

Bundesliga International und Infront schließen Medienpartnerschaften für neun Märkte in Osteuropa

- Neue internationale Medienpartnerschaften für die Bundesliga und 2. Bundesliga umfassen vier Saisons, von 2025/26 bis einschließlich 2028/29
- Werthaltige Abschlüsse mit bestehenden sowie neuen Medienpartnern in Europa
- Zusammenarbeit zwischen Bundesliga International und Infront sorgt bereits nach kurzer Zeit für einen Mehrwert für die DFL

Bundesliga International hat gemeinsam mit Vermarktungspartner Infront neue Medienpartnerschaften in neun Märkten abgeschlossen. Diese gelten ab der Saison 2025/26 und laufen bis zum Ende der Spielzeit 2028/29. Mit den Abschlüssen wird die Reichweite der Bundesliga und der 2. Bundesliga in Mittel- und Osteuropa deutlich gestärkt.

Erst im Mai 2024 hatte Bundesliga International Infront mit der entsprechenden Vermarktung beauftragt. Zehn Monate später sind die verfügbaren Pakete in jenen Territorien erfolgreich verkauft. Diese umfassen pro Saison alle 612 Spiele beider Ligen, vier Relegationsspiele sowie den Franz Beckenbauer Supercup.

Nach Abschluss des Verkaufsprozesses wird Infront nun gemeinsam mit der DFL die Umsetzung der Verträge in den jeweiligen Märkten begleiten. Insbesondere werden mit den Medienpartnern individuelle Marketingaktivitäten abgestimmt, um Verbreitung und Bewerbung der Bundesliga-Inhalte bestmöglich zu unterstützen.

Markt	Medienpartner
Litauen	Setanta
Lettland	Setanta
Estland	Setanta
Albanien	TringTV
Kosovo (exklusiv in Albania)	TringTV (exklusiv in albanischer Sprache)
Tschechische Republik	Nova Sport
Slowakei	Nova Sport
Rumänien	Digi
Russland	Okko

Peer Naubert, Geschäftsführer und Chief Marketing Officer, Bundesliga International, sagt: „Die Bundesliga bleibt eine der beliebtesten Ligen der Welt, was sich in der Stärke unserer Medienpartnerschaften widerspiegelt. Gemeinsam mit Infront ist es uns gelungen, eine Reihe neuer Medienpartner zu gewinnen, während wir in einigen Fällen auf langjährigen Vereinbarungen mit etablierten Marktführern aufbauen konnten. In Osteuropa besteht eine starke Verbindung zum deutschen Fußball, und diese Traditionen spielen weiterhin eine wichtige Rolle, während wir gemeinsam daran arbeiten, die Bundesliga jede Woche einem breiten Publikum näherzubringen.“

Unsere Partnerschaft mit Infront basiert auf gemeinsamem Fachwissen und gegenseitigem Vertrauen, und wir freuen uns darauf, in den kommenden vier Jahren und darüber hinaus erstklassige Inhalte für die Fans in diesen Regionen zu liefern.“

Amikam Kranz, Senior Vice President Media, Betting & Technology bei Infront, sagt: „Unsere Zusammenarbeit mit der DFL und die Abschlüsse der neuen Medienverträge zeigen, dass Infront in der Lage ist, sehr kurzfristig Mehrwerte für Rechteinhaber zu generieren. Der deutsche Profifußball erfreut sich weltweit großer Beliebtheit und ist weiterhin auf Wachstumskurs. Diese Entwicklung, kombiniert mit unserem Netzwerk und unserer Expertise, sorgen dafür, dass wir auch in einem stark umworbene Markt verlässliche und hochwertige Vermarktungserlöse erzielen können.“

Die Bundesliga und 2. Bundesliga gehören zu den populärsten Fußballligen der Welt. Sie begeistern Spieltag für Spieltag Millionen von Fans und liefern kontinuierlich mehr Tore und Chancen aus dem Spiel heraus als jede andere der fünf großen europäischen Ligen. Mit durchschnittlich 38.000 Stadionbesuchern pro Spieltag und einer Auslastung von 95,9 Prozent ist die Bundesliga die bestbesuchte Fußballliga weltweit - und sorgt regelmäßig für eine einzigartige Atmosphäre in den Stadien. Auch international wächst die Fangemeinde weiter: So hat der FC Bayern München kürzlich die Marke von 400.000 registrierten Mitgliedern überschritten und festigt damit seine Position als größter Sportverein der Welt mit aktiver Mitgliederbasis.