

A close-up, macro shot of a gold coin. The coin features the Bundesliga logo at the top, which consists of a stylized soccer ball. Below the logo, the words "BUNDES" and "LIGGA" are embossed in large, bold, sans-serif capital letters. The coin's surface has a fine, radial texture. In the background, other parts of the coin are visible but out of focus, showing the words "FEDERATION" and "SCHUTZ" around the perimeter.

**BUNDES  
LIGGA**

Geschäftsbericht

2014/15



0-0

Tabellenführer

NASTION KEWEL  
SACHS  
LUE SIRENTO

BUNDES

tipico

tipico BUNDES LIGA

tipico

# Inhalt

## Impressum

Herausgeber  
Österreichische Fußball-Bundesliga  
Rolenberggasse 1, 1130 Wien  
Tel.: +43-1-877 57 57-35  
Fax: +43-1-879 57 57  
office@bundesliga.at  
www.bundesliga.at

Redaktion  
Michael Eisner  
Philipp Eckhardt

Grafik, Layout, Produktion  
grossschopf.com  
Raum für grafische Gestaltung

Fotos  
GEPA pictures GmbH

Druck  
Paul Gerin GmbH & CO KG  
Printed in Austria

### Vorwort

<b>Kapitel 1</b>	<b>Sport</b>	<b>4</b>
	Saisonrückblick	5
	Auszeichnungen	8
	Zuschauerzahlen	10
	Österreicher-Topf	12
	Ausbildungsliga	14
	Pokalbewerbe	16
<b>Kapitel 2</b>	<b>Organisation</b>	<b>18</b>
	Aufsichtsrat	19
	Senate	20
	Protestkomitee	23
	Ethikkomitee	24
	Das Ständige Neutrale Schiedsgericht	25
	Organigramm der Geschäftsstelle	27
<b>Kapitel 3</b>	<b>Finanzberichte</b>	<b>28</b>
	Finanzbericht der Österreichischen Fußball-Bundesliga	28
	Finanzbericht der BLM Marketing und Event GmbH	31
	Bericht des Abschlussprüfers	34
<b>Kapitel 4</b>	<b>Aktivitäten und Kooperationen der Bundesliga</b>	<b>36</b>
	Förderungen	36
	Infrastruktur	38
	Fans und Sicherheit	39
	Bewerbssponsoring	40
	Medien- und Imagewerte	42
	Medien der Bundesliga	46
	Meisterteller	48
	Play Fair Code und FARE Aktionswoche	50
	Bundesliga ON EAR	51
	Bundesliga Sportmanagement-Akademie	52



# Vorwort

Die Visionen der Österreichischen Fußball-Bundesliga sind klar definiert. Die drei wichtigsten Aspekte im „Universum Fußball“ sind ein fixer Startplatz in der Champions League, ein Zuschauerschnitt von 10.000 und die Vorbildrolle im österreichischen Sport. Mit anderen Worten: Sport, Infrastruktur und Wirtschaft bilden im ganzen Land die Säulen für erfolgreichen Fußball.

Sportlich setzten unsere Klubs in der Saison 2014/15 viele Höhepunkte und einige Einträge in die Geschichtsbücher. International sorgte der FC Red Bull Salzburg erneut in der Gruppenphase der Europa League für Furore. Fünf Siege und ein Unentschieden zogen auch Blicke aus dem Ausland auf das Alpenland. In den nationalen Bewerben pointierten die Salzburger mit der erfolgreichen Verteidigung des Doubles ihre zehnte Saison in der Red-Bull-Ära. Dieses Kunststück ist zuvor noch keinem Klub in der 41-jährigen Geschichte der Bundesliga gelungen.

Altach setzte – mittlerweile fast schon traditionell – die starke Rolle als Aufsteiger fort. Was zuvor in Grödig und Wolfsberg gelang, konnten die Altacher mit dem dritten Platz und 59 Punkten sogar noch toppen. Im Ländle darf man sich nun als

der beste Aufsteiger der Bundesliga bezeichnen lassen. Ein Titel, der zwar mit keiner Trophäe, dafür aber mit den ersten internationalen Spielen in der Vereinsgeschichte honoriert wurde.

Die Mattersburger haben im vergangenen Spieljahr bewiesen, dass im Fußball alles möglich ist. In der Saison 2013/14 kämpfte man bis zum letzten Spieltag um den Klassenerhalt, ein Jahr später hielt man den Meisterteller in der Hand. Und dabei durften wir am letzten Spieltag ein echtes Saisonfinale erleben. Im direkten Duell um den Meisterteller ging der SV Mattersburg gegen den FC Liefering als würdiger Meister und Aufsteiger hervor.

Erfolge und Höhepunkte wie diese wollen wir in Zukunft vermehrt auch über die Landesgrenzen hinaus in den UEFA-Bewerben feiern. Das Fundament dafür ist die passende Infrastruktur. Unsere Stadien sind ein wesentlicher Bestandteil im „Universum Fußball“ und ebnen den Weg für sportliche und wirtschaftliche Ziele.

Erfreulicherweise sind bereits erste Zwischenergebnisse der Infrastrukturoffensive sichtbar. Allein in der Saison 2014/15 wurde einiges bewegt. In Wien wurden gleich zwei neue Stadionprojekte präsentiert: Der SK Rapid baut seinen Fans einen Fußball-Tempel, der 28.000 Zuschauern Platz bieten wird. Beim FK Austria Wien greift man mit dem S.T.A.R.-Projekt nach den Sternen und will in Zukunft ganz hoch hinaus.

Mit diesen Projekten bildet Wien aktuell das Epizentrum der Bauoffensive. Investiert wird jedoch überall zwischen dem Rheintal und dem Neu-

siedlersee. Weit über 100 Millionen Euro fließen dabei in die Stadien beider Ligen. Man muss sich dabei immer vor Augen halten, dass zumindest 50 Prozent dieser finanziellen Mittel durch die Klubs aufgebracht werden. Dabei sind die wenigsten Klubs Eigentümer ihrer Heimstätte und vielmehr von Stadionbetreibern sowie der öffentlichen Hand abhängig. Mit „Universum Fußball“ wollen wir auch Bewusstsein für die Wichtigkeit der Infrastruktur als Basis für einen erfolgreichen Fußball in Österreich schaffen.

Um wirtschaftlich erfolgreich zu sein und der Vorbildrolle im österreichischen Sport gerecht zu werden, wurden 2014/15 erste wichtige Maßnahmen gesetzt und auch Erfolge erzielt. Erstmals seit dem Jahr 2009 ging man wieder mit zwei Bewerbungssponsoren in die Saison. Mit tipico und Sky hat man Partner an der Seite, die wie wir jeden Tag Fußball leben. Gemeinsam will und kann man den Fußball in Österreich gestalten. Die Weiterentwicklung der Marke Bundesliga wurde dabei als wesentliches Ziel formuliert.

Die ersten Umfrageergebnisse für 2014/15 zeigen, dass ein positiver Imagewandel bereits stattfindet. Fragt man österreichische Fußballfans nach den beiden Profiligen, so sind die drei häufigsten Antworten: sympathisch, emotional und zukunftsorientiert. Im Vergleich zu den Vorjahren bezeichnen mehr als doppelt so viele Fans den heimischen Kick als qualitativ hochwertig.

Es sind Werte, die zeigen, dass die ersten inhaltlichen Aspekte von „Universum Fußball“ bereits überzeugen. Es sind aber auch Aussagen, die uns immer wieder in Erinnerung rufen sollen:



Wir haben Verantwortung! Die Verantwortung, den hohen Erwartungen unserer Fans gerecht zu werden. Die Verantwortung, den Volkssport Nummer 1 laufend weiterzuentwickeln. Man darf sich nicht mit Zwischenerfolgen zufrieden geben. Gemeinsam werden wir diesen Pflichten nachkommen und an den Zielen unserer Visionen arbeiten.

Hans Rinner

Präsident der Österreichischen Fußball-Bundesliga

A handwritten signature in blue ink, which appears to read 'H. Rinner'. The signature is fluid and cursive, written over a white background.



# UNIVERSUM FUSSBALL

## Die Zukunftsoffensive der Österreichischen Fußball-Bundesliga



### Die Visionen von „Universum Fußball“ im Überblick

#### SPORTLICHE VISION

- jährlicher Fixstartplatz in der UEFA-Champions League-Gruppenphase
- 25 in Österreich fertig ausgebildete Spieler in den Top-Ligen Europas
- sportlich hochwertige, homogene Bundesliga-Meisterschaft

#### WIRTSCHAFTLICHE VISION

- Meisterschaftsentscheidungen ausschließlich auf Basis sportlicher Ergebnisse
- gesteigerte Erträge mit gleichmäßiger Ertragsverteilung
- Imageaufbau der Marke „Bundesliga“

#### INFRASTRUKTURELLE VISION

- Zuschauerschnitt >10.000
- 10 Stadien in Österreich, die wirtschaftliche und sportliche Ziele optimal unterstützen (mit gesteigerter Stadionauslastung)
- Professionalisierung der Organisationen für hochqualitative Freizeitdienstleistungen

#### SOZIAL-GESELLSCHAFTLICHE VERANTWORTUNG

- Vorbildwirkung bewusst leben und damit das gesellschaftliche Umfeld stabilisieren
- österreichische Fußballer als Vorbilder von Kindern und Jugendlichen
- Spitzen-Fußball wird in Österreich positiv assoziiert





9x

Der FC Red Bull Salzburg konnte sich in dieser Saison den 9. Meistertitel der Vereinsgeschichte sichern. Der beeindruckende Erfolgslauf seit der Saison 2005/06 wurde fortgesetzt. Seither hält man bei 6 Meistertiteln in 10 Jahren und schloss die anderen Saisonen zumindest als Vize-Meister ab.



# Saisonrückblick

## tipico Bundesliga

Die Saison 2014/15 – neue Bestmarken, beeindruckende Erfolgsläufe und ein Aufsteiger, der ganz oben mitmischte.

**FC Red Bull Salzburg und RZ Pellets WAC als Blitzstarter**  
6 Siege spielte der FC Red Bull Salzburg zu Beginn ein. Ein Start, bei dem man im Gleichschritt mit dem RZ Pellets WAC legte, denn zum ersten Mal starteten zwei Mannschaften mit 6 Siegen in eine Saison der tipico Bundesliga. Durch einen Sieg beim RZ Pellets WAC konnte sich der FC Red Bull Salzburg in der 35. Runde der Bundesliga vorzeitig den Meistertitel sichern.

**SK Rapid als „Serien-Sieger“, Altach als stärkster Aufsteiger**  
Wac als Zweikampf im Titelrennen begann, endete auch als solcher. Nur schlüpfte der SK Rapid in einer erfolgreichen Rückrunde bis zum Schluss in die Rolle des Verfolgers. 12 Spiele in Serie blieb man ungeschlagen, 19 Spiele in Folge gab es einen Rapid-Treffer. Alleine Philipp Schobesberger traf von der 27. bis zur 33. Runde 7-mal in Folge und stellte damit den Rekord von Rapid-Legende Hans Krankl aus dem Frühjahr 1978 ein. Und auch der erfolgreichste Torjäger des SK Rapid kann seinen eigenen Liga-Bestwert vorweisen. Robert Beric traf als einziger Spieler in dieser Saison gegen jede Mannschaft. Einen Platz dahinter reihte sich der CASHPOINT SCR Altach ein. Und die Altacher durften sich als bester Aufsteiger seit der Bundesliga-Gründung feiern lassen. Mit 17 Siegen und 59 Punkten wurden heuer zwei neue Bestmarken eines Aufsteigers gesetzt.

„Gratulation an den Meister FC Red Bull Salzburg! Adi Hütter und sein Team haben die Meisterschaft souverän für sich entschieden. Absolut verdient ist auch die Auszeichnung für Jonatan Soriano zum besten Spieler der Saison“, so **Bundesliga-Vorstand Christian Ebenbauer**.



### Abschlusstabelle

tipico Bundesliga Saison 2014/15

Rang	Klub	Spiele	Siege	Remis	Niederlagen	Tore	Gegentore	Tor-differenz	Punkte
1	FC Red Bull Salzburg	36	22	7	7	99	42	57	73
2	SK Rapid Wien	36	19	10	7	68	38	30	67
3	CASHPOINT SCR Altach	36	17	8	11	50	49	1	59
4	SK Puntigamer Sturm Graz	36	16	10	10	57	41	16	58
5	RZ Pellets WAC	36	16	4	16	44	50	-6	52
6	SV Josko Ried	36	12	8	16	49	51	-2	44
7	FK Austria Wien	36	10	13	13	45	51	-6	43
8	SV Scholz Grödig	36	10	7	19	46	65	-19	37
9	FC Admira Wacker Mödling	36	7	13	16	32	61	-29	34
10	SC Wiener Neustadt	36	7	8	21	37	79	-42	29

### Die Top 10 Torschützenliste

tipico Bundesliga Saison 2014/15

Rang	Spieler	Klub	Tore	Vorlagen	Scorerpunkte
1	Jonatan Soriano Casas	FC Red Bull Salzburg	31	13	44
2	Robert Beric	SK Rapid Wien	27	2	29
3	Marcel Sabitzer	FC Red Bull Salzburg	19	13	32
4	Marco Djuricin	FC Red Bull Salzburg	13	3	16
5	Johannes Aigner	CASHPOINT SCR Altach	12	6	18
6	Denis Thomalla	SV Josko Ried	10	7	17
7	Simon Piesinger	SK Puntigamer Sturm Graz	9	3	12
8	Philipp Schobesberger	SK Rapid Wien	8	3	11
9	Louis Clement Ngwat Mahop	CASHPOINT SCR Altach	8	2	10
10	Alexander Gorgon	FK Austria Wien	8	1	9





2X  
Nach 2 Jahren in der Sky Go Ersten Liga hat der SV Mattersburg nach dem Triumph im Jahr 2003 zum zweiten Mal den Sprung in Österreichs höchste Spielklasse geschafft.

Z  
DACH

Z  
DACH

Z  
DACH

Z  
DACH

Z  
DACH



# Saisonrückblick

## Sky Go Erste Liga

2014/15 – eine Saison, die zeigt, dass im Fußball alles möglich ist.

### Vom Abstiegskampf zum Comeback in der tipico Bundesliga

In der vergangenen Saison kämpfte man bis zum letzten Spieltag um den Klassenerhalt, ein Jahr später hält man den Meisterteller in der Hand und feiert das Comeback in der tipico Bundesliga. Kaum überraschend, hat man doch mit Karim Onisiwo und Markus Kuster die besten Spieler der Saison in den eigenen Reihen. Onisiwo wurde zum besten Spieler, Kuster zum besten Tormann der Saison gewählt. Als wäre das nicht genug Stoff für eine Meisterfeier, streifte sich der Torschützenkönig Markus Pink auch Grün-Weiß über. Mit 21 Treffern führte er die Torschützenliste an, dicht gefolgt von seinem Sturmpartner Onisiwo mit 18 Volltreffern. Beachtlich war Pinks Trefferquote im Frühjahr, wo er 16-mal und in etwa alle 67 Minuten zum Jubel ansetzen konnte.

### Spannend bis zum Schluss

In der Sky Go Ersten Liga wurden genau 25 % der Treffer in der Schlussviertelstunde erzielt. Der SC Austria Lustenau war in diesem Zeitraum mit 20 Treffern die offensivstärkste Mannschaft. Auch der Titelkampf zwischen dem SV Mattersburg und dem FC Liefering wurde erst in der 36. und somit letzten Runde der Meisterschaft entschieden.

„Alle Klubs müssen sich ab der ersten Runde darauf einstellen, dass mit Mattersburg eine Mannschaft aufgestiegen ist, die man am Platz ernst nehmen muss und keinesfalls unterschätzt werden darf. Wichtig ist, dass man auch die Euphorie mit in die nächste Saison nimmt“, sagt **Liga-Experte Herbert Prohaska** im Interview.



### Abschlusstabelle

#### Sky Go Erste Liga Saison 2014/15

Rang	Klub	Spiele	Siege	Remis	Niederlagen	Tore	Gegentore	Tor-differenz	Punkte
1	SV Mattersburg	36	21	8	7	69	36	33	71
2	FC Liefering	36	20	5	11	70	55	15	65
3	LASK Linz	36	15	11	10	45	36	9	56
4	KSV 1919	36	12	13	11	52	45	7	49
5	SKN St. Pölten	36	13	10	13	39	41	-2	49
6	FC Wacker Innsbruck	36	11	10	15	32	43	-11	43
7	SC Austria Lustenau	36	11	9	16	49	56	-7	42
8	Floridsdorfer AC	36	9	14	13	40	49	-9	41
9	SV Horn	36	10	8	18	34	50	-16	38
10	TSV Egger Glas Hartberg	36	10	8	18	46	65	-19	38

### Die Top 10 Torschützenliste

#### Sky Go Erste Liga Saison 2014/15

Rang	Spieler	Klub	Tore	Vorlagen	Scorerpunkte
1	Markus Pink	SV Mattersburg	21	5	26
2	Karim Onisiwo	SV Mattersburg	18	7	25
3	Smail Prevljak	FC Liefering	14	2	16
4	Radovan Vujanovic	LASK Linz	13	5	18
5	Daniel Lucas Segovia	SKN St. Pölten	10	0	10
6	David Witteveen	KSV 1919	10	2	12
7	Danijel Prskalo	FAC Wien	9	3	12
8	Lukas Mössner	FAC Wien	8	3	11
9	Thiago De Lima Silva	SC Austria Lustenau	8	2	10
10	Manuel Hartl	SKN St. Pölten	8	2	10

# Auszeichnungen

„Soriano ist der Topstar unserer Liga und wurde zu Recht zum besten Spieler der Saison gewählt“, sagt Liga-Experte Herbert Prohaska im Interview und bestätigt die Klasse des Spaniers. Star-Allüren oder Eigensinnigkeit sucht man vergebens. Und so stand Soriano mit 13 Assists im Sinne eines Teamplayers gemeinsam mit seinem Klub-Kollegen Marcel Sabitzer auch bei den Torvorlagen ganz oben auf der Liste.

## Schiedsrichter der Saison

Nach erstmaliger Auszeichnung zum Schiedsrichter der Saison in der Saison 2013/14, konnte Mag. Harald Lechner seine Leistungen bestätigen und sicherte sich abermals diese Auszeichnung. Die Wahl erfolgte durch eine Jury aus den Präsidenten, Managern und Trainern aller Klubs der höchsten Spielklasse.

## tipico Bundesliga



### Bester Spieler der Saison:

Jonatan Soriano (FC Red Bull Salzburg)

### Bester Tormann der Saison:

Cican Stankovic (SV Scholz Grödig)

### Torschützenkönig:

Jonatan Soriano (FC Red Bull Salzburg)

### Schiedsrichter der Saison:

Harald Lechner



# 31X

Mit 31 Toren sicherte sich Jonatan Soriano den Titel als bester Torschütze und geht damit in die Geschichtsbücher ein. Seit der Ligagründung im Jahr 1974 gelang es keinem Spieler, in drei aufeinanderfolgenden Saisons mindestens 25 Treffer zu erzielen. Aufgrund seiner herausragenden Leistungen wurde er auch zum besten Spieler der Saison gewählt.



# 2X

Zum zweiten Mal in Folge wurde Mag. Harald Lechner zum Schiedsrichter der Saison ausgezeichnet. In der tipico Bundesliga verzeichnete er 18 Einsätze als Schiedsrichter sowie 7 Einsätze als 4. Offizieller. Weitere 3 Spiele wurden von ihm in der Sky Go Ersten Liga geleitet.



# 52

Nach 52 Einsätzen in Österreichs höchster Spielklasse krönte sich Cican Stankovic erstmals zum besten Torwart der Saison in der tipico Bundesliga.





25

Der diesjährige beste Spieler der Saison 2014/15 der Sky Go Ersten Liga Karim Onisiwo konnte mit 18 Toren und 7 Torvorlagen glänzen und sicherte sich damit 25 Punkte am Scorer-Konto.

## Sky Go Erste Liga



**Bester Spieler der Saison:**

Karim Onisiwo (SV Mattersburg)

**Bester Tormann der Saison:**

Markus Kuster (SV Mattersburg)

**Torschützenkönig:**

Markus Pink (SV Mattersburg)



3.240

Spielminuten – keine einzige Spielminute verpasste der beste Torhüter der Saison Markus Kuster in der Saison 2014/15.



21X

beförderte Markus Pink den Ball ins Netz und sicherte sich damit die Torjägerkrone in der Sky Go Ersten Liga.



# Zuschauerzahlen

## tipico Bundesliga

Bereits nach Ablauf der Herbstsaison verzeichnete man in der tipico Bundesliga einen Anstieg der Zuschauerzahlen. Dieser Trend konnte in der Frühjahrssaison fortgesetzt werden.

### Zuschauerzahlen

Der Anstieg der Zuschauerzahl der tipico Bundesliga im Vergleich zum Vorjahr beträgt +6,7 %, das entspricht einer Gesamtzahl von 1.183.760 Zuschauern.

Die meisten Fans lockten der SK Rapid Wien, SK Puntigamer Sturm Graz und FC Red Bull Salzburg ins Stadion. Diese drei Klubs haben mit ihrem Zuschauerschnitt die 10.000er-Marke überschritten. Bemerkenswert sind die Zuwächse des SK Puntigamer Sturm Graz (+34,6 %) und des SK Rapid Wien (+21,6 %), die im Vergleich zur Vorsaison ihre Besucherzahlen deutlich steigern konnten.

### Zuschauer Saison 2014/2015

tipico Bundesliga Klub	Gesamt	Ø	+/-
SK Rapid Wien	301.865	16.770	+21,6 %
SK Puntigamer Sturm Graz	182.372	10.132	+34,6 %
FC Red Bull Salzburg	180.233	10.013	-0,9 %
FK Austria Wien	121.462	6.748	-17,8 %
CASHPOINT SCR Altach	96.423	5.357	Aufsteiger
RZ Pellets WAC	94.908	5.273	15,1 %
SV Josko Ried	74.310	4.128	-5,6 %
FC Admira Wacker Mödling	57.018	3.168	7,9 %
SC Wiener Neustadt	45.461	2.526	11,5 %
SV Scholz Grödig	29.708	1.650	-15,7 %
<b>Gesamt</b>	<b>1.183.760</b>	<b>6.576</b>	<b>+6,7 %</b>





# 1.538.189

Zuschauer fanden in der Saison 2014/15 den Weg in die Stadien der Österreichischen Fußball-Bundesliga. Ligaübergreifend ist somit ein Anstieg der Zuschauerzahl von 9,7 % zu verzeichnen.

## Sky Go Erste Liga

Bereits nach 18 Runden wurde in der Sky Go Ersten Liga ein Zuschaueranstieg von +11,7 % verbucht. In der Rückrunde konnten die Klubs diesen Wert noch deutlich steigern und haben im Vergleich zur Vorsaison einen Anstieg von +21,1 % zu verzeichnen. Das sind exakt 354.429 Zuschauer, die heuer in den Stadien der Sky Go Ersten Liga begrüßt werden durften.

### Zuschauerzahlen

Die meisten Fans lockte der FC Wacker Innsbruck ins Stadion, der mit durchschnittlich 3.959 Besuchern an der 4.000er-Markier kratzt. Meisterlich ist das Zuschauerplus des SV Mattersburg. Bei einem Durchschnitt von 3.591 fanden stolze +69,5 % mehr als in der Vorsaison den Weg ins Pappelstadion.

„Es freut mich natürlich besonders, dass wir nach längerer Pause wieder Zuschaueranstiege in beiden Spielklassen verzeichnen können. Sportliche Highlights gepaart mit der passenden Infrastruktur in den Stadien sind entscheidende Faktoren – demnach bin ich positiv gestimmt, was die künftigen Entwicklungen angeht“, so **Bundesliga-Vorstand Christian Ebenbauer**.

### Zuschauer Saison 2014/2015

Klub	Gesamt	Ø	+/-
FC Wacker Innsbruck	71.268	3.959	Absteiger
SV Mattersburg	64.629	3.591	+69,5 %
SC Austria Lustenau	54.044	3.002	-6 %
LASK Linz	47.745	2.653	Aufsteiger
SKN St. Pölten	34.186	1.899	-19,7 %
SV Horn	22.716	1.262	+12,4 %
Floridsdorfer AC	22.228	1.235	Aufsteiger
TSV Egger Glas Hartberg	17.944	997	-6,7 %
KSV 1919	11.295	628	-0,9 %
FC Liefering	8.374	465	+38 %
<b>Gesamt</b>	<b>354.429</b>	<b>1.969</b>	<b>+21,1 %</b>



# Österreicher-Topf

## tipico Bundesliga

**75 % österreichische Spieler im Einsatz**  
Der Österreicher-Anteil in der tipico Bundesliga zeigt sich konstant hoch. Insgesamt wurden in der Saison 2014/15 knapp 75 % aller Einsatzminuten durch Österreicher absolviert. Das sind exakt 264.622 Minuten, in denen für das österreichische Nationalteam berechnete Spieler am Platz standen. Den Spitzenwert erzielte dabei der FC Admira Wacker Mödling mit 93 % gefolgt von SK Puntigamer Sturm Graz mit 87 % und dem SC Wiener Neustadt 86 %.

### Eine Plattform für junge Talente

Jugendförderung wird in der tipico Bundesliga weiterhin groß geschrieben: 12,2 % der eingesetzten Spieler waren noch unter 22 Jahre alt. Somit standen junge Österreicher exakt 43.308 Minuten auf dem Platz.

Den höchsten Anteil an U22-Spielern – gemessen an den Einsatzminuten – verzeichnete der SK Rapid Wien mit 27 %, dicht gefolgt vom SV Scholz Grödig mit 24 %.

### Einsatzminuten Österreicher gesamt

Einsatzminuten Österreicher	Runden	Runden	Runden	Runden	Runden	Spielzeit/ Verein in %
Summe U22 und älter	1. - 9.	10. - 18.	19. - 27.	28. - 36.	1. - 36.	
FC Red Bull Salzburg	3.009	3.560	3.528	3.491	13.588	34 %
FK Austria Wien	5.814	6.494	6.876	7.336	26.520	65 %
SK Rapid Wien	5.979	5.889	5.969	5.789	23.626	67 %
SK Puntigamer Sturm Graz	7.450	8.451	7.970	7.236	31.107	84 %
SC Wiener Neustadt	8.521	8.068	6.886	7.094	30.569	96 %
SV Scholz Grödig	5.248	6.854	6.596	6.833	25.531	59 %
FC Admira Wacker Mödling	8.245	8.226	8.307	8.383	33.161	93 %
SV Josko Ried	7.316	7.044	6.153	6.222	26.735	82 %
RZ Pellets WAC	6.302	6.810	7.093	7.408	27.613	71 %
CASHPOINT SCR Altach	6.889	6.469	6.358	6.456	26.172	77 %
<b>SUMME</b>	<b>64.773</b>	<b>67.865</b>	<b>65.736</b>	<b>66.248</b>	<b>264.622</b>	<b>72,7 %</b>



### Ausschüttung Österreicher-Topf (U22 doppelt gewertet)\*

Einsatzminuten Österreicher	Runden	Runden	Runden	Runden	Runden
Summe U22 doppelt und älter	1. - 9.	10. - 18.	19. - 27.	28. - 36.	1. - 36.
FC Red Bull Salzburg **	3.882	4.534	4.632	4.778	17.826
FK Austria Wien	5.814	6.734	8.166	8.673	29.387
SK Rapid Wien	8.334	7.961	8.641	8.145	33.081
SK Puntigamer Sturm Graz	8.138	9.507	9.342	8.876	35.863
SC Wiener Neustadt	8.521	8.606	6.971	7.913	32.011
SV Scholz Grödig	6.222	9.020	9.147	9.696	34.085
FC Admira Wacker Mödling	9.811	9.825	9.487	9.076	38.199
SV Josko Ried	8.660	8.287	7.327	6.607	30.881
RZ Pellets WAC	6.913	7.440	7.633	7.579	29.565
CASHPOINT SCR Altach	6.895	6.631	6.766	6.740	27.032
<b>SUMME</b>	<b>73.190</b>	<b>78.545</b>	<b>78.112</b>	<b>78.083</b>	<b>307.930</b>

## Sky Go Erste Liga

### 80 % Österreicher im Einsatz

Wie in der typischen Bundesliga zeigt der Österreicher-Topf auch in der Sky Go Ersten Liga nach 36 gespielten Runden positive Auswirkungen. Knapp 80 % aller Einsatzminuten werden durch Österreicher absolviert. Das sind exakt 284.682 Minuten, in denen für das österreichische Nationalteam berechnete Spieler am Platz standen. Den Spitzenwert erzielte dabei der Aufsteiger Floridsdorfer AC mit 94 %. Auf den Plätzen landeten heuer der Meister SV Mattersburg (90 %) und der FC Wacker Innsbruck (89 %).

Der Anteil an jungen österreichischen Talenten ist weiterhin hoch. Ein Fünftel der Einsatzzeit (19 %) wurde von Österreichern absolviert, die unter 22 Jahren alt waren. Das sind exakt 67.545 Minuten, in denen Jugendförderungen groß geschrieben wurde.

Die Förderung junger Talente steht vor allem beim FC Liefering im Vordergrund. Wie bereits in der Vorsaison, wurden mehr als die Hälfte der Einsatzminuten (51 %) von österreichischen Spielern unter 22 Jahren geleistet. Auch der SV Horn setzte mit einem Anteil von 30 % auf junge österreichische Talente.

#### \*Reglement Österreicher-Topf

Laut der Durchführungsbestimmungen müssen in der höchsten Spielklasse mindestens zwölf Spieler am Spielbericht stehen, die im Besitz der österreichischen Staatsbürgerschaft sind, bzw. in der zweithöchsten Spielklasse die Förderungskriterien lt. BL-Finanzrichtlinien (§ 12 Abs. 2) erfüllen, damit ein Klub an der von den Einsatzminuten österreichischer Spieler abhängigen Auszahlung von insgesamt rund 5 Millionen Euro teilnehmen kann. Der Einsatz von U22-Berechtigten wird besonders honoriert, ihre Einsatzminuten werden doppelt gewertet.

\*\* Voraussetzungen zur Teilnahme nicht erfüllt, daher kein Anteil aus dem Österreicher-Topf



Einsatzminuten Österreicher gesamt						
Einsatzminuten Österreicher	Runden	Runden	Runden	Runden	Runden	Spielzeit/ Verein in %
Summe U22 und älter	1. - 9.	10. - 18.	19. - 27.	28. - 36.	1. - 36.	
KSV 1919	7.212	6.895	7.195	7.244	28.546	81 %
FC Wacker Innsbruck	7.575	7.662	8.125	8.197	31.559	85 %
SKN St. Pölten	6.527	6.322	6.947	6.469	26.265	73 %
SC Austria Lustenau	7.278	8.011	7.563	7.902	30.754	82 %
LASK Linz	6.480	6.714	6.590	7.049	26.833	73 %
FC Liefering	5.015	4.695	4.535	3.820	18.065	56 %
TSV Egger Glas Hartberg	7.121	6.957	7.208	7.642	28.928	80 %
Floridsdorfer AC	8.443	8.785	7.820	8.308	33.356	95 %
SV Mattersburg	8.001	7.943	8.100	8.040	32.084	90 %
SV Horn	6.800	7.163	7.160	7.169	28.292	76 %
<b>SUMME</b>	<b>70.452</b>	<b>71.147</b>	<b>71.243</b>	<b>71.840</b>	<b>284.682</b>	<b>79,1 %</b>

Ausschüttung Österreicher-Topf (U22 doppelt gewertet)*						
Einsatzminuten Österreicher	Runden	Runden	Runden	Runden	Runden	
Summe U22 doppelt und älter	1. - 9.	10. - 18.	19. - 27.	28. - 36.	1. - 36.	
KSV 1919	8.802	8.580	8.235	8.901	34.518	
FC Wacker Innsbruck	8.811	9.684	10.101	9.670	38.266	
SKN St. Pölten	7.531	7.441	7.643	7.143	29.758	
SC Austria Lustenau	7.939	8.846	8.089	8.983	33.857	
LASK Linz	7.345	8.786	8.946	9.567	34.644	
FC Liefering **	10.030	9.390	9.070	7.640	36.130	
TSV Egger Glas Hartberg	8.116	7.240	8.403	9.140	32.899	
Floridsdorfer AC	9.302	9.438	8.216	8.737	35.693	
SV Mattersburg	9.523	9.505	9.457	9.157	37.642	
SV Horn	9.427	9.857	9.767	9.769	38.820	
<b>SUMME</b>	<b>86.826</b>	<b>88.767</b>	<b>87.927</b>	<b>88.707</b>	<b>352.227</b>	



# Über die Ausbildungsliga zur EM



Ganz Österreich liegt nach der Sieges-Serie seinem Nationalteam zu Füßen. Die Euphorie ist bei jedem Spiel unseres Teams deutlich zu spüren.

Die Wurzeln dieses Erfolges liegen zu einem großen Teil im eigenen Land.

73,3 % aller in der EM-Qualifikation eingesetzten Spieler wurden in Österreich fertig ausgebildet. 83,3 % sind zumindest für eine österreichische Akademie-Mannschaft aufgelaufen.

Stolze 85 % der Spieler haben zumindest zwei Saisons lang in den Bewerbungen der Österreichischen Fußball-Bundesliga ihr Können unter Beweis gestellt. 80 % der eingesetzten Spieler der EM-Qualifikation waren Legionäre, wobei 81,3 % davon aus der Bundesliga in eine andere professionelle Liga wechselten. Diese eindrucksvollen Zahlen lassen uns freudig in die Zukunft blicken.

---

*„Der Absprung zu einem ausländischen Verein folgt jetzt später als noch vor einigen Jahren. Deswegen sind die Spieler dort meist Leistungsträger, die ständig zum Zug kommen. Das macht das Team stark und die Bundesliga stolz, weil sich unsere Vision erfüllt hat“, freut sich **Präsident Hans Rinner***

---

Der Großteil unserer Nationalteam-Helden blickt auf eine Vergangenheit in der Österreichischen Fußball-Bundesliga zurück oder nimmt noch aktiv am Spielgeschehen in der typico Bundesliga teil.



# YoungStar-Team 2014/15





# Tore für Europa

## im Samsung Cup 2014/2015

Die heimische Fußball-Saison 2014/2015 fand einmal mehr im Samsung Cup Finale am 3. Juni 2015, im Wörthersee Stadion in Klagenfurt, seinen krönenden Abschluss. Viele spannende Spiele inklusive einem spannenden Finale zwischen dem FK Austria Wien und FC Red Bull Salzburg sorgte bei den Teams, den Fans, aber auch bei Sponsoren und Partnern des heimischen Cup-Bewerbs für viele positive Emotionen.

ÖFB Präsident Dr. Leo Windtner zu der Besonderheit im Cup: „Die letzte Saison hat einmal mehr gezeigt, dass das 'David gegen Goliath'-Prinzip im Samsung Cup immer noch funktioniert. Da haben auch die kleinen Klubs die Chance, sich ins Rampenlicht zu spielen. Es ist aber dank der Zusammenarbeit mit unseren Partnern hervorragend gelungen, diesen Bewerb auf ein Top-Niveau zu heben.“

Seit dem Einstieg des Presenting- und Hauptsponsors „Samsung Electronics Austria“ und dank vieler Maßnahmen konnte die werbliche Attraktivität sowie auch die TV-Präsenz des Samsung Cup kontinuierlich gesteigert werden. Mehr als 292 Millionen Kontaktchancen boten sich den Sponsoren und Partnern des

Samsung Cup in der letzten Saison. Die Zentralvermarktung wurde erstmals bereits ab dem Achtelfinale umgesetzt, womit durch dieses von Sporteo betreute Projekt zusätzliche Einnahmen generiert werden konnten.

Eine Finalteilnahme ist für alle teilnehmenden Vereine ein doppelt lohnendes Ziel, denn nicht nur sportlich wartet auf den Samsung Cup Sieger die Teilnahme an der Qualifikation für die Europa League, sondern auch wirtschaftlich ist der Anreiz groß. Beide Finalisten erhalten eine Final-Prämie in Höhe von € 150.000,- und können somit im Laufe einer Cup-Saison Prämien bis zu € 275.000,- lukrieren.

### Werbewert – Neuer Rekord: € 5.001.369,00

„Erstmals in der Geschichte des Cup-Bewerbs kletterte der Werbewert innerhalb einer Saison auf über 5 Millionen Euro, das ist der höchste Werbewert aller Zeiten“, zieht ÖFB-Generaldirektor Alfred Ludwig zufrieden Bilanz, „durch zusätzliche Verbesserungen, die ab der Saison 2015/16 in Kraft treten, sollte sich dieser Trend weiter fortsetzen.“

### Live is Live

In der Saison 2014/2015 wurden mehr als 53 Stunden über den Samsung Cup berichtet,

13 Spiele inklusive Finale wurden LIVE von ORF und ATV übertragen, über 2,3 Millionen Fans verfolgten diese Spiele vor den TV-Geräten. Zusätzlich war erstmalig auch ein Cup-Spiel live in HD-Qualität via Livestream auf [www.fussballoesterreich.at](http://www.fussballoesterreich.at) zu sehen.

Das Finale der Saison 2014/2015:  
FK Austria Wien - FC Red Bull Salzburg –  
0:2 n.V. (0:0; 0:0)





# UEFA

## Klubbewerbe 2014/2015

In der Saison 2014/15 waren nach dem Ausscheiden des FC Red Bull Salzburg im Playoff zur Champions League Gruppenphase mit dem SK Rapid Wien, dem SV Scholz Grödig und dem SKN St. Pölten drei weitere Vereine in der UEFA Europa League aktiv.

### Ein Klub aus der Sky Go Ersten Liga mischte mit

Der durch den ÖFB Samsung Cup qualifizierte SKN St. Pölten hatte 2014/15 zum ersten Mal in der Vereinsgeschichte die Möglichkeit, auch international mit Leistungen aufzuzeigen. Diese Chance nutzten die Niederösterreicher in der zweiten Qualifikationsrunde gegen den bulgarischen Verein PFC Botev Plovdiv auch und stieg durch einen sensationellen 2:0 Heimsieg (auswärts 1:2) in die dritte Qualifikationsrunde der Europa League auf. Dort wartete mit dem PSV Eindhoven ein sehr attraktiver Gegner, dem man bei zwei knappen Niederlagen die Stirn bieten konnte.

### Tolle Leistungen in der Gruppenphase

Mit lediglich einem Unentschieden und 16 Punkten am Konto konnte der FC Red Bull Salzburg ungeschlagen in das 1/16-Finale der Europa League einziehen. Dort musste man sich gegen Villarreal CF in beiden Spielen geschlagen geben und verabschiedete sich somit aus dem Bewerb.



#### Ergebnisse

UEFA Champions League				
Runde	Heim	Gast	Datum	Ergebnis
Q3	Qarabag FK (AZE)	FC Red Bull Salzburg	30.07.2014	2 : 1
Q3	FC Red Bull Salzburg	Qarabag FK (AZE)	06.08.2014	2 : 0
PO	FC Red Bull Salzburg	Malmö FF (SWE)	19.08.2014	2 : 1
PO	Malmö FF (SWE)	FC Red Bull Salzburg	27.08.2014	3 : 0
UEFA Europa League				
Q2	FK Cukaricki (SRB)	SV Scholz Grödig	17.07.2014	0 : 4
Q2	PFC Botev Plovdiv (BUL)	SKN St. Pölten	17.07.2014	2 : 1
Q2	SV Scholz Grödig	FK Cukaricki (SRB)	24.07.2014	1 : 2
Q2	SKN St. Pölten	PFC Botev Plovdiv (BUL)	24.07.2014	2 : 0
Q3	PSV Eindhoven (NED)	SKN St. Pölten	31.07.2014	1 : 0
Q3	SKN St. Pölten	PSV Eindhoven (NED)	07.08.2014	2 : 3
Q3	SV Scholz Grödig	FC Zimbru Chisinau (MDA)	31.07.2014	1 : 2
Q3	FC Zimbru Chisinau (MDA)	SV Scholz Grödig	07.08.2014	0 : 1
PO	HJK Helsinki (FIN)	SK Rapid Wien	21.08.2014	2 : 1
PO	SK Rapid Wien	HJK Helsinki (FIN)	28.08.2014	3 : 3
Gruppe	FC Red Bull Salzburg	Celtic FC (SCO)	18.09.2014	2 : 2
Gruppe	FC Astra Giurgiu (ROU)	FC Red Bull Salzburg	02.10.2014	1 : 2
Gruppe	FC Red Bull Salzburg	GNK Dinamo Zagreb (CRO)	23.10.2014	4 : 2
Gruppe	GNK Dinamo Zagreb (CRO)	FC Red Bull Salzburg	06.11.2014	1 : 5
Gruppe	Celtic FC (SCO)	FC Red Bull Salzburg	27.11.2014	1 : 3
Gruppe	FC Red Bull Salzburg	FC Astra Giurgiu (ROU)	11.12.2014	5 : 1
1/16 Finale	Villarreal CF	FC Red Bull Salzburg	19.02.2015	2 : 1
1/16 Finale	FC Red Bull Salzburg	Villarreal CF	26.02.2015	1 : 3





# Aufsichtsrat

der Österreichischen Fußball-Bundesliga



## Präsident

Hans Rinner

tipico Bundesliga

Sky Go Erste Liga

## 1. Vizepräsident

Markus Kraetschmer  
FK Austria Wien

## 2. Vizepräsident

Erwin Fuchs  
KSV 1919  
Vorsitzender der Sky Go Ersten Liga

Volker Viechtbauer  
FC Red Bull Salzburg

Hubert Nagel  
SC Austria Lustenau

Michael Krammer  
SK Rapid Wien

Gottfried Tröstl  
SKN St. Pölten

Stefan Reiter  
SV Josko Ried

# Senat 1



(Straf- und Beglaubigungsausschuss)

Personelle Zusammensetzung:

**Vorsitzender:** Dr. Manfred Luczensky

**Mitglieder:** Herbert Gneist (verst. am 8.6.2015)

Julius Reiter

Dr. Norbert Wess

Dr. Michael Rohregger

Mag. Andreas Stöckl

Mag. Rainer Graf

Dr. Konrad Koloseus

## Satzungsmäßige Aufgaben :

- Beglaubigung der Meisterschaftsspiele der Bundesliga,
- Verbandsinterne Untersuchung und Bestrafung aller Vergehen nach dem einschlägigen Regelwerk des ÖFB.

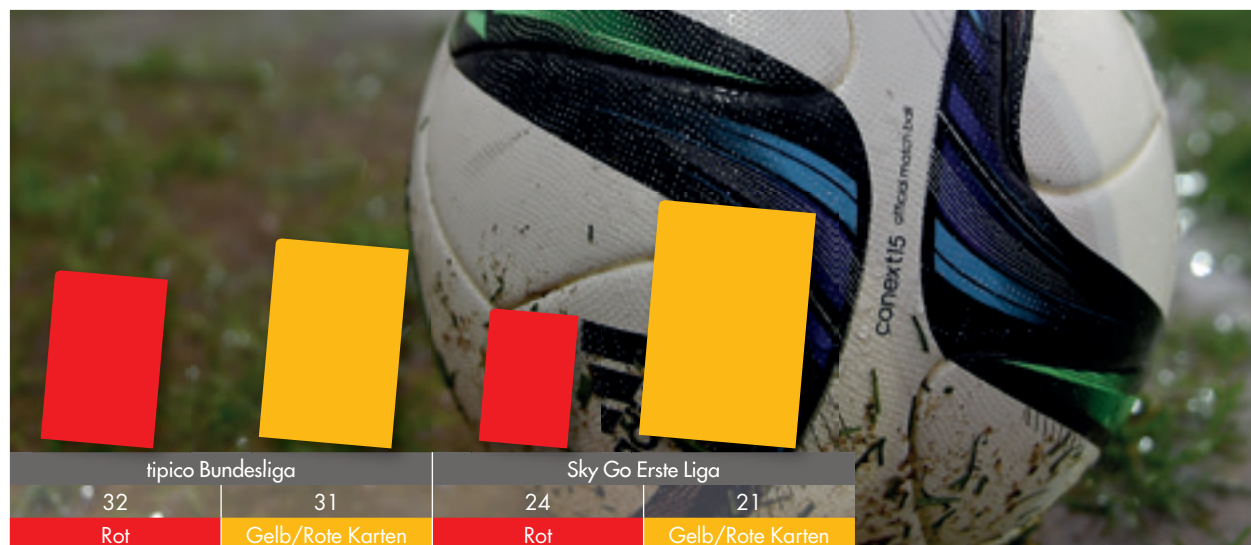
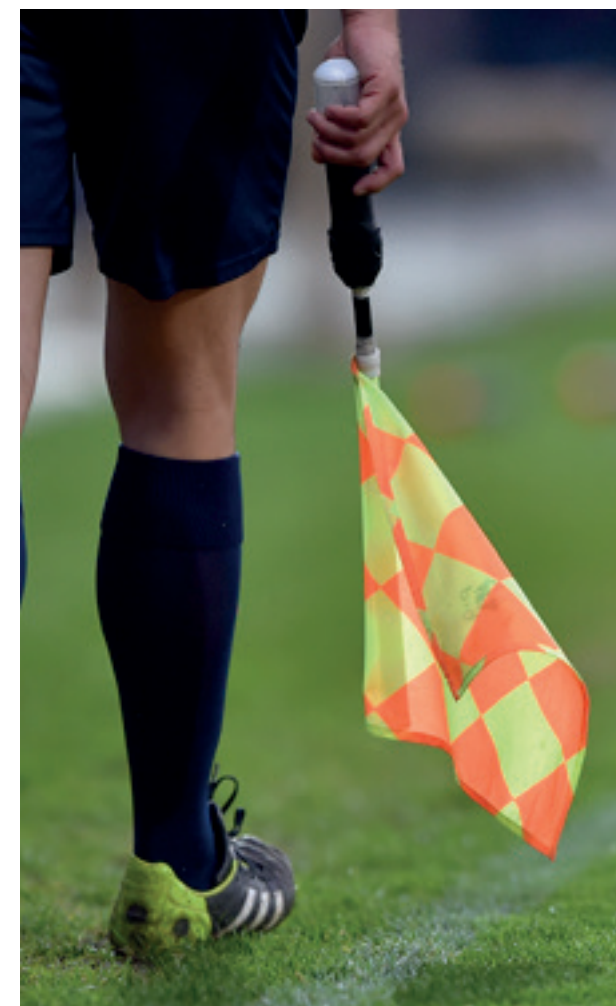
## Rückblick 2014/15

In der Saison 2014/15 wurden insgesamt 41 Sitzungen abgehalten, in denen zum überwiegenden Teil Ausschlüsse von Spielern auf Grund roter Karten sowie Anzeigen von Schiedsrichtern gegen Spieler, Trainer, Funktionäre bzw. Anzeigen des Senates 3 der Österreichischen Fußball-Bundesliga gegen Klubs behandelt wurden.

In Summe wurden im Berichtszeitraum 266 Verfahren eingeleitet. Davon richteten sich 98 gegen Spieler aufgrund roter Karten bzw. Anzeigen, 33 gegen Funktionäre bzw. 132 gegen Klubs. Weiters wurde dreimal ein Einspruch gegen die resultatsgemäße Beglaubigung eingebracht. Insgesamt wurden Geldstrafen in der Gesamthöhe von € 342.700,00 verhängt.

In den oben angeführten Zahlen sind 36 Verfahren aus den Wettbewerben der ÖFB-Jugendliga (30 Ausschlüsse und 6 Anzeigen) sowie 12 Verfahren der ÖFB-Frauenbundesliga (4 Ausschlüsse und 8 Anzeigen bzw. Beglaubigungen) mit eingeschlossen.

In den beiden Spielklassen der Österreichischen Fußball-Bundesliga wurden in der Saison 2014/15 von den Schiedsrichtern folgende Anzahl von Feldverweisen ausgesprochen, wobei eine gelb/rote Karte eine automatische Sperre für ein Pflichtspiel ohne Verhandlung vor dem Strafsenat nach sich zieht (siehe Infografik).





# Senat 2

(Schlichtungs- und Kontrollausschuss)

Personelle Zusammensetzung:

**Vorsitzender:** Mag. Norbert Vanas

**Mitglieder:** Univ. Prof. Dr. Wolfgang Brodil  
Dr. Harald Christandl  
DDr. Hubert Fuchs  
Dr. Claus Hofer  
Dr. Stefan Korn  
Mag. Rainer Porics  
Mag. Franz Thaurer

**Satzungsmäßige Aufgaben:**

- Verbandsinterne Schlichtung und/oder Entscheidung von Streitigkeiten zwischen den ordentlichen Mitgliedern der BL,
- verbandsinterne Schlichtung von finanziellen Ansprüchen zwischen den ordentlichen Mitgliedern und den Spielern beziehungsweise sportlichen Betreuern,
- verbandsinterne Entscheidung von Streitigkeiten zwischen den ordentlichen Mitgliedern und den Spielern beziehungsweise sportlichen Betreuern, soweit daran sportrechtliche Folgen – bspw. nach dem Regulativ für die dem ÖFB angehörigen ordentlichen Mitglieder und Spielern – geknüpft sind,
- verbandsinterne Schlichtung und Entscheidung von finanziellen Streitigkeiten zwischen den Mitgliedern der Bundesliga und den vom ÖFB genehmigten Spielervermittlern,
- verbandsinterne Untersuchung und Bestrafung aller Vergehen im Sinne des Regulativs für die dem ÖFB angehörigen ordentlichen Mitgliedern und Spielern gemäß den Satzungen und besonderen Bestimmungen des ÖFB und nach dem Regulativ für die vom ÖFB genehmigten Spielervermittlern,
- Entscheidung über strittige Spielermanmelungsverfahren.



In der Saison 2014/15 hatte der Schlichtungs- und Kontrollausschuss 20 Anträge zu behandeln. Dabei handelte es sich um:

- 9 Entscheidungen über Spielermanmeldungen außerhalb der Transferzeit,
- 7 Anträge auf Reamateurisierung,
- 3 Anzeigen des BL-Vorstandes wegen Verstoßes gegen § 133 Abs. 3 ÖFB-RPO bzw. § 17 Abs. 8 ÖFB-Regulativ,
- 1 Schlichtungsantrag im Rahmen der satzungsgemäßen Aufgaben, wobei der Antrag auf Grund von Einigung zurückgezogen wurde.

Gegen keine Entscheidung des Senates 2 wurde Protest erhoben.



# Senat 3

(Stadien- und Sicherheitsausschuss)

Personelle Zusammensetzung:

**Vorsitzender:** DI Horst Jäger

**Mitglieder:** HR Dr. Peter Jedelsky  
Generalmajor Manfred Komericky  
Dr. Günther Marek  
Dr. Peter Truzla  
Dr. Richard Krisch  
Mag. Michael Leitner  
Mag. Michael Sulzbacher



**Satzungsmäßige Aufgaben:**

- Überprüfung aller Ansuchen über Bundessportförderungsmittel sowie Förderungsmittel aus dem Sicherheitstopf für infrastrukturelle (Sportanlagen-)Investitionen der ordentlichen Mitglieder und Empfehlung an den Vorstand,
- Entscheidung über die Zulassung bzw. den Entzug der Zulassung der Sportanlagen für Bewerbe der BL sowie die verbandsinterne Untersuchung und Bestrafung aller Vergehen nach den dafür erlassenen einschlägigen Verbandsvorschriften auch von Amts wegen,
- Entscheidung über das bundesweite Stadionverbot von Zuschauern auf Antrag oder von Amts wegen,
- Anzeigen beim Senat 1 gegen Spieler und Offizielle wegen grob unsportlichem Verhalten, das der Schiedsrichter nicht wahrgenommen und somit darüber keine positive oder negative Tatsachenentscheidung getroffen hat.

**Rückblick 2014/15**

Der Senat 3 hat in insgesamt 10 Sitzungen während des Geschäftsjahres unter anderem Förderungsempfehlungen für Investitionen in die Stadionsicherheit an den Vorstand

abgegeben, Fristen zur Erfüllung von B-Kriterien gesetzt, Stadien für Bewerbungsspiele (zwischenzeitlich nicht mehr) zugelassen, Stadionverbotsverfahren (inkl. einiger persönlichen Anhörungen von Betroffenen) durchgeführt und Vergehen gegen einschlägige Vorschriften beim Senat 1 an-

gezeigt. Darüber hinaus wurden die Erfüllung von A- und B-Kriterien (gemäß Stadionanforderungskatalog bzw. Stadionbestimmungen) in den Stadien der beiden Spielklassen fortlaufend diskutiert und gegebenenfalls vor Ort begutachtet.



# Senat 5



## Lizenzausschuss

Personelle Zusammensetzung

**Vorsitzender:** Dr. Thomas Hofer-Zeni

**Mitglieder:** Mag. Dr. Peter Dösinger  
Dr. Thomas Hollerer  
Dr. Gerhard Kastelic  
Dr. Rudolf Novotny  
Mag. Peter Pros  
Mag. Norbert Vanas

## Satzungsmäßige Aufgaben:

- Feststellung der wirtschaftlichen und organisatorischen Leistungsfähigkeit der Lizenzbewerber gemäß den Lizenzierungsbestimmungen,
- Erteilung, Verweigerung oder Entziehung der Lizenz,
- Erteilung von Auflagen,
- Untersuchung und Bestrafung aller Verstöße gegen die Verpflichtungen aus dem Lizenzierungsverfahren,
- Genehmigung der Ausgliederung des Spielbetriebs eines ordentlichen Mitglieds gemäß § 5 Abs. 2 der BL-Satzungen,
- Prüfung und Entscheidung über die Einhaltung der Wettbewerbsintegrität gemäß § 8 Abs. 11 der BL-Satzungen.

## Rückblick auf die Saison 2014/15

Auch 2014/15 wurde das Hauptziel der Klublizenzierung (Wettbewerbskontinuität) erreicht und es konnte die mittlerweile 13. (!) Saison in Folge ohne unterjährige Spielbetriebseinstellung verzeichnet werden. Damit wurden seit 2002/03 rund 4.700 BL-Bewerbungsspiele plangemäß durchgeführt.

Der bereits 2013 gestartete Prozess der gesteigerten Transparenz des Lizenzierungsverfahrens wurde 2014/15 (durch Klub-



zustimmung betreffend die BL-interne Veröffentlichung von Schiedsgerichtsentscheidungen sowie mediale Kommunikation von eingeleiteten Disziplinarverfahren) fortgesetzt und wird auch noch 2015/16 andauern: Wurde bisher im Rahmen der Lizenzentscheidung nur das Ergebnis (Erteilung oder Verweigerung) medial kommuniziert, so wird ab dem Lizenzverfahren 2016 auch über die für eine Lizenzverweigerung relevante(n) Kriterienart(en) medial informiert.

Unterjährig stand die laufende Beobachtung der Reorganisationsberichte erstattenden Klubs im Vordergrund. Darüber hinaus konnte eine – durch die Anhebung der infrastrukturellen Kriterien bedingte – Steigerung der Anträge auf Nutzung eines Ausweichstadions beobachtet werden: ein Trend, der sich erwartungsgemäß auch in der Spielzeit 2015/16 fortsetzen wird.

Gleich zu Saisonbeginn musste der Senat 5 (temporär) die Sanktion „Platzsperr“ gegen einen Klub der Sky Go Erste Liga verhängen, der die Infrastrukturaufgabe nicht fristgerecht (bis 1.7.2014) erfüllt hatte. Zu Beginn der Frühjahrssaison 2015 musste darüber hinaus ein Klub der tipico Bundesliga mit einer Geldstrafe sanktioniert werden, da keine geeigneten Vorkehrungen gegen den starken Schneefall kurz vor dem Wiedereinsetzen des Spielbetriebs getroffen wurden.

### Ergebnisse Lizenzverfahren für die Saison 2015/16

20 Bundesliga-Klubs hatten im März 2015 einen Lizenzantrag gestellt, aus den Regionalligen gingen sieben Anträge (zwei mehr als im Vorjahr) ein – folglich wurden 27 Lizenzanträge im Senat 5 behandelt.

Aus der höchsten und zweithöchsten Spielklasse erhielten letztlich alle Bewerber die Lizenz (zwei hiervon in zweiter Instanz). Erfreulich ist, dass die beiden erstinstanzlichen Verweigerungen nicht im Zusammenhang mit finanziellen Kriterien standen. Bei den Bewerbern aus der Regionalliga galten durch die Streichung der Übergangsregelungen erstmalig nahezu dieselben

Anforderungen wie für die Bewerber aus der zweithöchsten Spielklasse. Ungeachtet dessen musste vier Bewerbern der Regionalliga in erster Instanz die Lizenz verweigert werden.

In der zweiten Instanz konnte schließlich – auf Basis zulässiger Neuerungen – vier Klubs (FC Admira Wacker Mödling, LASK, SK Austria Klagenfurt, SC Austria Salzburg) die Lizenz erteilt werden. Die verbleibenden (Regionalliga-)Klubs verzichteten auf einen Protest (First Vienna FC 1894) bzw. zogen – nach mehrstündiger Verhandlung im Ständigen Neutralen Schiedsgericht – die Klage zurück (SC Ritzing).

Bei acht Klubs war die positive Lizenzentscheidung mit Auflagen finanzieller und/oder infrastruktureller Natur verbunden. Darüber hinaus sind vier Klubs bestimmungsgemäß – mangels Erfüllung der finanziellen Indikatoren – dazu verpflichtet, das Budget unterjährig zu überarbeiten.



# Protestkomitee

## Personelle Zusammensetzung:

**Vorsitzender:** Dr. Andreas Grundei

**Mitglieder:** Dr. Andreas Jank  
Dr. Gregor Holzknecht  
Univ. Prof. Dr. Martin Karollus  
Univ. Prof. Dr. Andreas Kletecka  
Mag. Kurt Temm  
Mag. Walther Wawronek

## Satzungsmäßige Aufgaben:

- Behandlung von Protesten gegen erstinstanzliche Entscheidungen der Senate

Gegen Entscheidungen der Senate steht den Betroffenen das Recht des Protestes an das Protestkomitee zu, welches verbandsintern endgültig entscheidet.

Das Protestkomitee besteht aus Juristen und Wirtschaftstreuhandern. Alle Mitglieder bringen neben ihrer beruflichen Fachausbildung eine mehrjährige Erfahrung im Profifußball mit.

Das Protestkomitee hatte in der Saison 2014/15 in 28 Fällen gegen Entscheidungen der Senate 1 (13), 3 (9) und 5 (6) endgültig zu entscheiden. Davon wurden zwei Fälle an das Ständige Neutrale Schiedsgericht herangetragen. Ein weiteres Verfahren aus der Saison 2013/14 wurde nach rechtskräftigem Abschluss des diesbezüglichen Strafverfahrens vor dem Landesgericht für Strafsachen Graz fortgesetzt und entschieden.



# Ethikkomitee

Personelle Zusammensetzung:

**Vorsitzender:** Dr. Wolfgang Pöschl

**Mitglieder:** Univ. Prof. Dr. Gerhard Luf  
Dir. Gerhard Marischka  
Dr. Johann Rzeszut  
Dr. Michael Rohregger

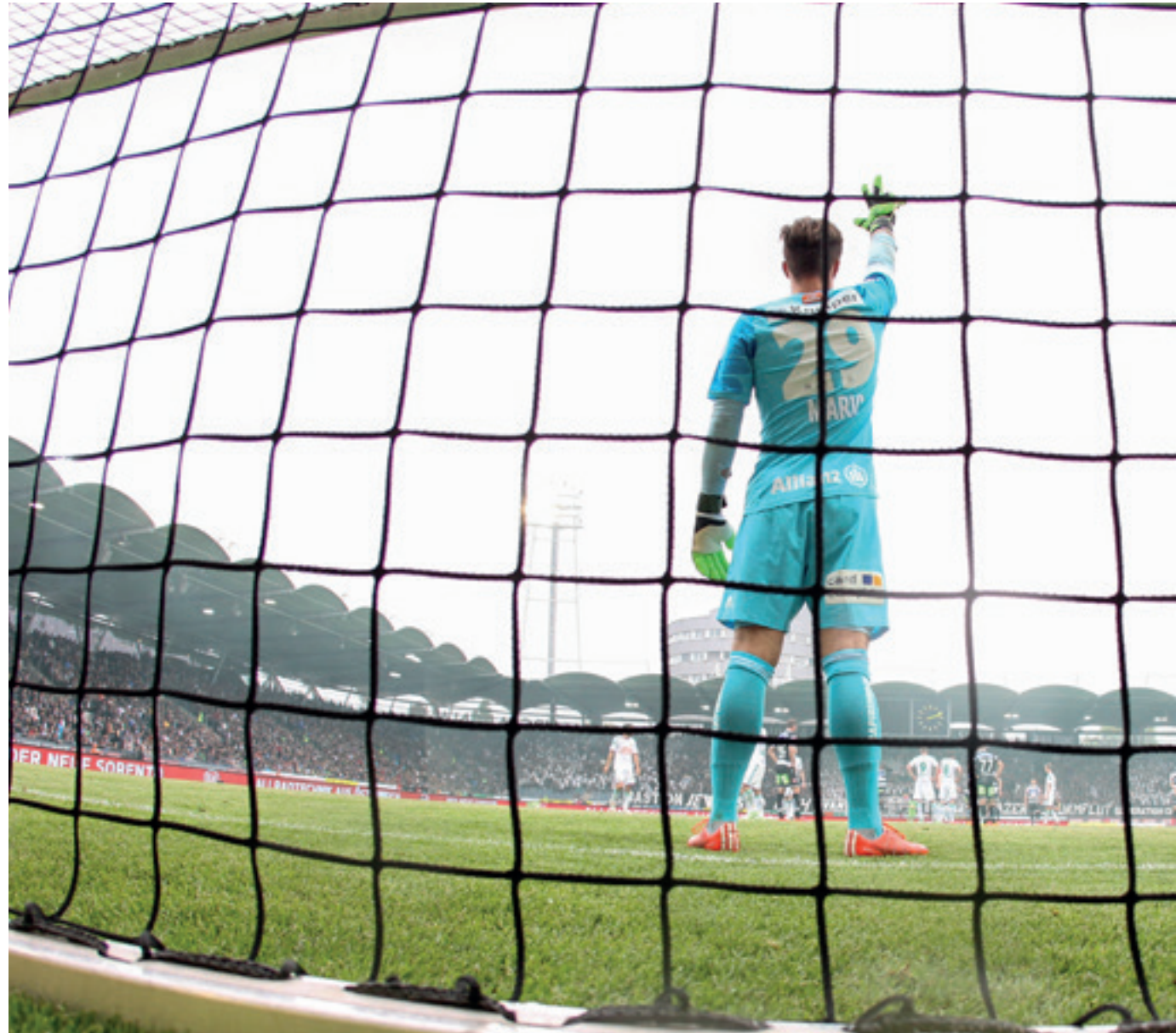
## Satzungsmäßige Aufgaben:

- Überwachung der Einhaltung und Durchsetzung der Grundwerte und Ziele des Leitbildes der Österreichischen Fußball-Bundesliga sowie der partnerschaftlichen Begegnung der Mitglieder untereinander und nach Außen

Das Ethikkomitee der Österreichischen Fußball-Bundesliga wird über Antrag oder von Amts wegen tätig, wenn die für die Bildung gegenseitigen Vertrauens wichtigen Grundwerte – insbesondere der Seriosität, Glaubwürdigkeit und Fairness – verletzt wurden bzw. werden oder wenn jemand durch unsachliche Kritik, Beleidigung oder Provokation dem Ansehen der Österreichischen Fußball-Bundesliga in der Öffentlichkeit schadet.

Entscheidungen des Ethikkomitees sind verbandsintern endgültig und unanfechtbar. Es besteht jedoch die Möglichkeit, das Ständige Neutrale Schiedsgericht der Österreichischen Fußball-Bundesliga anzurufen.

In der Saison 2014/15 gab es keinen Anlass für die Abhaltung eines Verfahrens durch das Ethikkomitee.







# Das Ständige Neutrale Schiedsgericht

## Die ständigen Vorsitzenden:

Dr. Gottfried Korn (Leiter der Geschäftsstelle)  
Univ. Prof. Dr. Raimund Bollenberger  
Dr. Christoph Herbst  
Univ. Prof. Dr. Walter Rechberger  
Univ. Prof. Dr. Walter Schrammel

## Satzungsmäßige Aufgaben:

- gerichtliche Überprüfung von Entscheidungen der Senate bzw. des Protest-/ Lizenzprotestkomitees im Sinne der Österreichischen Zivilprozessordnung (§§ 577 ff.),
- Streitigkeiten zwischen der BL und ihren (ehemaligen) Mitgliedern,
- Streitigkeiten zwischen zwei oder mehreren (ehemaligen) Mitgliedern der BL untereinander.

Nach Ausschöpfung des bundesligainternen Instanzenzuges werden Streitigkeiten zwischen der BL und ihren Mitgliedern, Angehörigen, Funktionären, sowie Streitigkeiten der Mitglieder, Angehörigen und Funktionäre untereinander durch das Ständige Neutrale Schiedsgericht der Österreichischen Fußball-Bundesliga, einem Schiedsgericht im Sinne der §§ 577 ff der Österreichischen Zivilprozessordnung, endgültig entschieden.

Die Vorteile des Ständigen Neutralen Schiedsgerichtes der Österreichischen Fußball-Bundesliga liegen unter anderem in der Möglichkeit der Nominierung von Vertrauenspersonen, der Entscheidung durch Spezialisten im Sportrecht und in der Raschheit des Verfahrens.

Dem Schiedsgericht gehören als ständige Vorsitzende fünf in der Öffentlichkeit anerkannte Juristen – Universitätsprofessoren und Rechtsanwälte – an. Die Geschäftsstelle des Schiedsgerichtes ist in der Rechtsanwaltskanzlei Dr. Gottfried Korn eingerichtet. Die Verhandlungen werden in der Regel am Handelsgericht Wien abgehalten.

In der Saison 2014/15 hatte das Ständige Neutrale Schiedsgericht drei Klagen zu behandeln, wobei zwei Klagen wieder zurückgezogen wurden. Im Verfahren des SK Rapid Wien gegen die Österreichische Fußball-Bundesliga wegen Geldstrafe, bedingter Heimfansektorsperre und Sicherheitsmaßnahme „Ausschluss Gästefans“ auf Grund des Wiener Derby vom 09.11.2014 wurde die Klage abgewiesen.

## Vorstand



Mag. Christian Ebenbauer



Mag. Reinhard Herovits

## Assistenz Vorstand / Spielbetrieb



Mag. Elisabeth Ringhofer

## Assistenz Vorstand / Finanz &amp; Lizenzierung



Ute Wallner

## Office-Management



Barbara Eichinger

## Spielbetrieb



David Reisenauer

## Recht



Dr. Elisabeth Kadlec

## Sicherheit, Infrastruktur &amp; Fans



Mag. Alexander Schwärzler

## Pressesprecher / PR



Michael Eisner

## TV / Produktion



Bernhard Fuchs

## Leitung Marketing / PR



Patrick Lenhart

## Marketing



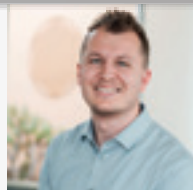
Babs Krause

## IT



Georg Rothensteiner

## Controlling / Lizenzmanager



Lukas Mörtelmayr MSc

## Finanzbuchhaltung



Helga Anzböck

## Raumpflege

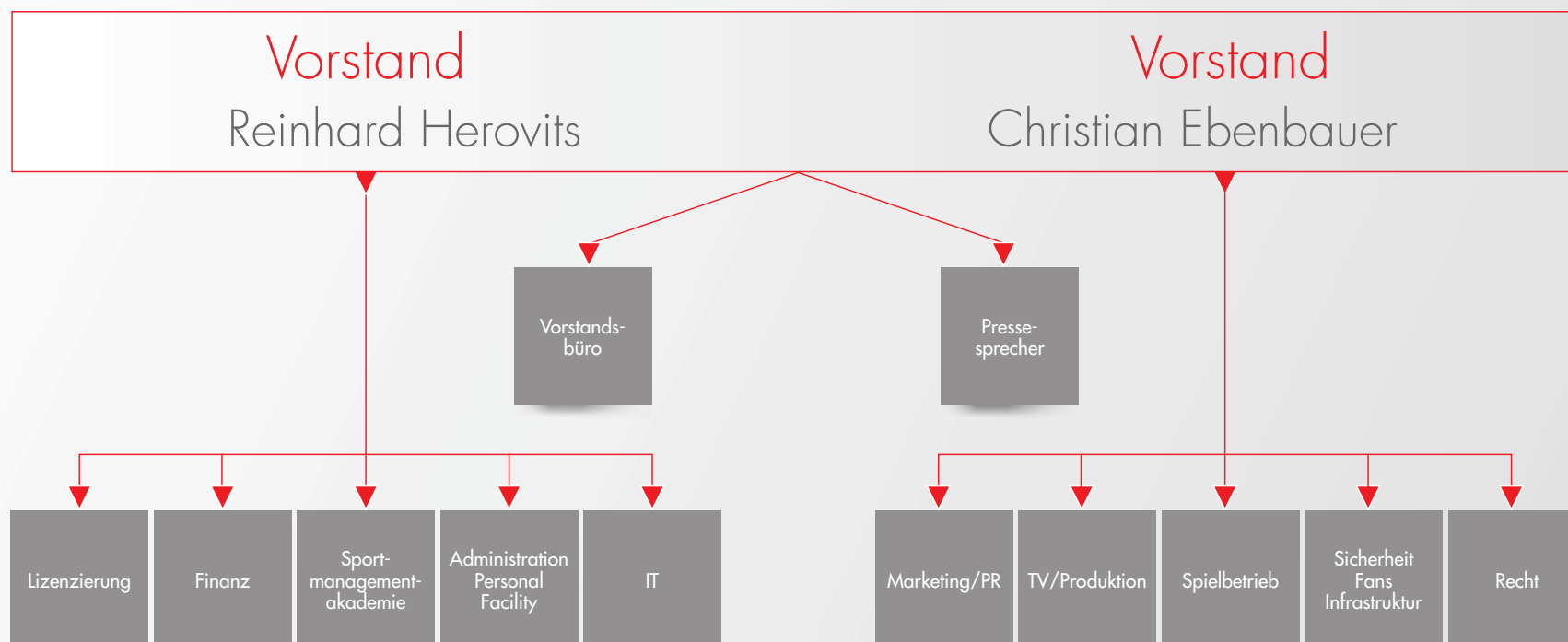


Anneliese Harbich



# Organigramm

der Geschäftsstelle der Österreichischen Fußball-Bundesliga



# Lagebericht

## Österreichische Fußball-Bundesliga

### Geschäftsverlauf und wesentliche Ereignisse im Wirtschaftsjahr 2014/15

Das Wirtschaftsjahr 2014/15 war geprägt durch

- eine beachtenswerte internationale Performance: ein BL-Vertreter erreichte die UEFA-Europa League-Gruppenphase und beendete diese mit 16 von 18 möglichen Punkten (Gruppensieg) – erst im Sechzehntelfinale musste sich der BL-Klub dem spanischen Vertreter geschlagen geben;
- spannende Meisterschaftsentscheidungen in beiden Ligen: Während der Meister der tipico Bundesliga in der vorletzten Runde feststand, fiel diese Entscheidung in der Sky Go Erste Liga erst in der letzten Runde im direkten Aufeinandertreffen der beiden Meisterkandidaten;
- durch dramatische Abstiegsentscheidungen in beiden Ligen: In der höchsten Spielklasse fiel die Entscheidung in der letzten Runde zwischen zwei Klubs, während in der zweithöchsten Spielklasse bis zur vorletzten Runde gar sechs Klubs und in der letzten Runde noch vier Klubs abstiegsgefährdet waren;
- die Finalisierung des Strategieprojektes „Vision 2020“ (samt Mehrjahresplanung), das die Vorbildfunktion der Bundesliga und ihrer Klubs im österreichischen Sport weiter stärken soll und die strategischen Ziele für die nächsten

Jahre bis 2020 (heruntergebrochen auf 99 operative Maßnahmen) festhält;

- eine strukturelle (Personal-) Änderung im Bereich Marketing/PR;
- die Fortführung der sog. „Infrastrukturoffensive“, welche – durch qualitativ gesteigerte Anforderungen, unterstützt durch zweckgewidmete Fördermittel und einen neu geschaffenen Fördertopf u. a. für die Errichtung von Rasenheizungen – für eine Steigerung des Stadionkomforts und erhöhte Sicherheit in den BL-Stadien und damit für ein erhöhtes Interesse an der BL und ihren Bewerben sorgen soll;
- die Ausweitung der Maßnahmen zur gesteigerten Transparenz (vor allem im Bereich Lizenzierung) zwecks optimierter öffentlicher Wahrnehmung der Bewerbschützerfunktion der Bundesliga;
- das – durch die Staatsanwaltschaft im Herbst 2014 eingeleitete – Strafverfahren gegenüber zwei ehemaligen BL-Vorständen (Causa „Fördermillion“), welches im März 2015 einen Freispruch in erster Instanz sowie die Erhebung einer Nichtigkeitsbeschwerde gegen dieses erstinstanzliche Urteil durch die Staatsanwaltschaft im Mai 2015 nach sich zog;
- die Weiterentwicklung im IT-Bereich (insbesondere Datenbanken zur Unterstützung der Spielbeobachter und Medienkoordinatoren);
- eine Imagekampagne zur Stärkung der Marke und öffentlich-positiven Wahrnehmung der Bun-

desliga, ihrer Klubs und des gesamten österreichischen (Profi-) Fußballsports (deren Umsetzung durch die BL-Tochtergesellschaft erfolgt).

Das Eigenkapital beläuft sich auf T€ 4.207 – dies entspricht einer Eigenkapitalquote von 64,5 %. Die Bundesliga arbeitet folglich nach wie vor auf einer profunden wirtschaftlichen Basis und wäre für etwaige Krisenzeiten gerüstet.

### Ausblick auf das Wirtschaftsjahr 2015/16

Über die laufenden Agenden hinausgehend stehen 2015/16 auf Basis der Mehrjahresplanung („Vision 2020“) folgende Schwerpunkte am Plan:

- eine Überarbeitung bzw. Aktualisierung der Bundesliga-Satzungen;
- die Überarbeitung der Lizenzbestimmungen auf Basis der (im Juli 2015 veröffentlichten, adaptierten) UEFA-Vorgaben samt Weiterentwicklung der personell-organisatorischen Standards zur Steigerung der Professionalisierung (Mehrhjahresplanmaßnahme);

- die Implementierung von Workshops (z. B. betreffend Trainer) zwecks Know-how-Transfer und optimierten Öffentlichkeitsauftritten;
- die Durchführung der Initiative „Auswärts mit dabei“, bei der Klubs durch die geleisteten Kilometer ihrer Fans bei Auswärtsspielen Prämien (finanziert aus dem „Sicherheitstopf“) lukrieren können;
- eine zielgerichtete Unterstützung der Klubs für die ab 2017 verpflichtende Ausgliederung deren Profibetriebe in Kapitalgesellschaften;
- der Ausbau des „Spieltagsreports“ als Informations-, Service- und Monitoringtool;
- die Fertigstellung und Nutzung des selbstentwickelten webbasierten Ordnerschulungssystems;
- die Entwicklung und Implementierung einer Stadiondatenbank zwecks Monitoring infrastruktureller Parameter im Rahmen der „Infrastrukturoffensive“.

Für den Vorstand:

Mag. Christian Ebenbauer, LL.M.

Mag. Reinhard Herovits

Wien, 21. September 2015

### Finanzielle Leistungsindikatoren

Indikator in T€	2014/15	2013/14	2012/13	2011/12	2010/11	2009/10
Umsatz	14.814	27.816	9.126	12.943	12.179	13.789
Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit	-45	-49	-147	41	597	927
Jahresergebnis	36	45	3	41	197	328
Beschäftigte (Personen)	18	18	17	15	15	14
Bilanzsumme	6.519	6.132	5.380	5.872	5.219	4.661
Eigenkapital	4.207	4.138	4.116	4.238	4.196	3.599
Eigenkapitalquote in %	64,5	67,5	76,5	72,2	80,4	77,2
Flüssige Mittel	4.009	3.984	3.397	4.060	3.107	2.646
Cashflow	25	587	-663	953	461	767

Erläuterung: Die Umsatzveränderung im Vorjahresvergleich ergibt sich vor allem aus unterschiedlichen sportlichen Erfolgen auf europäischer Klubebene und den damit zusammenhängenden Erträgen (Verbandsabgabe s. o.).



# Bilanz

Österreichische Fußball-Bundesliga zum 30. Juni 2015

Bilanz		2014/15	2013/14
AKTIVA		in €	in €
<b>A. Anlagevermögen</b>			
I.	Immaterielle Vermögensgegenstände	276,90	557,22
II.	Sachanlagen	21.805,21	32.042,09
III.	Finanzanlagen	1.635.575,81	1.656.275,85
		<b>1.657.657,92</b>	<b>1.688.875,16</b>
<b>B. Umlaufvermögen</b>			
I.	Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände		
1.	Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	93.028,82	0,00
2.	Forderungen gegenüber verbundenen Unternehmen	659.323,43	403.162,00
3.	Sonstige Forderungen und Vermögensgegenstände	99.500,00	15.151,41
		<b>851.852,25</b>	<b>418.313,41</b>
II.	Kassenbestand, Guthaben bei Kreditinstituten	4.009.326,30	3.984.420,47
		<b>4.861.178,55</b>	<b>4.402.733,88</b>
<b>C. Rechnungsabgrenzungsposten</b>			
		0,00	39.944,34
		<b>6.518.836,47</b>	<b>6.131.553,38</b>

PASSIVA		2014/15	2013/14
		in €	in €
<b>A. Eigenkapital</b>			
I.	Vereinsvermögen	2.071.611,82	2.071.611,82
II.	Gewinnrücklagen	884.995,38	851.672,38
III.	Bilanzgewinn/-verlust	1.250.136,17	1.214.374,13
		<b>4.206.743,37</b>	<b>4.137.658,33</b>
<b>B. Investitionszuschüsse</b>			
	Investitionszuschuss Haus Rotenberggasse	167.960,72	282.106,43
<b>C. Rückstellungen</b>			
1.	Rückstellungen für Abfertigungen	84.702,87	60.381,30
2.	Sonstige Rückstellungen	1.242.022,18	1.117.139,75
		<b>1.326.725,05</b>	<b>1.177.521,05</b>
<b>D. Verbindlichkeiten</b>			
1.	Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	632.878,05	429.767,78
2.	Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen	12.959,40	0,00
2.	Sonstige Verbindlichkeiten	171.569,88	104.499,79
		<b>817.407,33</b>	<b>534.267,57</b>
		<b>6.518.836,47</b>	<b>6.131.553,38</b>



#### Gewinn- und Verlustrechnung der Bundesliga

für das Geschäftsjahr vom 1. Juli 2014 bis 30. Juni 2015

	2014/15	2013/14
	in €	in €
1. Umsatzerlöse und sonstige Erlöse	15.203.305,39	28.310.178,39
2. Aufwendungen für Material und sonstige bezogene Leistungen	-13.150.258,01	-25.695.152,48
3. Personalaufwand	-1.520.745,81	-1.490.577,82
4. Abschreibungen auf immaterielle Gegenstände des Anlagevermögens und Sachanlagen	-16.815,34	-16.935,05
5. Sonstige betriebliche Aufwendungen	-601.345,92	-1.128.486,93
Betriebsergebnis	-85.859,69	-20.973,89
6. Zinsen und ähnliche Erträge	61.499,06	42.579,40
7. Aufwendungen aus Finanzanlagen	-20.700,04	-70.867,22
8. Zinsen und ähnliche Aufwendungen	0,00	0,00
Finanzerfolg	40.799,02	-28.287,82
Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit	-45.060,67	-49.261,71
9. Auflösung unverteilter Rücklagen	114.145,71	70.867,22
10. Auflösung von Gewinnrücklagen	166.677,00	23.327,62
11. Zuweisung zu Gewinnrücklagen	-200.000,00	0,00
Jahresüberschuss	35.762,04	44.933,13
12. Gewinnvortrag aus dem Vorjahr	1.214.374,13	1.169.441,00
Bilanzgewinn	1.250.136,17	1.214.374,13



# Lagebericht

## BLM Marketing und Event Gesellschaft der Österreichischen Fußball-Bundesliga m.b.H.

### Geschäftsverlauf und wesentliche Ereignisse im Wirtschaftsjahr 2014/15

Im Mittelpunkt der operativen Tätigkeit standen

- die Umsetzung der neu definierten Leistungspakete im Rahmen der Bewerbungssponsorings der beiden Bundesliga-Spielklassen (tipico Bundesliga bzw. Sky Go Erste Liga);
- die Abstimmung und Entscheidung über das Design des neuen Meistertellers, inklusive einer „Road Show“ der fertigen Trophäe durch Österreich;
- die Steigerung der TV-Produktionsstandards in den Stadien der BL-Klubs samt Stärkung der Funktion „Medienkoordination“ zur Optimierung der Umsetzung der aus den TV-Verträgen resultierenden Pflichten der BL und ihrer Klubs;
- das (mediale) Präsentationsevent „Vision 2020“ im Jänner 2015, bei dem die Ergebnisse des vorangegangenen Strategieentwicklungsprozesses und der Mehrjahresplanung bis 2020 präsentiert und erörtert wurden;
- die Umsetzung struktureller (Personal-)Änderungen in den Funktionsbereichen Marketing und PR, im Rahmen derer zwei erfahrene Mitarbeiter für die Marketingabteilung gewonnen werden konnten;
- räumliche Adaptierungen im „Haus der Bun-

desliga“, die aus der dafür zweckgewidmeten Rücklage finanziert wurden;

- die Durchführung imagefördernder Maßnahmen zur Stärkung der Marke „Bundesliga“ (z. B. neue Meistertrophäe, Imagekampagne „Helden von morgen“);
- der Start des 10. Lehrgangs der Bundesliga-Sportmanagement-Akademie.

Finanziell betrachtet wurde im Wirtschaftsjahr 2014/15 ein ausgeglichenes Ergebnis in Höhe von T€ +18 erwirtschaftet, wonach das Eigenkapital auf T€ 2.336 (Eigenkapitalquote 55 %) beträgt. Die Gesellschaft steht damit entsprechend den Vorjahren auf einer gesicherten wirtschaftlichen Basis.

### Ausblick auf das Wirtschaftsjahr 2015/16

Durch die bereits laufenden Maßnahmen im Zuge der sog. „Infrastrukturoffensive“ der Bundesliga und dem Relaunch der BL-Medien liegt ein wesentlicher Schwerpunkt der operativen Arbeit in der Erhöhung der Zuschauerattraktivität und der optimierten Präsentation des Produktes Profifußball in der Öffentlichkeit sowie in der Zielgruppe der (potenziellen) Fußballkonsumenten.

Folgende Themenbereiche bilden auf Basis

des (ausgeglichen geplanten) Budgets die Schwerpunkte für das Wirtschaftsjahr 2015/16:

- die Umsetzung der neu definierten Leistungspakete im Rahmen der Bewerbungssponsorings der beiden Bundesliga-Spielklassen;
- die Neuaufsetzung der Bundesliga-Homepage sowie der Ausbau der Social Media-Präsenz;
- die Evaluierung weiterer Ertragspotenziale der Bundesliga (z. B. Homepage-Vermarktung);
- die Durchführung imagefördernder Maßnahmen im Sinne der Marke „Bundesliga“;
- die weitere Optimierung der Öffentlichkeitsauftritte der Bundesliga (Pressekonferenzen, Saisonstart, Meisterfeier, Medienevents);

- der quantitative und qualitative Ausbau der Kommunikationskanäle zur Unterstützung der optimierten Positionierung der Marke Bundesliga;
- die Implementierung einer neuen CI-/CD-Richtlinie samt Überarbeitung des BL-Logos;
- die weitere Optimierung der TV-Produktion, u. a. durch die Erstellung eines Produktionshandbuchs;
- der Abschluss des 10. Lehrgangs der Bundesliga-Sportmanagement-Akademie.

Für die Geschäftsführung:

Mag. Christian Ebenbauer, LL.M

Mag. Reinhard Herovits

Wien, 21. September 2015



Finanzielle Leistungsindikatoren						
Indikator (in T€)	2014/15	2013/14	2012/13	2011/12	2010/11	2009/10
Umsatz	26.109	24.761	24.733	25.277	25.136	22.956
Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit	-11	17	7	8	38	78
Jahresergebnis	18	44	8	7	46	56
Beschäftigte (Personen exkl. 1 freien Mitarbeiter)	0	1	1	1	1	1
Bilanzsumme	4.261	3.954	3.040	2.873	3.093	4.112
Eigenkapital	2.336	2.318	2.274	2.265	2.258	2.212
Eigenkapitalquote in %	54,8	58,6	74,8	78,8	73,0	53,8
Flüssige Mittel	1.481	1.741	873	67	487	588
Cashflow	-260	868	807	-421	-101	488

# Bilanz

BLM Marketing und Event Gesellschaft der Österreichischen Fußball-Bundesliga m.b.H.

Bilanz		2014/15	2013/14
AKTIVA		in €	in €
<b>A. Anlagevermögen</b>			
I. Immaterielle Vermögensgegenstände		<b>439,20</b>	<b>13.873,60</b>
II. Sachanlagen			
1. Grundstücke und Bauten	1.801.262,02		1.776.654,75
2. Betriebs- und Geschäftsausstattung	297.192,26		248.769,94
	<b>2.098.454,28</b>		<b>2.025.424,69</b>
	<b>2.098.893,48</b>		<b>2.039.298,29</b>
<b>B. Umlaufvermögen</b>			
I. Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände			
1. Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	442.590,14		137.116,10
2. Forderungen gegenüber verbundenen Unternehmen	12.959,40		-
3. Sonstige Forderungen und Vermögensgegenstände	223.042,48		31.424,94
	<b>678.592,02</b>		<b>168.541,04</b>
II. Kassenbestand, Guthaben bei Kreditinstituten	1.481.309,23		1.740.504,05
	<b>2.159.901,25</b>		<b>1.909.045,09</b>
<b>C. Rechnungsabgrenzungsposten</b>	2.221,32		6.103,69
	<b>4.261.016,05</b>		<b>3.954.447,07</b>
<b>PASSIVA</b>			
<b>A. Eigenkapital</b>			
I. Stammkapital		72.800,00	72.800,00
II. Kapitalrücklagen		1.635.574,81	1.635.574,81
III. Gewinnrücklagen		30.000,00	30.000,00
IV. Bilanzgewinn/-verlust		597.768,31	579.528,93
	<b>2.336.143,12</b>		<b>2.317.903,74</b>
<b>B. Unversteuerte Rücklagen</b>			
Bewertungsreserve aufgrund von Sonderabschreibungen		34.428,36	64.751,23
<b>C. Rückstellungen</b>			
Sonstige Rückstellungen		287.416,80	304.445,07
<b>D. Verbindlichkeiten</b>			
1. Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen		726.045,04	236.159,60
2. Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen		659.323,43	403.162,00
3. Sonstige Verbindlichkeiten		189.609,30	628.025,43
	<b>1.574.977,77</b>		<b>1.267.347,03</b>
<b>E. Rechnungsabgrenzungsposten</b>			
		28.050,00	0,00
	<b>4.261.016,05</b>		<b>3.954.447,07</b>





#### Gewinn- und Verlustrechnung der BLM GmbH

für das Geschäftsjahr vom 1. Juli 2014 bis 30. Juni 2015

	2014/15 in €	2013/14 in €
1. Umsatzerlöse und sonstige Erlöse	26.424.682,39	24.981.248,20
2. Aufwendungen für Material und sonstige bezogene Leistungen	-25.697.943,86	-24.070.808,08
3. Personalaufwand	0,00	-60.236,98
4. Abschreibungen auf immaterielle Gegenstände des Anlagevermögens und Sachanlagen	-99.036,41	-106.609,64
5. Sonstige betriebliche Aufwendungen	-644.900,12	-737.218,11
Betriebsergebnis	-17.198,00	6.375,39
6. Zinsen und ähnliche Erträge	6.550,51	10.566,61
Finanzerfolg	6.550,51	10.566,61
Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit	-10.647,49	16.942,00
8. Steuern vom Einkommen	-1.436,00	-1.126,00
Jahresüberschuss	-12.083,49	15.816,00
9. Auflösung unversteuerter Rücklagen	30.322,87	28.553,67
Jahresgewinn	18.239,38	44.369,67
10. Gewinnvortrag aus dem Vorjahr	579.528,93	535.194,26
Bilanzgewinn	597.768,31	579.523,93



# Bericht des Abschlussprüfers

Die KPMG Austria GmbH Wirtschaftsprüfungs- und Steuerberatungsgesellschaft hat als Abschlussprüferin der Österreichischen Fußball-Bundesliga und der BLM Marketing und Event Gesellschaft mbH die ungekürzten Jahresabschlüsse zum 30. Juni 2015 nach unternehmens- und vereinsgesetzlichen Grundsätzen geprüft und die Prüfberichte dem Vorstand und dem Aufsichtsrat der Bundesliga vorgelegt.

Wir haben in unseren Berichten über die Prüfungen der ungekürzten Jahresabschlüsse festgestellt (sinngemäße Auszüge aus den Prüfberichten):

- Wir haben die nach den in Österreich geltenden unternehmensrechtlichen Vorschriften und den ergänzenden Regelungen des § 21 Vereinsgesetz 2002 erstellten Jahresabschlüsse zum 30. Juni 2015 der Österreichischen Fußball-Bundesliga und der BLM Marketing und Event Gesellschaft mbH unter Einbeziehung der Buchführung geprüft.
- Aufstellung und Inhalt dieser Jahresabschlüsse liegen in der Verantwortung der gesetzlichen Vertreter. Unsere Verantwortung besteht in der Abgabe eines Prüfungsurteils zu diesen Jahresabschlüssen auf der Grundlage unserer Prüfungen.
- Bei unseren Prüfungshandlungen stellten wir die Einhaltung der gesetzlichen Vorschriften und der Grundsätze ordnungsmäßiger Buchführung fest. Die Lageberichte entsprechen nach unserer Beurteilung den gesetzlichen Vorschriften und stehen im Einklang mit den Jahresabschlüssen.
- Die gesetzlichen Vertreter erteilten die von uns verlangten Aufklärungen und Nachweise.
- Aufgrund des Ergebnisses der von uns durchgeführten Prüfung erteilen wir dem ungekürzten Jahresabschluss zum 30. Juni 2015 der BLM Marketing und Event Gesellschaft mbH einen uneingeschränkten Bestätigungsvermerk gemäß § 274 Abs.

1 UGB. Bezüglich unserer Verantwortlichkeit und Haftung als Abschlussprüfer gegenüber der Gesellschaft und gegenüber Dritten kommt § 275 UGB zur Anwendung.

- Aufgrund des Ergebnisses der von uns durchgeführten Prüfung erteilen wir dem Jahresabschluss zum 30. Juni 2015 der Österreichischen Fußball-Bundesliga einen uneingeschränkten Bestätigungsvermerk gemäß § 274 Abs. 1 UGB iVm § 21 Vereinsgesetz.
- Die Mittel des Vereins Österreichische Fußball-Bundesliga wurden statutengemäß verwendet.

Wien, am 21. September 2015

KPMG Austria GmbH

Wirtschaftsprüfungs- und Steuerberatungsgesellschaft

Mag. Walter Reiffenstühl

Wirtschaftsprüfer

Mag. Bernhard Mechtler

Wirtschaftsprüfer







# Fördertöpfe der Bundesliga

Ein adäquates Stadion ermöglicht den sicheren Ablauf am Spieltag und bietet optimale Arbeitsbedingungen für Spieler, Schiedsrichter, TV- und Medienpartner. Darüber hinaus ist es in der Bedürfnispyramide der Stadionbesucher weit oben angesiedelt und stellt neben der sportlichen Qualität der jeweiligen Begegnung den wesentlichen Faktor für die Zufriedenheit der Stadionbesucher dar.

Im Rahmen der Infrastrukturoffensive der Bundesliga kann diese als Lizenzgeber über Bestimmungen gemeinsam mit den Klubs Mindeststandards festlegen. In den letzten Jahren hat sich darüber hinausgehend ein ergänzendes, positives Anreizsystem in Form von zweckgewidmeten Fördertöpfen bewährt, welche kontinuierlich weiterentwickelt werden.

## Der Sicherheitstopf

Dieser Fördertopf speist sich ausschließlich aus Geldstrafen, die vom Senat 1 (Straf- und Beglaubigungsausschuss) für Vergehen gegen die Sicherheitsrichtlinien der Bundesliga unter Anwendung der einschlägigen Bestimmungen des ÖFB verhängt werden. So wird aus einer Geldstrafe, die wegen des Zündens gesetzlich verbotener Pyrotechnik einbezahlt wird, eine Möglichkeit für alle Klubs, Investitionen zur Erhöhung der Sicherheit im Stadion, Pro-





jekte ihrer Fanklubs (z. B. gewaltfreie Fankultur) oder Ausgaben für Schulungen des Sicherheitspersonals zu refinanzieren. Mit diesem international viel beachteten Fördermechanismus unterstützt die Österreichische Fußball-Bundesliga seit mehr als 10 Jahren ihre Klubs bei der nachhaltigen Weiterentwicklung der Sicherheit bei Bundesligaspielen.

In der Saison 2015/16 werden darüber hinaus Anteile der im Topf befindlichen Mittel für das Projekt „Auswärts mit dabei“ (Auszahlungen an Klubs auf Basis der zurückgelegten Kilometer der eigenen Fans bei Auswärtsspielen) sowie für die Refinanzierung der Klubausgaben für die eigenen Fanbeauftragten (ein A-Lizenzkriterium) zweckgewidmet.

### Der Infrastrukturtopf

Seit der Spielzeit 2014/15 steht dieser Fördertopf für die über die Mindestanfordernisse hinausgehende Weiterentwicklung der Stadioninfrastruktur (sprich für die Erfüllung von B- und C-, nicht jedoch A-Kriterien) zur Verfügung. Gefördert werden Investitionen in den Stadionkomfort, Räumlichkeiten für Spieler und Schiedsrichter, oder für die Verbesserungen der Infrastruktur für TV- und Mediendienstleister. Darüber hinaus stehen für die Errichtung von Rasenheizungen pro Klub einmalig € 100.000 zur Verfügung.

Bei beiden Fördertöpfen herrscht das Prinzip „first-come, first-served“, kombiniert mit einem je Fördertopf festgelegten Maximalbetrag je Klub und Saison. Dabei empfiehlt der Senat 3 (Stadien- und Sicherheitsausschuss) auf Basis der durch die Geschäftsstelle inhaltlich und fi-

nanziell geprüften Förderanträge eine Förderhöhe. Die Letztentscheidung liegt beim Vorstand der Bundesliga. So ist ein Mehr-Augen-Prinzip bei gleichzeitiger Wahrung der ligaspezifischen Gleichbehandlung der Klubs sichergestellt.

### Mittelverwendung 2014/15

In der vergangenen Saison wurden in beiden Fördertöpfen insgesamt 32 Förderanträge positiv abgewickelt und (gemeinsam mit den zweckgewidmeten TV-Geldern und der aus der zweckgewidmeten Rücklage der Österreichischen Fußball-Bundesliga finanzierten Förderung medialer Infrastrukturprojekte) gut eine Million Euro an Fördergeldern ausgeschüttet. Während sich der Sicherheitstopf wie in den letzten Jahren nahezu einmal „drehte“ (d. h. es wurden alle zu Saisonbeginn zur Verfügung stehenden Mittel ausgeschöpft), betrug der Nutzungsgrad des Infrastrukturtopfes immerhin knapp 70 %. Der verbleibende Übertrag erhöht demgemäß die Mittel im Folgejahr.



Statistik		
	Sicherheitstopf	Infrastrukturtopf
Dotierung 2014/15	T€ 355	T€ 680
Klubanträge	24	8
Mittelverwendung	T€ 325	T€ 466
		davon T€ 200 für Rasenheizungen



# Die Infrastrukturoffensive zeigt Wirkung

Die 2013 auserufene Infrastrukturoffensive ebnet den Weg für die sportlichen und wirtschaftlichen Ziele im „Universum Fußball“. Erfreulicherweise sind bereits erste Zwischenergebnisse sichtbar – in einem Bereich, der von zeitlichen, finanziellen und organisatorischen Herausforderungen geprägt ist.

## Infrastrukturmaßnahmen durch die Klubs

Im Rahmen der Infrastrukturoffensive sind in den vergangenen Monaten in den BL-Stadien verschiedenste Maßnahmen zur Weiterentwicklung der Stadioninfrastruktur getroffen worden. Einige weitere (größere) Projekte, wie in Wien, Altlach und Graz wurden bereits beschlossen und befinden sich in der Umsetzung. Viele weitere Projekte beeinflussen neben der Kriterienerfüllung unter anderem auch einen optimalen Spielbetrieb (u. a. der Einbau der Rasenheizung in Grödig), verbesserte Sicherheitsstandards (u. a. Tausch der Fansektoren in der Red Bull Arena, elektronische Zutrittssysteme bei FAC und LASK), erhöhten Zuschauerkomfort (u. a. die Eckenschließung inkl. neuer Vidiwalls in der Generali Arena) oder verbesserte Arbeitsbedingungen für TV-Produktion und Medienvertreter (u. a. Ausrüstung der Flutlichtanlagen, Asphaltierung von Parkbereichen für Übertragungswagen, neuer Kameraturm in Lustenau).

Anhand des durch die Bundesliga-Geschäftsstelle fortlaufend durchgeführten Infrastrukturmonitorings ist ersichtlich, dass fast die Hälfte der getätigten Investitionen auf die Verbesserung der Zuschauerbereiche fällt. Außerdem ist daraus erkennbar, dass zumindest 50 % der finanziellen Mittel durch die Klubs aufgebracht werden.

## Weiterentwicklung der Stadionbestimmungen

Gemeinsam mit den Infrastrukturexperten der Klubs werden diverse Änderungen der Stadionbestimmungen jährlich diskutiert. Auch unter Berücksichtigung der Interessen der Stadion-eigentümer steht dabei die machbare und nachhaltige Weiterentwicklung der Mindestanforderungen im Vordergrund. So haben die Klubs, ausgehend von einer Bestandsaufnahme im Jahr 2012, neben der 100%-igen Erfüllung der Muss-Kriterien in den letzten zwei Jahren die Erfüllungsquote der Soll-Kriterien um 23 %-Punkte auf insgesamt bereits 98 % gesteigert.

## Service der Bundesliga-Geschäftsstelle

Die Bundesliga-Geschäftsstelle versteht sich auch als Servicestelle für die Bundesliga-Klubs und versucht, ihre Mitglieder bei den individuellen infrastrukturellen Herausforderungen bestmöglich zu unterstützen. In diesem Sinne wurden in den vergangenen Monaten Meetings

mit (internationalen) Herstellern von Rasenheizungen bzw. Videoanlagen oder Einladungen zu Greenkeeper-Tagungen angeboten und von den jeweiligen Klubexperten auch in Anspruch genommen. Auch regelmäßige Informationen für Klubs zu Förderrichtlinien, Beratung bei Maßnahmen zur Kriterienerfüllung oder individuell aufbereitete Informationen für Klubs bei Gesprächen mit Stakeholdern gehören zum Tagesgeschäft im Bereich Infrastruktur.

## Fokus auf bedarfsgerechte Stadien

Die Stoßrichtung, in die die Klubs arbeiten, hat sich schon längst abgezeichnet und wird

auch in weiterer Folge die Stadionprojekte dominieren: Immer mehr Klubs zeigen den Mut zu – gemessen an der Zuschauerkapazität – kleinen Stadien. Dies geschieht vor allem im Sinn der optimalen Auslastung und dem Angebot eines ansprechenden Zuschauerkomforts, Selbst wenn sich diese Anforderungen von Klub zu Klub unterscheiden, ist das Ziel dennoch für alle Klubs der Österreichischen Fußball-Bundesliga das selbe: Die Stadien im Jahr 2020 müssen sich am jeweiligen Bedarf orientieren und in ihrer Gesamtheit das Ziel von durchschnittlich 10.000 Fans bei bestmöglicher Auslastung unterstützen.





# Transparente Kommunikation mit Fans forcieren

**Die Vielzahl an klubindividuellen Maßnahmen im Bereich Fans & Sicherheit unterstreicht, dass der eingeschlagene Weg, mit den Fans, anstatt über sie zu reden, der richtige ist.**

Die präventive Fanbetreuung kann nicht an einzelnen Maßnahmen festgemacht werden, ebenso wenig sind einzelne Personen oder Funktionen alleine dafür zuständig. Vielmehr sind es die Vielzahl an zeitintensiven Gesprächen mit Fans bzw. deren Fanbeauftragten, die Unterstützung bei der Genehmigung von Fanchoreographien, Informationen zu Auswärtsspielen oder die Begleitung durch geschulte Auswärtsordner, die diesen schnelllebigen und umfassenden Bereich mancherorts herausfordernd machen.

Auch die Österreichische Fußball-Bundesliga versucht, ihre Rolle bei der Fanbetreuung auf Wunsch der Klubs wahrzunehmen. Persönliche Ladungen im Rahmen von Stadionverbotsverfahren (v. a. bei Anträgen auf vorzeitige Aufhebung nach Ablauf der Hälfte der Dauer) oder die Teilnahme an Fantreffen sind – wenn gleich intensiv – es wert, um den Klubs bei Bedarf Unterstützung bei der Fanbetreuung anzubieten. Auch die regelmäßige Durchführung der „Fankurvenbefragung“ durch die BL-Spielbeobachter ermöglicht es, Anliegen der

Fanszene an die Österreichische Fußball-Bundesliga zu hören und qualitative Rückmeldungen aus dem Stadion zu bekommen. Ohnehin gewährleisten die BL-Spielbeobachter die Berichterstattung von ungefähr 250 Veranstaltungen pro Jahr, was auch im Sinne der Früherkennung von Problemstellungen als ein weiterer Mosaikstein in diesem Themenkomplex dienen kann.

Wenn notwendig, muss und ist als äußerste Maßnahme auf die vorhandenen rechtlichen Instrumente zurückzugreifen. So mussten auch in der abgelaufenen Saison 88 Stadionverbote ausgesprochen werden oder Regressforderungen bei Verbandsstrafen von Klubs bei Betroffenen gestellt werden. Auch die enge Zusammenarbeit mit örtlichen Behörden zur Erwirkung von gezielten Meldeauflagen war eine von mehreren Möglichkeiten, auf die die Klubs zurückgegriffen haben. Bedauerlicherweise mussten auch über 100 (Tendenz sinkend) verbandsinterne Verfahren aufgrund von Fehlverhalten der Zuschauer (v. a. Verwendung gesetzlich verbotener Pyrotechnik, Wurfgegenstände Richtung Spielfeld) durchgeführt werden. Die Geldstrafen in sechsstelliger Höhe fließen in den seit Jahren eingerichteten Sicherheitstopf, der für Investitionen der Klubs in die Stadionsicherheit oder präventive Fanprojekte zur Verfügung steht.

**Weitere Schritte in der Fanbetreuung**  
Dass den Klubs das Thema Fanbetreuung und damit einhergehend auch die Fanbeauftragten wichtig sind, zeigt der einhellige Beschluss, zukünftig zumindest 2 Fanbeauftragten pro Klub die entstandenen Aufwendungen (maximal 1.500 Euro) aus dem Sicherheitstopf zu ersetzen. In die gleiche Kerbe schlägt das Projekt „Auswärts mit

dabei“, das ab der Saison 2015/16 jene 5 Klubs in der jeweiligen Spielklasse mit insgesamt 100.000 Euro prämiiert, die die meisten Fankilometer (Anzahl der Auswärtsfans x gefahrener Kilometer) gesammelt haben. Dabei gehen jedoch nur jene Auswärtsspiele in die Wertung ein, die keine Senat 1-Strafe wegen Fehlverhalten der Fans zur Folge hatten.



# Gemeinsam den Fußball in Österreich gestalten

## tipico neuer Bewerbungssponsor bis 2016/17

Die Österreichische Fußball-Bundesliga freut sich, mit tipico einen neuen Bewerbungssponsor für die höchste Spielklasse mit Start der Saison 2014/15 präsentieren zu dürfen. Der gemeinsame Weg begann am 5. März 2014, als im Rahmen der Klubkonferenz der höchsten Spielklasse die Partnerschaft mit tipico einstimmig beschlossen wurde. In den kommenden 3 Jahren bauen nun die Österreichische Fußball-Bundesliga und tipico auf dem sportlichen Aufwärtstrend auf. Die Weiterentwicklung der Marke Bundesliga wurde als ein wesentliches Ziel formuliert.

Bundesliga-Präsident Hans Rinner: „Es freut mich, mit tipico ein internationales Topunternehmen als Partner gewonnen zu haben. Es macht stolz, mit tipico diese Partnerschaft für die kommenden 3 Saisons eingegangen zu sein. Denn das zeigt, dass die Österreichische Fußball-Bundesliga eine attraktive Marke ist und man langfristig gemeinsam weitere Potenziale erarbeiten kann. In den kommenden Jahren werden wir nun die Bundesliga als die Sportorganisation Nummer 1 in Österreich weiter auszubauen“.

tipico CEO Jan Bolz: „Die österreichische Bundesliga zählt zu den ‚Top-15 Ligen‘ in Europa und der österreichische Fußball hat eine sehr

große Tradition. tipico steht für leidenschaftlichen Fußball und tolle Unterhaltung. Wir bewegen uns in einem Premiumumfeld, dies zeigen auch unsere sehr bewusst ausgewählten Partnerschaften. Daher ist unser Engagement in Österreichs höchster Spielklasse nur ein logischer weiterer Schritt. Neben der Werbepresenz und dem Namensrecht wollen wir natürlich auch mit inhaltlichen Aspekten überzeugen. Ich bin sicher, dass wir diese spannende Partnerschaft in den kommenden Jahren mit viel Leben werden füllen können.“

Die angesprochenen inhaltlichen Aspekte konnten bereits in der ersten Saison überzeugen. Gemeinsam mit dem Ligapartner wurde die größte Imagekampagne der Österreichischen Fußball-Bundesliga aller Zeiten umgesetzt. Mit einer klaren Botschaft widmete sich die Kampagne „Die Helden von Morgen“ dem heimischen Nachwuchsfußball. Louis Schaub, Alexander Gorgon, Valentino Lazaro und noch einige weitere Top-Athleten präsentierten sich als ideale Vorbilder für den rot-weiß-roten Fußballnachwuchs!

Der neu gewonnene Partner tipico konnte durch seine Präsenz in der tipico Bundesliga einen Werbewert von rund 26,5 Millionen Euro erreichen.





# Ein starker Partner für eine zukunftsorientierte Liga

## Österreichische Fußball-Bundesliga und Sky Österreich einigten sich auf mehrjährige Partnerschaft

Die Erste Liga, Österreichs zweithöchste Spielklasse, hat wieder einen Hauptsponsor: Die Österreichische Fußball-Bundesliga und Sky Österreich haben sich auf eine mehrjährige Zusammenarbeit geeinigt. Die Partnerschaft umfasst unter anderem die Namensgebung der zweithöchsten Spielklasse, die mit der Saison 2014/15 erstmals als Sky Go Erste Liga firmierte.

„Die Erste Liga ist eine junge, dynamische Liga und passt perfekt zu unserem Produkt Sky Go“, sagt Kai Mitterlechner, bei Vertragsabschluss Geschäftsführer von Sky Österreich, seit Sommer 2015 Vertriebschef bei Sky Deutschland. „Durch die Partnerschaft unterstützen wir die Klubs der Sky Go Ersten Liga, die vor allem auf junge, österreichische Spieler setzen und vermitteln auf smarte Art und Weise die Vorzüge von Sky

Go, einer neuen und innovativen Medienutzung. Wie kein anderes Produkt steht Sky Go für Live-Fußball und mobile Nutzung.“

„Es freut uns sehr, mit Sky Go einen Werbessponsor für die Erste Liga gewonnen zu haben, der wie wir jeden Tag Fußball lebt und perfekt zu der Philosophie unserer jungen Liga passt. Mit der Intensivierung der langjährigen und erfolgreichen Partnerschaft

unternehmen die Österreichische Fußball-Bundesliga und Sky gemeinsam den nächsten Schritt, um die österreichischen Fußball-Talente bestmöglich zu unterstützen“, sagt Bundesliga-Vorstand Christian Ebenbauer.

In der ersten Saison als Partner der Liga konnte Sky Go einen Werbewert in der Höhe von 6,6 Millionen Euro verzeichnen.



# Medienwerte

## tipico Bundesliga

In der Saison 2014/15 konnte in der tipico Bundesliga ein TV-Medienwert von knapp 170 Millionen Euro erreicht werden – das entspricht einem Plus von 7,3 % zur Vorjahressaison (Quelle: United Synergies Monitoring 2015). Damit konnte die tipico Bundesliga ihren TV-Medienwert innerhalb von 4 Jahren mehr als 41 % steigern.

Die Printberichterstattung liegt in dieser Saison bei 31.481 Artikeln in den Printausgaben. Im Bereich „Online / Internet“ konnte die tipico Bundesliga mehr als 2 Milliarden Pageimpressions bei insgesamt mehr als 70 Onlinemedien verzeichnen.



Basisdaten 2010 - 2015*						
	Saison 10/11	Saison 11/12	Saison 12/13	Saison 13/14	Saison 14/15	Differenz
Anzahl TV-Beiträge	8.775	9.003	9.659	9.630	9.153	-5,0 %
Summe TV-Beitragsstunden	1.219	1.237	1.258	1.233	1.219	-1,1 %
<b>Medienwert</b>						
TV-Berichterstattung	119.962.288 €	122.599.945 €	136.614.822 €	157.994.947 €	169.466.746 €	7,3 %
Anzahl Printartikel*	29.289	31.381	31.864	35.244	31.481	-10,7 %

\* Quelle: United Synergies



## Sky Go Erste Liga

Der TV-Medienwert der Sky Go Ersten Liga beträgt für die Saison 2014/15 knapp 25 Millionen Euro, dies ist ein starkes Plus von 27 % im Vergleich zur Vorsaison. Auch im Printbereich konnte die zweithöchste Spielklasse in der letzten Saison besonders punkten: Mit insgesamt 14.306 Artikeln konnte ein Zuwachs von insgesamt 36 % erreicht werden!



### Basisdaten 2009 - 2015\*

	Saison 10/11	Saison 11/12	Saison 12/13	Saison 13/14	Saison 14/15	Differenz
Anzahl TV-Beiträge	3.168	3.799	3.527	3.666	4.232	15 %
Summe TV Beitragsstunden	475	458	437	446	478	7 %
<b>Medienwert</b>						
TV-Berichterstattung	21.292.983 €	22.857.433 €	23.795.482 €	19.615.846 €	24.845.365 €	27 %
Anzahl Printartikel *	8.925	13.028	11.494	10.487	14.306	36 %

\* Quelle: United Synergies

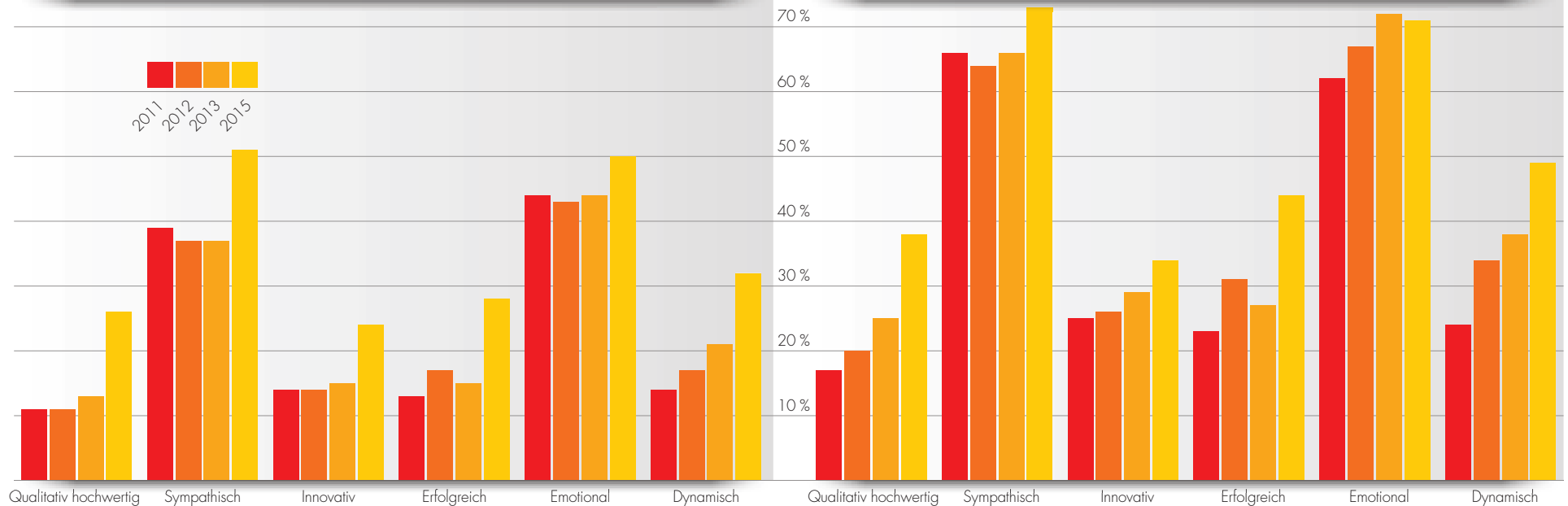
# Imagewerte typico Bundesliga

Die Maßnahmen der Österreichischen Fußball-Bundesliga und der Mitgliedsvereine zeigen ihre Wirkung nicht nur in Form von steigenden Zuschauerzahlen. Ebenso hat sich das Image der Österreichischen Fußball-Bundesliga in den vergangenen Jahren deutlich verbessert.

51 % bewerten die typico Bundesliga heuer als sympathisch (+14 %). Den deutlichsten Sprung gab es in der Kategorie „Qualitativ hochwertig“, bei der der Wert innerhalb der letzten beiden Jahre auf 26 % verdoppelt wurde. Deutliche Steigerungen gibt es auch in den Bereichen „erfolgreich“ (von 15 auf 28 %), „innovativ“ (von 15 auf 24 %) und

„dynamisch“ (von 21 auf 31 %). Insbesondere unter den an der Österreichischen Fußball-Bundesliga interessierten Personen konnten sehr erfreuliche Werte erzielt werden. Vor allem die Attribute „sympathisch“, „dynamisch“, „erfolgreich“ und „qualitativ hochwertig“ wurden der typico Bundesliga vermehrt zugewiesen.

Imageprofil typico Bundesliga  
 Repucom Studie Fußball Monitor 2015 TOTAL (n = 502)  
 Interessierte Österreichische Fußball-Bundesliga (n = 88)





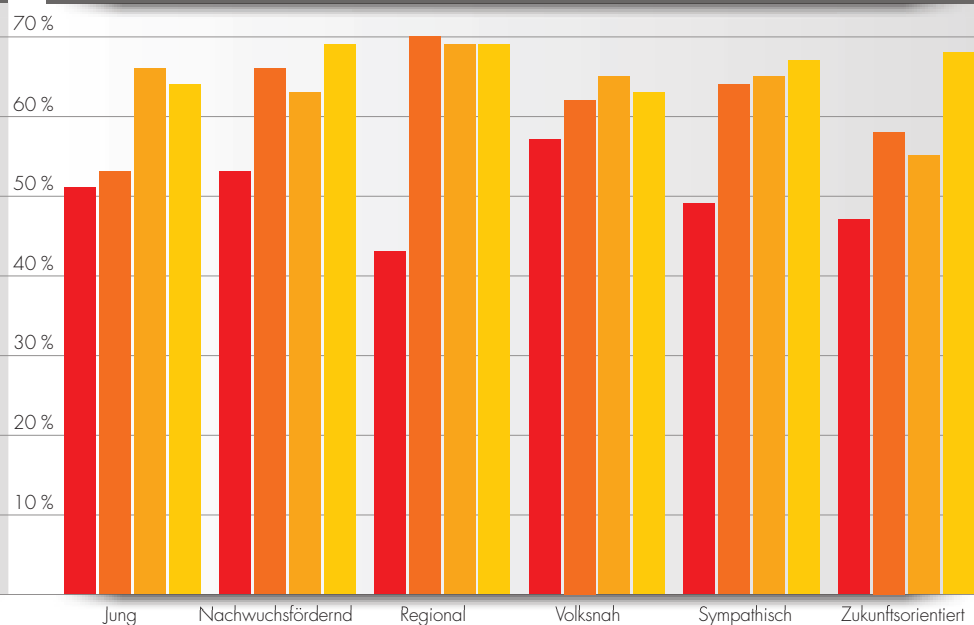
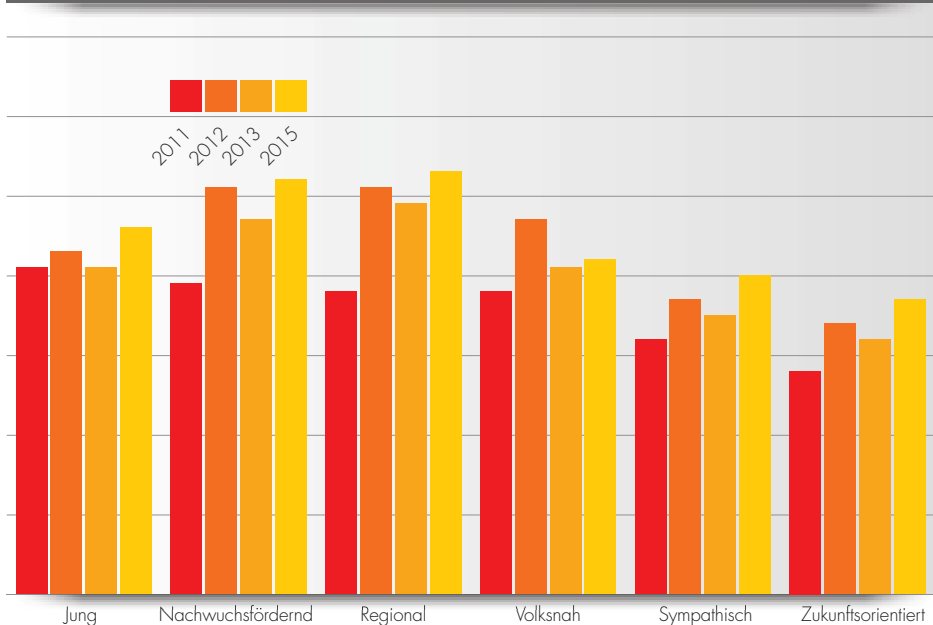
# Imagewerte Sky Go Erste Liga

Wie in der höchsten Spielklasse verbesserte sich auch das Image der Sky Go Ersten Liga. In sämtlichen Kategorien gab es im Vergleich zur letzten Studie Steigerungen. Die größten Zuwächse mit jeweils +5 % wurden in den Kategorien „Jung“, „Nachwuchsfördernd“, „Sympathisch“ und „Zukunftsorientiert“ erzielt.

Beide Ligen sind auch in Bezug auf die erzielten Imagewerte im Aufwind.

Unter den an der Österreichischen Fußball-Bundesliga interessierten Studienteilnehmern wird vor allem der nachwuchsfördernde Gedanke der Liga immer stärker

wahrgenommen. Den größten Sprung im Image in dieser Interessensgruppe verzeichnet das Attribut „Zukunftsorientiert“. Während 2013 erst 55 % der Befragten der Sky Go Ersten Liga diese Eigenschaft zuwiesen, waren es in der Studie 2015 bereits 68 %.



# Medien der Bundesliga

## Das Bundesliga-Journal – Relaunch in der Saison 2014/15

Pünktlich zum Ankick der Saison 2014/15 lieferte das Bundesliga-Journal das umfangreichste Infotainment-Paket aller Zeiten. „Neu ist immer besser“ lautete das Motto beim großen Relaunch des Saisonstart-Heftes aus dem Hause Styria Multi Media Men. Das Ergebnis konnte sich sehen lassen: 164 Seiten rot-weiß-roter Fußball pur! Mehr Storys zu jedem Klub, mehr Background, mehr Analysen, mehr Service sowie detaillierte und umfangreiche Statistiken zu jedem Klub. Neu und besser ist seither aber nicht nur der Inhalt, auch das neue Layout ist ein echter Volltreffer!

Das Bundesliga Journal erscheint 2 mal jährlich mit einer Auflage von ca. 50.000 Stk.

## Das Panini-Album – die Stickerkollektion zur Meisterschaft

Es wird gesammelt, geklebt und getauscht! Seit vielen Jahren ist das Panini-Sammelalbum ein unverzichtbarer Begleiter für die ganze Saison. Traditionell sind jedem Klub der tipico Bundesliga zwei Doppelseiten gewidmet, auf denen 20 Spieler pro Klub auf Porträt-Stickern abgebildet sind. Zu diesen Spielern finden sich ausführliche informative Fakten und statistischen Daten zur Karriere. Außerdem gibt es einen Porträt-Sticker des Trainers, je einen Mannschafts- und Stadion-Puzzle-Sticker und natürlich das Klub-Logo. Abgerundet werden die Klubseiten durch zahlreiche Infos und Statistiken zu den Vereinen, dem jeweiligen Spielplan sowie diversen Klub-Rekorden.







### **bundesliga.at – die offizielle Homepage der Österreichischen Fußball-Bundesliga**

Die offizielle Homepage der Österreichischen Fußball-Bundesliga bietet alle Informationen rund um die tipico Bundesliga und Sky Go Ersten Liga aus erster Hand. Aktuelle Meldungen, Daten und Statistiken – die optimale Plattform, um als Fußballfan up to date zu sein. Durch die Kooperation mit OPTA Sportsdata – dem offiziellen Spieldatenlieferanten der Österreichischen Fußball-Bundesliga – und durch die Zusammenarbeit mit den TV-Partnern Sky und ORF werden Features wie LIVE-Ticker, Video Highlights, Audiostreams sowie offizielle Spielstatistiken, News und Bilder ermöglicht.

In der Saison 2014/15 war die Website mit nahezu 9 Millionen Seitenaufrufen und über 1,1 Millionen Usern (Quelle: ÖWA, 2015) eine der gefragtesten Adressen rund um den österreichischen Profifußball.

### **Social Media – rasantes Wachstum der Fanbasis**

Der ständige Kontakt mit tausenden aktiven Fans wird auch über die sozialen Netzwerke facebook und twitter gepflegt. Die gebotenen Inhalte wie brandaktuelle News oder auch diverse Gewinnspiele kommen in den sozialen Medien sehr gut an, was durch den rasanten Aufstieg des offiziellen Bundesliga-Accounts bei facebook belegt werden kann. In der Saison 2014/15 konnte hier ein erfreuliches Plus von 33 %

erzielt werden. Am Ende lag man somit bei 63.500 Fans. Geht man noch ein Jahr weiter zurück, hat sich die Community der Österreichischen Fußball-Bundesliga sogar mehr als verfünffacht. Mittlerweile tauschen sich 77.888 Fans auf der beliebten Fußball-Plattform aus (Stand 11/2015).

### **Bundesliga-App – auch unterwegs immer am Ball**

Mit der Bundesliga-App sind sämtliche Informationen zu beiden Spielklassen auch immer mobil abrufbar. Durch den Live-Ticker und das beliebte Stadionradio „Bundesliga ON EAR“ sind unsere User selbst dann live dabei, wenn sie nicht vor Ort sein können. Kompatibel mit iPhone/iPad und sämtlichen Android-Geräten.

# Neues Objekt der Begierde

Die Überraschung war groß, als Bundesliga-Präsident Hans Rinner am 29. Jänner bei der Podiumsdiskussion „Universum Fußball“ einen neuen Meisterteller ankündigte. Zwei Vorschläge präsentierte Rinner an diesem Abend und gab die Entscheidung über das Gesicht des neuen Meistertellers in die Hand – oder genauer gesagt in die Zeigefinder – der Fußballfans.

„Viele Dienstjahre und einige ausgelassene Meisterfeiern hat der alte Teller hinter sich. Nun darf er berechtigterweise seinen Ruhestand antreten. Durch die Abstimmung hat der neue Meisterteller einen neuen Charakter erhalten. Jedes Mal, wenn er von den Spielern in die Höhe gestemmt wird, wird er auch der Meisterteller der Fans sein“, sagt Bundesliga-Vorstand Christian Ebenbauer.

Der Meisterteller stellt das höchste Gut für den Erfolg im österreichischen Profifußball dar. Diese Trophäe einmal in den Händen zu halten, ist der Traum jedes Bundesligaspielers. Das weiß auch Bundesliga-Experte Herbert Prohaska und erinnert sich: „Ich durfte den Teller, damals noch in der Urfassung, insgesamt neunmal in Empfang nehmen. Es war jedes Mal ein besonderer Moment, den ich jedem Spieler im Laufe seiner Karriere wünsche.“

Umso erfreulicher ist die Tatsache, dass sich die Fangemeinde für einen Entwurf aus Österreich entschieden hat. Design und produziert wurde der neue Meisterteller von Walter Schnitzhofer. Schnitzhofer und sein Team haben insgesamt 3 Monate am





Design des Tellers gearbeitet. Auch ein Prototyp wurde gefertigt, um alle Verhältnisse direkt darzustellen und etwaige Feinschliffe noch während der Produktion vorzunehmen.

Der Meisterteller der tipico Bundesliga:  
Wert des Tellers: 18.000 €  
Durchmesser: 65 cm  
Material: Messing (poliert und matt)

Der Meisterteller der Sky Go Ersten Liga:  
Wert des Tellers: 14.000 €  
Durchmesser: 60 cm  
Material: Neusilber (poliert und matt)



#### On Tour

Im Zuge der Aktion „Meisterteller on Tour“ hatten die Fans zum ersten Mal die Möglichkeit, die Trophäe aus nächster Nähe zu betrachten und sich auch damit fotografieren zu lassen. Der erste Stopp wurde in Salzburg eingelegt. Weitere Ausstellungen folgten in Wolfsberg, Graz, Wien, Wiener Neustadt, Mödling und Ried.

*„Zum ersten Mal in der Geschichte des österreichischen Fußballs konnten die Fans über das Design einer Trophäe bestimmen. Daher sollen unsere Fans auch die ersten sein, die ihr Werk hautnah zu Gesicht bekommen“, so Bundesliga-Präsident Hans Rinner.*



# Bundesliga und Play Fair Code

## Wir gegen Manipulation im Sport!

Die Klubs der Österreichischen Fußball-Bundesliga, ihre Kapitäne und die Schiedsrichter bekräftigen erneut ihr JA zur Glaubwürdigkeit im Fußball. In der 30. Runde der tipico Bundesliga und der Sky Go Ersten Liga stand das Bekenntnis zur Glaubwürdigkeit im Fußball im Fokus. Stellvertretend für den gesamten österreichischen Profi-Fußball setzten die Kapitäne und Schiedsrichter vor Spielbeginn aller Spiele am Spielfeld mit ihrer Unterschrift und ihrer Botschaft ein unmissverständliches Zeichen für Glaubwürdigkeit im Sport. Das erste Zeichen setzte heuer Sportminister Gerald Klug. Bereits im Vorfeld zu den Stadionaktionen sprach er sich für einen sauberen Sport aus.



Die Botschaft, welche Minister Klug, die Spieler und Schiedsrichter mit Ihrer Unterschrift auf dem Play Fair Code Sujet besiegelten, ist einfach und klar: Wir gegen Manipulation im Sport! Dieser Claim bringt die Aktivitäten des Vereins Play Fair Code prägnant auf den Punkt: Prävention durch Aufklärung, Schulung und Bewusstseinsbildung.

### FARE Aktionswoche

Unter dem Motto „Kein Platz für Diskriminierung“ wurde die Österreichische Fußball-Bundesliga in der Saison 2014/15 aktiv. Alle 20 Bundesliga-Klubs gingen mit Stadionaktionen im Rahmen der europaweiten FARE Aktionswochen gegen Rassismus und Diskriminierung in die Offensive.

Die Spiele der 12. Runde der tipico Bundesliga und der 15. Runde der Sky Go Ersten Liga standen ganz im Zeichen der Toleranz. Alle Teamkapitäne riefen vor dem Anpfiff ihre Fans zum Engagement gegen Rassismus, Homophobie und Sexismus auf. Die Umsetzung und Platzierung der Botschaften erfolgte dabei stets unter Einbindung organisierter Fangruppen. Mit ihrer Stimmhoheit auf den Tribünen leisteten hier auch die Aktionen von Fankurven einen wichtigen Beitrag im Kampf gegen Diskriminierung und Rassismus.





# Barrieren einreißen

Bundesliga ON EAR überträgt live aus dem Stadion und macht das Spiel für sehbehinderte Fußball-Fans zu einem ganz besonderen Erlebnis.

Mit Beginn der Frühjahrssaison 2010 startete die Österreichische Fußball-Bundesliga in vier Stadien der tipico Bundesliga ein ganz spezielles Service: Bundesliga ON EAR – Das Stadion-Radio!

Blinde und sehbehinderte Menschen haben dabei die Möglichkeit, bei den Heimspielen von FC Red Bull Salzburg, SK Rapid Wien, FK Austria Wien und SK Puntigamer Sturm Graz live

mit dabei zu sein und den Audio-Kommentar im Stadion miterleben. Speziell ausgebildete Radiosprecher kommentieren dabei das gesamte Spiel von An- bis Abpfiff.

In der Saison 2014/15 waren die Kommentatoren bei insgesamt 72 Spielen im Einsatz und machten das Spiel zu einem besonderen Erlebnis. Dabei kann Bundesliga ON EAR mit einem tragbaren Radio oder über jedes Radio-taugliche Handy über die eigenen Frequenzen im Stadion gehört werden. Auch online rollt der Ball über den Audio-Stream auf bundesliga.at und erfreut sich immer größerer Beliebtheit. Allein im Netz wurden 2014/15 über 55.000 Besucher und 147.000 Klicks gezählt.



## Bundesliga ON EAR

	Besucher 2014/15*	Klicks 2014/15**
SK Puntigamer Sturm Graz	19.386	53.406
SK Rapid	17.118	43.146
FC Red Bull Salzburg	10.044	26.388
FK Austria Wien	9.450	24.120
<b>Gesamt</b>	<b>55.998</b>	<b>147.060</b>

\* Unique Clients mit unterschiedlicher IP-Adresse

\*\* Gesamtzahl der Audio-Stream-Aufrufe



# Die Bundesliga Sportmanagement-Akademie

Seit dem Jahr 1996 bietet die Bundesliga Sportmanagement-Akademie ein Ausbildungsprogramm in Form von modularen Lehrgängen an, das durch sein von kompetenten Referenten präsentiertes, breitgefächertes Angebot zwischen fachlichem Wissen und persönlichkeitsbildender Ausbildung zu einer anerkannten Zusatzqualifikation im Bereich Sportmanagement geworden ist.

Über den (Fort-)Bildungsauftrag hinausgehend verfolgt die Österreichische Fußball-Bundesliga damit nachstehende drei Ziele. Zum einen soll ehemaligen Profi-Spielern abseits der (sportlichen) Trainerausbildung eine Ausbildungsmöglichkeit im Managementbereich gegeben werden. Zum anderen wird den bereits im (Fußball-) Sportorganisationen Tätigen eine Weiter- und Fortbildungsmöglichkeit geboten. Darüber hinaus dient die Akademie als eine Art „Personalpool“, die Interessierten den „Quereinstieg“ in das Sportbusiness ermöglichen soll bzw. Bundesliga-Organisationen bei der Suche nach qualifiziertem Personal unterstützt.

## Umfassende Ausbildung

Das angestrebte hohe Niveau der Ausbildung wird durch die Kompetenz der Referenten – neben den Akademie-Partnern der Gründungsstunde AVL-Institut und Contrast-Management-Consulting sind dies GastreferentInnen aus der Wirtschaft und renommierten Anwaltskanzleien – gewährleistet. Die wesentlichsten Ausbildungsbereiche umfassen die Themengebiete Finanz, Marketing/PR, Recht sowie Strategie und Unternehmensführung, aber auch persönlichkeitsbildende Trainings zu den Themen Teammanagement, Kommunikation und Präsentation sowie Mitarbeiterführung und Medientraining.

Um die Ausbildungsqualität permanent hoch zu halten, wurde der Lehrgang im Laufe der Jahrzehnte erweitert und an die modernen Anforderungen im Profi-Sport angepasst. Von den TeilnehmerInnen und AbsolventInnen wird besonders der Praxisbezug der Ausbildung und der ReferentInnen geschätzt. Dieser wird durch Gastvorträge sowie Diskussionsrunden mit ReferentInnen aus dem Bereich Sportmanagement, aber auch Kaminabenden mit Stargästen und Exkursionen erreicht.

## Jubiläum: 10. Lehrgang 2015/16

Im Jänner 2015 startete der 10. und damit der „Jubiläums“-Lehrgang der Sportmanagement-Akademie mit zehn Teilnehmern, darunter drei Manager von Bundesliga-Klubs. Erstmals wurde im Rahmen einer CSR-Maßnahme einem (vorübergehend) arbeitslosen

Profi-Spieler diese Fortbildungsmöglichkeit von der Bundesliga finanziert, um für die „Karriere danach“ gerüstet zu sein. Die heutige Akademie-Exkursion wird die Teilnehmer im Februar 2016 in die Schweiz führen – neben einem Informations- und Erfahrungsaustausch mit Vertretern der Schweizer Liga (SFL) sollen Stadionführungen und Klubpräsentationen in Bern und Basel Einblicke in die Organisation des Profifußballbetriebs im Nachbarland gewähren sowie Best practice-Beispiele ermöglichen.

*„Mit der Sportmanagement-Akademie kommt die Bundesliga ihrer Verantwortung nach, nachhaltige Qualitätsverbesserungen im Bereich der Profisportadministration zu erwirken“, so Reinhard Herovits, Vorstandsmitglied der Österreichischen Fußball-Bundesliga und Leiter der Sportmanagement-Akademie.*









**BUNDES  
LIGA**

Österreichische Fußball-Bundesliga

Rotenberggasse 1, A-1130 Wien, Tel.: +43-1-877 57 57, Fax: +43-1-879 57 57  
office@bundesliga.at, www.bundesliga.at