalten, zum anderen gibt es aber auch die öffentliche, vom Staat verwaltete Sportförderung.[26]

Da der Sport in der westlichen Gesellschaft als ein erhebliches Kulturgut gilt, hat es sich auch die Politik zur Aufgabe gemacht, diesen in Deutschland zu fördern.[27] Auf Seiten der öffentlichen Verwaltung des Sports steht das Bundesministerium des Inneren (BMI), welches auch die Sportförderung des Breiten- sowie des Spitzensports in Deutschland zu

---

[21] Vgl. Olfert, K., Organisation 2, 2012, S. 39.
[22] Nach Kosiol, E., Organisation der Unternehmung, 1976, S. 15.
[23] Nach Ebd., S. 15.
[24] Nach Bleicher, K., Organisation 1, 1991, S.34.
[25] Vgl. Deutscher Fußball-Bund e.V. (DFB), DFB Satzung, 2016, § 4 Abs. 1g./Deutscher Basketball Bund e.V., Satzung DBB, 2015, §2 Abs. 2.
[26] Siehe Anhang 1: Aufbau des Sports in Deutschland.
[27] Vgl. Bundesministerium des Inneren, BMI im Profil, 2016, S. 102.

seinen Aufgaben zählen darf.[28] Dabei fördert der Staat, in Person des BMI, unter Berücksichtigung seiner drei Grundsätze.

- „Beachtung der Autonomie des organisierten Sports
- Hilfe zur Selbsthilfe …
- partnerschaftliche Zusammenarbeit von Staat und organisiertem Sport.“[29]

Die staatliche Förderung findet hierbei ausschließlich auf horizontaler Ebene und auch nur subsidiarisch[30] statt. D.h. der Sport in Deutschland wird vom Staat dann gefördert, wenn er selbst nicht mehr in der Lage ist, ausreichend Mittel zur Verfügung zu stellen, um eine bestimmte Problemstellung eigenständig zu lösen. Dabei kommt die Förderung immer von der nächst höheren Instanz. Folglich bekommt ein Verein die Förderung durch die Kommune, in welcher er ansässig ist. Die Landesverbände bekommen die Förderung durch die jeweiligen Bundesländer und die Spitzenverbände vom Bund.[31] Die Förderung ist aber nicht nur finanzieller Art, sie kann auch durch Unterstützung z.B. bei der Findung neuer Sponsoren zum Tragen kommen.[32]

Betrachtet man hingegen die Selbstorganisation des Sports in Deutschland, so findet man hier eine Vielzahl an Vereinen und Verbänden, deren Zusammengehörigkeit zunächst in eine übersichtliche Struktur gebracht werden muss.[33] Mit den Vereinen wird der Sport in Deutschland auf immer größer werdende Regionen zusammengeschlossen. Dabei ist darauf zu achten, dass sich sowohl für eine einzelne Sportart, als auch für den gesamten Sport, auf den unterschiedlichen Ebenen Organisationsstrukturen ergeben. Folglich gibt es neben einer sportartenspezifischen Organisationsstruktur, auch noch eine sportartenübergreifende Organisation innerhalb der verschiedenen Ebenen, was eine Besonderheit der Organisation des Sports in Deutschland darstellt. So ist ein Verein automatisch Mitglied in dem für seine Sportart zuständigen Landesfachverband. Optional und je nach Organisationsstruktur der einzelnen Bundesländer, ist er auch Mitglied in einem Kreissportbund. Kreissportbund und Landesfachverband sind wiederum Mitglieder im Landessportbund/-verband. Zusätzlich ist der Landesfachverband aber auch noch Mitglied seines Spitzenfachverbandes in Deutschland. Dieser stellt die höchste Institution einer einzelnen Sportart in Deutschland, also auf Bundesebene, dar. Alle Spitzenfachverbände, sowie Landessportbünde/-verbände sind ihrerseits wieder

[28] Vgl. Bundesministerium des Inneren, BMI im Profil, 2016, S. 103.
[29] Nach Ebd., S. 103.
[30] Vgl. Hermann, U./Götze, L., Die deutsche Rechtschreibung, 2000, S. 860.
[31] Siehe Anhang 2: staatliche Sportförderung.
[32] Vgl. Bundesministerium des Inneren, BMI im Profil, 2016, S. 102.
[33] Siehe Anhang 3: Organisationsstruktur des selbstverwalteten Sports.

Mitglieder des DOSB.[34] Der DOSB wiederum ist der größte sportartenübergreifende Verband auf Bundesebene.

Wie groß die Regionen sind, in denen sich die einzelnen Ebenen organisieren, muss individuell betrachtet werden. Einerseits kann hierfür eine sportarteigene Organisation zur Abgrenzung der Regionen verantwortlich sein, andererseits kann auch die regional-politische Struktur ausschlaggebend für die Einteilung der Zuständigkeit der Sportbünde sein. So macht es bspw. Sinn, bei einer Kreisverwaltung für deren Zuständigkeitsbereich einen Kreissportbund zu gründen, um ggf. das Verfahren auf mögliche Subventionen, zu vereinfachen. Dadurch kommt es je nach Region und Sportart zu leicht abgewandelten Organisationsgebilden. Bspw. gibt es sowohl für den Fußball, als auch für den Handball zwischen den Landes- und Spitzenfachverbänden zusätzlich auch noch Regionalverbände. Der Fußball führt bspw. Regionalverbände für Norddeutschland, Nordostdeutschland, Süddeutschland, Südwestdeutschland und Westdeutschland. Wohingegen beim Handball der Westdeutsche Handball-Verband e.V. den einzigen Regionalverband bildet. Auch hier ist die genaue Abtrennung der Zugehörigkeit der darunter verbundenen Verbände und Vereine unterschiedlich und zumeist an politische Grenzen, wie Bundesländer o.ä., angepasst.[35] Auch darf aus Reihen der verschiedenen Ebenen nur ein übergeordneter Verband Mitglied in seinem Spitzenfachverband sein. D.h. aus Baden-Württemberg darf nur ein Fußballverband Mitglied beim DFB sein. Ebenso gilt dies für alle anderen Sportarten.[36]

Diese indirekte Mitgliedschaft der Vereine in dem für ihre Sportart zuständigen Spitzenfachverband ist die Grundvoraussetzung, um an den Wettkämpfen dieses Spitzenfachverbandes teilzunehmen. So ist es, wie bereits angesprochen, Aufgabe der Spitzenfachverbände, die Meisterschaft ihrer Sportart auf nationaler Ebene auszutragen. Und um als Verein hieran teilnehmen zu dürfen, muss er laut Deutschem Sportsystem sowohl Mitglied in seinen sportspezifischen, sowie in den sportartenübergreifenden Verbänden sein.

2 Benchmark

Um den heutigen Anforderungen einer Profisportliga gerecht zu werden, haben die meisten Spitzenfachverbände die Aufgabe zur Austragung der deutschen Meisterschaft

---

[34] Vgl. LandesSportBund Niedersachsen e.V., LSB Niedersachsen, 2016, S. 6ff./Deutscher Olympischer Sportbund e.V., DOSB Satzung, 2015, S. 4ff./Landessportverband Baden-Württemberg e.V., Satzung LSVbw, 2016, S. 2ff.

[35] Vgl. Deutscher Fußball-Bund e.V. (DFB), DFB Satzung, 2016, § 7./ Deutscher Handballbund e.V., DHB Satzung, 2017, §6./ Deutscher Basketball Bund e.V., Satzung DBB, 2015, § 4 Abs. 2.

[36] Vgl. Deutscher Fußball-Bund e.V. (DFB), DFB Satzung, 2016, § 8./ Deutscher Handballbund e.V., DHB Satzung, 2017, §7.

ihrer Sportart auf Kapitalgesellschaften ausgegliedert. So spielten bereits in der Saison 2013/2014 in der Handball Bundesliga (HBL) ausschließlich Kapitalgesellschaften um die Meisterschaft in ihrer Liga.[37]

Wie die einzelnen Spitzenfachverbände ihre Ligen im Detail organsiert haben und durchführen, soll im nachfolgenden Kapitel genauer untersucht werden. Dabei werden die easyCredit Basketball Bundesliga (easyCredit BBL), die DKB Handball Bundesliga (DKB HBL) und die 3. Liga im Fußball einer Benchmark unterzogen und anhand der Unterpunkte zum strukturellen Aufbau der Liga, dem Wettkampfformat, der Lizenzierung, der Vermarktung und der Nachhaltigkeit miteinander verglichen.

2.1 easyCredit Basketball Bundesliga

Die easyCredit Basketball Bundesliga wird durch die Basketball Bundesliga GmbH (BBL GmbH) durchgeführt.[38] Hier ist also die Aufgabe des DBB, die Ermittlung eines deutschen Meisters im Basketball, auf eine Kapitalgesellschaft ausgegliedert. Im nachfolgenden Kapitel soll anhand der zuvor genannten Unterpunkte die Organisation der Basketball Bundesliga genauer untersucht und dargestellt werden.

2.1.1 Struktureller Aufbau

Hinter der Durchführung der easyCredit BBL steht die BBL GmbH. Deren einzige Gesellschafter sind der DBB und die Arbeitsgemeinschaft Basketball Bundesliga e.V. (AG Basketball Bundesliga e.V.). In der AG Basketball Bundesliga e.V. sind alle Kapitalgesellschaften oder eingetragenen Vereine Mitglied, welche am Spielbetrieb der easyCredit BBL teilnehmen. Dabei besitzt der DBB 26% Anteile an der BBL GmbH und die AG Basketball Bundesliga e.V. 74%.[39]

Somit hat der DBB, dessen Aufgabe die Durchführung der deutschen Meisterschaft ist, durch seine Anteile zumindest die Sperrminorität in der BBL GmbH und kann Änderungen des Handelns der BBL GmbH durch seine Stimmanteile in der Gesellschafterversammlung stoppen. Zudem können das Präsidium der AG Basketball Bundesliga e.V., ein Beirat und ein Aufsichtsrat die Geschicke der BBL GmbH beobachten. Dem Präsidium gehören vier Mitglieder der AG Basketball Bundesliga e.V. an. Dieses wird von den Mitgliedern des Vereins, also den spielberechtigten Kapitalgesellschaften und eingetragenen Vereinen der easyCredit BBL, für eine

[37] Vgl. Fahrner, M., Teamsportmanagement, 2014, S. 23.
[38] Vgl. BBL GmbH Gesellschaft der Basketball-Bundesliga, Spielordnung BBL, 2017, §1 Abs. 1.
[39] Siehe hierfür Anhang 4: Struktur der BBL GmbH.

Legislaturperiode von drei Jahren gewählt.[40] Der Beirat besteht aus sechs Personen, welche nicht direkt in Verbindung mit der BBL GmbH stehen dürfen. Sie kommen aus verschiedenen Sektoren der Wirtschaft, der Bildung und Forschung sowie dem Sport. Als weiteres Organ der BBL GmbH ist der Aufsichtsrat zu nennen. Er setzt sich aus zwei Mitgliedern zusammen, zum einen findet sich hier zum ersten Mal, neben der Gesellschafterversammlung, ein Vertreter des DBB in der Struktur der BBL GmbH und zum anderen ein Vertreter der AG Basketball Bundesliga e.V. Sowohl Beirat als auch Aufsichtsrat haben eine beobachtende bzw. eine kontrollierende Funktion.[41]

Da die BBL GmbH für die Ausrichtung der Basketball Bundesliga zuständig ist, sind auch von dieser Regelungen und Ordnungen zu bestimmen, welche zur ordnungsgemäßen Durchführung des Ligabetriebs benötigt werden. Diese sind „neben der Bundesliga-Spielordnung …,

- das BBL-Lizenzstatut,
- die BBL-Ausschreibungen zu den Wettbewerben,
- die BBL-Standards
- die BBL-Werbe- und Marketing- und Medienrichtlinien,
- die BBL-Schiedsrichter- und Kommissarrichtlinie,
- der BBL-Strafenkatalog,
- die BBL-Verfahrens- und Schiedsgerichtsordnung,
- die BBL Bestimmungen beim Einsatz einer Spieljury und
- das Anti-Doping-Regelwerk der NADA in seiner gültigen Fassung“.[42]

Es bleibt festzuhalten, dass durch die Organisationsstruktur der BBL GmbH der DBB zwar faktisch Entscheidungen, welche nicht im Sinne des Spitzenfachverbandes sind, durch seine Sperrminorität kippen kann, er aber auf das Tagesgeschäft der easyCredit BBL keinen direkten Einfluss hat. Ihm kommen lediglich durch seinen Vertreter im Aufsichtsrat sowie seine Sperrminorität bei der Gesellschafterversammlung eine beobachtende Kontrollfunktion zu. Da hierbei die Liga einen starken Freiheitsgrad ihrer Entscheidungsbefugnis genießt, ist die genaue Zusammenarbeit zwischen Spitzenfachverband und Liga an einen zusätzlichen Kooperationsvertrag gebunden, um somit die Interessen des DBB im Tagesgeschäft der Liga sicher zu stellen.[43]

2.1.2 Wettkampfformat

[40] Das aktuelle Präsidium wurde zuletzt 2015 gewählt. Vgl. BBL GmbH Gesellschaft der Basketball-Bundesliga, Struktur BBL, 2017.
[41] BBL GmbH Gesellschaft der Basketball-Bundesliga, Struktur BBL, 2017.
[42] Nach BBL GmbH Gesellschaft der Basketball-Bundesliga, Spielordnung BBL, 2017, §1 Abs. 2.
[43] Vgl. Fahrner, M., Teamsportmanagement, 2014, S. 15.

Die Spielregeln der easyCredit BBL orientieren sich an den offiziellen Regeln der FIBA. Folglich beträgt die Spielzeit viermal zehn Minuten sowie eine Halbzeitpause von 15 Minuten zwischen dem zweiten und dritten Viertel. Die Pausen zwischen den restlichen Vierteln betragen zwei Minuten. Zudem ist das Einberufen von TV-Auszeiten erlaubt.[44] Gespielt wird im Basketball mit einer Teamstärke von fünf Feldspielern.[45] Das Wettkampfformat der easyCredit BBL ist eine hybride Form der beiden bekannten Wettkampfsysteme. Dem Round-Robin System und dem Elimination-Tournament.[46] Die easyCredit BBL ist eine offene Liga mit Auf-/Abstieg. Aufgeteilt wird die Saison dabei in vier Teilwettbewerbe. Im ersten Teilwettbewerb wird nach dem Round-Robin System, in einem paarweisen Leistungsvergleich die Hauptrunde gespielt. Hier spielen die 18 Bundesligisten in einer Hin- und Rückrunde mit insgesamt 34 Spieltagen die Tabellenplätze 1-18 aus. Für die Auswertung der Teams nach Tabellenrang wurde die folgende Punkterechnung eingeführt: Für einen Sieg bekommt ein Team 2:0 Wertungspunkte oder auch positive Wertungspunkte, für eine Niederlage 0:2 Wertungspunkte oder auch negative Wertungspunkte.[47] Im Falle eines Gleichstandes nach Ende des vierten Viertels, kommt es so lange zu einer Verlängerung (à fünf Minuten), bis eines der beiden Teams gewinnt.[48] Entscheidend für die Platzierung in der Tabelle sind vorrangig die erreichten positiven Wertungspunkte, bei Punktgleichheit entscheidet die geringere Anzahl an negativen Wertungspunkten über die Platzierung.[49]

Nach Beendigung des Round-Robin Systems erfolgt eine Bestandsaufnahme der Tabelle. Die letzten beiden Plätze in der Tabelle verlieren ihre sportliche Qualifikation an der Teilnahme der easyCredit BBL für die darauffolgende Spielzeit. Für die ersten acht Mannschaften der Hauptrunde folgt eine Meisterschaftsrunde mit K.O.-Systemcharakter. Dieses System wird auch als Elimination Tournament oder Playoff bezeichnet. In der aktuellen Tabelle der easyCredit BBL sind die Teilnehmer des Elimination Tournament, rot eingefärbt, sowie die Absteiger aus der Liga, grau eingefärbt, zum aktuellen Zeitpunkt zu sehen.[50]

Die Teilwettbewerbe zwei, drei und vier sind Teile eben jener Playoff-Runde.[51] Damit in dem K.O.-System die Mannschaften aber nicht ausschließlich von ihrer Tagesleistung abhängig sind, wird jeder Teilwettbewerb, der zu den Playoff-Runden gehört, im Modus best of five gespielt. D.h. in den einzelnen Teilwettbewerben der Playoff-Runde spielen

---

[44] Vgl. BBL GmbH Gesellschaft der Basketball-Bundesliga, Meisterschaft BBL, 2017, S. 7.
[45] Vgl. FIBA – International Basketball Federation, FIBA Regelwerk, 2017, S. 12.
[46] Vgl. Fahrner, M., Teamsportmanagement, 2014, S. 65.
[47] Vgl. BBL GmbH Gesellschaft der Basketball-Bundesliga, Spielordnung BBL, 2017, §20 Abs. 1.
[48] Vgl. FIBA – International Basketball Federation, FIBA Regelwerk, 2017, S. 17.
[49] Vgl. BBL GmbH Gesellschaft der Basketball-Bundesliga, Spielordnung BBL, 2017, §20 Abs. 1.
[50] Siehe Anhang 5: easyCredit Basketball Bundesliga Tabelle Saison 2017/2018.
[51] Siehe Anhang 6: Playoff-Baum Basketball.

die Mannschaften solange gegeneinander, bis eine der beiden Mannschaften zuerst dreimal gewonnen hat. Dabei wechselt das Heimrecht nach jeder Begegnung. Maximal jedoch werden fünf Spiele gespielt. Diese Regelung gilt für jeden der drei Teilwettbewerbe der Playoff-Runde. Teilwettbewerb zwei ist also gleichzeitig die 1. Playoff-Runde, oder auch Viertelfinale. Die Spielpaarungen im Viertelfinale sind schon vor Beginn der Saison durch die Tabellenplätze festgelegt und sollen dabei helfen die Spannung bzw. die Bedeutung der Hauptrunde aufrecht zu halten, da auch vom Tabellenplatz der Hauptrunde das Heimrecht für das eventuell erforderliche und entscheidende fünfte Spiel abhängt. Die Sieger des zweiten Teilwettbewerbs kommen eine Runde weiter in den Teilwettbewerb drei oder auch das Halbfinale. Auch hier wurden die Spielpaarungen bereits vor Saisonbeginn festgelegt. Denn auch hier ist die Platzierung in der Endtabelle der Hauptrunde ausschlaggebend für das Heimrecht eines alles entscheidenden fünften Spieles. Es hat jeweils die Mannschaft das Heimrecht für Spiel fünf, welche in der Endtabelle der Hauptrunde besser platziert war. Der vierte und letzte Teilwettbewerb der Playoff-Runde, das Finale der Meisterschaft, wird wie in den Runden zuvor im best of five Modus ausgetragen. Die Mannschaft, die zuerst drei Spiele gewinnt wird Deutscher Meister.[52]

Wie im Kapitel 2.1.1 bereits erwähnt, ist es die Aufgabe der BBL GmbH hierfür einen geeigneten Spielplan aufzustellen, welcher nicht zu Überschneidungen mit internationalen Ligen bzw. nationalen Auswahlspielen führt, aber dennoch innerhalb des Geschäftsjahres der Liga zu bewältigen ist. Als Geschäftsjahr der BBL GmbH gilt der Zeitraum vom 1. Juli bis zum 30. Juni des darauffolgenden Jahres.[53] Dabei soll der Spielplan so gestaltet sein, „dass jeder Bundesligist möglichst abwechselnd Heim- und Auswärtsspiele zu bestreiten hat“.[54] Die jeweils erstgenannte Mannschaft der Spielpaarung ist zuständig für die Ausrichtung des Spiels. Die Spielzeiten der easyCredit BBL sind folgende:

- „Montag bis Freitag zwischen 18.30 Uhr und 20.45 Uhr
- Samstag zwischen 14.00 Uhr und 20.45 Uhr
- Sonntag/Feiertag zwischen 14.00 Uhr und 19.30 Uhr“.[55]

Zudem sollen vor und nach Spielen der Bundesligisten in den internationalen Ligen mindestens 48 Stunden Pause eingehalten werden,[56] um eine Ausgeglichenheit im Wettbewerb zwischen international spielenden Bundesligisten und ausschließlich national spielenden Bundesligisten zu gewährleisten.

---

[52] Vgl. BBL GmbH Gesellschaft der Basketball-Bundesliga, Meisterschaft BBL, 2017, S. 5ff.
[53] Vgl. Bundesministerium der Justiz und für Verbraucherschutz, Jahresabschluss BBL GmbH, 2017.
[54] Nach BBL GmbH Gesellschaft der Basketball-Bundesliga, Spielordnung BBL, 2017, §9 Abs. 2.
[55] Nach Ebd., §10 Abs. 1.
[56] Vgl. Ebd., §10 Abs. 3.

Die Liga versucht die Spannung in der Meisterschaft hochzuhalten, indem sie eine hybride Form der Wettkampfgestaltung verwendet und sowohl einen klassischen paarweisen Leistungsvergleich, als auch den Ausscheidungscharakter eines K.O. Systems zur Ermittlung eines Meisters auf Bundesebene nutzt.

2.1.3 Lizenzierung

Damit eine Liga während der gesamten Saison nicht nur sportlich möglichst attraktiv bleibt, arbeiten spezielle Gremien die komplette Spielzeit daran, Daten und Fakten zur Beurteilung neuer Teilnehmer des Wettbewerbs aufzustellen. Diese sollen u.a. die Liquidität des Anwärters sowie dessen Infrastruktur genauer beleuchten.[57]

Auch die BBL GmbH hat für Ihre Bundesligisten die wichtigsten Punkte zur Teilnahme am Wettbewerb zusammengeschrieben. In diesem Kapitel sollen insbesondere die sportlichen, infrastrukturellen sowie die wirtschaftlichen Qualifikationen für die Teilnahme an der easyCredit BBL erläutert werden.

Für die easyCredit BBL ist sportlich qualifiziert, wer

- „zum Zeitpunkt seines Lizenzantrages der BBL angehörte und danach nicht aus der BBL ausgeschieden ist oder
- .. als Teilnehmer der ProA die jeweils ersten beiden Tabellenplätze einnimmt“.[58]

D.h. es sind alle Bundesligisten auch für die folgende Saison sportlich qualifiziert, solange sie nicht den letzten bzw. vorletzten Platz nach Beendigung des 1. Teilwettbewerbs belegen.[59] Dieser Nachweis ist somit automatisch nach Ablauf der Saison nachgewiesen.

Für seine infrastrukturellen Qualifikationen hingegen muss ein potentieller Teilnehmer der easyCredit BBL deutlich mehr nachweisen können. Der Nachweis der spieltechnischen Einrichtungen muss bis spätestens zum 30. Juni eines Jahres für die darauffolgende Spielzeit erbracht werden. Hierfür muss der Lizenzantragsteller folgende Dinge nachweisen.

Seine Heimspiele muss der Antragsteller in einer Halle mit einer Mindestkapazität von 3.000 Zuschauern austragen. Darüber hinaus müssen zwei Drittel dieser Plätze als Sitzplätze verfügbar sein. Diese Anforderungen müssen bauaufsichtlich bestätigt werden.[60]

Weiter sind die Maße des Spielfeldes sowie dessen Material vorgegeben. Gespielt wird auf einem 15 x 28 Meter großem Spielfeld.[61] Für alle Bundesligisten ist es verpflichtend, ihre Spiele auf einem Parkettboden auszutragen. Dieser darf dabei eine feste aber auch

---

[57] Vgl. Fahrner, M., Teamsportmanagement, 2017, S. 59.
[58] Nach BBL GmbH Gesellschaft der Basketball-Bundesliga, Lizenzen BBL, 2017, §4.
[59] Vgl. BBL GmbH Gesellschaft der Basketball-Bundesliga, Meisterschaft BBL, 2017, S. 5.
[60] Vgl. BBL GmbH Gesellschaft der Basketball-Bundesliga, Standards BBL, 2017, S. 4.
[61] Siehe Anhang 7: Maße Spielboden Basketball.

temporäre Installation darstellen. Ausschließlich Linien, welche zur Ausübung des Basketballsports notwendig sind, dürfen auf dem Boden vorhanden sein. Markierungen aus internationaler Spielberechtigung müssen für den Ligabetrieb der easyCredit BBL rückgängig gemacht werden. Auch eine ausreichend gute Beleuchtung zur optimalen Übertragung der Spiele muss in der Austragungsstätte gewährleistet werden. Für den Basketball beträgt diese 1.400 Lux. Nachzumessen auf bis zu einem Meter über dem Spielfeld.[62] Weitere technische Ausstattung neben dem Spielfeld, sind die Korbanlage inklusive der 24-Sekunden-Uhren, Anzeige-Systeme und der Spielball. Da diese Kriterien für den Basketballsport als Grundvoraussetzungen gelten, werden sie in diesem Kapitel nicht weiter ausgeführt.[63]

Um all diesen Anforderungen gerecht zu werden, muss ein Antragsteller auch eine gewisse Liquidität vorweisen können. Deshalb werden auch im Laufe eines Lizenzantrages die finanziellen Qualifikationen eines Lizenzbewerbers durch das zuständige Gremium überprüft. Unter anderem zählen hierzu:

- der Jahresabschluss, inklusive Gewinn- und Verlustrechnung, der vorangegangenen und aktuellen Saison,
- eine von einem Steuerberater abgezeichnete, ausgeglichene Erfolgsplanrechnung für die beworbene Saison,
- Arbeitsverträge der Spieler sowie
- die kartellrechtlichen Bestimmungen, also die Beteiligungen Dritter an den Kapitalgesellschaften der Antragsteller.

Diese Unterlagen sind dem Lizenzausschuss zu unterschiedlichen Zeiten vorzulegen. So muss der Jahresabschluss eines Teilnehmers zu drei verschiedenen Zeitpunkten einer Saison eingereicht werden. Zum 15. Juni, 15. Oktober und 15. Januar einer Spielzeit. So wird auch während der Saison die Liquidität eines Teilnehmers von Seiten der Liga überwacht. Die Erfolgsplanrechnung muss erst am 30. Juni eines Jahres abgegeben werden, die Arbeitsverträge der Spieler bis spätestens 15. Oktober eines Jahres. Im Falle eines zu einem späteren Zeitpunkt abgeschlossenen Vertrages, muss dieser innerhalb von drei Wochen nachgewiesen werden.[64]

Sollte ein Bundesligist trotz Überprüfung seiner wirtschaftlichen Leistungsfähigkeit während der Saison in finanzielle Schieflage geraten, gibt es den von der Liga eingerichteten Sicherungsfonds, für den automatisch bei Lizenzantrag jeder Bundesligist denselben Betrag einzahlen muss. In diesem Sicherungsfonds ist vom jeweils ersten Spieltag einer Saison bis zum 30. Juni der zu spielenden Saison, ein Betrag von

---

[62] Vgl. BBL GmbH Gesellschaft der Basketball-Bundesliga, TV-Pflichtenheft BBL, 2017, S. 8.
[63] Vgl. BBL GmbH Gesellschaft der Basketball-Bundesliga, Standards BBL, 2017, S. 5ff.
[64] Vgl. BBL GmbH Gesellschaft der Basketball-Bundesliga, Lizenzen BBL, 2017, §§ 5/9/13.

mindestens 225.000 Euro hinterlegt. Dabei darf der Anspruch des einzelnen Teilnehmers nicht höher als diese 225.000 Euro sein. Die Verwendung des Darlehens wird für den Teilnehmer, welcher ihn in Anspruch genommen hat, von der Liga vorgegeben. Demnach müssen Verbindlichkeiten in folgender Reihenfolge beglichen werden:

1. „gegenüber den Spielern, Trainern und dem Funktionsteam,
2. gegenüber der BBL GmbH,
3. gegenüber Dritten“[65].

Die Zinsen, welche auf das Darlehen von der BBL GmbH verrechnet werden betragen acht Prozent. Scheidet ein Teilnehmer am Ende einer Spielzeit aus der easyCredit BBL aus, so bekommt er seine zuvor getätigte Einzahlung verzinst zurück.[66]

Laut den Lizenzstatuten der easyCredit BBL wird die Lizenz einem Anwärter nicht erteilt, sobald Beteiligungen vorliegen, „die sowohl beim Antragsteller als auch bei anderen Antragstellern einen bestimmenden Einfluss auf deren Geschäftstätigkeit ermöglichen“[67]. Eine genaue Definition, wann ein bestimmender Einfluss vorliegt, wird aber nicht erwähnt. So könnte man schon bei einer Beteiligung von mehr als 25% der Stimmrechte von einer bestimmenden Beteiligung sprechen, da dann die Sperrminorität erreicht wird.

Ein weiterer Punkt der Lizenzierung für die easyCredit BBL ist die Nachwuchsförderung. Die Nachwuchsförderung der Bundesligisten soll „insgesamt 8% des jeweiligen Spieleretats nicht unterschreiten“[68]. Zusätzlich muss der Antragsteller nachweisen, dass ein Team, welches ihm nachweislich finanziell angehört und für welches er einen ausreichenden sportlichen Einfluss hat, in der Nachwuchs Basketball Bundesliga (NBBL) teilnimmt. Die NBBL ist die höchste Spielklasse der Altersstufen U17 bis U19. Hierbei ist auch eine Kooperation mit anderen Teams möglich. Allerdings darf der Sitz des NBBL-Teams nicht weiter als 40 km vom Sitz des BBL-Teams entfernt sein. Weiterhin muss in der Namensgebung des NBBL-Teams eine eindeutige Zugehörigkeit zu dessen BBL-Team hervorgehen.[69] Analog gelten diese Richtlinien in Bezug auf die Jugend Basketball Bundesliga (JBBL), der höchsten Spielklasse der Altersstufe U16. Zusätzlich muss der Antragsteller nachweisen, dass er für seinen Jugendbereich sowohl zwei hauptamtliche Trainer in Vollzeit, als auch „einen hauptamtlichen Trainer für Mini- und Schulbereich“[70] beschäftigt. Diese dürfen auch nicht als Co. Trainer für das BBL-Team angestellt sein und sind ausschließlich für die Jugendarbeit zuständig, um eine optimale Nachwuchsförderung zu gewährleisten. Zudem ist der Antragsteller verpflichtet im Laufe

---

[65] Nach BBL GmbH Gesellschaft der Basketball-Bundesliga, Sicherungsfonds BBL, 2017, S. 3.
[66] Vgl. Ebd., S. 1ff.
[67] Nach BBL GmbH Gesellschaft der Basketball-Bundesliga, Lizenzen BBL, 2017, §9.
[68] Nach BBL GmbH Gesellschaft der Basketball-Bundesliga, Nachwuchsförderung BBL, 2017, S. 3.
[69] Vgl. Ebd., S. 3.
[70] Nach Ebd., S. 5.

eines Schuljahres an fünf Grundschulen wöchentlich eine Grundschul AG zu führen und hierfür einen Mitarbeiter/Trainer entsprechenden Schulungen anzumelden.[71]
Neben der aktiven Nachwuchsförderung durch Unterhaltung der NBBL/JBBL Teams, ist auch die passive Förderung des Nachwuchsbereiches, durch die Mitgliedschaft im Deutschen Basketball Ausbildungsfonds e.V. verpflichtend.[72]

2.1.4 Vermarktung

Die easyCredit BBL wird zentral über die BBL GmbH vermarktet. D.h. die BBL GmbH ist die Rechteinhaberin aller vermarktbarer Lizenzen, welche durch den Ligabetrieb entstehen. Sie ist dadurch berechtigt, diese zu veräußern und zu vermarkten. Deutlich wird diese Tatsache schon beim Blick auf den Namen der Liga. Hier tritt ein Namensgeber auf, der die Namensrechte der Liga für ca. 2,5 Millionen Euro p. a. gekauft hat.[73] Außerdem gibt die BBL GmbH Forderungen an die Teilnehmer der easyCredit BBL aus, um neben der sportlichen Unberechenbarkeit ein möglichst einheitliches Produkt mit gleichbleibender Qualität an die Übertragungslizenznehmer weiter zu veräußern. Dazu gehört u.a. ein Zeitplan, der jedem Ausrichter eines Bundesliga Spieles vorgegeben wird, in dem exakt beschrieben ist, wie die Übertragung von statten zu gehen hat.[74] Somit ist die Werbung der Liga auf die Sekunde genau getaktet und in jedem Spiel der easyCredit BBL gleich.
Zudem ist es für die Ausrichter der Bundesligaspiele verpflichtend, die Anforderungen der Produktionsfirma, U.COM Media GmbH (im Folgenden U.COM genannt), bei der Durchführung der Spiele zu berücksichtigen. Dieses Unternehmen übernimmt im Auftrag der Telekom Deutschland GmbH als TV Partner der easyCredit BBL die Produktion der Spiele. Damit eine reibungslose Übertragung der Spiele gesichert werden kann, wurden von der BBL GmbH im eigens dafür verfassten TV-Pflichtenheft Regelungen, die sowohl die Bundesligisten, als auch die Produktionsfirma betreffen, festgelegt. Dadurch hat jeder Bundesligist bei der Ausrichtung eines Spieltages der easyCredit BBL u.a. gegenüber der U.COM einen Redaktionsverantwortlichen zu benennen, der dem Produktionsteam vor Ort ca. 90 Minuten vor bis eine Stunde nach Übertragungsende als Ansprechpartner zur Seite steht.[75]
Zusätzlich wird im TV Pflichtenheft auch festgelegt, welche Kamerapositionen zur Verfügung zu stehen haben, welche Werbeflächen in der Halle zur Nutzung bereitstehen müssen und dürfen und wem die Nutzungsrechte dieser Werbeflächen gehören.

---

[71] Vgl. BBL GmbH Gesellschaft der Basketball-Bundesliga, Nachwuchsförderung BBL, 2017, S. 5.
[72] Siehe Kapitel 2.1.5 Nachhaltigkeit.
[73] Vgl. Eberhardt, H./Lehnebach, N., Sponsors Ligenvergleich, 2017, S. 35.
[74] Siehe Anhang 8: Standardablauf Pre-Game.
[75] Vgl. BBL GmbH Gesellschaft der Basketball-Bundesliga, TV-Pflichtenheft BBL, 2017, S. 3-4.

Jeder Ausrichter hat zwei Möglichkeiten die Kamerapositionen in seiner Halle zu realisieren.[76] Entscheidend bei der Umsetzung ist, von welcher Seite aus die Übertragung stattfindet. In Variante A sitzen die beiden Hauptkameras erhöht und auf Höhe der Mittellinie hinter dem Kampfgericht. Hierbei muss die uneingeschränkte Sicht über das gesamte Spielfeld für die Dauer der gesamten Übertragung garantiert sein. Direkt hinter den Kampfrichtern ist zusätzlich mindestens eine weitere Kamera auf Bodenhöhe, bzw. auf einem Stativ, zu positionieren. Neben dieser Kamera muss auch ein Arbeitsplatz für die Kommentatoren sowie Grafiker eingerichtet werden. In den Ecken des Spielfeldes, sowie auf Seiten der Hauptkameras sind ebenfalls je eine Kamera auf einem Stativ zu platzieren. Unter den Körben sind dann noch Schulterkameras vorgesehen, diese können auch das Geschehen während den Auszeiten aus nächster Nähe verfolgen. Zu guter Letzt werden an beiden Körben Remote-Kameras eingesetzt. Diese Technik wird durch die U.COM gestellt und muss nicht von dem austragenden Bundesligisten aufgebracht werden. Lediglich für die Kameraflächen und dafür ggf. benötigte Podeste, Tische o.ä. müssen vom Ausrichter gestellt und spätestens sechs Stunden vor Spielbeginn zur Verfügung stehen.[77]

Die Werbeflächen, welche in der Halle bereit stehen müssen, werden ebenfalls von der BBL GmbH vorgegeben. So ist Werbung

- „auf der Bekleidung der Mannschaften,
- auf der Bekleidung der Schiedsrichter,
- auf der Bekleidung der Maskottchen,
- auf Spielausrüstungsgegenständen,
- auf dem Spielfeld und in dessen Umgebung,
- durch Ansagen in den Spielhallen / akustische Werbung,
- durch Aufnahme eines Sponsorennamens im Vereinsnamen“[78]

möglich. Dabei kann der Rechteinhaber dieser Werbeflächen sowohl die easyCredit BBL, als auch der einzelne Bundesligist sein. Zur Verwertung dieser Rechte, also zum Abschluss von Werbeverträgen, darf der Rechteinhaber sich auch Hilfe bei professionellen Agenturen holen. In diesem Fall bleibt er aber gegenüber der BBL GmbH verantwortlich für den Inhalt der Werbung. Zudem muss gewährleistet werden, dass einzelne Personen innerhalb der Organisationsstruktur des Rechteinhabers, also der easyCredit BBL oder dessen Mitgliedsvereine, keinen persönlichen Vorteil aus dem Werbevertrag ziehen.[79]

---

[76] Siehe Anhang 9: Kamerapositionen BBL.
[77] Vgl. BBL GmbH Gesellschaft der Basketball-Bundesliga, TV-Pflichtenheft BBL, 2017, S. 8ff.
[78] Nach BBL GmbH Gesellschaft der Basketball-Bundesliga, Marketing BBL, 2017, S. 5.
[79] Vgl. Ebd., S. 5.

Auch gibt es klare Richtlinien zur Bekleidung der Schiedsrichter und Mannschaften, was getragen werden darf und was nicht, auf die jedoch im weiteren Verlauf dieser Bachelorarbeit nicht weiters eingegangen wird.[80]

Ein für diese Arbeit geeigneter Punkt jedoch sind die Werbeflächen des Hallenbodens. Wie schon zuvor beim Einsatz der Kameras, ist auch hier die Übertragungsrichtung für die Ausrichtung der Werbung ausschlaggebend. So hat die easyCredit BBL zwei Werbeflächen auf dem Spielfeld, um hier ihr eigenes Logo zu platzieren. Diese werden von der BBL GmbH vor der Saison gestellt. Zusätzlich hat die BBL GmbH das Recht auf der TV-relevanten Seite des Korbbretts sein Logo anzubringen.[81] Andererseits ist es jedem Bundesligisten gestattet, innerhalb des zwei Meter Bereichs um das Spielfeld, Bodenwerbung zu schalten.[82] Dabei darf die Bodenwerbung unterhalb der Körbe entweder als eine oder als zwei verschiedene Werbeflächen genutzt werden. Der Abstand zum Spielfeldrand, wie auch der zur LED-Bande sind dabei genau festgeschrieben. Zusätzlich darf der Name des Bundesligisten bzw. der, der Halle auf der Werberelevanten Seitenlinie stehen. Der Mittelkreis, sowie die beiden Freiwurfkreise, die ausschließlich die identische Werbung tragen dürfen, stehen ebenfalls als Werbefläche für die Bundesligisten zur Verfügung. Dabei ist eine einheitliche Oberfläche zwischen Werbung und dem restlichen Spielfeld zwingend erforderlich. Auch ist dafür Sorge zu tragen, dass die Markierungen trotz der Werbung zu erkennen sind. Weiterhin darf Werbung auf dem Spielfeld keine 3D-Effekte haben. Ist für den Mittelkreis keine Werbung vorgesehen, so darf an dieser Stelle das Logo des Bundesligisten platziert werden. Verbindlich zu jedem Spiel der easyCredit BBL ist der Einsatz von LED-Banden. Die Banden werden von der easyCredit BBL bzw. von der U.COM gestellt. Die Ausrichter der Spiele sind dazu verpflichtet, die LED-Banden auf den TV-relevanten Seiten mit der Ligawerbung bzw. der Werbung deren Partner zu bespielen. Wichtig für diese ist die Abstimmung mit der U.COM, damit die Banden nicht das Übertragungsbild stören. Je nach Übertragungsrichtung ist ein Freiraum der LED-Bande für die Mannschaftsbänke von maximal 3 Metern zu gewähren.[83]

Durch die Regelungen und den laufenden Spielbetrieb der Liga konnte die easyCredit BBL in der Saison 2016/2017 einen Umsatz von 117 Millionen Euro verbuchen. Gleichzeitig jedoch liegt ein starkes Ungleichgewicht der einzelnen Umsätze der Vereine vor. Zwischen dem Teilnehmer, der den größten Umsatz zu verzeichnen hat (Brose Bamberg) und dem, mit dem niedrigsten Umsatz (der Mitteldeutsche Basketballclub) ist das Verhältnis 1:11. D.h. Brose Bamberg hat 11-mal so viel Umsatz erwirtschaftet als der

---

[80] Vgl. BBL GmbH Gesellschaft der Basketball-Bundesliga, Standards BBL, 2017, S. 20ff.
[81] Siehe Anhang 10: Korbwerbung BBL.
[82] Siehe Anhang 11: Bodenwerbung BBL.
[83] Vgl. BBL GmbH Gesellschaft der Basketball-Bundesliga, Marketing BBL, 2017, S. 10ff.

Mitteldeutsche Basketballclub. Die Gründe für dieses Ungleichgewicht sind zum einen die zusätzlichen Playoff Spiele, die die Bamberger fast jährlich bestreiten und zum anderen die Teilnahme der Bamberger an den internationalen Ligen. Wohingegen der Mitteldeutsche Basketballclub Jahr für Jahr um den Verbleib in der Liga kämpfen muss. Der größte Teil des Umsatzes für die Teilnehmer der easyCredit BBL kommt dabei aus den Sponsoring-Einnahmen. So rechnen die Bamberger in der aktuellen Spielzeit mit Sponsoring-Einnahmen in Höhe von 16 Millionen Euro. Dabei mit einbezogen sind Einnahmen aus Hospitality sowie aus dem Naming-Right mit Brose. Den vermutlich kleinsten Anteil am Gesamtumsatz der Bundesligisten machen die Einnahmen aus der TV-Vermarktung der Liga bzw. dem Naming-Right mit easyCredit aus. In der aktuellen Spielzeit bekommen die einzelnen Bundesligisten ca. 50.000 Euro ausbezahlt, allerdings in Raten. Dieser Betrag ergibt sich aus den Anteilen der Bundesligisten am Gewinn der easyCredit BBL. Der aktuelle Medienverwertungsvertrag der easyCredit BBL läuft zum Ende der jetzigen Spielzeit aus. Wer neuer Partner der easyCredit BBL in der Medienübertragung wird steht derzeit noch nicht fest. Auch neue Technologien, wie bspw. virtuelle Werbung, werden bei den neuen Vertragsverhandlungen eine Rolle spielen. Allerdings gilt das Augenmerk der Liga zunächst der Nutzung dieser Technik innerhalb Deutschlands.[84]

Auch im Bereich der online Präsenz setzt die easyCredit BBL neben ihrer eigenen Homepage auf Social-Media-Kanäle. Dabei kommt sie mit Facebook (199.000 Follower)[85] und Twitter (55.900 Follower)[86] auf insgesamt 254.900 Follower, welche die Liga in den sozialen Netzwerken verfolgen.

Großes Engagement in der Vermarktung der Liga findet sich in der Produktion eines einheitlichen Produkts für den Konsumenten. Durch offizielle Zeitpläne und Vorgaben bei der Produktion des Übertragungsbildes möchte die Liga ein möglichst konstantes Bild nach außen abgeben, ohne dabei zu sehr auf den sportlichen Ausgang des Wettkampfes angewiesen zu sein. Zudem kann die Liga durch genaue zeitliche Vorgaben der Präsenz eines Sponsors, einen besseren Gegenwert für diesen errechnen. Die Zahlen der Zuschauer in den Stadien geben der Vermarktung der Liga ihre Legitimation. So verfolgen im Schnitt 4.778 Zuschauer die Spiele (Hauptrunde und Playoff) der easyCredit BBL. Also deutlich mehr Personen als es die Mindestkapazität der Hallen in der Lizenzierung vorschreibt.

2.1.5 Nachhaltigkeit

[84] Vgl. Eberhardt, H./Lehnebach, N., Sponsors Ligenvergleich, 2017, S. 33ff.
[85] Vgl. Lehnebach, N., Sponsors Social-Media, 2017, S. 28.
[86] Vgl. Twitter International Company, Twitterseite der easyCredit BBL, 2018.

In diesem Kapitel soll herausgestellt werden inwiefern sich die Profiliga, also der Organisator BBL GmbH und die Bundesligisten, für den Amateursport ihrer Sportart einsetzen und diesen fördern.

Speziell dafür wurde der Deutsche Basketball Ausbildungsfonds e.V. gegründet. Die Teilnahme an der easyCredit BBL geht mit der automatischen Mitgliedschaft des Deutschen Basketball Ausbildungsfonds e.V. einher.[87] Dieser wurde zusammen mit der BBL GmbH und der 2. Basketball-Bundesliga GmbH eingerichtet und hat folgende Ziele:

- „Bereitstellung von zusätzlichen Mitteln für die Nachwuchsförderung, insbesondere von künftigen deutschen Profi-Basketballspielern;
- Finanzierung von erfolgsträchtigen, klubübergreifenden Projekten, insbesondere Schulprojekte;
- Förderung von Jugendleistungstrainern durch Stipendien für eine gute Ausbildung, um mit Kindern und Jugendlichen wirkungsvoll arbeiten zu können;
- Bereitstellung von finanziellen Mitteln für Ausbildungsprämien, die ausbildenden Klubs einen Teil ihrer Aufwendungen ersetzt und regionale Jugendförderstrukturen unterstützt;
- Die jährliche Prämierung erfolgreicher und effizienter Nachwuchsarbeit solcher Klubs, die einen Beitrag für das Gesamtsystem leisten;
- Die Wertschätzung für Lehrer und Trainer, die sich bei der Entdeckung und dem Hervorbringen von Talenten überdurchschnittlich engagieren.“[88]

Dabei setzt sich der Beitrag des Ausbildungsfonds aus zwei Bestandteilen zusammen. Zum einen die Basiseinzahlungen, welche von den Mitgliedern des Vereins jährlich gezahlt werden und zum anderen die variablen Beiträge, welche von der Transferaktivität des einzelnen Mitgliedes abhängen. Über die Verwendung der Beiträge, also die Auszahlung von Ausbildungsprämien, die Ausbildung von Nachwuchstrainern sowie die Auszeichnung der Nachwuchsarbeit in den Klubs, entscheidet dann der Beirat, auch Ausbildungsausschuss genannt, unter Berücksichtigung der jährlichen Einnahmen durch die Beiträge.[89] Dem Ausbildungsausschuss gehören an:

- „zwei Vertreter der BBL GmbH,
- ein Vertreter der 2. Basketball-Bundesliga GmbH,
- drei Vertreter der BBL-Klubs und
- drei Vertreter der 2. Bundesliga-Basketball-Klubs.“[90]

Die einzelnen Vertreter werden von den Gremien für zwei Jahre in ihr Amt gewählt. Folglich werden Vertreter der GmbH von den Gesellschaftern auf der

[87] Siehe 2.1.3 Lizenzierung.
[88] Nach BBL GmbH Gesellschaft der Basketball-Bundesliga, Nachwuchsförderung BBL, 2017, S. 7.
[89] Vgl. Ebd., S. 7ff.
[90] Nach Ebd., S. 8.

Gesellschafterversammlung gewählt. Weiterhin werden Ausbildungsprämien für Spieler der verschiedenen Altersklassen ausgezahlt. Abhängig ist die Auszahlung von der Einsatzzeit des Nachwuchsspielers, sowie der Spielklasse in der er spielt.[91] Sowohl ProA als auch ProB gehören zu der 2. Bundesliga-Basketball. Je Spieler können aber maximal 10.000€ als Ausbildungsförderung geltend gemacht werden. Ausschüttungen in Form von Ausbildungsprämien müssen bis spätestens 30. Juni der aktuellen Spielzeit vom jeweiligen Klub bezahlt werden.[92]

Zusätzlich wird von der Liga vorgeschrieben, dass jeder Teilnehmer der easyCredit BBL über ein Schuljahr hinweg wöchentlich an fünf verschiedenen Grundschulen eine Grundschul Basketball AG leiten muss. Diese AGs sollen den Grundschülern schon frühzeitig den Basketballsport nahebringen. Um auch den Sport unter Wettkampfbedingungen zu präsentieren, ist im Optimalfall begleitend zu den AGs an den fünf verschiedenen Grundschulen ein Abschluss-Schulturnier bzw. eine Grundschulliga durchzuführen.[93]

Durch diese Maßnahmen soll der kommende Wandel im Schulsystem hin zu den Ganztagesschulen als Chance genutzt werden, um den Basketballsport mit dem Schulsport zu verankern, um so künftig mehr junge Menschen für die Sportart Basketball zu begeistern. Zudem werden den Sportlehrern von den Fachleuten der Klubs Hilfestellungen bei der Vermittlung der richtigen Regelkunde gegeben.[94]

Zusätzlich zu den verpflichtenden Grundschul AGs der Bundesligisten, betreibt die easyCredit BBL die ‚kinder+Sport Basketball Academy' diese soll speziell den Basketball im Breitensport ansprechen. Nachdem die Akademie 2011 von kinder+Sport und dem Bundesligisten ALBA Berlin gegründet wurde, wurde sie nur ein Jahr später von der easyCredit BBL in das Jugendprogramm aufgenommen. Momentan beteiligen sich acht Bundesligisten an dem Projekt.[95] Sie richtet sich an Kinder zwischen sieben bis 15 Jahren. Teilnehmen können sowohl einzelne Kinder als auch ganze Schulklassen oder Vereine. Ziel der Academy ist es Kindern einen spielerischen Einstieg in den Sport, im speziellen dem Basketball, zu geben. Dabei ist die Academy in einen Trainingsparcours aufgeteilt. Die vier Stationen des Parcours Werfen, Dribbeln, Passen und Koordination wurden von Trainern und Profis entwickelt. Doch sollen die Stationen des Parcours nicht

---

[91] Anhang 12: Ausbildungsprämien.
[92] Vgl. BBL GmbH Gesellschaft der Basketball-Bundesliga, Nachwuchsförderung BBL, 2017, S. 7ff.
[93] Vgl. Ebd., S. 5.
[94] Vgl. BBL GmbH Gesellschaft der Basketball-Bundesliga/2. Basketball-Bundesliga GmbH, Ausbildungshandbuch, 2013, S. 24.
[95] Vgl. Ferrero Deutschland GmbH, kinder+Sport Basketball Academy, 2017.

nur den Kindern einen Anreiz zum Sport geben, sondern auch den Trainern sowie Lehrern Anregungen für deren eigenes Training bzw. deren eigenen Unterricht geben.[96]

2.2 DKB Handball Bundesliga

Im zweiten Schritt dieses Kapitels, soll die DKB Handball Bundesliga (DKB HBL) analysiert werden. Auch in dieser Sportart wurde ein Weg gefunden die professionelle Organisation der Liga auf eine GmbH auszugliedern.[97] In den folgenden Unterpunkten wird genauer aufgeführt wie die Liga im Detail zusammengesetzt wurde.

2.2.1 Struktureller Aufbau

Bei der DKB HBL handelt es sich um eine zweistufige Ausgliederung der Profiliga.[98] Zunächst wurden dem Handball-Bundesliga e.V. (HBL e.V.), auch Ligaverband genannt, die Rechte zur Ausübung der Liga vom Deutschen Handball Bund (DHB) übergeben. Damit auch hier im Sinne des deutschen Sportsystems der Spitzenfachverband Mitsprache bei der Austragung der Deutschen Meisterschaft hat, mussten im Gegenzug ein Grundlagenvertrag mit, sowie einvernehmliche Zugeständnisse des Ligaverbandes gegenüber dem DHB abgeschlossen werden.[99] Weiterhin ist der Ligaverband ein ordentliches Mitglied des DHB und somit an dessen Rechte und Pflichten gebunden.[100] Der HBL e.V. hat wiederum aus wirtschaftlichen Gründen, und um einer Rechtsformverfehlung des Ligaverbandes zu entgehen, die Organisation der Liga an die Handball-Bundesliga GmbH (HBL GmbH) abgegeben. Diese ist eine 100 prozentige Tochter des Ligaverbandes.[101] Mitglieder des Ligaverbandes bzw. des HBL e.V. sind, ähnlich wie beim Basketball, alle Vereine oder deren Kapitalgesellschaften, die zur Teilnahme an der 1. Bundesliga berechtigt sind. Zusätzlich sind aber im Fall der DKB HBL auch die Vereine und Kapitalgesellschaften der 2. Bundesliga Mitglieder im Ligaverband.[102]

Die Ligaversammlung des HBL e.V. wählt das Präsidium auf eine Amtsdauer von drei Jahren. Dieses Präsidium setzt seinerseits die Geschäftsführung der Handball-Bundesliga GmbH (HBL GmbH) ein, welche dann die Geschicke der DKB HBL lenkt. Gleichzeitig sind die Geschäftsführer der HBL GmbH auch Mitglieder des Präsidiums, allerdings nur in

---

[96] Vgl. BBL GmbH Gesellschaft der Basketball-Bundesliga/2. Basketball-Bundesliga GmbH, Ausbildungshandbuch, 2013, S. 28/29.
[97] Vgl. Handball-Bundesliga GmbH, Satzung HBL e.V., 2015, §4 Abs. 10.
[98] Vgl. Fahrner, M., Teamsportmanagement, 2014, S. 12ff.
[99] Näheres folgt in Kapitel 2.2.5.
[100] Vgl. Handball-Bundesliga GmbH, Satzung HBL e.V., 2015, § 3.
[101] Siehe Anhang 13: Organisationsstruktur DKB HBL.
[102] Vgl. Handball-Bundesliga GmbH, Satzung HBL e.V., 2015, § 5 ff.

beratender Funktion und ohne jegliches Stimmrecht. Zu den Geschäftsführern der HBL GmbH gehören weiterhin der Präsident, zwei Vizepräsidenten, der Vizepräsident Finanzen sowie je zwei Vertreter der Bundesligisten / 2. Bundesligisten an. Jedoch dürfen nur der Präsident, die Vizepräsidenten und der Vizepräsident Finanzen den Ligaverband nach außen hin vertreten. Weiterhin darf der Präsident des Ligaverbandes kein zusätzliches Amt bei einem Mitglied des HBL e.V. oder einem nahestehenden Unternehmen haben.[103]

Anders als beim Basketball regelt der Handball seine Ligastatuten für den Wettbewerb nicht über die GmbH und deren Ausschüsse, sondern gibt diese bereits im Ligaverband für die HBL GmbH vor:

- „Ordnung zur Lizenzierung nebst Richtlinien (LZO);
- Ordnung zur Durchführung von Spielen (DFO);
- Ordnung für die Verwertung von kommerziellen Rechten nebst Richtlinien (KRO);
- Ordnung zur Erteilung des Jugendzertifikates nebst Richtlinien (JZO)“[104].

Strafen oder Verstöße gegen diese Ordnungen werden, abhängig von der zuständigen Organisation, auf die sich der Verstoß bezieht, also von dem HBL e.V. bzw. dem DHB verhängt. Dem gegenüber hat die HBL GmbH lediglich ausführende Aufgaben, bspw. die Vermarktung der Rechte der DKB HBL, die Durchführung und Organisation des Wettbewerbs der Bundesliga sowie die Überwachung und Prüfung des Lizenzierungsverfahrens und damit einhergehend die Jugendzertifizierung.[105]

So ist die Führung der DKB HBL auf zwei Institutionen aufgeteilt, sowohl der Ligaverband, als auch dessen Tochtergesellschaft, die HBL GmbH, sind für die Umsetzung der Bundesliga zuständig. Wohingegen beim Basketball die komplette Organisation der Profiliga innerhalb der BBL GmbH stattfindet.

2.2.2 Wettkampfformat

Da die DKB Handball Bundesliga durch die HBL GmbH organisiert wird und diese wiederum ein Tochterunternehmen des Ligaverbandes ist, ist die DKB HBL auf Grund der Mitgliedschaft des Ligaverbandes beim DHB auch an die Regeln und Ordnungen des DHB gebunden. Damit beträgt die offizielle Dauer eines Spieles zweimal 30 Minuten. Bei der Gestaltung der Halbzeitpause besteht ein Spielraum, dieser darf zwischen mindestens zehn und maximal 15 Minuten liegen.[106] Zudem hat jede Mannschaft das Recht auf drei

---

[103] Vgl. Handball-Bundesliga GmbH, Satzung HBL e.V., 2015, § 20.
[104] Vgl. Ebd., § 5.
[105] Vgl. Ebd., § 5a/5b.
[106] Vgl. Deutscher Handballbund e.V., DHB Regelwerk, 2016, S. 7.

Team-Time-outs pro Spiel. Die Timeouts sind auf eine Dauer von 60 Sekunden beschränkt und müssen von einem Mannschaftsoffiziellen mit einer grünen Karte beim Zeitnehmer beantragt werden. Es darf nur die Mannschaft, welche sich zum Zeitpunkt des Antrages im Ballbesitz befindet, ein Timeout nehmen. In einer Halbzeit dürfen allerdings maximal zwei Timeouts von einem Team genommen werden. Im Handball wird ein Spiel mit sechs Feldspielern und einem Torspieler ausgetragen.[107]

Eine Saison im Handball „beginnt am 1. Juli und endet mit dem 30. Juni des folgenden Jahres“[108] unabhängig von der Jahreszahl. Gespielt wird in der DKB HBL, ähnlich wie beim Basketball, im Round-Robin System. Der deutsche Meister im Handball, wird also in einem Rundenvergleich jeder gegen jeden mit Hin- und Rückspiel ausgespielt. Dabei ist die Punktevergabe der des Basketballs sehr ähnlich. Für ein gewonnenes Spiel bekommt der Sieger 2:0 Punkte (positive Punkte) für ein verlorenes Spiel 0:2 (negative Punkte). Eine Abweichung gegenüber dem Basketball gibt es bei einem Unentschieden. Während es beim Basketball bei Gleichstand in eine Verlängerung geht, werden beim Handball die Punkte geteilt, also 1:1 Punkte für beide Teams. Über die Platzierung in der Tabelle entscheidet dann die Anzahl der positiven Punkte.[109]

Die Saison in der DKB HBL umfasst 34 Spieltage. Daraus ergibt sich eine Liga mit 18 Teilnehmern. Wobei die letzten beiden Plätze (grau hinterlegt) aus der DKB Bundesliga in die 2. Bundesliga absteigen. Die ersten vier Teams der Tabelle (blau Hinterlegt) hingegen qualifizieren sich für die internationalen Wettbewerbe der Europäischen Handball Föderation (EHF). Die restlichen Teams (weiß Hinterlegt) behalten die sportliche Qualifikation für die DKB HBL.[110]

Auch die Ausarbeitung eines reibungslosen Rahmenterminkalenders für die Liga gehört zu den Aufgaben der HBL GmbH. Dabei wurden als Spieltage folgende Zeiten festgelegt:

- Donnerstag: zwischen 18:30 Uhr und 20:45 Uhr
- Samstag: zwischen 14:05 Uhr und 20:45 Uhr
- Sonntag: zwischen 12:30 Uhr und 15 Uhr.[111]

Dabei sind als gewöhnliche Spieltage die Tage Donnerstag, Samstag und Sonntag anzusehen. Spiele die außerhalb dieser Tage ausgetragen wurden, mussten von der Liga als ein verschobener Spieltag genehmigt werden. Lediglich der 19. Spieltag fand unter der Woche statt.[112]

---

[107] Vgl. Deutscher Handballbund e.V., DHB Regelwerk, 2016, S. 11/12.
[108] Nach Deutscher Handballbund e.V., DHB Spielordnung, 2017, § 8.
[109] Vgl. Ebd., § 42 Abs. 2.
[110] Siehe Anhang 14: DKB Handball Bundesliga Tabelle Saison 2017-18.
[111] Vgl. Handball-Bundesliga GmbH, Begegnungen HBL, 2017.
[112] Vgl. Handball-Bundesliga GmbH, Spielplan HBL, 2017.

2.2.3 Lizenzierung

Auch im Falle des Handballs wurde ein Lizenzierungsausschuss ins Leben gerufen. Dieser wird von der GmbH operativ umgesetzt.[113] Die strategische Umsetzung, also die Ausarbeitung der Richtlinien, welche zur Vergabe der Lizenz erfüllt werden müssen, obliegt jedoch dem Ligaverband selbst.[114] Auch hier geht es vorrangig darum sowohl sportliche, infrastrukturelle als auch wirtschaftliche Kriterien zu finden, um die Liga über den kompletten Zeitraum der Saison spannend zu halten. Gleichzeitig sind aber auch speziell die infrastrukturellen und wirtschaftlichen oder auch finanziellen Kriterien Hilfestellung für die Lizenzantragsteller, eine ungefähre Vorstellung des Aufwandes und der Kosten einer Bundesligasaison zu bekommen.

Sportlich qualifiziert für die Bundesliga im Handball ist, wer laut den offiziellen Lizenzordnungen der HBL GmbH „die in der Spielordnung des DHB festgesetzten sportlichen Kriterien erfüllt“[115]. Dort wiederum ist festgehalten, dass eine Mannschaft in ihrer Spielklasse weiterhin spielen darf, wenn sie „den Verbleib in ihr [der Spielklasse] in der vergangenen Spielsaison erspielt und der Verein fristgerecht ihre weitere Mitwirkung angemeldet hat“[116]. Folglich sind alle Bundesligisten der vorangegangenen Saison automatisch für die darauffolgende Bundesligasaison sportlich qualifiziert, solange sie nicht einen der beiden letzten Tabellenplätze (Platz 17 oder 18) belegt haben und ihren Lizenzantrag rechtzeitig gestellt haben. Zusätzlich haben sich die beiden ersten Plätze der 2. Bundesliga als Aufsteiger,[117] ebenfalls für die ausstehende Bundesligasaison sportlich qualifiziert, sofern sie ihre Lizenzanträge rechtzeitig an den Lizenzausschuss der HBL GmbH übermittelt haben.

Unter die infrastrukturellen Kriterien der Lizenzierung fallen insbesondere die Hallen der Bundesligisten. Diese müssen eine Mindestkapazität von 2.250 Zuschauern vorweisen, wobei hier 60% der zur Verfügung stehenden Plätze als Sitzplätze bereitgestellt werden müssen. Weiterhin müssen zumindest „auf beiden Längsseiten des Spielfeldes Tribünen vorhanden sein. Unter einer Tribüne ist laut Ligaverband zu verstehen, dass mindestens 7 Sitzplatzreihen übereinander angeordnet sein müssen.“[118] Zudem muss die Halle über ein Spielfeld verfügen, welches den offiziellen Maßen der IHF entspricht (40x20 Meter).[119] Um das Spielfeld ist zusätzlich eine Sicherheitszone einzuhalten.[120] Weiterhin muss die Halle eine Mindesthöhe von 7 Metern direkt über dem Spielfeld besitzen, darf aber nach außen

---

[113] Vgl. Handball-Bundesliga GmbH, Satzung HBL e.V., 2015, § 5a.
[114] Vgl. Handball-Bundesliga GmbH, Lizenzordnung HBL, 2017, S. 2.
[115] Nach Ebd., § 3.
[116] Nach Deutscher Handballbund e.V., DHB Spielordnung, 2017, § 40 Abs. 2a.
[117] Vgl. Ebd., § 40 Abs. 2b.
[118] Nach Handball-Bundesliga GmbH, Lizenzordnung HBL, 2017, § 5 Abs 2.2.
[119] Vgl. Deutscher Handballbund e.V., DHB Regelwerk, 2016, S. 3.
[120] Siehe Anhang 15: Spielfeld Handball.

hin auf 5,5 Meter abfallen. Somit sind auch abgerundete Hallendächer zulässig. Ähnlich wie beim Basketball, muss auch beim Handball eine ausreichend gute Beleuchtung gewährleistet sein, damit eine gute Bildqualität bei der Übertragung der Spiele gewährleistet werden kann. Speziell für den Handball ist eine Lichtstärke von mindestens 1.200 Lux auf 1,5 Metern oberhalb des Spielfeldbodens nachzuweisen.[121]

Bei den finanziellen Kriterien zur Lizenzerteilung müssen die Lizenzantragsteller zwei Nachweise ihrer wirtschaftlichen Leistungsfähigkeit erbringen. Hierfür muss beachtet werden, dass Anwärter, die ihre Bundesligamannschaft in eine Kapitalgesellschaft ausgegliedert haben, als Geschäftsjahr den Zeitraum einer Saison zu führen haben (siehe Kapitel 2.2.2 Wettkampfformat). Weiter muss der Mutterverein „mit mindestens 51% der Stimmanteile“[122] an der Kapitalgesellschaft beteiligt sein. Alle Anwärter einer Lizenz müssen sowohl vor, als auch während der Saison, ihre wirtschaftliche Leistungsfähigkeit belegen können. Zum Antrag vor der Saison müssen dem Lizenzierungsausschuss

- ein Zwischenabschluss zum 31.12. des Vorjahres,
- eine Prognose der Gewinn- und Verlustrechnung der aktuellen Saison,
- eine Plan-Gewinn- und Verlustrechnung für die Saison der Lizenzierung,
- ein Finanzplan sowie
- eine Historie der vorangegangenen Lizenzierungsverfahren eingereicht werden.[123]

Alle bisher genannten Kriterien und Qualifikationen müssen dem Ligaverband bis spätestens 01.03. des Spieljahres (Antragsfrist), welches vor dem zu lizenzierenden Spieljahr liegt, vorliegen. Lediglich der Nachweis der wirtschaftlichen Leistungsfähigkeit während der Saison darf dem Lizenzausschuss zum 1.11. des zu lizenzierenden Spieljahres vorgelegt werden. Hierfür müssen der Jahresabschluss vom 30.06. desselben Jahres (also der Vorsaison) sowie die Gewinn- und Verlustrechnung aktualisiert dem Lizenzausschuss der HBL GmbH vorgelegt werden.[124]

Zudem ist es verpflichtend für alle Lizenznehmer, beim Nachweis der wirtschaftlichen Leistungsfähigkeit vor der Saison, ein „positives bilanzielles Eigenkapital“[125] auszuweisen. Kann dies nicht gewährleistet werden, gibt es von der DKB HBL eine strikte Vorgabe wie sich das Eigenkapital in den nächsten Jahren verbessern muss, um weiterhin eine Lizenz für die Bundesliga zu erhalten.[126]

Im Gegensatz zum Basketball, bearbeitet der Ligaverband beim Handball auch noch Tätigkeiten wie die Lizenzierung selbst. Nicht zuletzt dadurch aber auch durch häufige

---

[121] Vgl. Handball-Bundesliga GmbH, Lizenzordnung HBL, 2017, § 5.
[122] Vgl. Deutscher Handballbund e.V., DHB Satzung, 2017, § 16 Abs. 2.
[123] Vgl. Handball-Bundesliga GmbH, Lizenzordnung HBL, 2017, § 6 I.
[124] Vgl. Ebd., §6 II.
[125] Nach Ebd., § 7 Abs. 1.
[126] Vgl. Ebd., § 7 Abs. 2.

Verweise in den Statuten und Ordnungen der Liga auf Regeln des DHB, ist die Nähe der DKB HBL zum DHB zu sehen. Dennoch sind bei Punkten, wie bspw. der Stadionkapazität, Anpassungen vorzunehmen. So liegt diese beim Handball bei 2.250 Personen, der Zuschauerschnitt jedoch bei 4.884 Zuschauern.

2.2.4 Vermarktung

Nachdem die Lizenzierung für die DKB Handball Bundesliga ausschließlich vom Ligaverband überprüft wird, fällt die Vermarktung der Liga unter die Zuständigkeit der HBL GmbH. In der aktuellen Spielzeit (2017/2018) ist mit einem Umsatz der Liga von rund 100 Millionen Euro zu rechnen. Auch hier bekommt die Liga durch ein Naming-Right zusätzliche Einnahmen. Die HBL GmbH hat die Namensrechte der Bundesliga an die DKB verkauft und bekommt hierfür jährlich eine Millionen Euro. Das entspricht nicht einmal die Hälfte der Naming-Right Einnahmen der easyCredit BBL. Auch die Vermarktung im Ausland wurde von der HBL GmbH zur Saison 2017/2018 übernommen und führt zu Erlösen in Höhe von rund 1,5 Millionen Euro. Trotzdem kommt der größte Teil der Einnahmen der DKB HBL nicht aus dem Verkauf der Medienrechte, sondern vielmehr aus den Sponsoring-Einnahmen. Dennoch wird das dort vorhandene Potential durch den Wechsel des TV-Partners in der aktuellen Saison von Sport1 zu Sky relativ deutlich. So stieg die monetäre Ausschüttung der Liga an die Bundesligisten, durch Verkauf von Medienrechten, von circa 50.000 Euro gar auf die Summe von 230.000 Euro pro Jahr an. Dadurch haben sich die Einnahmen der Bundesligen durch die Gewinnausschüttung der Liga fast um das Fünffache erhöht. Dieses Geld wird nach dem Prinzip der Gleichverteilung auf die 18 Bundesligisten verteilt, wobei anzumerken ist, dass seitens des Ligaverbandes bzw. der HBL GmbH keinerlei Vorgaben zur Verwendung des Geldes gemacht werden. Trotz der Gleichverteilung der Gelder aus den Erlösen der Medienlizenzen, ist ein doch sehr klares Ungleichgewicht beim Umsatz der Bundesligisten zu erkennen. So verzeichnet der THW Kiel in der laufenden Saison voraussichtlich einen Umsatz von 12 Millionen Euro, wohingegen Aufsteiger TV Hüttenberg einen Umsatz von rund 1,3 Millionen Euro ausweisen wird. Diese Differenz entspricht einem Verhältnis von 1:9. Diese doch sehr starken Unterschiede in den Umsätzen der beiden Bundesligisten lassen sich unter anderem durch die Teilnahme der Kieler am internationalen Wettbewerb, sowie den jahrelangen Unterschied in der Spielklasse begründen.[127]
Auch die HBL GmbH gibt ihren Teams Richtlinien für die optimale Übertragungsqualität der Bundesligaspiele vor. So muss jeder Bundesligist für die Übertragung ein Podest (2 x 4 Meter) auf Höhe der Mittelline mit uneingeschränkter Sicht bereitstellen. Ebenfalls muss

[127] Vgl. Eberhardt, H./Lehnebach, N., Sponsors Ligenvergleich, 2017, S. 33ff.

eine erhöhte Kamerafläche hinter dem Tor (2 x 2 Meter) bereitstehen. Weiterhin müssen für Kommentatoren Plätze, am Seitenrand auf Höhe der Mittellinie bereitgestellt werden.[128] Weiterhin wird klar festgeschrieben bei welcher Instanz welche Rechte liegen. Also ob die Rechte in Händen des Ligaverbandes, der HBL GmbH oder den einzelnen Bundesligisten liegen.

Rechte die beim Bundesligisten liegen und somit auch von ihm vermarktet werden dürfen sind bspw. Werbungen im Umfeld der Übertragung des Spieles. Darunter zählt z.B. die Werbung

- „auf der Bekleidung der Mannschaften;
- des Hilfspersonals und den Markierungshemden der Fotografen;
- auf der Spielausrüstung;
- auf dem Spielfeld und in dessen Umgebung;
- durch Ansagen in den Sporthallen;
- auf/mit sonstigen Werbeformen.“[129]

Bei der Werbung auf der Bekleidung der Mannschaften gibt es bezüglich Größe und Werbefläche keine Vorgaben, solange die Brust- und Rückennummern frei sichtbar sind und die maximale Anzahl an Werbepartnern (acht) nicht überschritten wird. Zudem darf der linke Ärmel des Trikots mit einem „Spielerpatronat“[130] versehen werden. D.h. dieser Ärmel darf individuell für jeden Spieler vermarktet und auch mit unterschiedlichen Sponsoren bedruckt werden. Allerdings ist hier eine Begrenzung der Werbefläche von 10 x 15 cm vorgeschrieben. Werbung auf dem Spielfeld darf in den vorgeschriebenen Flächen vom jeweiligen Bundesligisten vermarktet werden.[131] Es stehen jedem Bundesligisten also sechs TV-relevante Flächen direkt an der Mittellinie, vier Flächen innerhalb des Torraumes sowie der komplette Mittelkreis zur Verfügung. Dabei muss beachtet werden, dass die Werbeflächen nur in gerader Anzahl (0,2,4,6) und immer symmetrisch zur Mittellinie ausgerichtet sind. Des Weiteren darf der Bundesligist, welcher Ausrichter der Partie ist, sein Logo und den Namen der Stadt auf dem Spielboden anbringen. Ein 3D Effekt der Bodenwerbung ist aus bildtechnischen Gründen nicht gestattet. Der Einsatz von Videoleinwänden an der Seitenauslinie und an den Torauslinien ist gestattet und unterliegt lediglich den Vorgaben der Einhaltung der Sicherheitszone und der Gewährleistung eines einheitlichen Bandenbildes. D.h. jede verkaufte Werbefläche einer Bande muss die gleichen Maße besitzen.[132] Bei

---

[128] Vgl. Handball-Bundesliga GmbH, Medienrichtlinie Handball, 2017, S. 1.
[129] Nach Handball-Bundesliga GmbH, Medienlizenz Bundesligist, 2016, S. 2.
[130] Nach Ebd., S. 5.
[131] Siehe Anhang 16: Werbung Spielfeld Lizenznehmer.
[132] Siehe Anhang 17: einheitliches Bandenbild DKB HBL.

Bandenwerbung hinter der Torauslinie muss zusätzlich eine ununterbrochene Mindestlänge von 15 Metern sichergestellt werden.[133]

Sonstige Werbeformen können Promotion-Stände, Maskottchen, Hallenhefte oder Werbung im VIP-Bereich sein. Wichtig hierbei ist, dass sich diese nicht im Sichtfeld der Übertragungskamera befinden.

Rechte die bei der HBL GmbH liegen, sind die Verwendung des Ligalogos und die Sichtbarkeit des Logos des Ligasponsors. Damit ergeben sich Regelungen zur Platzierung des Logos

- als Bodenaufkleber,
- auf Trikots und Merchandisingprodukten der Mannschaften,
- auf Spielausrüstung und
- auf Vereins-Homepages.

Damit wird gewährleistet, dass die Liga und deren Namenssponsor eine immer gleichbleibende Darstellung bei der Ausrichtung des Wettbewerbes hat. Die Durchsagen bei den Bundesligaspielen müssen unter Angabe des korrekten Titels des Wettbewerbes ‚DKB Handball-Bundesliga' durchgeführt werden. Es gibt auch Regelungen für die Einspielungen des Bundesliga Werbespots sowohl visuell für den Videowürfel, als auch rein akustisch über die Hallenlautsprecher.[134]

Zusätzlich verfügt die Liga über Social-Media Accounts, durch welche speziell die onlineaffine Zielgruppe angesprochen werden soll. So hat die DKB HBL sowohl einen Facebook- (253.000 Follower)[135] als auch einen Twitter-Account (52.000 Follower)[136] und kommt mit diesen beiden Accounts kumuliert auf 305.00 Follower, die immer wieder durch exklusiven Content über das Vorgehen der Liga online informiert werden.

2.2.5 Nachhaltigkeit

Um Umsätze in Millionenhöhe vor dem Amateursport zu rechtfertigen und um eine Legitimation der Professionalisierung zu gewährleisten, hat auch die DKB HBL in verschiedenen Satzungen festgehalten wie und in welchem Umfang der Amateurhandball gefördert werden soll. Der Ligaverband fördert zum einen den Nachwuchs des Handballsports und leistet zum anderen einen indirekten Beitrag zur Förderung des Breitensports durch Zahlung der Lizenzgebühren der Bundesligen an den DHB, da dieser das Geld zur Förderung des Breitensports nutzen kann.[137]

---

[133] Vgl. Handball-Bundesliga GmbH, Medienlizenz Bundesligist, 2016, S. 4ff.
[134] Vgl. Handball-Bundesliga GmbH, Medienrechte HBL GmbH, 2017, S. 1ff.
[135] Vgl. Lehnebach, N., Sponsors Social-Media, 2017, S. 28.
[136] Vgl. Twitter International Company, Twitterseite der DKB HBL, 2017.
[137] Vgl. Handball-Bundesliga GmbH, Satzung HBL e.V., 2015, S. 2.

Anders als im Basketball ist die Nachwuchsförderung kein Bestandteil der Lizenzierung und somit zur Teilnahme an den Bundesligen nicht verpflichtend. Allerdings muss jeder Bundesligist, der kein Jugendzertifikat beantragt, einen allgemeinen Beitrag an die HBL GmbH zahlen, welcher wiederum der Nachwuchsförderung zugutekommt. Dabei beträgt der zu zahlende Beitrag „1 Prozent (für Zweitligavereine 0,5 Prozent) der vom Verein nachzuweisenden Bruttolohnsumme der Spieler und Trainer zum 31.12 der Saison der Antragstellung gemäß der GuV-Rechnung“[138], mindestens jedoch 9.500 Euro.[139] Möchte ein Bundesligist hingegen seine Jugendarbeit zertifizieren lassen, so kann er seinen vollständigen Antrag des Jugendzertifikats bis zum 30. September für das darauffolgende Jahr bei dem Zertifizierungsausschuss der Liga GmbH einreichen.[140] Der Antragsteller bekommt bis spätestens 31. Dezember desselben Jahres einen schriftlichen Bescheid, ob seinem Antrag auf Zertifizierung der Jugendarbeit zugestimmt wird oder nicht.[141] Dabei dürfen die zu zertifizierenden Jugendmannschaften auch in einer Spielgemeinschaft mit anderen Vereinen antreten. Bundesligisten, welche in Form einer Kapitalgesellschaft am Wettbewerb teilnehmen und keine eigene Jugend betreiben, verpflichten sich dazu, den Nachwuchs des Muttervereins zu fördern.[142] Um die Lizenz zu erlangen muss ein ordentlicher struktureller Aufbau der Förderung gewährleistet sein, im speziellen die Qualifikationen der Jugendtrainer, Anzahl der Trainer (Athletik- / Torwarttrainer), Nachweis über hauptamtliche Nachwuchskoordinatoren sowie die Kooperation mit diversen Schulen als Nachweis für eine optimale Athletenförderung.[143]

Die Förderung des Breitensports der DKB HBL erfolgt durch die Satzung des Ligaverbandes. So ist der Ligaverband dazu verpflichtet, Lizenzgebühren an den DHB zu bezahlen, für welche er die Rechte zur Durchführung der Wettbewerbe der Bundesligen wie auch des Pokals bekommt.[144] Ferner ist der Ligaverband auch ein Mitglied des DHB und ist somit laut Satzung des DHB dazu verpflichtet, Mitgliedsbeiträge zu bezahlen.[145]

Generell ist die Zusammenarbeit von DHB, Ligaverband und HBL GmbH sehr eng miteinander verbunden und beruht auf Mitgliederstrukturen sowie Regelungen und Ordnungen, die ein harmonisches, von Streitigkeiten freies Zusammenarbeiten ermöglichen sollen.

---

[138] Nach Handball-Bundesliga GmbH, Jugendzertifikat HBL GmbH, 2017, § 17 Abs. 2.
[139] Vgl. Ebd., § 17 Abs. 2.
[140] Vgl. Ebd., § 10 Abs. 1.
[141] Vgl. Ebd., § 14 Abs. 7.
[142] Vgl. Ebd., § 3f.
[143] Vgl. Ebd., S. 11ff.
[144] Vgl. Handball-Bundesliga GmbH, Satzung HBL e.V., 2015, §6 Abs. 3.1.
[145] Vgl. Ebd., §12 Abs. 1d.

2.3 Fußball 3. Liga

Damit die bisher erfassten Daten der Spitzensportligen besser einzuordnen sind, werden diese im nächsten Schritt der Benchmark mit der bekanntesten und am weitesten verbreiteten Sportart Deutschlands, dem Fußball, verglichen. Da dort die 1. und 2. Bundesliga deutlich umsatzstärker sind, wird der Vergleich mit der 3. Liga des Fußballs vollzogen.[146]

2.3.1 Struktureller Aufbau

Anders als bei den vorher genannten Ligen gibt es für die 3. Liga im Fußball (3. Liga) keine ausgegliederte Kapitalgesellschaft, welche die Liga organisiert. Stattdessen wird die 3. Liga vom Spitzensportverband selbst organisiert und durchgeführt. Hierfür wurden vom DFB selbst bestimmte Gremien und Verwaltungsorgane ins Leben gerufen, um die Abwicklung einer Saison der 3. Liga gewährleisten zu können. Dazu zählen unter anderem

- der DFB-Spielausschuss,
- die Versammlung der Vereine und Kapitalgesellschaften der 3. Liga,
- der Zulassungsbeschwerdeausschuss,
- die Schiedsrichter-Kommission,
- die DFB-Kommission Prävention & Sicherheit & Fußballkultur und
- die DFB-Direktion Recht.[147]

Diese Organe haben den größten Anteil bei der reibungslosen Durchführung und Planung der 3. Liga. Insbesondere der DFB-Spielausschuss nimmt eine sehr große Rolle bei der Organisation und Umsetzung des Spielbetriebs zur 3. Liga wahr. Ihm gehören

- „der Vorsitzende,
- sechs Vertreter der Regionalverbände des DFB,
- drei Vertreter der Vereine und Kapitalgesellschaften der 3. Liga sowie
- zwei Vertreter der DFL Deutsche Fußball Liga … an.“[148]

Zu den Aufgaben des DFB-Spielausschusses gehört u.a. die Spielleitung der 3. Liga. Somit ist dieser zuständig für die Erstellung des Terminplanes für die Saison der 3. Liga und damit einhergehend auch eventuellen Spielverlegungen. Er fällt Entscheidungen bezüglich der Einsetzung von Schiedsrichtern zu den Spielen und führt die amtliche Tabelle der 3. Liga.[149]

---

[146] Vgl. Eberhardt, H./Lehnebach, N., Sponsors Ligenvergleich, 2017, S. 33ff.
[147] Vgl. Deutscher Fußball-Bund e.V. (DFB), Statut 3. Liga, 2012, S. 10ff.
[148] Nach Deutscher Fußball-Bund e.V. (DFB), DFB Satzung, 2016, § 48 Abs. 1.
[149] Vgl. Deutscher Fußball-Bund e.V. (DFB), Statut 3. Liga, 2012, § 14 Abs. 2.

Der DFB-Spielausschuss vertritt also auf der einen Seite die Interessen des DFB durch „Überwachung der Einhaltungen der DFB-Spielordnung“[150] und auf der anderen Seite die Interessen der Teilnehmer der 3. Liga, durch Einberufung der zweimal jährlich stattfindenden Versammlung der 3. Ligisten. Auf dieser Versammlung werden nicht nur wichtige Themen bezüglich der 3. Liga geregelt, es werden auch die Vertreter der 3. Liga für den DFB-Spielausschuss, für die Dauer von drei Jahren, gewählt. Dabei ist zu beachten, dass ein Vertreter, der zum ersten Mal in den DFB-Spielausschuss gewählt wird, in einer führenden Position bei einem Teilnehmer der 3. Liga hauptamtlich angestellt sein muss.[151]

Natürlich kommen dem DFB-Spielausschuss auch noch weitere Aufgaben außerhalb der Zuständigkeit der 3. Liga zu. Diese werden aber in dieser Bachelorarbeit nicht weiter behandelt. Wie die Zusammensetzung des DFB-Spielausschusses aber bereits vermuten lässt, ist das Hauptaugenmerk dieses Ausschusses nicht ausschließlich auf die 3. Liga fokussiert. Mögliche Folge könnte eine geringere Professionalität der Liga sein.

2.3.2 Wettkampfformat

Die Spielregeln der 3. Fußball Liga orientieren sich an denen der FIFA.[152] Die FIFA wiederum verweist auf den IFAB zur Auslegung der Regeln.[153] Demnach beträgt die Dauer eines Fußballspiels 90 Minuten, aufgeteilt in zwei gleichlange Hälften (á 45 Minuten). Zwischen den Halbzeiten ist eine Pause von maximal 15 Minuten vorgesehen.[154] Ein Team besteht dabei aus zehn Feldspielern zuzüglich eines Torhüters.[155]

Gespielt wird in der 3. Liga in einem Round-Robin System mit Hin- und Rückspiel. Hierbei werden den Mannschaften für gewonnene Spiele drei Punkte, für Spiele ohne Sieger je ein Punkt und für verlorene Spiele keine Punkte vergeben. Die Runde als erster schließt jenes Team ab, welches die meisten Punkte sammeln konnte.[156] Die ersten beiden Plätze, nach Beendigung der Saison, qualifizieren sich sportlich für die 2. Bundesliga. Der Drittplatzierte der 3. Liga spielt in zwei Relegationsspielen gegen den Drittletzten der 2. Bundesliga um die sportliche Qualifikation für die 2. Bundesliga. Sollte jedoch der Sieger dieser Relegationsspiele aus wirtschaftlichen, infrastrukturellen oder anderen Gründen

---

[150] Nach Deutscher Fußball-Bund e.V. (DFB), DFB Satzung, 2016, § 48 Abs. 2d.
[151] Vgl. Deutscher Fußball-Bund e.V. (DFB), Statut 3. Liga, 2012, § 11 Abs. 1.
[152] Vgl. Deutscher Fußball-Bund e.V. (DFB), DFB Spielordnung, 2015, § 1 Abs. 1.
[153] Vgl. Fédération Internationale de Football Association (FIFA), FIFA Statuten, 2015, S. 8.
[154] Vgl. The International Football Association Board (IFAB), Spielregeln 2017/18, 2017, S. 79.
[155] Vgl. Ebd., S. 47.
[156] Vgl. Deutscher Fußball-Bund e.V. (DFB), DFB Spielordnung, 2015, § 4 Abs 2.

keine Lizenz für die 2. Bundesliga bekommen, so ist automatisch der Verlierer der Relegationsspiele sportlich für die 2. Bundesliga qualifiziert.[157]

Absteiger aus der 3. Liga ist, wer nach Beendigung der Spielzeit einen der letzten drei Plätze belegt.[158] Die 3. Liga umfasst, anders als die zuvor untersuchten Spitzensportligen, 20 Teilnehmer. Somit umfasst eine Spielzeit der 3. Liga 38 Spieltage.[159] Die Teilnehmer der 3. Liga dürfen sowohl in der Rechtsform eines Vereins, als auch in der einer Kapitalgesellschaft am Ligabetrieb teilnehmen.[160]

Eine Saison im Fußball „beginnt in der Regel am 1. Juli und endet mit dem 30. Juni des folgenden Jahres“[161]. Die Anstoßzeiten der 3. Liga sind.

- Dienstag und Mittwoch: 19 Uhr,
- Freitag: zwischen 19 Uhr und 20:30 Uhr,
- Samstag und Sonntag: 14 Uhr.[162]

Aufgrund der hohen Anzahl der Spiele sind Spieltage unter der Woche kaum zu vermeiden.

2.3.3 Lizenzierung

Für die Lizenzierung der Teilnehmer der 3. Liga ist ebenfalls der DFB-Spielausschuss zuständig. Auch hier gelten verschiedene Regeln bezüglich der sportlichen, wirtschaftlichen und infrastrukturellen Qualifikation zur Teilnahme am Wettbewerb. Allerdings werden auch bestimmte Ausnahmen unter den Bewerbern der Lizenz vorgenommen, da es Bundesligisten erlaubt ist ihre 2. Mannschaften am Ligabetrieb der 3. Liga teilnehmen zu lassen, sofern sich diese sportlich, infrastrukturell und wirtschaftlich qualifiziert haben.

So sind alle Teilnehmer sportlich qualifiziert, wenn sie entweder in der vorangegangenen Saison die Plätze vier bis 16 belegt oder Verlierer der Relegationsspiele zum Aufstieg in die 2. Bundesliga waren. Davon ausgenommen sind die 2. Mannschaften der Bundesligisten, da diese nicht im Wettbewerb der 2. Liga teilnehmen dürfen.[163]

Weiterhin qualifizieren sich drei Mannschaften aus den 4. Ligen. Hierzu werden drei Aufstiegsspiele mit Hin- und Rückspiel durchgeführt, für die sich die fünf Meister der 4.

---

[157] Vgl. Deutscher Fußball-Bund e.V. (DFB), DFB Spielordnung, 2015, § 55 Abs 2.
[158] Vgl. Ebd., § 55a Abs 1.
[159] Vgl. Deutscher Fußball-Bund e.V. (DFB), Saisonreport 3. Liga 2016/2017, S. 7.
[160] Vgl. Vgl. Deutscher Fußball-Bund e.V. (DFB), Statut 3. Liga, 2012, § 2.
[161] Nach Deutscher Fußball-Bund e.V. (DFB), DFB Spielordnung, 2015, § 7 Abs 1.
[162] Vgl. Deutscher Fußball-Bund e.V. (DFB), 3. Liga Spieltage, 2017.
[163] Vgl. Deutscher Fußball-Bund e.V. (DFB), DFB Spielordnung, 2015, § 55 Abs 3.1.

Ligen, sowie der zweitplatzierte der Südwest-Liga qualifizieren. Die jeweiligen Sieger dieser Aufstiegsspiele qualifizieren sich dann ebenfalls sportlich für die 3. Liga.[164]

Die infrastrukturellen Kriterien zur Teilnahme am Wettbewerb der 3. Liga sind unter anderem an die technischen Vorgaben der Stadien gebunden. Ein Stadion muss demnach eine Mindestkapazität von 10.000 Plätzen vorweisen, von denen 2.000 Plätze als Sitzplätze ausgewiesen sein müssen. Bei 2. Mannschaften ist die Mindestkapazität auf die Hälfte reduziert, folglich muss das Stadion mindestens 5.000 Plätze umfassen, von denen 1.000 als Sitzplätze zur Verfügung stehen müssen. Weiterhin ist es für alle Mannschaften verbindlich, eine Flutlichtanlage in dem Stadion zu installieren, welche den Wert von 800 Lux nicht unterschreitet. Das Spielfeld muss aus Naturrasen bestehen und über eine Rasenheizung verfügen, damit eine Verzögerung des Ligabetriebs durch schlechte Wetterverhältnisse ausgeschlossen werden kann. Darüber hinaus muss der Antragsteller nachweisen können, dass das Stadion „für den Spielbetrieb der 3. Liga uneingeschränkt zur Verfügung“[165] steht. Ferner muss der Antragsteller nachweisen können, dass er zwölf Vertragsspieler deutscher Nationalität in seinem Kader unter Vertrag hat und geringstenfalls fünf eigene Jugendmannschaften führt. Bei Kapitalgesellschaften können diese Jugendmannschaften auch dem Mutterverein angehören. Die Jugendmannschaften müssen in den drei höchsten Bereichen unterhalb des aktiven Bereichs, also der A-, B- und C- Jugend verpflichtend geführt werden. Die anderen beiden Jugendmannschaften können in der Altersgruppe frei gewählt werden. Gleichzeitig können die Jugendmannschaften, müssen aber nicht, in einem Leistungszentrum geführt werden.[166] Darüber hinaus müssen auch die Voraussetzungen zur Vermarktung der Liga bei der Lizenzierung, sowie die personellen Anforderungen erfüllt werden. So muss der Trainer eines 3. Liga-Teams über die Fußball-Lehrer-Lizenz verfügen und die personelle Infrastruktur der Geschäftsstelle muss in den Bereichen Finanzen, Marketing, Verwaltung, Sicherheit und Medien ausreichend abgesichert sein. All diese Kriterien müssen dem DFB bis spätestens 1. März im Jahr der zu lizenzierenden Saison vorliegen.[167]

Für die wirtschaftliche Qualifikation zur Teilnahme an der 3. Liga muss der Bewerber seine wirtschaftliche Leistungsfähigkeit über den Zeitraum der Saison, sowie seine Unabhängigkeit gegenüber anderen Unternehmen nachweisen. So muss eine Kapitalgesellschaft, welche am Spielbetrieb der 3. Liga teilnehmen möchte zum Zeitpunkt der Antragstellung nachweisen, dass der Mutterverein „über 50% der Stimmrechte zuzüglich mindestens eines weiteren Stimmenanteils in der Versammlung der

---

[164] Vgl. Deutscher Fußball-Bund e.V. (DFB), DFB Spielordnung, 2015, § 55b Abs 2.
[165] Nach Deutscher Fußball-Bund e.V. (DFB), Statut 3. Liga, 2012, S. 93.
[166] Vgl. Ebd., S. 93.
[167] Vgl. Ebd., S. 92ff.

Anteilseigner verfügt“[168]. Bei der Bewertung zur wirtschaftlichen Leistungsfähigkeit ist zu unterscheiden, ob der Bewerber der Lizenz einen Konzernabschluss aufstellen muss oder nicht. Also ob der Antragsteller lediglich seine Fußballabteilung alleine ausgegliedert hat oder deren Kapitalgesellschaft noch weitere ausgegliederte Unternehmen angehören.[169]
Die Antragsteller müssen bei der Bewerbung durch einen Einzelabschluss folgende Unterlagen bis zum oben genannten Datum einreichen.

- die Bilanz zum 31.12. des Vorjahres,
- die Gewinn- und Verlustrechnung der letzten, sowie die der aktuell laufenden Saison,
- den Lagebericht des Vorstandes,
- die erwartete Gewinn- und Verlustrechnung für die restliche, sowie der darauffolgenden Spielzeit,
- den Bericht der Prüfung der Unterlagen durch einen Wirtschaftsprüfer.[170]

Weiterhin wird dem Bewerber vorgegeben, welche Punkte er in seiner Bilanz bzw. seiner Gewinn- und Verlustrechnung gesondert ausweisen muss.[171]
Ist der Antragsteller hingegen ein Konzern, gelten die zuvor genannten Unterlagen ebenfalls als verpflichtend, jedoch beziehen sich diese dann auf den gesamten Konzern. Zusätzlich müssen dem DFB auch die Konzernstrukturen offengelegt werden. Folglich alle

- „Tochterunternehmen des Bewerbers;
- alle assoziierten Unternehmen des Bewerbers;
- alle direkten und indirekten beherrschenden Parteien des Bewerbers…;
- alle Parteien, die über eine direkte oder indirekte Beteiligung von 10 Prozent oder mehr am Bewerber verfügen oder aus anderen Gründen einen wesentlichen Einfluss auf ihn ausüben.“[172]

Werden alle diese Voraussetzungen erfüllt, so wird vom DFB die Zulassung zur Teilnahme am Wettbewerb der 3. Liga erteilt.
Bei der Bewerbung auf Zulassung zum Wettbewerb zahlt jeder Antragsteller der 3. Liga, einen Beitrag in den DFB-Kautionsfonds. Dieser wurde eingerichtet, damit „der Spielbetrieb in der 3. Liga reibungslos abgewickelt werden kann“[173]. Die Höhe des Kautionsfonds beträgt eine Millionen Euro pro Saison. Jedem Teilnehmer des Wettbewerbs steht bis einschließlich 15. April eine maximale Summe von 250.000 Euro aus diesem Fonds zur Nutzung bereit. Ein Teilnehmer kann diese Summe dann geltend

---

[168] Nach Deutscher Fußball-Bund e.V. (DFB), DFB Satzung, 2016, § 16c Abs. 3.
[169] Siehe Anhang 18: Konzern im Sport.
[170] Vgl. Deutscher Fußball-Bund e.V. (DFB), Statut 3. Liga, 2012, S. 19.
[171] Vgl. Ebd., S. 33ff.
[172] Nach Ebd., S. 75.
[173] Nach Ebd., S. 71.

machen, wenn er „alle sonstigen im Zulassungsverfahren zum Nachweis der wirtschaftlichen Leistungsfähigkeit berücksichtigten Sicherheiten in Anspruch genommen“[174] hat. Zur Nutzung des gestatteten Fonds gibt der DFB eine Reihenfolge zur Begleichung der Verbindlichkeiten vor. So haben die Verbindlichkeiten in folgender Reihenfolge beglichen zu werden:

- „1. gegenüber den Spielern, den Trainern und dem Funktionsteam,
- 2. gegenüber DFB,
- 3. gegenüber Dritten“[175].

Der gestattete Fonds muss vom Antragsteller dann mit einem Zinssatz von fünf Prozent an den DFB zurückerstattet werden. Geschieht dies nicht innerhalb von acht Wochen, so werden dem Antragsteller gemäß der Richtlinie zum DFB-Kautionsfonds im Absatz 5, Punkte abgezogen. Allerdings muss der beantragte Fonds inklusive Zinsen spätestens zum Antrag auf Teilnahme am Wettbewerb der 3. Liga zur anschließenden Saison beglichen sein, da sonst die wirtschaftliche Leistungsfähigkeit des Teilnehmers nicht gegeben ist. Beantragt derselbe Teilnehmer in der darauffolgenden Saison wieder einen Fonds, so wird der Zinssatz von fünf Prozent auf zehn Prozent angehoben. Der Rest des Verfahrens bleibt wie gehabt.[176]

Seit Gründung der 3. Liga 2008, war das durchschnittliche Saisonergebnis pro Teilnehmer negativ.[177] Lediglich in der Saison 2013/2014 konnte ein positives Saisonergebnis, im Schnitt pro Teilnehmer, ermittelt werden, jedoch ist dieses auf Sondereffekte, bspw. durch „Forderungsverzichte von Gläubigern“[178] zurückzuführen. Aber auch hohe Miet-/ Instandhaltungskosten für zu große Stadien können ein Grund dafür sein. So besuchten in der Saison 2016/2017 im Schnitt 5.943 Zuschauer die Spiele der 3. Liga,[179] die Teilnehmer sind aber dazu verpflichtet, für eine Mindestkapazität von 10.000 Plätze in ihren Stadien zu sorgen. Ausgenommen von diesen Ergebnissen sind die 2. Mannschaften der Bundesligisten.[180]

Die 3. Liga macht bei ihren wirtschaftlichen Kriterien auf Zulassung zum Wettbewerb vermehrt den Eindruck, ein Insolvenzverfahren der Vereine nicht umgehen, sondern im Falle der Eröffnung eines Insolvenzverfahrens, einen geregelten und strukturierten Ablauf gewährleisten zu wollen.[181] Paragraph sechs Absatz sechs der DFB Spielordnung befasst sich ausdrücklich mit den Regelungen bei Eröffnung eines Insolvenzverfahrens gegen

---

[174] Nach Deutscher Fußball-Bund e.V. (DFB), Statut 3. Liga, 2012, S. 71.
[175] Nach Ebd., S. 71.
[176] Vgl. Ebd., S. 71-72.
[177] Siehe Anhang 19: durchschnittliche Saisonergebnisse der 3.Liga-Teilnehmer.
[178] Nach Deutscher Fußball-Bund e.V. (DFB), Saisonreport 3. Liga 2016/2017, S. 68.
[179] Vgl. Ebd., S. 19.
[180] Vgl. Ebd., S. 46.
[181] Vgl. Deutscher Fußball-Bund e.V. (DFB), DFB Spielordnung, 2015, § 6 Abs 6.

einen Teilnehmer der 3. Liga. Daraus lässt sich schlussfolgern, dass selbst die Verantwortlichen der Liga das Problem nicht lösen, sondern nur handhaben wollen.

2.3.4 Vermarktung

Die Vermarktung der 3. Liga erfolgt, ähnlich wie bei den beiden anderen Ligen zuvor, zentral. Die Rechte zur Vermarktung der Liga hält der DFB, dieser handelt die endgültigen Verträge zur Verwertung der Rechte aus.[182] So gelang der Liga in der Saison 2016/2017 ein Umsatz von 155 Millionen Euro, wobei der größte Teil aus den Werbeeinnahmen der 3. Ligisten stammt. Die Erträge aus der medialen Verwertung bilden im Vergleich zum Gesamtumsatz das Schlusslicht mit lediglich ca. 20 Millionen Euro.[183]
Nicht allein deshalb wird ab der Saison 2018/2019 ein neuer TV-Rechtevertrag in Kraft treten. Mit der Deutsche Telekom AG wird künftig ein Pay-TV Anbieter die Spiele der 3. Liga, zusätzlich zu den öffentlich-rechtlichen Sendern, übertragen. Obendrein wurde mit dem Wettanbieter bwin zu der Saison 2017/2018 ein neuer und somit erster Hauptpartner für die 3. Liga gefunden.[184]
Durch diese beiden Verträge soll die Ausschüttung der Liga an die einzelnen Teilnehmer von 700.000 Euro pro Teilnehmer auf rund 1,2 Millionen Euro steigen. Des Weiteren gibt es Überlegungen des DFB, über einen offiziellen Ballpartner der Liga, weitere Erlöse zu generieren.[185] Folglich gilt auch in der 3. Liga die Gleichverteilung bei der Ausschüttung der durch TV-Rechte gewonnenen Erträge.
Auch im Fußball wurden vom durchführenden Organ der Liga, dem DFB, zur Umsetzung einer einheitlichen Vermarktung eines Liga Hauptpartners, Richtlinien für die Vereine aufgestellt. Dadurch hat jeder Teilnehmer der 3. Liga bestimmte Werbeflächen für die Liga und deren Hauptpartner zur Verfügung zu stellen. Bspw. muss der Teilnehmer „Banden in Höhe der Mittellinie (TV-Seite, ca. 6 x 0,9 Meter), und/oder Hintertor (einmalig ca. 6 x 0,9 Meter…)“[186] bereitstellen. Dabei darf die Bande sowohl eine LED als auch eine herkömmliche Drehbande sein. Darüber hinaus ist der Liga eine Werbefläche auf dem rechten Trikotärmel von 100 Quadratzentimetern zu gewährleisten, sowie die Nutzung eines Composite-Logos, aus 3. Liga Logo plus Logo des Hauptpartners auf folgenden Flächen:[187]

- „Pressekonferenz-Rückwänden,
- … Titelseite Stadionheft zuzüglich redaktioneller Beitrag des Liga-Sponsors,

---

[182] Vgl. Deutscher Fußball-Bund e.V. (DFB), Statut 3. Liga, 2012, § 5.
[183] Vgl. Deutscher Fußball-Bund e.V. (DFB), Saisonreport 3. Liga 2016/2017, S. 53.
[184] Vgl. Ebd., 56-57.
[185] Vgl. Gerth, R., Partner 3. Liga, 2017.
[186] Nach Deutscher Fußball-Bund e.V. (DFB), Statut 3. Liga, 2012, S. 93.
[187] Vgl. Ebd., S. 93.

- Eintrittskarten, Akkreditierungen, Parkscheinen,
- Internetauftritten und sonstigen Digitalplattformen wie zum Beispiel Social Media Seiten,
- … Auswechseltafel,
- Trainerbank,
- Mannschaftsbus,
- VIP/Hospitality-Bereich“[188].

Durch all diese Vorgaben soll die Sichtbarkeit und damit einhergehend die Reichweite sowohl der Liga, als auch des Hauptpartners garantiert werden.

Außerdem versucht die Liga sich über Social-Media Accounts moderner aufzustellen. Durch Accounts auf Facebook (90.000 Follower) und Twitter (29.000 Follower) kommt die Liga summiert auf 119.000 Follower, welche durch exklusiven Content stetig auf dem Laufenden gehalten werden. So wurden in der Saison 2016/2017 978 Posts auf Facebook und 1.543 Tweets auf Twitter veröffentlicht.[189]

Somit verzeichnet die 3. Liga des Fußballs deutlich weniger Follower in den sozialen Netzwerken, als die beiden ersten Ligen des Handballs und des Basketballs.

2.3.5 Nachhaltigkeit

Um den Amateursport am Ertrag der 3. Liga teilhaben zu lassen und gleichzeitig dem Fundament des Profisports etwas zurück zu geben, gibt es in den Statuten der 3. Liga Regelungen zur indirekten Unterstützung des Amateursports durch festgelegte Zahlungen an den DFB und die jeweiligen Regional- bzw. Landesverbände. Diese Regelung besagt, dass der ausrichtende Teilnehmer des Meisterschaftsspiels der 3. Liga fünf Prozent der Einnahmen aus dem Ticketing des Spieles oder aber den Mindestwert von 1.000 Euro abzutreten hat. Dabei gehören drei Prozent, mindestens 600 Euro, dem DFB und die restlichen zwei Prozent, mindestens 400 Euro, dem jeweiligen Landesverband, dem der ausrichtende Teilnehmer des Meisterschaftsspiels angehört. Eine Erhöhung des zu zahlenden Betrages an DFB und Regional-/Landesverband kommt nur dann zustande, wenn der Teilnehmer ein Wiederholungs- oder ein Relegationsspiel auszurichten hat. Hier beträgt die Summe der Abgaben an den Ticketingerlösen insgesamt zehn Prozent bzw. den Mindestwert von 2.000 Euro, welche zu gleichen Teilen, also fünf Prozent oder 1.000 Euro, an den DFB bzw. den jeweils zuständigen Regional-/Landesverband gezahlt werden.[190]

---

[188] Nach Deutscher Fußball-Bund e.V. (DFB), Statut 3. Liga, 2012, S. 94.
[189] Vgl. Deutscher Fußball-Bund e.V. (DFB), Saisonreport 3. Liga 2016/2017, S. 45.
[190] Vgl. Deutscher Fußball-Bund e.V. (DFB), Statut 3. Liga, 2012, § 24 Abs. 1.

Spielt also bspw. der VfR Aalen, eingetragen als Verein im Amtsgericht Aalen,[191] Baden-Württemberg, ein Heimspiel in der 3. Liga so muss er dem DFB drei Prozent seiner Ticketingerlöse zukommen lassen und dem Württembergischen Fußball Verband (WFV) zwei Prozent, da der VfR Aalen diesem Landesverband angehört. Diese Verbände können das Geld zur Entwicklung des Amateursports in ihrer Region verwenden.

3 Zukünftige Ligaorganisation

Nachdem nun drei verschiedene Systeme der Ligenorganisation, aus verschiedenen Sportarten in Deutschland vorgestellt wurden, soll im folgenden Kapitel, aufbauend auf den zuvor gewonnenen Erkenntnissen, ein Ligasystem erarbeitet werden, welches die optimale Zusammensetzung für die hart konkurrierende Sportlandschaft in Deutschland besitzt.

3.1 Struktureller Aufbau

Für den strukturellen Aufbau der neuen Liga muss zunächst geklärt werden, ob diese Liga durch den für Sie zuständigen Spitzenfachverband oder durch eine ausgegliederte Tochtergesellschaft geführt werden soll. In der zuvor ausgearbeiteten Benchmark sind beide Fälle vertreten. Sowohl die ausgegliederte Variante, als auch die direkte Organisation durch den Spitzenfachverband. Die Organisation einer Liga ist mit einer aufwendigen Planung verbunden, zusätzlich kann es bei der Verwertung der Rechte der Liga schnell um gigantische Summen gehen. Damit die Spitzenfachverbände, welche zumeist als eingetragene Vereine organisiert sind,[192] rechtlich abgesichert und nicht auf Grund einer Rechtsformverfehlung aus dem Vereinsregister gestrichen werden können und zusätzlich auch noch andere Aufgaben zu bewältigen haben, z.B. im Bereich des Amateursports oder der Nationalmannschaft, ist es empfehlenswert, für die Planung und Durchführung der Liga eine Tochtergesellschaft (Liga GmbH) einzusetzen.[193] Nun ist der Spitzenfachverband, nach deutschem Sportsystem, offiziell zuständig für die Ausrichtung einer Meisterschaft auf Bundesebene. Um dieser Aufgabe weiterhin nachzukommen, muss es zwischen Spitzenfachverband und Liga GmbH eine Verbindung geben. Zusätzlich streben die Teilnehmer der Liga, also die Vereine oder deren Tochtergesellschaften, eine größtmögliche Professionalisierung und Vermarktung der Liga an und fordern dabei auch selbst Mitspracherecht bei der Entwicklung der Liga. Um den Ansprüchen beider Seiten gerecht zu werden, sollte ein weiterer Verein gegründet

---

[191] Vgl. VfR Aalen 1921 e.V., Impressum der Homepage des VfR Aalen 1921 e.V., 2017.
[192] Vgl. Deutscher Fußball-Bund e.V. (DFB), DFB Satzung, 2016, § 1./Deutscher Basketball Bund e.V., Satzung DBB, 2015, § 1./Deutscher Handballbund e.V., DHB Satzung, 2017, § 1.
[193] Siehe Anhang 19: neue Ligastruktur.

werden (Liga e.V.). Mitglieder des Liga e.V. sind dann alle Teilnehmer der Liga und ein Vertreter des Spitzenfachverbandes. Damit gewährleistet ist, dass die Interessen des Spitzenfachverbandes auch ausreichend vertreten sind, ist der Liga e.V. zusätzlich noch Mitglied in seinem zuständigen Spitzenfachverband. Durch diese Mitgliedschaft erkennt der Liga e.V. die Regelungen und Satzungen des Spitzenfachverbandes an und ist an diese auch bei der Durchführung der Liga gebunden. Weiterhin wird durch diese Art der Organisation, den Teilnehmern der Liga die Mitsprache an dieser gewährleistet und Aufsteiger am einfachsten in die Liga integriert. So muss der Aufsteiger nicht direkt Anteile an der Liga GmbH kaufen und im Falle eines Abstieges wieder verkaufen. Durch diese Art der Organisation muss der Aufsteiger lediglich eine Mitgliedschaft im Liga e.V. beantragen und kann diese bei Abstieg automatisch, durch Verankerung in der Satzung des Liga e.V., auflösen.

Die Liga GmbH ist als eine 100%ige Tochtergesellschaft des Liga e.V. anzusehen. Diese Art der Ausgliederung wird auch als zweistufige Ausgliederung bezeichnet.[194] Das Recht, die Liga durchzuführen, wird dann in einem Grundlagenvertrag, unter Verwendung eines Pachtvertrages zwischen Liga e.V. und Spitzenfachverband, an den Liga e.V. übertragen. Im Gegenzug zahlt der Liga e.V. für dieses Recht eine Pacht, welche der Spitzenfachverband für andere Zwecke verwenden kann. Der Pachtvertrag findet deshalb Anwendung, da es sich bei dem Recht, die Liga durchzuführen, um einen immateriellen Gegenstad handelt, welcher es dem Pächter gestattet aus dem gepachteten Gegenstand Erträge zu erzielen.[195]

Der Liga e.V. bedient sich bei der Durchführung und operativen Planung der Liga GmbH. Die strategische Planung der Liga, speziell der Lizenzierung, wird durch die Mitgliederversammlung des Liga e.V. selbst ausgeübt. Diese aktualisiert immer wieder, gemäß dem Wachstum der Liga, die Zulassungsvoraussetzungen zur Teilnahme am Ligawettbewerb. Geschäftsführung und Vorstand der Liga GmbH übernehmen Abgeordnete des Liga e.V., welche zuvor von der Mitgliederversammlung für eine Amtsperiode gewählt wurden. Eine Amtsperiode beträgt, wie in der Benchmark beim Basketball sowie beim Handball ausgearbeitet wurde, drei Jahre. Weiterhin dürfen maximal zwei direkt aufeinanderfolgende Amtsperioden angetreten werden. Danach muss eine andere Person, welche in der Amtszeit zuvor weder im Vorstand noch in der Geschäftsführung vertreten war bestimmt werden. Dadurch wird gewährleistet, dass eine Person nicht zu lange im Amt bleibt und persönliche Belange vor die der Liga stellt. Des Weiteren sollte es einen Beirat geben, in dem die Funktionäre der Ligasponsoren und ggf.

---

[194] Vgl. Fahrner, M., Teamsportmanagement, 2014, S. 13.
[195] Vgl. Bürgerliches Gesetzbuch, 2002, § 581 Abs. 1.

des Naming-Right Inhabers sitzen, um die Vorgänge der Liga den Sponsoren transparenter zu gestalten.
Dem Aufsichtsrat der Liga GmbH muss neben den von dem Liga e.V. gewählten Mitgliedern auch ein Vertreter des Spitzenfachverbandes angehören.
Vorteil dieser Art der Ausgliederung ist die Tatsache, dass ein Teilnehmer, welcher aus der Liga absteigt bzw. in die Liga aufsteigt, durch Aufnahme in den Liga e.V. leichter an der Mitarbeit der Liga zu beteiligen ist, als wenn dieser jährlich direkt an der GmbH beteiligt werden müsste. Dabei sind die Aufnahmebedingungen des Liga e.V. gleichzusetzen mit den Lizenzierungsanforderungen der Liga selbst. Zudem können durch die Strukturen der GmbH schneller grundlegende Entscheidungen getroffen werden, ohne diese vorab von der Mitgliederversammlung beschließen lassen zu müssen und die Bedürfnisse der Teilnehmer können durch diese Organisationsstruktur besser berücksichtigt werden, da diese aktiv an der Gestaltung der Liga teilhaben.

3.2 Wettkampfformat

Die Regeln der Liga sollten sich immer auf die des Spitzenfachverbandes beziehen. Da der Spitzenfachverband in den meisten Fällen Mitglied an dem übergeordneten europäischen Fachverband ist, wird damit gewährleistet, dass Teams aus der nationalen Liga auch an den internationalen Wettbewerben des übergeordneten europäischen Fachverbandes teilnehmen dürfen. Um eben diese Möglichkeit zur Beteiligung der Ligateilnehmer am internationalen Klubwettbewerb auch zeitlich zu gewährleisten, sollten die Spieltage der Liga an den Wochenenden ausgetragen werden. Da sich der Zuschauerschnitt der untersuchten Ligen, trotz Überschneidung der Spielzeiten, bei knapp 5.000 Zuschauer pro Spiel einpendelt und dieser damit, außer bei der 3. Liga im Fußball, über den vorgegebenen Mindestkapazitäten der Arenen der Ligen liegt, sind folglich auch die Spielzeiten der Ligen angemessen. Deshalb sind die in der Benchmark ausgearbeiteten Spielzeiten zu empfehlen:

- Freitag: ab 19:30 Uhr,
- Samstag: zwischen 14:00 Uhr – 18:30 Uhr,
- Sonntag: zwischen 14:00 Uhr – 17:30 Uhr.

Lediglich bei Verschiebungen einzelner Spiele bzw. eines kompletten Spieltages, durch Unterbrechungen des Ligabetriebs auf Grund von Welt-/Europameisterschaften oder anderen Nationalmannschaftsspielen, können unter der Woche Spiele stattfinden, um eine Saison auch innerhalb der vorgegebenen Zeit durchzuführen. Dabei ist darauf zu achten, dass bei einer Terminierung des Spieltages unter der Woche keine Spiele der internationalen Klubwettbewerbe stattfinden. Zum einen würde das die Attraktivität des

eigenen Ligawettbewerbes schmälern und zum anderen können Teilnehmer der Liga nicht gleichzeitig an beiden Klubwettbewerben teilnehmen. Für eben diese Spiele empfiehlt es sich jedoch, die Zeiten der internationalen Klubwettbewerbe zu adaptieren.
Weiterhin sollte das Geschäftsjahr der Liga GmbH und somit auch die Dauer einer Saison festgelegt werden. Hier ähnelten sich die untersuchten Ligen sehr und führten alle das Geschäftsjahr der Liga vom 1. Juli bis zum 30. Juni des darauffolgenden Jahres. Somit kann aufgrund der im Rahmen dieser Bachelorarbeit durchgeführten Recherchen festgehalten werden, dass diese Terminierung eines Geschäftsjahres, als die bestmögliche Terminierung für eine neue Liga funktionieren würde.
Bezüglich des Spielsystems, sollte die Liga als offene Liga mit Auf- und Abstieg geführt werden. Hintergrund hierfür ist die Chancengleichheit aller Teams, dieser und nachfolgender Ligen, da bei einer offenen Liga die Durchlässigkeit bis zur letzten Liga gegeben ist. Es haben alle Vereine und Kapitalgesellschaften dieselbe Chance, in die Profiliga aufzusteigen. Wohingegen ein sportlicher Aufstieg in eine geschlossene Liga nicht möglich ist. Generell ist das Round-Robin System das wohl beliebteste System der Ligen innerhalb Deutschlands. Die im Rahmen dieser Arbeit untersuchten Profisportligen, spielen ihre Meisterschaften alle entweder ganz oder teilweise durch das Round-Robin System mit Hin- und Rückspiel aus. Für die neue Liga sollte dieses System unbedingt beibehalten werden, da so über die komplette Saison der Teilnehmer mit der konstantesten Leistung als verdienter Meister ermittelt werden kann. Ein Playoff-System wird nicht vorgesehen, da dieses zum einen die Spannung der Liga in den letzten Spielen der Hauptrunde nehmen kann, da die Meisterschaft erst in den Playoffs ausgespielt wird und zum anderen, da dann das wirtschaftliche Gleichgewicht der Liga aus den Fugen geraten würde, weil Playoff-Teilnehmer durch ihre Teilnahme am Elimination Tournament zusätzliche Einnahmen erzielen würden. Dies kann dazu führen, dass auf lange Sicht immer die gleichen Teams an den Play-offs teilnehmen.[196]
Damit sich die Spannung auf die komplette Tabelle der Liga verteilt und nicht nur auf die Frage des Meisters konzentriert, sollen für den Aufstieg in die Liga bzw. den Abstieg aus der Liga Relegationsspiele, in Hin- und Rückspiel, durchgeführt werden. Diese finden nach Beendigung des regulären Ligabetriebs statt. Zusätzlich wird es noch mindestens einen, maximal jedoch zwei, direkte Absteiger der Liga geben. Die genaue Anzahl der direkten Absteiger sollte an den wirtschaftlichen und infrastrukturellen Voraussetzungen der unmittelbar untergeordneten Liga festgemacht werden. Also der Frage, wie viele direkte Aufsteiger aus der unterklassigen Liga überhaupt wirtschaftlich in der Lage sind, die Kosten einer Saison in der höchsten Profiliga zu decken.

---

[196] Vgl. Fahrner, M., Teamsportmanagement, 2014, S. 66.

Um diese Leistungen der verschiedenen Teams in einen geordneten Vergleich bringen zu können, muss ein Bewertungssystem für die unterschiedlichen Ausgänge eines Spieles eingeführt werden. Damit der Vergleich in einer Tabelle möglich ist, bedarf es einer Wertung für einen Sieg, eine Niederlage oder ein Unentschieden. Es ist unerheblich, ob ein Teilnehmer für einen Sieg, ein Unentschieden oder eine Niederlage zwei, drei oder fünf Punkte bekommt. Wichtig ist nur, dass jeder Teilnehmer für einen Sieg dieselbe Anzahl an Punkten bekommt. Ebenso bei Niederlage bzw. Unentschieden.
Die Anzahl der Teilnehmer des Ligawettbewerbs sollte nicht höher als 18 sein. Die 3. Liga im Fußball verdeutlicht, wie eng ein Spielplan für eine Liga mit 20 Teilnehmern getaktet ist. Dieser Spielplan ist nur möglich, da man davon ausgehen kann, dass bei der 3. Liga keine Zusatzbelastung durch internationale Spiele, sowie keine Pausen durch Nationalmannschaftsspiele eingehalten werden müssen, da zum einen die Qualifikation eines Teilnehmers der 3. Liga zum internationalen Klubwettbewerb nicht möglich ist und zum anderen die Nationalmannschaften nur wenige Spieler aus den Reihen der 3. Ligisten für ihre Spiele abberufen und so ein fairer Wettbewerb trotzdem möglich ist. Rechnet man nun zu den 38 Ligaspielen zusätzlich noch die internationalen Spiele eines Klubwettbewerbs, sowie die Nationalmannschaftsspiele, so wird die Belastung der Teams durch die Anzahl der Spiele und auch die Einhaltung der zeitlichen Vorgaben der Liga äußerst schwierig.
Auch in der neuen Liga sind die jeweiligen Heimmannschaften für die Ausrichtung der Spiele zuständig und müssen bei Einreichung des Lizenzantrages zusätzlich die von dem Liga e.V. vorgegebenen Richtlinien zur Durchführung eines Spieles unterschreiben. Bei diesen Richtlinien handelt es sich um Vorgaben, welche die Liga den Mannschaften macht, um einen geregelten Ablauf eines Spieltages zu garantieren und ein möglichst gleichbleibendes Produkt vermarkten zu können, unabhängig vom sportlichen Ausgang. In diesen Richtlinien wird also ein Plan erstellt, wie der zeitliche Ablauf eines Spiels der Liga von statten zu gehen hat. Als positives Beispiel darf hier die easyCredit BBL herangezogen werden.

3.3 Lizenzierung

Zur Lizenzierung der Teams für die Liga, sollte sich bei der Durchführung des Lizenzierungsverfahrens an der DKB Handball Bundesliga orientiert werden. Diese stellt die einzelnen Vorgaben bezüglich sportlicher, wirtschaftlicher und infrastruktureller Anforderungen im Ligaverband zusammen und bedient sich der HBL GmbH zur operativen Organisation. Auch die neue Liga sollte ähnlich verfahren. Der Liga e.V., dem sowohl Vertreter der einzelnen Teilnehmer, als auch Vertreter des Spitzenfachverbandes angehören, soll in

einem Lizenzierungsausschuss Richtlinien erarbeiten, auf deren Grundlage schlussendlich die sportliche, wirtschaftliche und infrastrukturelle Teilnahme am Ligawettbewerb bewertet werden. Diese Richtlinien sind dann in der Mitgliederversammlung des Liga e.V. zu präsentieren und müssen von ihm mit einer 2/3 Mehrheit abgesegnet werden. Dadurch wird gewährleistet, dass alle Teilnehmer in den Prozess der Lizenzvergabe involviert sind und dieser transparent gemacht wird.

Für die sportliche Qualifikation muss der Teilnehmer lediglich den Verbleib in der Liga nachweisen. Das bedeutet er darf in der vorangegangenen Saison keinen Abstiegsplatz belegt haben. Zusätzlich sind die direkten Aufsteiger der untergeordneten Liga und der Sieger der Relegationsspiele sportlich qualifiziert.

Für die wirtschaftliche Qualifikation soll die Liga GmbH, ähnlich wie in der 3. Liga des Fußballs, einen Saisonreport der vergangenen Spielzeit veröffentlichen. Dieser dient den Aufsteigern dazu, sich einen Überblick über die möglichen Aufwendungen und Erträge der Liga zu verschaffen, um somit für eine bessere Kalkulation der Teilnehmer zu sorgen. Gleichzeitig soll sich der Lizenzierungsausschuss bei den Aktualisierungen der Richtlinien zur Teilnahme am Ligawettbewerb an diesen Saisonreporten orientieren. Diese Aktualisierung des Lizenzverfahrens sollte in einem 5 Jahresrhythmus stattfinden, um eine stetige Anpassung der Liga an die wirtschaftliche Situation sicherzustellen.

Natürlich ist die Bewertung der Liquidität der einzelnen Teilnehmer auch im Hinblick auf die Attraktivität der Liga unumstößlich. Damit die Liga GmbH diesen Saisonreport aufstellen kann, muss jeder Teilnehmer bei der Abgabe seiner Bilanz sämtliche Aufwendungen und Erträge in den Kategorien

- Werbung,
- Spielbetrieb,
- Mediale Verwertung,
- Jugend/Amateure
- Transfers,
- Vermietung & Verpachtung,
- Handel und
- Öffentliche Zuschüsse[197]

auszeichnen. Sollte ein Teilnehmer Aufwendungen oder Erträge aus einem nicht hier aufgeführten Bereich haben, so muss er ihn zusätzlich unter Benennung des Bereiches angeben. Weiterhin gelten jedoch, bei der Bewertung der Lizenzanwärter, die in der Benchmark genannten Faktoren.

[197] Vgl. Deutscher Fußball-Bund e.V. (DFB), Saisonreport 3. Liga 2016/2017, 2017, S. 54/58.

- Die (Zwischen-)[198] Bilanz des Anwärters zum 31.12. des Vorjahres der Bewerbung,
- ein positives Eigenkapital,
- die Beteiligungsverhältnisse bei Teilnehmern die als Kapitalgesellschaft am Ligawettbewerb teilnehmen,
- die Gewinn- und Verlustrechnung der letzten, sowie die der aktuell laufenden Saison,
- die erwartete Gewinn- und Verlustrechnung für die restliche Spielzeit,
- Zahlungsbestätigung des Aufnahmebeitrags/Kautionsfonds,
- unterschriebene Einverständniserklärung der Richtlinien zur Vermarktung und Durchführung des Spielbetriebs.

Einzureichen sind diese Unterlagen bis spätestens März der laufenden Saison, damit der Ausschuss der Liga GmbH genügend Zeit zur Überprüfung der wirtschaftlichen Qualifikation hat. Zusätzlich wird zum September von jedem Teilnehmer eine (Zwischen-) Bilanz zum 30. Juni verlangt. Für die Liga gilt bei den Beteiligungsverhältnissen von Kapitalgesellschaften, welche am Ligabetrieb teilnehmen, die in Kapitel 2.3.3 genannte 50+1 Regel des DFB. Hinzu kommt jedoch, dass bei einer Mehrfachbeteiligung eines Unternehmens, bei einem Ligakonkurrenten die Beteiligungsverhältnisse bei keinem der beiden Teilnehmer mehr als zehn Prozent betragen darf. Dadurch soll sichergestellt werden, dass es keine Verzerrungen des Wettbewerbs durch vielfaches Mitspracherecht eines Unternehmens bei mehreren Kapitalgesellschaften gibt. Weiterhin dürfen Kapitalgesellschaften nur dann am Ligabetrieb teilnehmen, wenn sie als ihren Namen, den Namen des Muttervereins führen. Dadurch kann die Zugehörigkeit der Kapitalgesellschaft mühelos festgestellt werden und soll gleichzeitig die Akzeptanz der Fans fördern, da eine Verbindung zum Mutterverein klar ersichtlich ist.

Infrastrukturelle Qualifikationen sollten ebenfalls vom Liga e.V. durch kontinuierliche Auswertung der Einschaltquoten sowie Zuschauerzahlen der Teams aktualisiert werden. Also sollte jeder Teilnehmer eine Arena (Halle oder Stadion) nachweisen, welche durch temporäre Tribünen erweiterbar ist. So kann auf einen möglichen Boom der Liga auch kurzfristig reagiert werden, ohne dafür auf jahrelange Bauphasen für neue Tribünen oder gar ganze Arenen angewiesen zu sein. Ebenfalls müssen die vertraglichen Details der Liga mit einem Übertragungspartner gewährleistet sein. D.h. Kamerapositionen und eventuelle spezielle Vorkehrungen die zur Übertragung der Spiele notwendig sind müssen von den Teilnehmern nachgewiesen werden. Sollte die Liga GmbH das Naming-Right der Liga verkaufen, muss ebenfalls in den Lizenzierungsvorgaben des Liga e.V. sowohl die

[198] Je nach Geschäftsjahr des Teilnehmers.

Akzeptanz der Mitglieder als auch der notwendige Werbeplatz des Partners garantiert sein.

Da die Teilnehmer bei erfolgreicher Lizenzvergabe Mitglied im Liga e.V. werden, sind die Kriterien zur Vergabe der Lizenz denen zur Aufnahme des Liga e.V. gleichzusetzen. Hinzu kommt, dass jedes Mitglied einen Aufnahmebeitrag an den Liga e.V. zahlen muss. Dieser Aufnahmebeitrag wird in einem Kautionsfonds angelegt, aus dem die Teilnehmer, welche im Laufe der Saison durch Insolvenz eines Sponsoren o.ä., in einen finanziellen Engpass geraten, einen Kredit aufnehmen können. Über die Höhe der zu zahlenden Summe jedes Antragstellers ist vor Beendigung der vorangegangenen Saison im Liga e.V. zu bestimmen. Sie sollte sich allerdings an den Auswertungen des Saisonreports orientieren, damit bei Eintritt der Notlage eines Teilnehmers der Fonds auch eine Hilfe darstellen kann. Jeder Teilnehmer darf pro Saison nur einmal einen Kredit aufnehmen und muss diesen vor Beantragung der Lizenz für die darauffolgende Spielzeit inklusive Zinsen zurückzahlen. Die Höhe der Zinsen soll sich an den aktuellen Zinsen der Banken für einen Kredit in gleicher Höhe ausrichten, jedoch unterhalb der Zinsen der Banken bleiben. Die Zinsen, welche die Liga bei Rückzahlung eines Kredites von dem jeweiligen Teilnehmer bekommt, werden dann als Sonderzahlung an den Spitzenfachverband abgeführt, der dieses Geld zu Zwecken der Förderung des Amateursports verwenden soll.

3.4 Vermarktung

Wie in der Benchmark bereits ausgearbeitet wurde, werden die drei verglichenen Ligen dezentral vermarktet. Dieses Mittel soll auch bei der Vermarktung der neuen Liga Anwendung finden. Diesbezüglich wird das Recht zur Vermarktung der Liga von dem Liga e.V. an die Liga GmbH übergeben. Diese muss ein Logo entwickeln unter welchem sich die Liga vermarkten lässt. Der Liga e.V. hat dafür Sorge zu tragen, dass vermarktungsrelevante Flächen von den Teilnehmern für das Ligalogo freigehalten werden. Darunter zählen Werbeflächen:

- auf der Spielausrüstung,
- auf den mittleren LED-Banden-Elementen,
- auf der Spielkleidung der Schiedsrichter,
- auf den Eintrittskarten, Akkreditierungen und Parkscheinen,
- auf den Ärmeln der Spielkleidung der Teams,
- auf der Spielkleidung der Schiedsrichter,
- auf offiziellen Internetseiten / Social-Media Accounts.

Das Abtreten dieser Werbeflächen an die Liga GmbH wird durch das Unterzeichnen der Einverständniserklärung zur Vermarktung beim Lizenzantrag sichergestellt.

Damit die Liga auch ein einheitliches Produkt verkaufen kann und nicht von Dritten abhängig ist, wäre die Gründung einer eigenen TV Produktionsfirma (TV Produktions GmbH) als Tochtergesellschaft der Liga GmbH empfehlenswert. Dabei können Beteiligungen an der Tochtergesellschaft der Liga GmbH weiter veräußert werden, jedoch nur in einem Maße, zu dem die alleinige Steuerung der TV Produktionsfirma, durch die Liga GmbH gewährleistet wird (Sperrminorität). Dadurch ist die Liga selbst dazu in der Lage, ein Übertragungssignal zu produzieren und kann dieses an die jeweiligen Sender verkaufen. So wäre die Liga auch im Stande einen eigenen Kanal mit exklusivem Content speziell anzubieten.

Zudem hat die Liga Einfluss bei der Nutzung neuer Technologien. So können auch Gedanken über neue Anwendungen wie bspw. digital-overlay oder virtual reality (VR) gemacht werden. Beim digital-overlay wird versucht, die LED-Banden, welche um das Spielfeld stehen, im Übertragungsbild mit einer anderen verbraucherorientierten Werbung zu überspielen. So wäre die Liga in der Lage, für verschiedene Märkte zielgruppenorientierte Werbung zur Verfügung zu stellen. Bei der Benchmark haben die Ligen sich anstelle einer eigenen Produktionsfirma, einen Übertragungspartner ins Boot geholt. Dieser produziert und vertreibt das TV Bild im Auftrag der Ligen. Im Falle der easyCredit BBL und der 3. Fußball Liga ist dieser Partner die Deutsche Telekom AG. Bei der DKB HBL ist es der Pay-TV Sender Sky. Bei dieser Art der Produktion kann die Liga zwar mit festen Summen rechnen, die sie durch die Veräußerung der Übertragungsrechte an den Übertragungspartner generiert, allerdings besteht jedoch die Gefahr, dass die Liga diese Übertragungsrechte unter Wert veräußert. Denn auch die Übertragungspartner wollen, trotz Zahlungen an die Ligen, mit den Übertragungsrechten einen Gewinn erwirtschaften.

Auch das Thema der virtual reality könnte für die Vermarktung der Liga interessant sein. Anstelle eines Sitzplatzes in der Arena, könnte man mit Hilfe einer 360° Kamera ein Bild für die VR-Brille produzieren und dieses auf den verschiedenen Netzwerken exklusiv zur Verfügung stellen. Zwar würden die Einnahmen durch den Verkauf dieses Platzes verloren gehen, jedoch könnte man einen langfristigen Effekt erreichen. Diese Übertragungsart kann über den ligeneigenen Kanal in unbegrenzter Menge den Verbrauchern zum Kauf angeboten werden und man würde anstelle eines Sitzplatzes einen exklusiven online Content für den Fan produzieren, welcher sich beliebig oft verkaufen lässt. Für die Bereitstellung der Technik, wäre die TV-Produktions GmbH zuständig.

Die Vermarktung der neuen Liga sollte sowohl auf nationaler, als auch auf internationaler Ebene erfolgen. Dabei spielt der Internetauftritt der Liga bspw. über die sozialen Netzwerke eine große Rolle. Für den Bereich der Social-Media Accounts sollte ein eigens gefertigter Contetnplan entwickelt werden, in dem für das jeweilige soziale Netzwerk ein nutzerorientierter Content angeboten wird. Da über die sozialen Netzwerke Menschen auf der

ganzen Welt erreicht werden können, ist die individuelle Ansprache der einzelnen Kulturen von hoher Bedeutung. So sollte ein soziales Netzwerk genutzt werden, um exklusiven Content zu liefern, welcher als Ergänzung zu den TV Übertragungen dient. Damit jedoch die Barriere der verschiedenen Kulturen möglichst gering bleibt, sollte sich auf diesen Kanälen der Content auf Bilder, Grafiken oder kurzen Videos unmittelbar vor aber auch während eines Spieles beschränken.

3.5 Nachhaltigkeit

Damit die hohen Summen, welche in den Ligen der Benchmark genannt wurden, auch gegenüber dem Amateursport gerechtfertigt werden können, sollten die Ligen auch einen Teil der Erträge der Basis, auf der ihr Erfolg aufbaut, zukommen lassen. Denn ohne die Arbeit auf Amateurebene oder im Breitensport wäre die Nachlieferung an jungen Talenten, die sich für eine Sportart interessieren kaum möglich.

Deshalb soll auch die neue Liga im Bereich der Nachhaltigkeit tätig werden. Dabei kann sich an den Tätigkeiten der easyCredit BBL orientiert werden. Diese organisiert zusammen mit ihren Teilnehmern und einem externen Partner eine so genannte ‚Basketball Academy' welche dem Amateursport Hilfestellung geben soll Begeisterung für die Sportart zu wecken, indem sie die Sportart bekannter und erlebbarer macht. Zudem sind die Bundesligisten der easyCredit BBL verpflichtet, in einem Schuljahr an mindestens fünf Grundschulen Sport AGs zu betreiben, die das Ziel verfolgen, den Kindern den Basketballsport schon in der Schule zugänglich zu machen. Dadurch kommen die Grundschüler schon früh mit der Sportart Basketball in Verbindung und lernen durch die Vertreter der Bundesligisten mit aktuellen Trainingseinheiten spielerisch die Grundzüge des Basketballs kennen. Zudem wird mit allen kooperierenden Grundschulen eines Bundesligisten ein Turnier am Ende eines Schuljahres ausgespielt bei dem unter Wettkampfbedingungen die Sportart ausgeübt werden soll. Auch dieses Konstrukt der Nachhaltigkeitsarbeit kann als Vorlage für die neue Liga gelten, um früh möglichst den Kontakt der Kinder mit der Sportart herzustellen.

Die neue Liga soll, ähnlich wie bei der easyCredit BBL, über den Liga e.V. Projekte zur Bindung junger Menschen an die Sportart ins Leben rufen. Hierbei kann die Liga sich der Teilnehmer des Ligenwettbewerbs bedienen, um eine ähnliche Akademie ins Leben zu rufen. Auch im Rahmen der Heimspiele der Bundesligisten, können bestimmte Aktionen gestartet werden, um die Sportart bei den Zuschauern spürbarer zu machen. Ziel der Akademie soll es sein, vor allem Kinder und Jugendliche zu animieren, die Sportart in einem Verein auszuüben. Dabei soll die Akademie den Kindern und Jugendlichen spielerisch die notwendigen Grundlagen der Sportart vermitteln und diese unter Wettkampfbe-

dingungen zur Anwendung bringen. Ein genauer Aufbau der einzelnen spielerischen Elemente dieser Akademie soll von dem Liga e.V. ausgearbeitet werden. Als Vorlage kann die kinder+sport Basketball Academy gesehen werden.
Als ein weiterer Punkt in der Nachhaltigkeit der Liga werden die Zinsen aufgeführt, welche die Liga bei Gewährung eines Kredits für einen Teilnehmer bekommt. Diese Zinsen werden über die komplette Saison in einem Topf gesammelt und am Ende der Saison dem Spitzenfachverband der Sportart überwiesen. Dieser soll den überwiesenen Betrag primär zu seinen in der Satzung verankerten und auf den Amateursport bezogenen Zwecken nutzen. Damit dies gewährleistet wird, ist hierfür im Grundlagenvertrag zwischen dem Liga e.V. und dem Spitzenfachverband ein Paragraph zur Verwendung der überlassenen Zinsen zu verankern.

4 Fazit

Die Benchmark zeigt deutlich die Stärken und Schwächen der einzelnen Ligen in Deutschland auf. Bei der Wahl ihrer Organisationsstrukturen beweisen die Ligen auch ein hohes Maß an Kreativität. Von der klassischen Durchführung des Ligenwettbewerbs durch den Spitzenfachverband über die Ausgliederung der Liga in eine GmbH mit Anteilen beim Spitzenfachverband und den Teilnehmern bis hin zur zweistufigen Ausgliederung durch einen Ligaverband ist im Bereich der Organisation der Ligen alles vorhanden. Auch bei der Lizenzierung und den Problemstellungen der möglichen, fehlenden Liquidität der Teilnehmer wurde auf kleinste Details geachtet und vorausschauend gedacht. So wurde bei zwei der drei untersuchten Ligen ein Sicherungsfonds nachgewiesen, der den Teilnehmern eine zwischenzeitliche Liquidität verschaffen soll, um nicht direkt die Eröffnung eines Insolvenzverfahrens beantragen zu müssen. Diese Idee kann mit leichten Abänderungen auch auf das System der neuen Liga übernommen werden. Lediglich im Bereich der Vermarktung und der Nachhaltigkeit der einzelnen Ligen, haben die Verantwortlichen an Einfallsreichtum verloren. Gerade im Bereich der Vermarktung, im Speziellen bei der Übertragung der Spiele, wird oft nicht weit genug über den Tellerrand hinausgeschaut und sich häufig auf externe Partner verlassen. Doch birgt gerade dieser Abschnitt ein großes Innovationspotential. Die neue Ausarbeitung zur Organisation einer Liga im deutschen Spitzensport greift in diesem Punkt ein und fordert mehr Offenheit und Wissbegierde für Neuerungen in der Technologie. So kann diese Ausarbeitung als Vorlage für künftige Strukturierungen einer Profisportliga in Deutschland verstanden werden, mit dem Ziel den Sport in Deutschland langfristig als spannendes und vielfältiges Kulturgut zu erhalten.

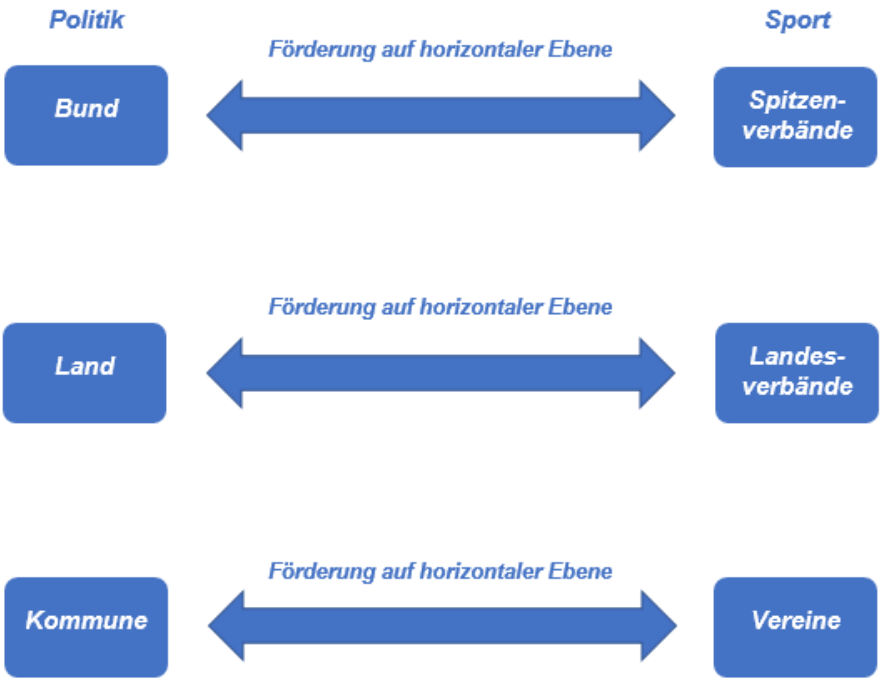
Anhang

Anhangsverzeichnis

Anhang 1: Aufbau des Sports in Deutschland. 50
Anhang 2: staatliche Sportförderung. 50
Anhang 3: Organisationsstruktur des selbstverwalteten Sports 51
Anhang 4: Struktur der BBL GmbH. 52
Anhang 5: easyCredit Basketball Bundesliga Tabelle Saison 2017/2018. 53
Anhang 6: Playoff-Baum Basketball. 54
Anhang 7: Maße Spielboden Basketball. 54
Anhang 8: Standardablauf Pre-Game. 55
Anhang 9: Kamerapositionen BBL. 56
Anhang 10: Korbwerbung BBL. 57
Anhang 11: Bodenwerbung BBL. 58
Anhang 12: Ausbildungsprämien. 59
Anhang 13: Organisationsstruktur DKB HBL. 59
Anhang 14: DKB Handball Bundesliga Tabelle Saison 2017-18. 60
Anhang 15: Spielfeld Handball. 61
Anhang 16: Werbung Spielfeld Lizenznehmer. 62
Anhang 17: Einheitliches Bandenbild DKB HBL 62
Anhang 18: Konzern im Sport 62
Anhang 19: durchschnittliche Saisonergebnisse der 3. Liga-Teilnehmer 63
Anhang 20: neue Ligastruktur 63

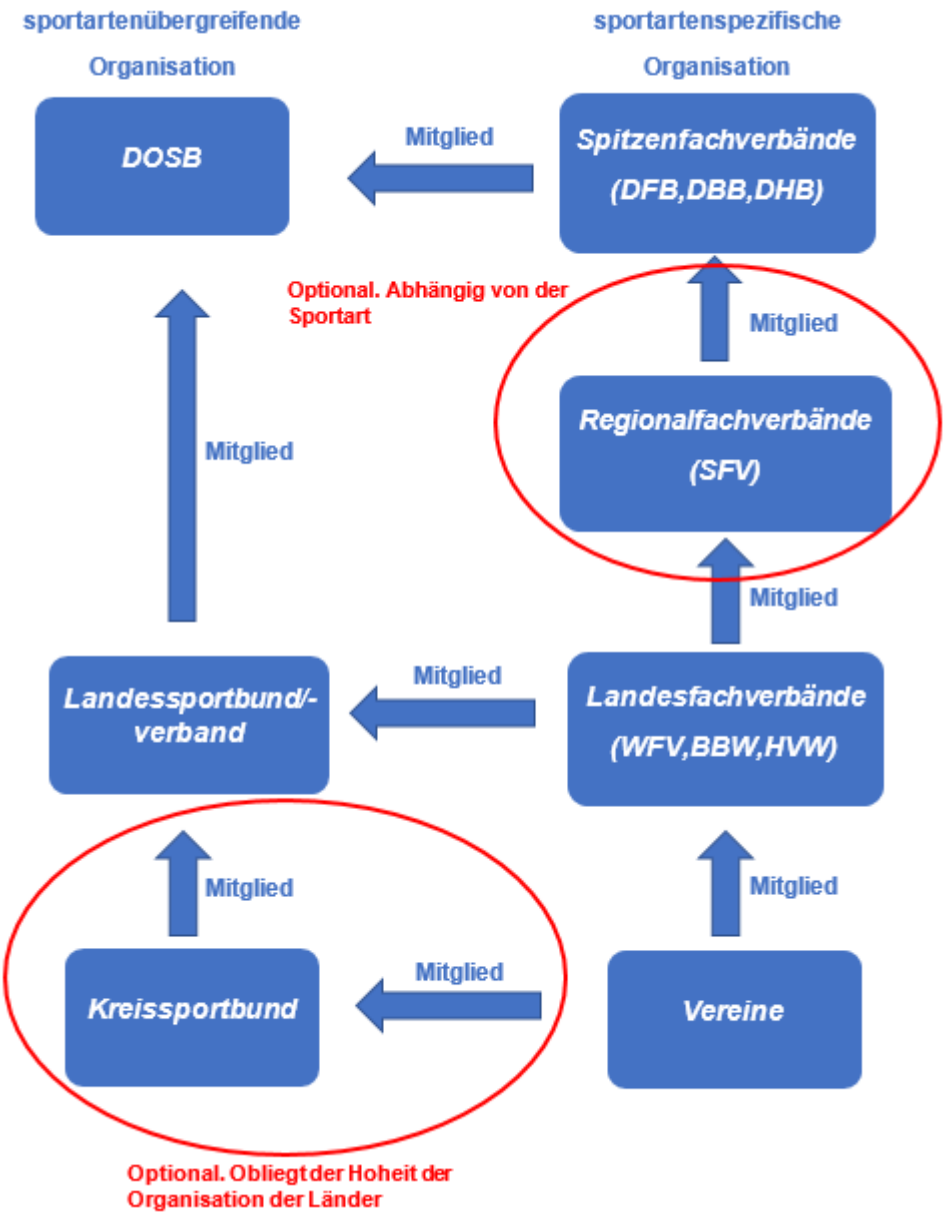
Anhang 1: Aufbau des Sports in Deutschland.

(Eigene Darstellung, Quelle: Bundesministerium des Inneren, BMI im Profil, 2016, S. 100ff; Deutscher Olympischer Sportbund e.V., DOSB Satzung, 2015, S. 4.)



Anhang 2: staatliche Sportförderung.

(Eigene Darstellung, Quelle: Bundesministerium des Inneren, BMI im Profil, 2016, S. 100ff.)



Anhang 3: Organisationsstruktur des selbstverwalteten Sports.

(Eigene Darstellung, Quelle: LandesSportBund Niedersachsen e.V., LSB Niedersachsen, 2016, S. 6ff./Deutscher Olympischer Sportbund e.V., DOSB Satzung, 2015, S. 4ff./Landessportverband Baden-Württemberg e.V., Satzung LSVbw, 2016, S. 2ff.)

Anhang 4: Struktur der BBL GmbH.

(Quelle: BBL GmbH Gesellschaft der Basketball-Bundesliga, Struktur BBL, 2017.)

PL	TEAM	G	S	N	PKT	+ / -	DIFF.	HEIM	GAST	LAST 10	SERIE
1	FC Bayern München	18	17	1	34 : 02	1547 : 1250	+297	7-1	10-0	10-0	+ 14(SSSSSSSSSS)
2	ALBA BERLIN	18	14	4	28 : 08	1535 : 1313	+222	7-2	7-2	7-3	+ 4(NNSSSNSSSS)
3	MHP RIESEN Ludwigsburg	17	13	4	26 : 08	1442 : 1242	+200	7-2	6-2	7-3	+ 1(SSNSNSSSNS)
4	medi bayreuth	18	13	5	26 : 10	1516 : 1427	+89	7-2	6-3	7-3	+ 4(SNSSNNSSSS)
5	Telekom Baskets Bonn	19	12	7	24 : 14	1518 : 1476	+42	8-2	4-5	6-4	+ 2(NNSSNSSNSS)
6	EWE Baskets Oldenburg	19	12	7	24 : 14	1615 : 1597	+18	6-3	6-4	6-4	+ 3(NNNSSSNSSS)
7	Brose Bamberg	18	11	7	22 : 14	1462 : 1363	+99	8-1	3-6	6-4	- 1(SNSSSNSNSN)
8	ratiopharm ulm	18	11	7	22 : 14	1465 : 1393	+72	7-3	4-4	8-2	+ 2(SSSSSSNNSS)
9	FRAPORT SKYLINERS	18	11	7	22 : 14	1389 : 1353	+36	7-2	4-5	5-5	+ 1(NNSSSNSNNS)
10	s.Oliver Würzburg	19	10	9	20 : 18	1497 : 1462	+35	6-3	4-6	5-5	- 1(SNNNSNSSSN)
11	GIESSEN 46ers	19	9	10	18 : 20	1584 : 1616	-32	6-5	3-5	5-5	- 1(SNNSSSNNSN)
12	Science City Jena	19	8	11	16 : 22	1456 : 1542	-86	4-4	4-7	4-6	- 1(NNNSNSSNSN)
13	Basketball Löwen Braunsch...	20	8	12	16 : 24	1543 : 1653	-110	5-5	3-7	4-6	+ 1(SNNSNNSNNS)
14	Mitteldeutscher BC	19	5	14	10 : 28	1544 : 1675	-131	2-8	3-6	2-8	- 6(NNSSNNNNNN)
15	BG Göttingen	18	4	14	08 : 28	1327 : 1518	-191	2-7	2-7	1-9	- 8(NSNNNNNNNN)
16	Eisbären Bremerhaven	19	4	15	08 : 30	1436 : 1586	-150	2-7	2-8	3-7	- 2(SNNNNNSSNN)
17	Rockets	19	4	15	08 : 30	1394 : 1612	-218	2-7	2-8	3-7	- 3(SNNNNSSNNN)
18	WALTER Tigers Tübingen	19	1	18	02 : 36	1424 : 1616	-192	1-9	0-9	1-9	- 7(NNSNNNNNNN)

* bereits für die Playoffs qualifiziert

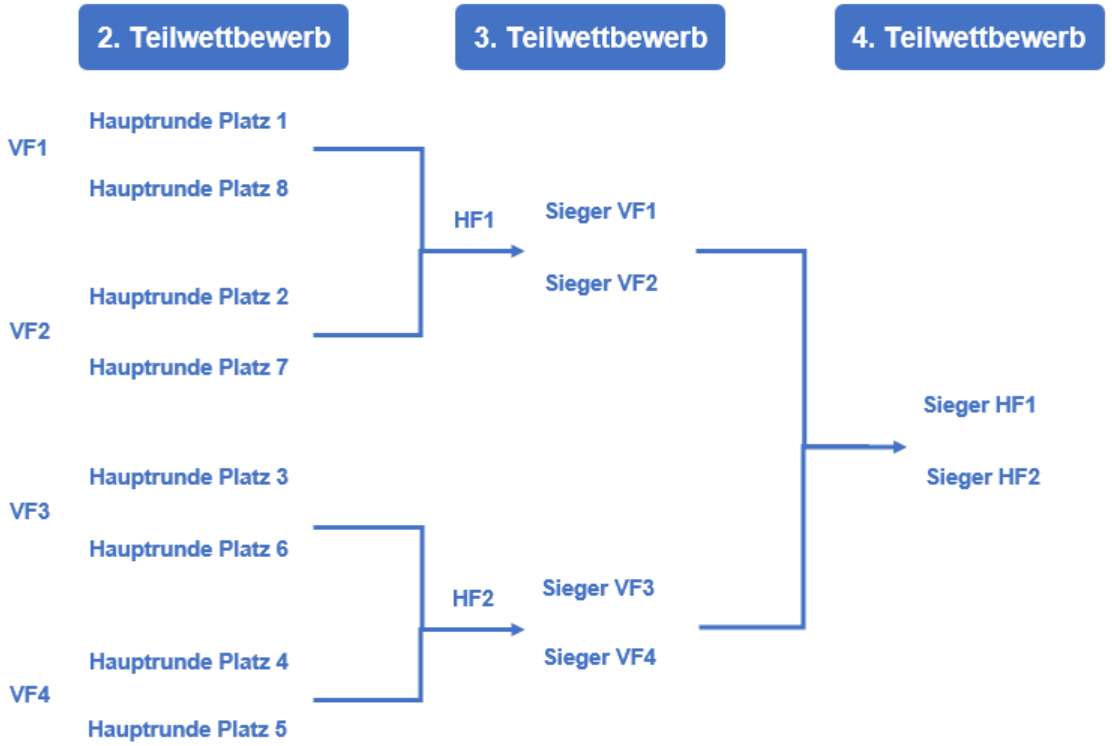
A steht als Absteiger fest

Playoffs

Abstieg

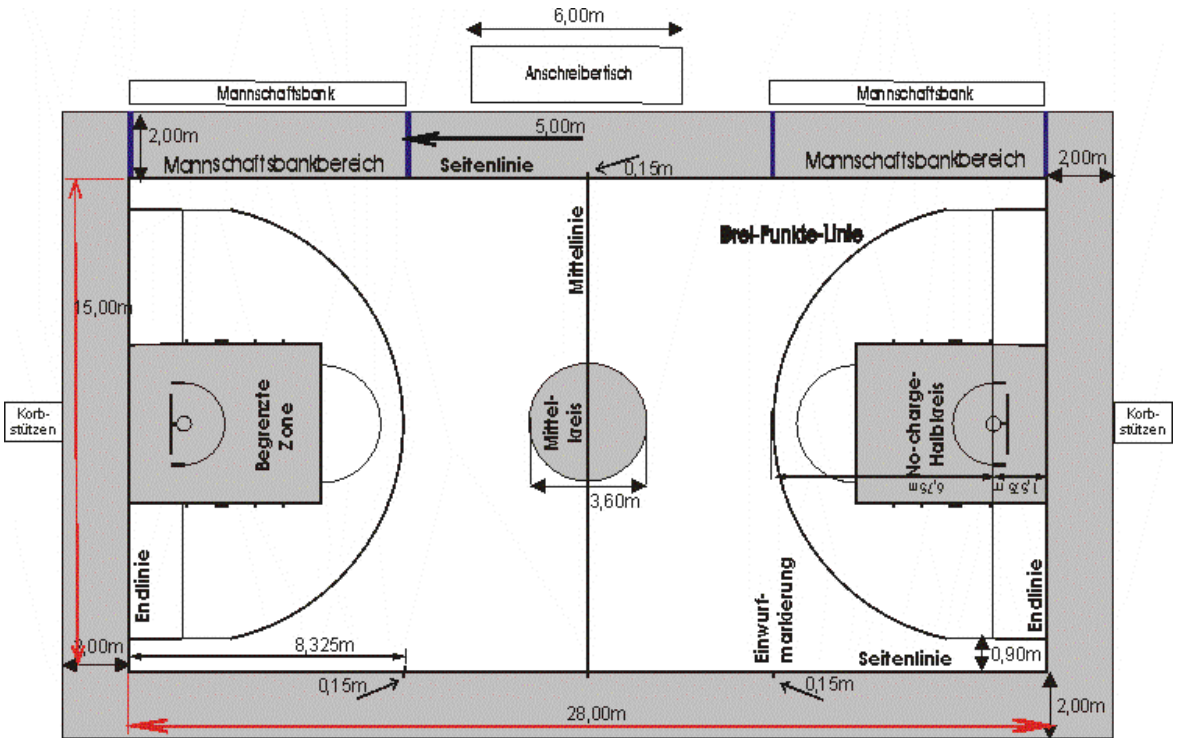
Anhang 5: easyCredit Basketball Bundesliga Tabelle Saison 2017/2018.

(Quelle: BBL GmbH Gesellschaft der Basketball-Bundesliga, Hg., Gesamttabelle easyCredit BBL 2017/2018.)



Anhang 6: Playoff-Baum Basketball.

(Eigene Darstellung, Quelle: BBL GmbH Gesellschaft der Basketball-Bundesliga, Meisterschaft BBL, 2017, S. 5ff.)



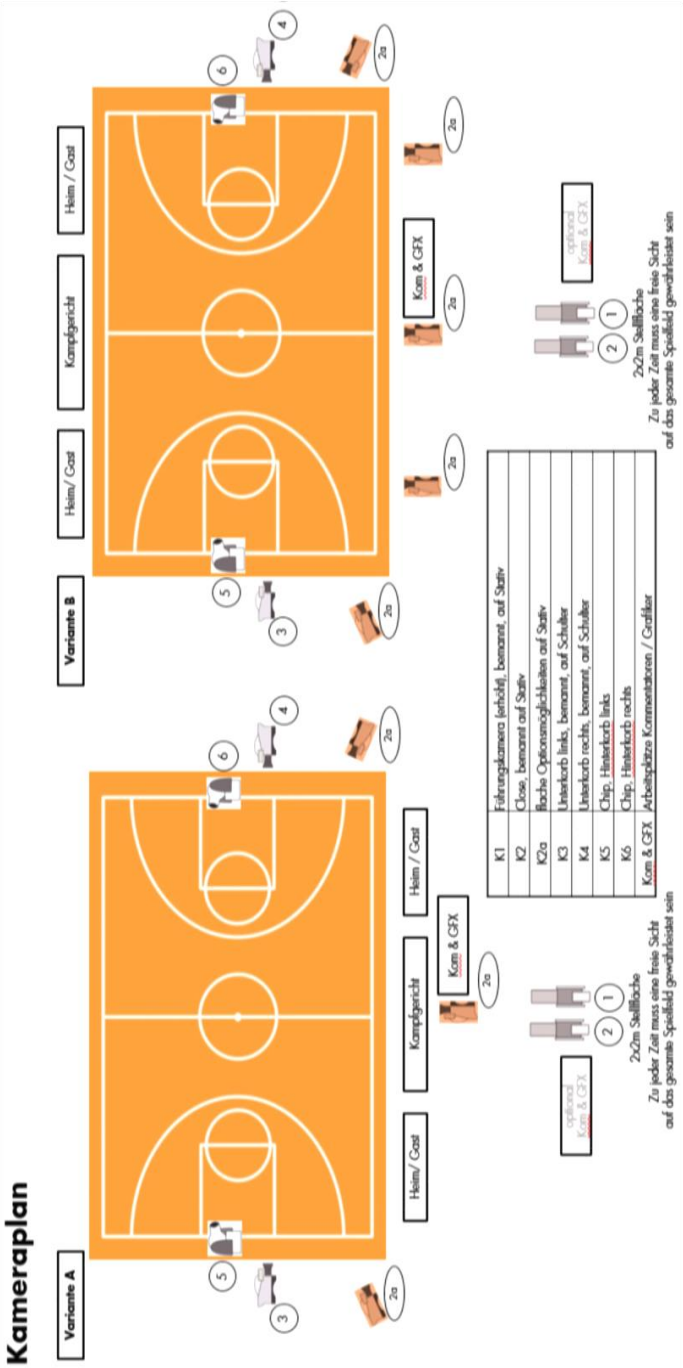
Anhang 7: Maße Spielboden Basketball.

(Quelle: BBL GmbH Gesellschaft der Basketball-Bundesliga, Standards BBL, 2017, S. 5.)

Uhrzeit	Zeitpunkt	Ablauf
19:00:00	+ 60 Minuten	Start Hauptspieluhr. Runterlaufen des Countdowns zum Spielbeginn
19:28:30	+ 31:30 Minuten	easyCredit-Spot, Dauer: 30 Sekunden
19:29:00	+ 31 Minuten	Einlaufen des Gastvereins mit Lautsprecherankündigung
19:29:30	+ 30:30 Minuten	Einlaufen des Heimvereins mit Lautsprecherankündigung
19:51:28	+ 8:32 Minuten	Ertönen des Signals, Spieler verlassen das Spielfeld
19:51:30	+ 8:30 Minuten	easyCredit-Spot, Dauer: 30 Sekunden
19:52:00	+ 8 Minuten	Vorstellung der Schiedsrichter & des Kommissars (ohne akad. Titel!)
19:52:30	+ 7:30 Minuten	Vorstellung des Gastvereins in numerischer Reihenfolge (dies hat in einer wertigen Form zu geschehen)
19:53:00	+ 7 Minuten	Vorstellung des Heimvereins in numerischer Reihenfolge
19:57:00	+ 3 Minuten	Start letzte Aufwärmphase
19:58:30	+ 1:30 Minuten	Ertönen des Signals, Spieler verlassen das Spielfeld
19:58:30	+ 1:30 Minuten	Präsentation der Starting Fives, Gastverein zuerst
19:59:30	+ 0:30 Minuten	Spieler betreten zum Sprungball das Spielfeld, keine Spots, Durchsagen mehr zulässig bis Sprungball!
19:59:30	+ 0:30 Minuten	easyCredit BBL-Hymne/ Spot, Dauer: 30 Sekunden
20:00:00	+ 0:00 Minuten	Tip-Off

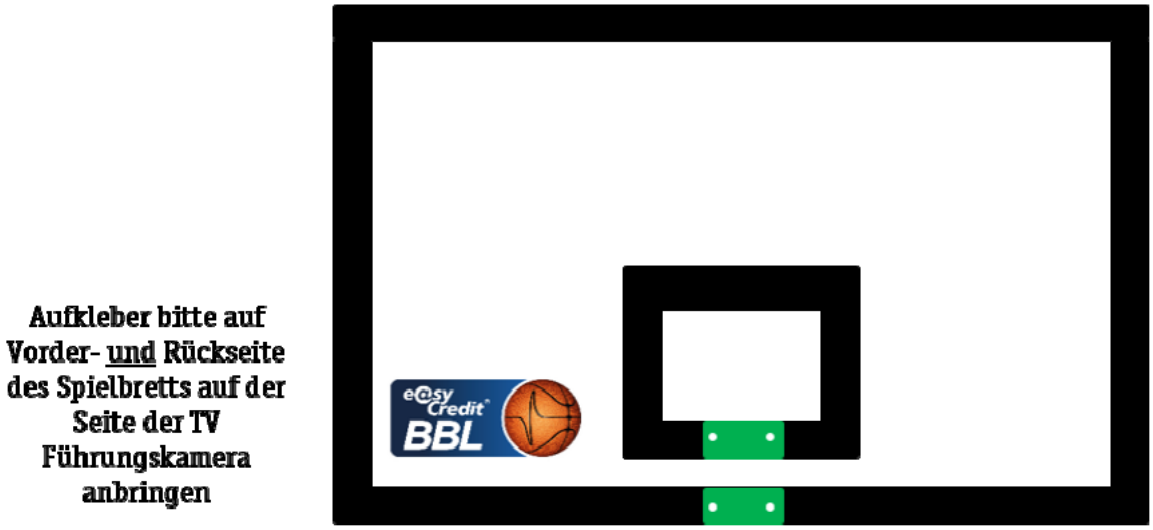
Anhang 8: Standardablauf Pre-Game.

(Quelle: BBL GmbH Gesellschaft der Basketball-Bundesliga, Standards BBL, 2017, S. 15.)



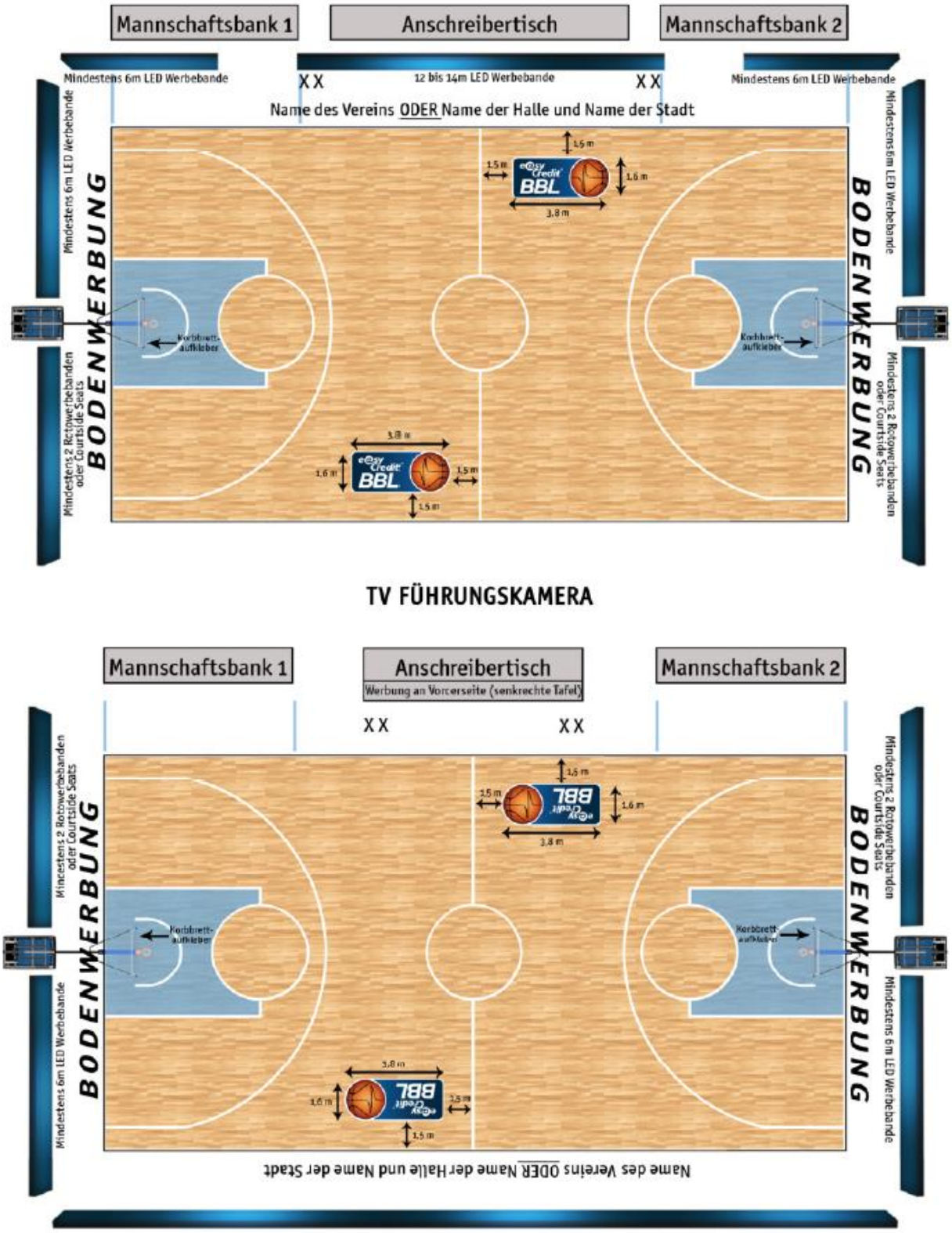
Anhang 9: Kamerapositionen BBL.

(Quelle: Vgl. BBL GmbH Gesellschaft der Basketball-Bundesliga, TV-Pflichtenheft BBL, 2017, S. 8.)



Anhang 10: Korbwerbung BBL.

(Quelle: BBL GmbH Gesellschaft der Basketball-Bundesliga, Marketing BBL, 2017, S. 9.)



Anhang 11: Bodenwerbung BBL.

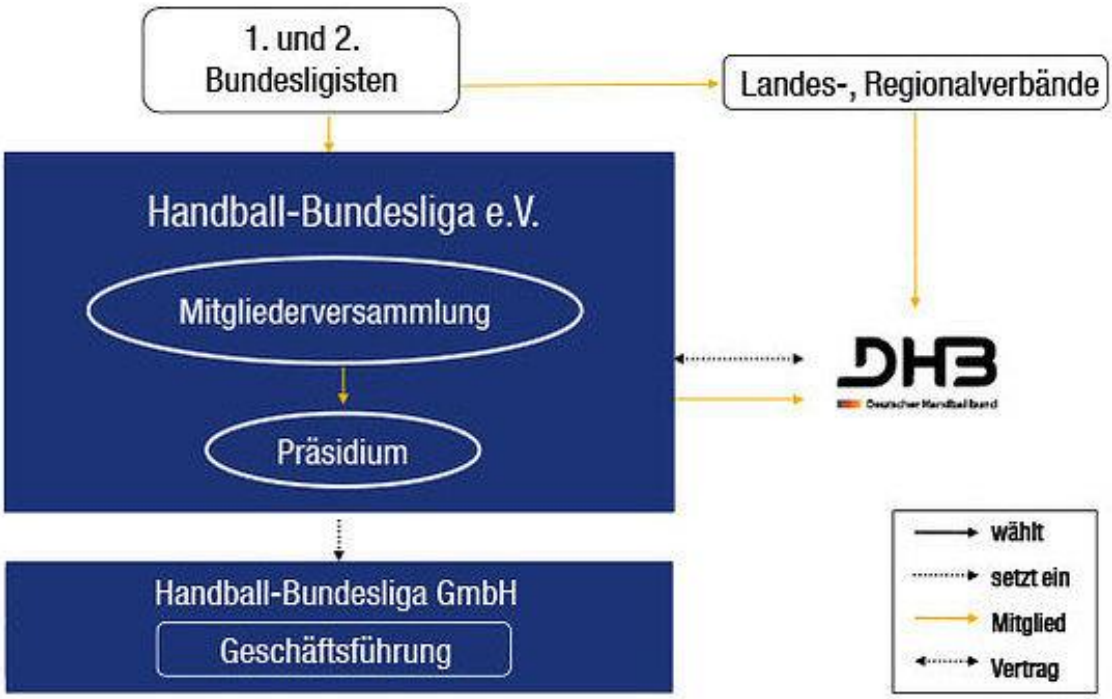
(Quelle: BBL GmbH Gesellschaft der Basketball-Bundesliga, Marketing BBL, 2017, S. 14.)

Altersklasse	Liga	Kriterium / Hinweis	Zielbetrag *
U23 Spieler	BBL	Mindestens 170:00 Minuten Spielzeit in der Hauptrunde (5 Min pro Spiel) / für alle vorherigen Klubs des Spielers	10.000 €
U21 Spieler	ProA	Mindestens 300:00 Minuten Spielzeit in der Hauptrunde (10 Min pro Spiel) / für alle vorherigen Klubs des Spielers	7.000 €
U20 Spieler	ProB	Mindestens 330:00 Minuten Spielzeit in der Hauptrunde (15 Min pro Spiel) / für alle vorherigen Klubs des Spielers	4.000 €
U19 Spieler	NBBL-Team**	Mindestens 250:00 Minuten Spielzeit in der Hauptrunde (20 Min pro Spiel) / für alle vorherigen Klubs des Spielers	1.500 €

** Sofern ausreichend Geld im Prämientopf, ansonsten Prozentuale Reduzierung*
*** eines BBL-, ProA bzw. ProB-Klubs*

Anhang 12: Ausbildungsprämien.

(Quelle: BBL GmbH Gesellschaft der Basketball-Bundesliga, Nachwuchsförderung BBL, 2017, S. 9.)



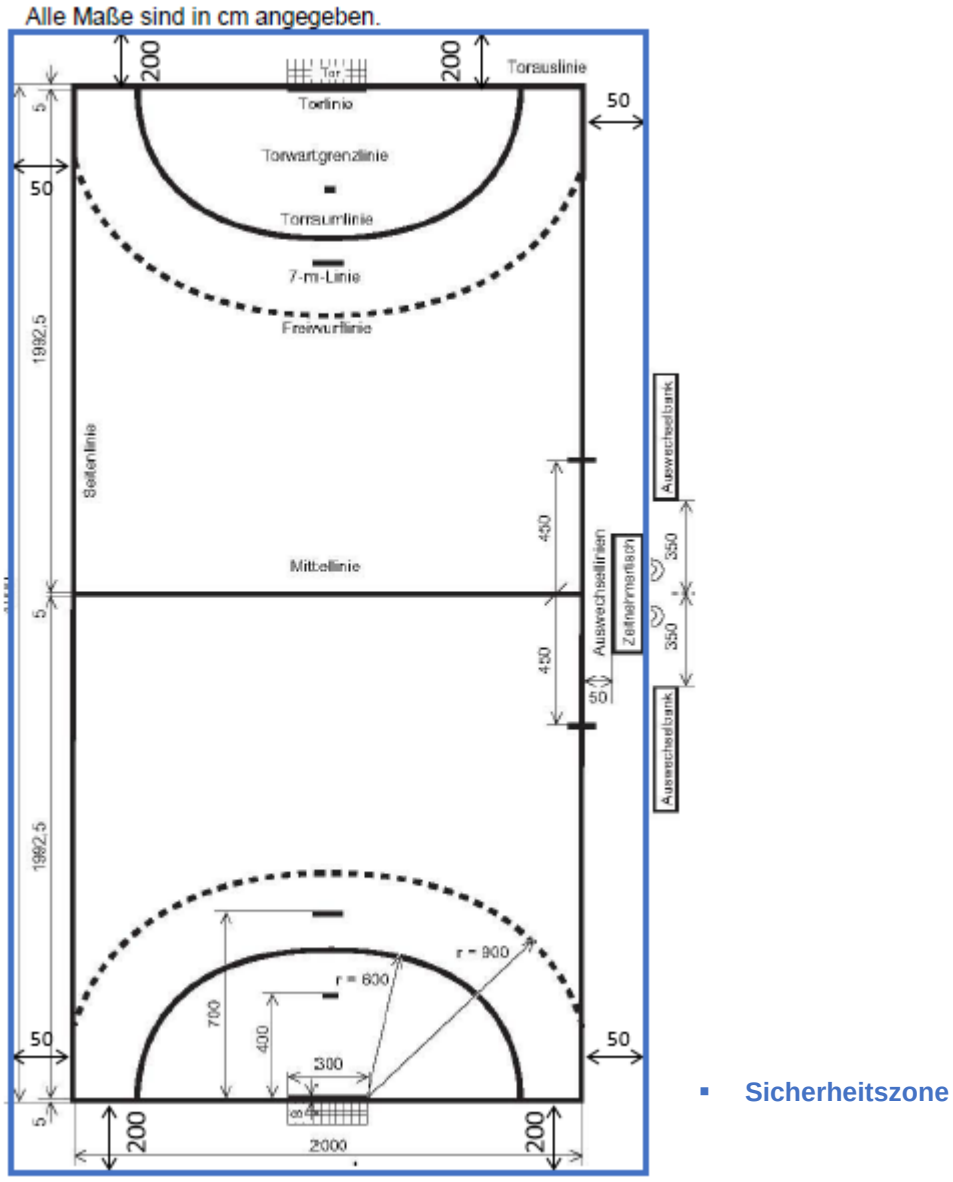
Anhang 13: Organisationsstruktur DKB HBL.

(Quelle: Handball-Bundesliga GmbH, Organisationsstruktur, 2017.)

PL ▼	TEAM	G	S	U	N	PKT	DIFF	+	-
1	Rhein-Neckar Löwen	19/34	16	0	3	32:6	+113	580	467
2	Füchse Berlin	19/34	14	2	3	30:8	+47	562	515
3	TSV Hannover-Burgdorf	19/34	13	3	3	29:9	+40	537	497
4	SG Flensburg-Handewitt	19/34	13	2	4	28:10	+67	552	485
5	THW Kiel	19/34	13	1	5	27:11	+79	560	481
6	MT Melsungen	19/34	12	2	5	26:12	+35	519	484
7	SC Magdeburg	19/34	12	1	6	25:13	+54	572	518
8	SC DHfK Leipzig	19/34	12	1	6	25:13	+33	529	496
9	TBV Lemgo	19/34	8	3	8	19:19	-15	502	517
10	HSG Wetzlar	19/34	7	2	10	16:22	+11	490	479
11	FRISCH AUF! Göppingen	19/34	5	6	8	16:22	-4	517	521
12	TSV GWD Minden	19/34	5	6	8	16:22	-28	499	527
13	HC Erlangen	19/34	4	4	11	12:26	-71	449	520
14	VfL Gummersbach	19/34	5	0	14	10:28	-58	475	533
15	TVB 1898 Stuttgart	19/34	4	1	14	9:29	-74	458	532
16	TuS N-Lübbecke	19/34	2	4	13	8:30	-78	430	508
17	Die Eulen Ludwigshafen	19/34	2	3	14	7:31	-74	440	514
18	TV 05/07 Hüttenberg	19/34	2	3	14	7:31	-77	469	546

Anhang 14: DKB Handball Bundesliga Tabelle Saison 2017-18.

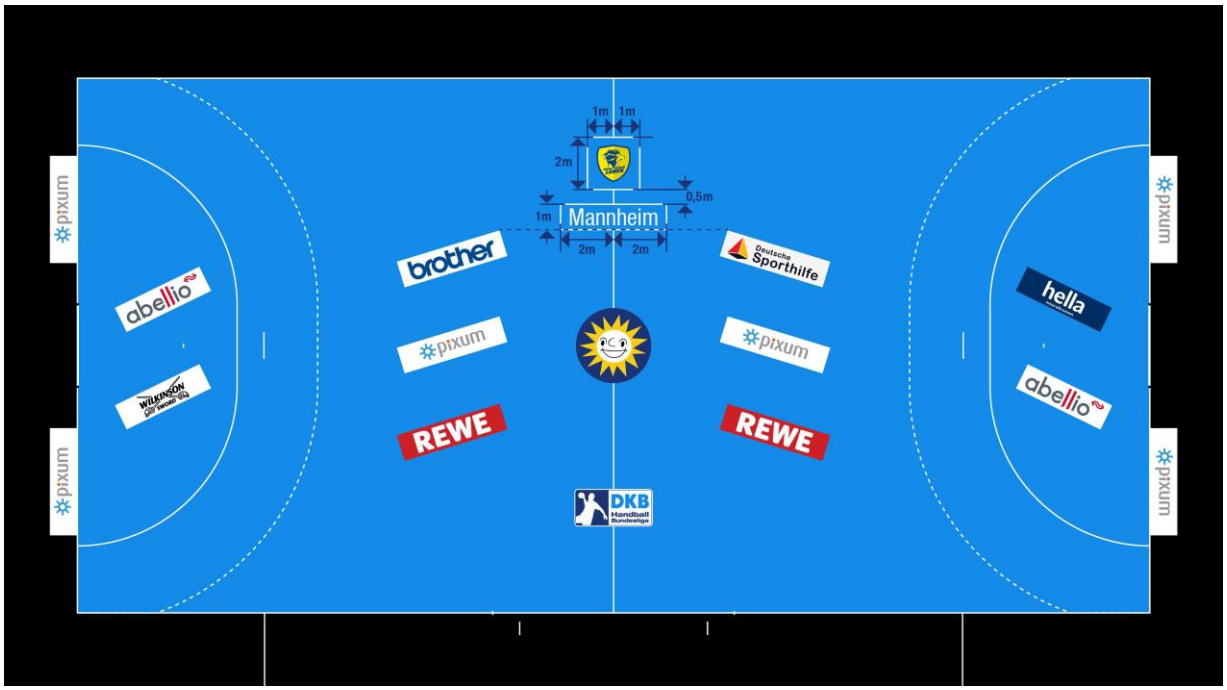
(Quelle: Handball-Bundesliga GmbH, Tabelle HBL, 2017.)



- **Sicherheitszone**

Anhang 15: Spielfeld Handball.

(Eigene Darstellung, Quelle: Deutscher Handballbund e.V., DHB Regelwerk, 2016, S. 5.)

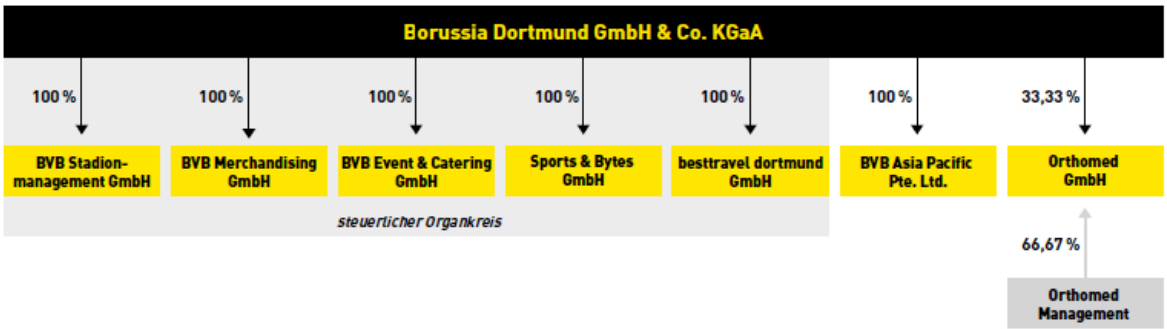


Anhang 16: Werbung Spielfeld Lizenznehmer.

(Quelle: Handball-Bundesliga GmbH, Medienlizenz Bundesligist, 2016, S. 7.)

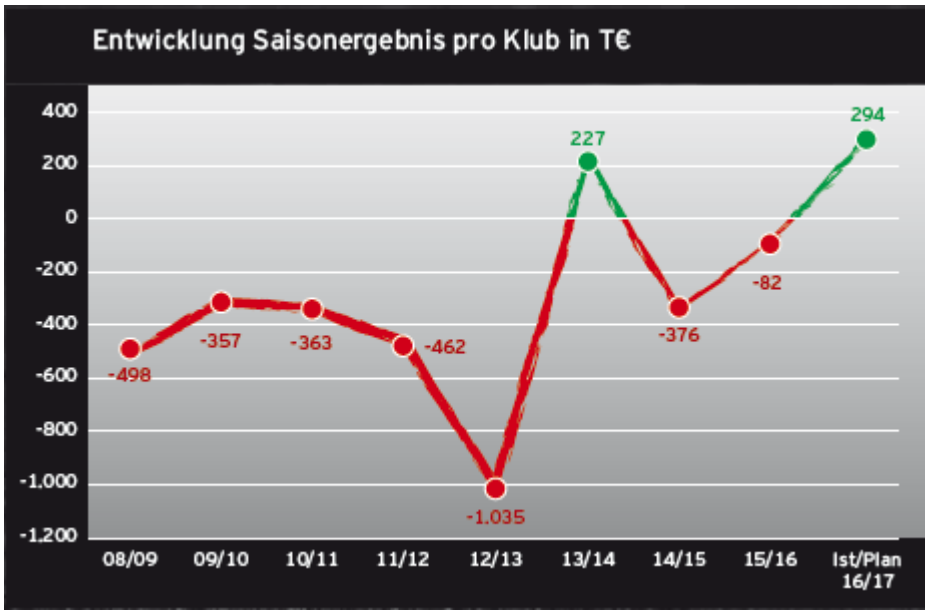
Anhang 17: Einheitliches Bandenbild DKB HBL.

(Quelle: Handball-Bundesliga GmbH, Medienlizenz Bundesligist, 2016, S. 8.)



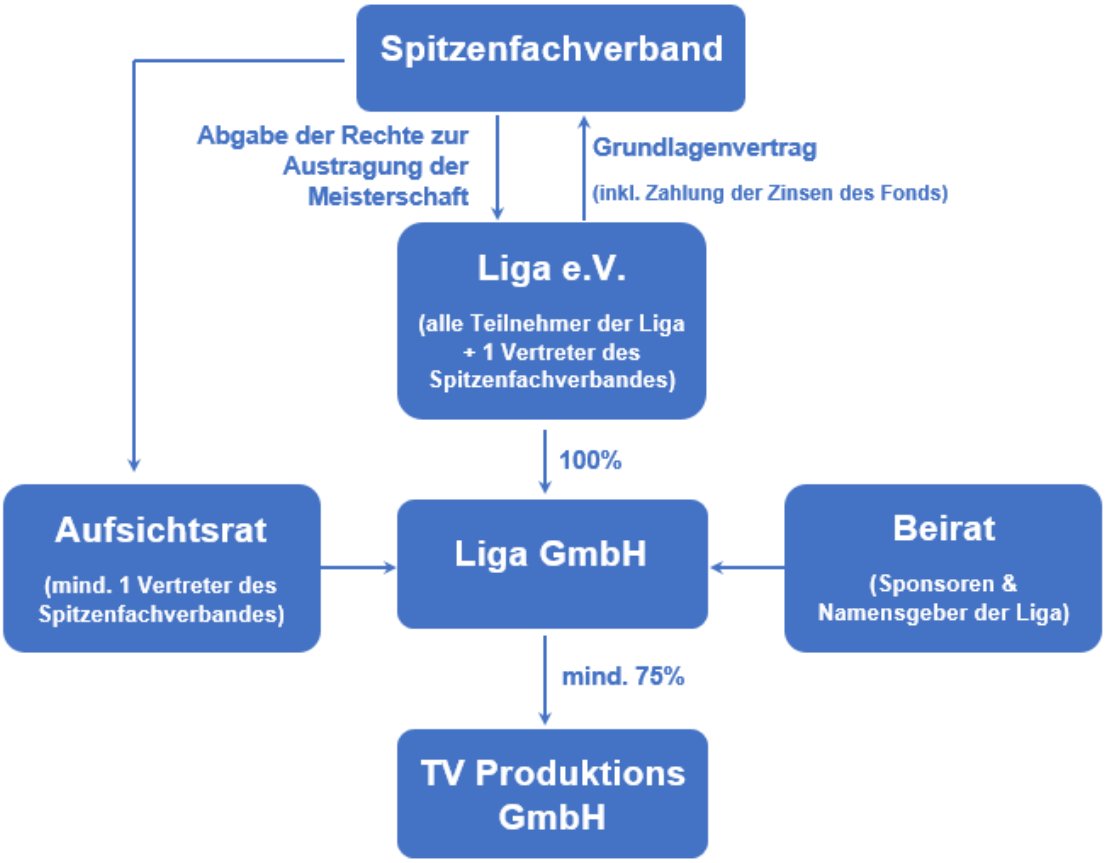
Anhang 18: Konzern im Sport.

(Quelle: Borussia Dortmund GmbH & Co. KGaA, Hg., Geschäftsbericht 2016/2017, S. 35.)



Anhang 19: durchschnittliche Saisonergebnisse der 3. Liga-Teilnehmer.

(Quelle: Deutscher Fußball-Bund e.V. (DFB), Saisonreport 3. Liga 2016/2017, S. 68.)



Anhang 20: neue Ligastruktur.

(Eigene Darstellung)

Literaturverzeichnis

BGB (2002), Bürgerliches Gesetzbuch v. 28.06.2014, i.d.F.v. 02.01.2002, BGBI. 2/2002.

Bleicher, Knut (Organisation 1, 1991); Organisation: Strategien – Strukturen – Kulturen. Wiesbaden: Gabler, [2]1991.

Eberhardt, Henning/Lehnebach, Nils, (Sponsors Ligenvergleich, 2017), „1,3 bis 20,5 Millionen Euro“, in: Sponsors 11 (2017), S. 32-36.

Fahrner, Marcel; Teamsportmanagement. München: De Gruyter Oldenbourg, 2014.

Haupt, Tobias/Kainz, Florian/Quirling, Christian (Sportmanagement, 2017); Sportmanagement: Ein anwendungsorientiertes Lehrbuch mit Praxisbeispielen und Fallstudien. München: Vahlen, 2017.

Hermann Ursula/Götze, Lutz; Die deutsche Rechtschreibung. Gütersloh: Bertelsmann, 2000.

Kosiol, Erich; Organisation der Unternehmung. Wiesbaden: Gabler, [2]1976.

Lehnebach, Nils, (Sponsors Social-Media, 2017), „Vorbild NFL“, in: Sponsors 11 (2017), S. 22-28.

Olfert, Klaus (Hg.), (Organisation 2, 2012); Organisation (Kompakt-Training Praktische Betriebswirtschaft). Herne: Kiehl, [6]2012.

Internetquellen

BBL GmbH Gesellschaft der Basketball-Bundesliga, Hg., Gesamttabelle easyCredit BBL 2017/2018, 2018, Köln: http://www.easycredit-bbl.de/de/saison/tabelle/gesamt/, Zugriff 2. Februar 2018.

BBL GmbH Gesellschaft der Basketball-Bundesliga, Hg., (Lizenzen BBL, 2017), easyCredit Basketball Bundesliga: Lizenzstatut Saison 2017/2018, 2017, Köln: http://www.easycredit-bbl.de/de/easycredit-bbl/schiedsrichter---regelwerk/ordnungen-und-standards/, Zugriff 14. Dezember 2017.

BBL GmbH Gesellschaft der Basketball-Bundesliga, Hg., (Marketing BBL, 2017), easyCredit Basketball Bundesliga: Marketing- und Medienrichtlinien Saison 2017/2018, 2017, Köln: http://www.easycredit-bbl.de/de/easycredit-bbl/schiedsrichter---regelwerk/ordnungen-und-standards/, Zugriff 20. Oktober 2017.

BBL GmbH Gesellschaft der Basketball-Bundesliga, Hg., (Meisterschaft BBL, 2017), easyCredit Basketball Bundesliga: Ausschreibung Wettbewerb 1. Basketball Bundesliga Saison 2017/2018, 2017, Köln: http://www.easycredit-bbl.de/de/easycredit-bbl/schiedsrichter---regelwerk/ordnungen-und-standards/, Zugriff 18. Dezember 2017.

BBL GmbH Gesellschaft der Basketball-Bundesliga, Hg., (Nachwuchsförderung BBL, 2017), easyCredit Basketball Bundesliga: Nachwuchsförderrichtlinie Saison 2017/2018, 2017, Köln: http://www.easycredit-bbl.de/de/easycredit-bbl/schiedsrichter---regelwerk/ordnungen-und-standards/, Zugriff 20. Oktober 2017.

BBL GmbH Gesellschaft der Basketball-Bundesliga, Hg., (Sicherungsfonds BBL, 2017), easyCredit Basketball Bundesliga: Sicherungsfonds Saison 2017/2018, 2017, Köln: http://www.easycredit-bbl.de/de/easycredit-bbl/schiedsrichter---regelwerk/ordnungen-und-standards/, Zugriff 28. Oktober 2017.

BBL GmbH Gesellschaft der Basketball-Bundesliga, Hg., (Spielordnung BBL, 2017), easyCredit Basketball Bundesliga: Spielordnung Saison 2017/2018, 2017, Köln: http://www.easycredit-bbl.de/de/easycredit-bbl/schiedsrichter---regelwerk/ordnungen-und-standards/, Zugriff 20. Oktober 2017.

BBL GmbH Gesellschaft der Basketball-Bundesliga, Hg., (Standards BBL, 2017), easyCredit Basketball Bundesliga: Standards Saison 2017/2018, 2017, Köln: http://www.easycredit-bbl.de/de/easycredit-bbl/schiedsrichter---regelwerk/ordnungen-und-standards/, Zugriff 20. Oktober 2017.

BBL GmbH Gesellschaft der Basketball-Bundesliga, Hg., (Struktur BBL, 2017), easyCredit Basketball Bundesliga: Struktur, 2017, Köln: http://www.easycredit-bbl.de/de/easycredit-bbl/ueber-uns/struktur/, Zugriff 15. Dezember 2017.

BBL GmbH Gesellschaft der Basketball-Bundesliga, Hg., (TV-Pflichtenheft BBL, 2017), easyCredit Basketball Bundesliga: TV-Pflichtenheft Saison 2017/2018, 2017, Köln: http://www.easycredit-bbl.de/de/easycredit-bbl/schiedsrichter---regelwerk/ordnungen-und-standards/, Zugriff 20. Oktober 2017.

BBL GmbH Gesellschaft der Basketball-Bundesliga/2. Basketball-Bundesliga GmbH, Hg., (Ausbildungshandbuch, 2013), Ausbildungshandbuch für die Entwicklung von Basketball-Talenten, 2013, Köln: http://www.zweite-basketball-bundesliga.de/wp-content/uploads/2016/03/Ausbildungshandbuch.pdf, Zugriff 30. Dezember 2017.

Borussia Dortmund GmbH & Co. KGaA, Hg., Geschäftsbericht 2016/2017, 2017, Dortmund: http://aktie.bvb.de/Publikationen/Geschaeftsberichte/Geschaeftsbericht-2016-2017-KGaA-Konzern, Zugriff 10. Februar 2018.

Bundesministerium der Justiz und für Verbraucherschutz, Hg., (Jahresabschluss BBL GmbH, 2017), BBL GmbH Gesellschaft der Basketball-Bundesliga Jahresabschluss zum Geschäftsjahr vom 01.07.2015 bis zum 30.06.2016, 2017, Köln: https://www.bundesanzeiger.de/ebanzwww/wexservlet, Zugriff 31. Januar 2018.

Bundesministerium des Inneren, Hg., (BMI Im Profil, 2016), Im Profil: Das Bundesministerium des Inneren stellt sich vor, 2016, Berlin: https://www.bmi.bund.de/SharedDocs/downloads/DE/publikationen/multimedia/im-profil-2016.pdf;jsessionid=9C98CCEC79F56101ECD93BC6BBCC687C.2_cid373?__blob=publicationFile&v=4, Zugriff 09. Dezember 2017.

Deutscher Basketball Bund e.V., Hg., (Satzung DBB, 2015), Satzung des Deutschen Basketball Bundes e.V., 2015, Köln: http://www.basketball-bund.de/wp-content/uploads/Satzung-gueltig-ab-Juni-2015.pdf, Zugriff 14. Dezember 2017.

Deutscher Fußball-Bund e.V. (DFB), Hg., (DFB Satzung, 2016), Satzung des Deutschen Fußball-Bundes e.V., 2016, Frankfurt (Main): https://www.dfb.de/fileadmin/_dfbdam/128750-02_Satzung.pdf, Zugriff 11. Dezember 2017.

Deutscher Fußball-Bund e.V. (DFB), Hg., (DFB Spielordnung, 2015), Spielordnung, 2015, Frankfurt (Main): https://www.dfb.de/fileadmin/_dfbdam/144580-07_Spielordnung.pdf, Zugriff 20. Oktober 2017.

Deutscher Fußball-Bund e.V. (DFB), Hg., Saisonreport 3. Liga 2016/2017, 2017, Frankfurt (Main): https://www.dfb.de/fileadmin/_dfbdam/150102-Saisonreport_3Liga_2016-17_web.pdf, Zugriff 27. Oktober 2017.

Deutscher Fußball-Bund e.V. (DFB), Hg., Statut 3. Liga, 2012, Frankfurt (Main): https://www.dfb.de/fileadmin/_dfbdam/155981-05_Statut_3_Liga.pdf, Zugriff 20. Oktober 2017.

Deutscher Fußball-Bund e.V. (DFB), Hg., (3. Liga Spieltage, 2017), 3. Liga Spieltag/Tabelle 2017/2018, 2017, Frankfurt (Main): https://www.dfb.de/3-liga/spieltagtabelle/?no_cache=1&spieledb_path=%2Fcompetitions%2F4%2Fseasons%2Fcurrent%2Fmatchday%2F13, Zugriff 16. Januar 2018.

Deutscher Handballbund e.V., Hg., (DHB Regelwerk, 2016), Internationale Hallenhandball-Regeln und DHB-Zusatzbestimmungen, 2016, Dortmund: https://dhb.de/fileadmin/downloads/satzungen_ordnungen/Internationale_Handballregeln_mit_den_DHB-Zusatzbestimmungen_und_Aenderungshinweisen_Stand_1._Juli_2016.pdf, Zugriff 07. Januar 2018.

Deutscher Handballbund e.V., Hg., (DHB Satzung, 2017), Satzung des Deutschen Handballbundes e.V., 2017, Dortmund: https://dhb.de/fileadmin/downloads/satzungen_ordnungen/DHB-Satzung_28102017.pdf, Zugriff 08. Januar 2018.

Deutscher Handballbund e.V., Hg., (DHB Spielordnung, 2017), DHB Spielordnung (SpO) in der ab 1. Juli 2017 gültigen Fassung, 2017, Dortmund: https://dhb.de/fileadmin/downloads/satzungen_ordnungen/DHB-Spielordnung_28102017_mit-Aenderungshinweisen.pdf, Zugriff 20. Oktober 2017.

Deutscher Olympischer Sportbund e.V., Hg., (DOSB Satzung, 2015), Satzung des DOSB, 2015, Hannover: https://www.dosb.de/fileadmin/sharepoint/DOSB-Dokumente%20%7B96E58B18-5B8A-4AA1-98BB-199E8E1DC07C%7D/Satzung.pdf, Zugriff 09. Dezember 2017.

Ferrero Deutschland GmbH, (kinder+Sport Academy, 2017), kinder+Sport Basketball Academy, 2017, Frankfurt am Main: https://www.kinderplussport.de/basketball-academy/academy/die-academy-stellt-sich-vor/, Zugriff 31. Dezember 2017.

FIBA – International Basketball Federation, Hg., (FIBA Regelwerk, 2017), 2017 official Basketball Rules: Basketball Rules & Basketball Equipment, 2017, Mies: http://www.fiba.basketball/OBR2017/Final.pdf, Zugriff 08. Januar 2018.

Fédération Internationale de Football Association (FIFA), Hg., (FIFA Statuten, 2015), FIFA-Statuten: Ausführungsbestimmungen zu den Statuten Geschäftsordnung des Kongresses, 2015, Zürich: http://resources.fifa.com/mm/document/affederation/generic/02/58/14/48/2015fifastatutesde_german.pdf, Zugriff 16. Januar 2018.

Gerth, Roman, (Partner 3. Liga, 2017), Grindel kündigt weiteren Drittliiga-Partner an, Hamburg, SPONSORs Verlags GmbH, 2017: https://www.sponsors.de/grindel-kuendigt-weiteren-drittliga-partner, Zugriff 23. Januar 2018.

Handball-Bundesliga GmbH, Hg., (Begegnungen HBL, 2017), DKB Handball-Bundesliga: Spielplan nach Spieltagen Saison 2017-18, 2017, Dortmund: http://www.dkb-handball-bundesliga.de/de/dkb-hbl/spielplan/saisonen/spielplan/saison-17-18/spielplan-nach-spieltagen/, Zugriff 08. Januar 2018.

Handball-Bundesliga GmbH, Hg., (Jugendzertifikat HBL, 2017), Ordnung zur Erteilung des Jugendzertifikats der Handball-Bundesliga, 2017, Dortmund: http://www.dkb-handball-bundesliga.de/de/hbl-gmbh/organisation/organisationsstruktur/, Zugriff 04. Januar 2018.

Handball-Bundesliga GmbH, Hg., (Lizenzordnung HBL, 2017), Ordnungen zur Lizenzierung nebst Richtlinien (LZO), 2017, Dortmund: http://www.dkb-handball-bundesliga.de/de/hbl-gmbh/service/formulare-und-ordnungen/, Zugriff 08. Januar 2018.

Handball-Bundesliga GmbH, Hg., (Medienlizenz Bundesligist, 2016), KRO Richtlinien für die Verwertung von kommerziellen Rechten der Lizenznehmer, 2016, Dortmund: http://www.dkb-handball-bundesliga.de/de/hbl-gmbh/service/formulare-und-ordnungen/, Zugriff 20. Oktober 2017.

Handball-Bundesliga GmbH, Hg., (Medienrechte HBL GmbH, 2017), Richtlinien zur Verwertung von kommerziellen Rechten des Ligaverbandes (KRO), 2017, Dortmund: http://www.dkb-handball-bundesliga.de/de/hbl-gmbh/service/formulare-und-ordnungen/, Zugriff 20. Oktober 2017.

Handball-Bundesliga GmbH, Hg., (Medienrichtlinie Handball, 2017), KRO Medienrichtlinien für die Spiele der Lizenzligen, 2017, Dortmund: http://www.dkb-handball-bundesliga.de/de/hbl-gmbh/service/formulare-und-ordnungen/, Zugriff 20. Oktober 2017.

Handball-Bundesliga GmbH, Hg., (Organisationsstruktur HBL, 2017), Organisationsstruktur der Handball-Bundesliga GmbH, 2017, Dortmund: http://www.dkb-handball-bundesliga.de/de/hbl-gmbh/organisation/organisationsstruktur/, Zugriff 04. Januar 2018.

Handball-Bundesliga GmbH, Hg., (Satzung HBL e.V., 2015), Satzung des Handball-Bundesliga e.V. (Ligaverband), 2015, Dortmund: http://www.dkb-handball-bundesliga.de/de/hbl-gmbh/service/formulare-und-ordnungen/, Zugriff 20. Oktober 2017.

Handball-Bundesliga GmbH, Hg., (Spielplan HBL, 2017), DKB Handball-Bundesliga Terminplan 2017-18, 2017, Dortmund: http://www.dkb-handball-bundesliga.de/de/hbl-gmbh/service/formulare-und-ordnungen/, Zugriff 20. Oktober 2017.

Handball-Bundesliga GmbH, Hg., (Tabelle HBL, 2017), Gesamt-Tabelle der DKB Handball-Bundesliga, 2017, Dortmund: http://www.dkb-handball-bundesliga.de/de/dkb-hbl/tabelle/saisonen/tabelle/saison-17-18/gesamt-tabelle/, Zugriff 08. Januar 2018.

The International Football Association Board (IFAB), Hg., Spielregeln 2017/18, 2017, Zürich: http://static-3eb8.kxcdn.com/documents/276/093109_180517_LotG_17_18_DE_Spreads_150dpi.pdf, Zugriff 16. Januar 2018.

LandesSportBund Niedersachsen e.V., Hg., (LSB Niedersachsen, 2016), Satzungen Richtlinien Ordnungen von LandesSportBund Niedersachsen und Sportjugend Niedersachsen, 2016, Hannover: Sedai Druck GmbH. https://www.lsb-niedersachsen.de/fileadmin/daten/dokumente/LSB-Satzung_RiLi_Ordnung/2017/Satzung_Rili_Ordnungen_2017_gesamt_012016.pdf, Zugriff 12. Dezember 2017.

Landessportverband Baden-Württemberg e.V., Hg., (Satzung LSVbw, 2016), Satzung des Landessportverbandes Baden-Württemberg e.V., 2016, Stuttgart: http://www.lsvbw.de/wp-content/uploads/2016/12/LSV-Satzung_Stand-23.07.2016.pdf, Zugriff 12. Dezember 2017.

Twitter International Company, Hg., Twitterseite der DKB HBL, 2017, Dublin: https://twitter.com/dkbhbl?lang=de, Zugriff 04. Februar 2018.

Twitter International Company, Hg., Twitterseite der easyCredit BBL, 2017, Dublin: https://twitter.com/easycreditbbl?lang=de, Zugriff 04. Februar 2018.

VfR Aalen 1921 e.V., Hg., Impressum der Homepage des VfR Aalen 1921 e.V., 2017, Aalen: http://www.vfr-aalen.de/impressum/, Zugriff 25. Januar 2018.

Ehrenwörtliche Erklärung

Hiermit erkläre ich ehrenwörtlich, dass ich die vorliegende Arbeit selbständig und ohne Benutzung anderer als der angegebenen Hilfsmittel angefertigt habe. Die aus fremden Quellen direkt oder indirekt übernommenen Gedanken sind als solche kenntlich gemacht. Die Arbeit wurde bisher in gleicher oder ähnlicher Form keiner anderen Prüfungsbehörde vorgelegt und noch nicht veröffentlicht.

Salzgitter, 26.02.2018

Unterschrift