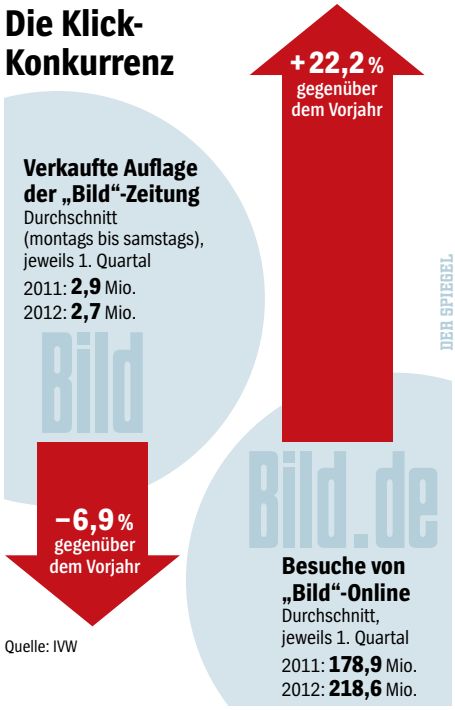
FRANK HOERMANN / SVEN SIMON

Springer-Vorstandschef Döpfner: *„Auf Bezahlinhalte umschwenken“*



VERLAGE

Fußball hinter Gittern

Die Axel Springer AG kauft für rund 20 Millionen Euro Liga-Rechte. Damit will der Verlag seine Gratis-Online-Angebote aufwerten – gegen Bares.

Freud und Leid lagen im Axel-Springer-Verlag dicht beieinander. In kurzer Folge sorgten Anfang vergangener Woche am Berliner Konzernsitz sowohl düstere Gegenwart als auch vermeintlich glamouröse Zukunft für Schlagzeilen in eigener Sache.

Zuerst musste der Verlagsklassiker „Bild am Sonntag“ einen Quartalsverlust im Vergleich zum Vorjahr von zehn Prozent verkraften. Die Auflage der Sonntagszeitung rutschte damit auf nur noch 1,3 Millionen Exemplare. Auch andere Blätter des Hauses verloren teils deutlich. Kurz darauf lud dann Donata Hopfen, Mitgeschäftsführerin der „Bild“-Digital-Sparte, zur Feier in den 16. Stock. Grund: Sie hatte rund 20 Millionen Euro ausgegeben.

So viel ist Springer der Erwerb von Teilrechten für die Fußball-Bundesliga wert. Zwar hat Hopfen eigentlich nur ein kleines Rechte-Paket erworben. Es geht nicht um die teuren Live-Rechte, für die Sky den Zuschlag bekam (siehe Seite 113). Es geht ebenso wenig um die Bilder im freien Fernsehen, die auch ab 2013 von ARD-„Sportschau“ und ZDF-„Sportstudio“ präsentiert werden sollen. Vielmehr besitzt Springer künftig nur die Online-Nachverwertung.

Aber bei dem Deal steht mehr auf dem Spiel: Ein Großverlag kauft sich Übertragungsrechte, auch um damit sein bisheriges Gratis-Online-Angebot attraktiver zu machen – wohl so attraktiv, dass Springer künftig von seinen bild.de-Usern dafür Geld haben möchte. Es wäre ein fulminanter Start in eine Welt bezahlter Online-Inhalte. Vor diesem Schritt schrecken andere große Verlage der Republik bislang zurück.

Immerhin: Die Ware Fußball ist ein wertvolleres Gut als abgehangene Geschichten wie „Rösler hat keine Zeit für Pam Anderson“ oder „Wahnsinn! Schwangerer Mann erwartet zweites Kind“, die auf dem Portal zu finden sind.

Ab 2013 darf bild.de vier Jahre lang an jedem Spieltag bis zu sechs Minuten Bewegtbild pro Partie zeigen. Die Regeln sind streng, frühestens eine Stunde nach Spielende dürfen die Filme online gehen, bis Mitternacht darf ein Abruf nur gegen Geld erfolgen. Einiges spricht dafür, dass die Bundesliga-Clips auch nach Mitternacht kostenpflichtig bleiben werden.

Zwar gilt bild.de als bereits profitabel, doch ein Großteil der Einnahmen kommen bisher aus der Reklame. Komplette Rubriken kann ein Anzeigenkunde kaufen, das Management ist da äußerst geschmeidig. Um die Einnahmen aber auf das noch immer margenkräftige Printniveau zu heben, müssen weitere Ideen her.

Springer-Vorstandschef Mathias Döpfner lenkt seinen Verlag in diese Richtung. Bei einem Empfang Ende vergangenen Jahres sagte er: „Wir werden 2012 noch entschiedener auf Bezahlinhalte im stationären Web umschwenken.“

Als Nächstes soll der Internetauftritt der Tageszeitung „Die Welt“ kostenpflichtig werden. In der Verlagsspitze heißt es, man erwäge ein Bezahlmodell, bei dem die Leser eine bestimmte Anzahl von Klicks im Monat frei haben. Dies soll verhindern, dass Gelegenheits-User ausgesperrt werden. Erst für Vielnutzer beginnt – ähnlich wie schon heute bei der „New York Times“ – die Bezahlung.

Die „Welt“ gilt als Spielwiese für die intern bedeutendere „Rote Gruppe“ rund um die Kernmarke „Bild“. Noch gebe es keine konkreten Umsetzungspläne für neue Bezahlinhalte bei bild.de, heißt es. Mit den kostenpflichtigen Fußballspielen wird es spätestens nächstes Jahr losgehen.

Eher unwahrscheinlich ist allerdings zurzeit, dass das reichweitenstarke Portal komplett in einem Bezahlkäfig verschwindet. Die Angst der Verantwortlichen: Dann würden die Nutzerzahlen einbrechen und die Werbeerlöse automatisch mit. Stattdessen wird eine Art Abo-Premium-Paket erwogen, möglicherweise auch über die Fußball-Bundesliga hinaus. Schon in der Vergangenheit verlangte Springer auf bild.de bisweilen Geld für Fußball – etwa für Spiele der niederländischen oder türkischen Liga.

Es sind nicht die einzigen Springer-Sprünge über Online-Bezahlschranken, die man in Berlin aber auch nicht mehr „Pay Wall“ nennen will, sondern sympathischer „digitale Abonnements“. Die Lokalportale seiner Regionalblätter wie „Hamburger Abendblatt“ oder „Berliner Morgenpost“ lässt sich der Konzern schon heute in Teilen bezahlen. Einige tausend Leser würden im Schnitt täglich beim „Abendblatt“ und der „Morgenpost“ einen Artikelzugang kaufen.

Auch dort gilt das Mantra exklusiver Inhalte: Nur Regionalnachrichten sind kostenpflichtig. „Abendblatt“-Chef Lars Haider will seine Website konsequent auf Lokales trimmen, dafür soll es bald gar die Möglichkeit geben, Nachrichten nach dem Standort des Nutzers zu sortieren. Aufs Lokale hoffen Springer-Manager ganz fest: Schon heute sind auf einer kostenpflichtigen iPad-App alle Lokalausgaben des Boulevardblatts „Bild“ verfügbar.

Ob Springers Rechte-Shopping tatsächlich Fußball-Fans in Scharen zu „Bild“-Kunden werden lässt, ist indes keineswegs sicher. Als die Deutsche Telekom schon vor knapp zehn Jahren ein ähnliches Rechte-Paket lizenziert hatte, wollten nur 10 000 Abonnenten für das zuletzt 3,95 Euro im Monat teure Angebot zahlen.

Und auch Fußballvereine selbst können auf ihrer Homepage eigene Spiele zeigen – unmittelbar nach Schlusspfiff und in voller Länge.

MARTIN U. MÜLLER