



Neustruktur der German Football League (GFL)

Das WARUM, das WOHIN und das WIE

Zu diesem Papier

Am 11. Oktober 2020 ist die Versammlung der Vereine der Bundesligisten (VdB) im AFVD dem Vorschlag der Vereinsvertreter im GFL-Ligadirektorium gefolgt. Sie hat

- a) einen GFL-Ligavorstand für ein Jahr gewählt sowie
- b) diesen GFL-Ligavorstand damit beauftragt, im Lauf des Jahres 2021 eine geeignete Organisationsform für die GFL1 und GFL2 zu errichten sowie deren Einbindung in den in Deutschland organisierten Football-Sport mit dem AFVD abzustimmen und zu fixieren.

Diese Beschlüsse basieren auf dem in 2019/2020 erarbeiteten GFL-Zielbild, dessen Kernelement eine neue Organisationsstruktur für die GFL ist.

Nach den in diesem Kontext seit September 2020 mit den GFL1/2-Vereinen und dem AFVD erfolgten Abstimmungen sowie den bereits veröffentlichten Pressemitteilungen der GFL vom 22.09.2020, 13.10.2020, 04.11.2020 und 04.12.2020 stellt dieses Papier die umfassende Verschriftlichung der Hintergründe und die Detaillierung des o.g. Auftrags an den GFL-Ligavorstand dar. Es werden darin die Gründe (WARUM), das Zielbild (WOHIN) und die notwendigen Maßnahmen zur Erreichung dieses Zielbilds (WIE) erläutert. Somit stellt es die Grundlage für das Handeln des GFL-Ligavorstands und den Bezugspunkt für die inhaltliche Diskussion im Prozess der Neustrukturierung dar.

Unter dem Begriff „Neustruktur“ ist in diesem Papier nicht die Ligastruktur bezüglich Dimensionierung und Einteilung der Vereine in Gruppen und Staffeln für den Spielbetrieb zu verstehen. Er bezieht sich viel mehr auf die Struktur der Ligaorganisation und -verwaltung sowie ihre strukturellen, organisatorischen und juristischen Grundlagen.

Das vorliegende Papier „Neustruktur der German Football League (GFL)“ gliedert sich in folgende Teilabschnitte:

- | | |
|---|----------|
| 1. Ausgangssituation | Seite 2 |
| 2. Motivation und Treiber für die Veränderung | Seite 3 |
| 3. Zielbild | Seite 7 |
| 4. Umsetzung des Zielbilds | Seite 11 |

1. Ausgangssituation

Die 1. und 2. Bundesliga (GFL1 und GFL2) sind die beiden höchsten Ligen im deutschen Football-Sport. Im German Bowl wird als Endspiel der GFL1 in jedem Jahr der offizielle Deutsche Meister im American Football ermittelt.

Während die Planung, Steuerung und Verwaltung aller Ligen unterhalb der GFL2 durch die regionalen Landesverbände erfolgt, obliegen diese Aufgaben für die GFL1 und GFL2 dem American Football Verband Deutschland (AFVD). Operativ werden diese Aufgaben für die GFL durch haupt- und ehrenamtliche Kräfte des AFVD in dessen Präsidium und im Ligadirektorium erledigt. Weiterhin wird die Liga-Arbeit in verschiedenen Ausschüssen oder in speziell dafür geschaffenen Gesellschaften (z.B. GFP, GFF) erledigt oder auf entsprechend beauftragte Dienstleister verteilt. Außerdem werden für besonders wichtige Themen auch Arbeitsgemeinschaften gebildet.

Finanziert wird dies durch die von den GFL-Vereinen abgeführten Lizenzgebühren sowie durch ebenfalls von den GFL-Vereinen bezahlte Umlagen. Dabei unterscheiden sich diese Abgaben in der Höhe für die GFL1- und GFL2-Vereine (i.d.R. um 50 % reduzierte Abgaben für die GFL2-Vereine). Einen weiteren Beitrag zur Finanzierung kann, abhängig vom wirtschaftlichen Erfolg, durch die jährliche Ausrichtung des German Bowls geleistet werden.

Die GFL-Vereine wählen in der Versammlung der Vereine der Bundesligisten einen Ligasprecher (aus der GFL1) und einen stellvertretenden Ligasprecher (aus der GFL2). Diese Sprecher haben im AFVD eine beratende Funktion, über die sie die Interessen der GFL-Vereine im Diskurs und den Entscheidungsfindungen des AFVD vertreten sollen. Eine Mitbestimmung im Sinne einer Stimmabgabe bei Wahlen und Beschlüssen oder gar eine eigenständige und originäre Verantwortlichkeit für bestimmte Themenfelder ist nicht gegeben.

In der dargestellten Organisationsform hat sich die GFL als Amateurliga in der Vergangenheit sowohl sportlich als auch im Organisationsgrad und in der Publikumswirksamkeit stetig weiterentwickelt. Sie läuft in den letzten ca. 3 Jahren aber Gefahr, in dieser Entwicklung zu stagnieren.

Die GFL bietet dabei einen stabilen, weitestgehend gut organisierten und verlässlichen Spielbetrieb und steht heute bzw. seit einigen wenigen Jahren an der Schwelle zu einer semiprofessionellen Liga. Den zur Überschreitung dieser Schwelle notwendigen nächsten Entwicklungsschritt hat sie organisatorisch und strukturell bislang aber nicht getan.

Zudem besteht Stand heute noch keine Klarheit und Einigkeit unter den GFL-Vereinen darüber, ob und wenn ja in welcher Ausprägung ein Schritt in Richtung einer Professionalisierung tatsächlich gegangen werden soll und wie dabei eine aktivere Rolle der Vereine umgesetzt werden kann. Erste Versuche zur Vorgabe und Einhaltung von Ligastandards wurden von den Vereinen in Summe bislang nur mäßig angenommen.

Die operative Arbeit für die Ligaorganisation und den Ligabetrieb wird Stand heute von einigen sehr wenigen und nur teilweise haupt- oder nebenamtlich arbeitenden Mitarbeitern erledigt. Auch diese Arbeitsorganisation stößt vor dem Hintergrund der o.g. Entwicklung an ihre Grenzen.

2. Motivation und Treiber für die Veränderung

2.1 Anforderungen und Erwartungshaltungen

An die GFL und ihre Vereine werden seit einigen Jahren mehr und mehr erhöhte und teilweise professionelle Anforderungen gestellt. Dies gilt insbesondere im Bereich der Medien und damit zusammenhängend im Bereich der Vermarktung, aber auch in anderen, eher organisatorischen und verwaltungstechnischen Bereichen. Die Erwartungshaltungen von Spielern, Trainern, Fans, Zuschauern, Sponsoren und Vereinsvorständen werden dabei von der Liga bzw. vom Verband und von den Vereinen mit ihren individuellen Rahmenbedingungen und Strategien sehr unterschiedlich und in Summe zu wenig befriedigt.

Eine zentrale Vermarktung der Liga erfolgt Stand heute aus verschiedenen Gründen nicht (siehe Ziff. 2.4). Ansätze dazu in der Vergangenheit (z.B. Ligapartnerschaft mit Burger King) hatten keinen dauerhaften Erfolg. Es liegt somit zweifellos ein Potenzial brach. Dessen Größe (tatsächlicher Marktwert) kann aber einerseits derzeit nicht konkret abgeschätzt werden und ist andererseits stark von der bislang nicht definierten Ausprägung des Produkts GFL abhängig. Beides macht eine effektive Vermarktung der GFL extrem schwierig bis unmöglich.

Die GFL agiert aus einer im Amateursport gewachsenen und einer auf den Amateursport ausgerichteten Organisation heraus. Sie arbeitet dabei - wie im Amateursport üblich - in den Vereinen, im Verband und in der Liga mit nur sehr wenigen hauptamtlichen Kräften, sondern hauptsächlich mit ehrenamtlichen Mitarbeitern, die in klassischen Vereins- und Verbandsstrukturen organisiert sind. Bei der internen und öffentlichen Beurteilung der Gesamtorganisation und ihrer Ergebnisse werden aber überwiegend professionelle Vergleichsmaßstäbe angelegt. Dies führt zwangsläufig zum Konflikt bzw. zum Bedarf einer strukturellen Veränderung, wenn die Liga den an sie gestellten Ansprüchen gerecht werden will. Diese strukturellen Veränderungen sind sowohl in der Ligaorganisation und -steuerung als auch in verschiedenen GFL-Vereinen notwendig.

2.2 Mitbestimmung und Transparenz

Die aktuelle Struktur sorgt wegen der nicht vorhandenen Mitbestimmung und damit fehlenden Steuerungsmöglichkeit durch die GFL-Vereine für Unzufriedenheit und Kritik bei eben diesen Vereinen. Die Möglichkeiten zur Einflussnahme über die Ligasprecher sind sehr begrenzt und eine Mitbestimmung ist über bzw. durch sie zumindest auf der Grundlage der aktuellen Statuten und der Satzung nicht möglich. Wenn zu verschiedenen Themen trotzdem eine Beteiligung der Vereine an Entscheidungen eingeräumt wurde (z.B. durch Umfragen), dann wurde diese durch sie nicht immer oder nur von einzelnen genutzt.

Hinzu kommt, dass den Vereinen die Transparenz zu Entscheidungsfindungen und insbesondere auch zur Mittelverwendung fehlt. Dazu geführt haben einerseits eine teilweise unglückliche bzw. oberflächliche Kommunikation durch die Entscheidungsträger, in anderen Teilen andererseits aber auch mangelndes Interesse bzw. eine sehr unterschiedlich ausgeprägte Bereitschaft zur Mitarbeit der Vereine.

Über die Zeit entwickelte sich daraus für die Vereine die Wahrnehmung, dass sie mit getroffenen Entscheidungen konfrontiert bzw. vor vollendete Tatsachen gestellt werden und außerdem deren finanzielle Auswirkungen z.B. in Form von Umlagen zu tragen haben. Für die Vereine bleibt dabei der evtl. subjektive aber verbreitete Eindruck: „Wir werden nicht gefragt, können nicht mitentscheiden und am Ende zahlen wir für Dinge, die wir (so) nicht wollen.“ Ob dieser Eindruck generell und objektiv

zutreffend ist, kann nur durch eine detaillierte Analyse der Einzelentscheidungen und der Abläufe zur jeweiligen Entscheidungsfindungen ermittelt werden, was nicht Bestandteil und Intention dieses Papiers ist.

Sicher ist, dass aus dieser Situation, den Vorgehensweisen und der Stimmungslage ein weiterer wichtiger Treiber für eine Strukturveränderung entsteht. Diese Veränderung muss im Zielbild dem Bedarf und dem Wunsch nach Mitbestimmung, Transparenz und eigenverantwortlichem Handeln der Vereine Rechnung tragen, denn sie sind es, die die Liga leben, tragen und entwickeln. Kurz gesagt: Die Vereine SIND die Liga!

Die zukünftige Organisations- und Arbeitsform muss allerdings trotz aller Mitbestimmung auch gewährleisten, dass die operative Arbeit und die positive Entwicklung der Liga durch basisdemokratische Prozesse nicht behindert bzw. gebremst wird. Dies setzt neben der dafür geeigneten Struktur und ihrer pragmatischen Anbindung an die Gesamtorganisation des AFVD auch eine vertrauensvolle und offene Zusammenarbeit sowie aktive Mitarbeit und Kompromissbereitschaft aller Beteiligten (Ligaleitung UND Vereine) voraus.

2.3 Finanzierung

Die laufenden Kosten der Liga inkl. Vertragsverpflichtungen werden über die Lizenzgebühren und Umlagen der GFL-Vereine gedeckt. Nachweise bzw. Aufstellungen zur Mittelverwendung sind aus Sicht der Vereine aktuell nicht im ausreichenden Maß vorhanden (siehe auch Ziff. 2.2). Soweit bekannt, existieren im Gesamtbudget keine Puffer bzw. Reserven für Investitionen bzw. für eine gezielte Förderung von Projekten zur Weiterentwicklung der Liga.

Die Liga ist Stand heute de facto nicht in der Lage, zusätzliche Einnahmequellen in nennenswertem Umfang zu erschließen. Die Erwartungshaltung der Vereine, dass Mittel nicht nur von ihnen an die Liga, sondern auch von der Liga wieder an die Vereine zurückfließen (z.B. für Reisekosten in den Playoffs, Zuschüsse für Entwicklungsmaßnahmen), kann unter den aktuellen Gegebenheiten nicht befriedigt werden.

Die vorgenannten Sachverhalte, gepaart mit der nicht ausreichend gegebenen Transparenz, führen zu weiterer Unzufriedenheit der GFL-Vereine. Eine neue Struktur und Organisation der GFL muss deshalb auch darauf ausgerichtet sein, die Finanzstrukturen adäquat neu zu ordnen. Entscheidende Erfolgsfaktoren dafür sind:

- Vollständige und abgestimmte GFL-Haushaltsplanung unter Einbezug der GFL-Vereine
- Hohe Transparenz bezüglich der Mittelverwendung
- Kosten-Nutzen-Betrachtungen (im Vorfeld von Investitionen und laufend)
- Aufbau von Investitionsreserven und einer Investitionsplanung

2.4 Vermarktung und Ausprägung des Produkts GFL

Der Bedarf einer besseren und zentral gesteuerten Vermarktung der GFL (siehe auch Ziff. 2.1) ist unstrittig vorhanden. Unterschiedliche Auffassungen gibt es allerdings darüber, wie diese Vermarktung initiiert bzw. verbessert werden kann. Viele Ideen und Vorschläge zur Vermarktung des Produkts GFL lassen außer Acht, dass vor der Umsetzung konkreter Maßnahmen zunächst die Grundlagen für die Vermarktung in der Liga und in den beteiligten Vereinen geschaffen werden müssen.

Die Grundvoraussetzung für eine Vermarktung ist zunächst die Existenz des Produkts, das vermarktet werden soll. Mit der GFL existiert dieses Produkt zwar, seine Eigenschaften, seine Alleinstellungsmerkmale, sein Nutzen für den Käufer bzw. potenziellen Sponsor, seine Werttreiber und seine Zielsetzung, kurz: seine Ausprägung ist aber derzeit nicht definiert und nicht klar erkennbar.

Da die Vermarktung einer Sportliga in erster Linie in Form von Sponsor-Partnerschaften erfolgt, ist die Definition dieser Produktausprägung umso wichtiger. Solche Partnerschaften gehen i.d.R. weit über den reinen Verkauf von Werbeflächen hinaus. Für Sponsoren ist heute wichtig, dass das Produkt, mit bzw. bei dem sie sich engagieren, mit seinem Image, seinen Werten und seinen Zielen auch zu denen des Sponsors passt. Somit ist für die Produktausprägung auch die Ausgestaltung der Marke und Herausarbeitung der von der Marke gelebten Werte ein entscheidender Faktor. Für die GFL bedeutet das, dass die zwar vorhandene aber nicht ausgeprägte Marke GFL konkret definiert und ausgestaltet sowie sichtbar und wertvoll gemacht werden muss.

Der wichtigste Bestandteil des Produkts GFL sind die GFL-Teams bzw. GFL-Vereine. Sie repräsentieren das Produkt nicht nur an ihren jeweiligen Standorten, sondern sie sind die „Einzelteile“ aus denen sich das Gesamtprodukt zusammensetzt. Deshalb ist es für das Produkt GFL essentiell wichtig, dass diese „Einzelteile“ ein homogenes und auf die Marke GFL ausgerichtetes Bild abgeben bzw. die Werte dieser Marke aktiv leben (aktives Commitment zur Marke). Voraussetzung dafür ist, dass man sich an jedem GFL-Standort zur Marke GFL sicht- und spürbar bekennt sowie verschiedene Standards umgesetzt und eingehalten werden. Dadurch wird ein wichtiger Beitrag zur Wiedererkennung und Werthaltigkeit der Marke geleistet.

Diese heute ebenfalls noch kaum vorhandenen und schon gar nicht in der Breite umgesetzten Standards beziehen sich sowohl auf die Visualisierung (z.B. Präsentation der Marke bei Veranstaltungen) und die Organisation (z.B. Lieferung von Bild- und Pressematerial) als auch auf die Infrastruktur (z.B. Umfang und Qualität von Livestreams). Dabei sollen die Teams ihre für die Vielfalt der Liga sehr wichtige Individualität keinesfalls verlieren. Sie müssen diese aber auf einem sehr ähnlichen, möglichst gleichen Qualitätslevel leben bzw. einem definierten Qualitätsstandard folgen.

Zusammenfassend ist festzustellen, dass Stand heute verschiedene wichtige Grundlagen zum Produkt GFL und damit zu den Möglichkeiten seiner Vermarktung fehlen. Eine Veränderung der GFL-Struktur muss deshalb darauf ausgelegt sein, diese Grundlagen schaffen zu können und sie in eine effektive Vermarktung einzubringen. Sie muss außerdem auf die unterschiedlichen Voraussetzungen, Rahmenbedingungen und Möglichkeiten der Vereine Rücksicht nehmen. Die Vereine werden nicht alle gleichermaßen und in gleicher Geschwindigkeit in der Lage sein, die notwendigen Standards einzuhalten. Hier bedarf es der aktiven Unterstützung in Form von verschiedenen Varianten der Hilfe zur Selbsthilfe sowie der zentralen Sammlung und breiten Streuung von Best Practices (gegenseitiges Lernen).

2.5 Unterschiede zwischen den Vereinen

Die Vereine der GFL1 und GFL2 zeigen bezüglich ihrer Organisation, ihren Strukturen sowie ihren finanziellen und operativen Möglichkeiten große Unterschiede auf. Dies nicht nur zwischen GFL1 und GFL2 sondern auch innerhalb der beiden Ligen. Aus diesen unterschiedlichen Entwicklungsständen resultieren zwangsläufig auch unterschiedliche Bedürfnisse, Ziele, Erwartungshaltungen und Prioritäten.

Die Unterschiede zwischen den Vereinen zeigen sich in erster Linie

- an den verschiedenen regionalen bzw. lokalen Gegebenheiten (z.B. Einzugsgebiete, Konkurrenz im Sportangebot, potenzielle Sponsoren),
- an den infrastrukturellen Rahmenbedingungen (z.B. Stadionverfügbarkeit, -qualität und -kosten) und
- an der personellen Ausstattungen (z.B. Ehrenamt/Hauptamt, Fähigkeiten und Motivation der Mitarbeiter).

Sie führen in Summe zu einem teilweise markanten sportlichen aber auch finanziellen Leistungsgefälle innerhalb der Ligen.

Für die Liga und ihre Vereine ist besonders auf sportlicher Ebene ein möglichst ausgeglichenes Verhältnis zwischen den Vereinen erstrebenswert, weil dies die Attraktivität des Wettbewerbs und damit der Liga und ihrer Vereine erhöht. Der sportliche Erfolg bzw. das sportliche Niveau der Vereine ist zwar nicht ausschließlich aber doch stark von den vorgenannten Faktoren abhängig, die wiederum direkte Auswirkungen auf die finanziellen Möglichkeiten der Vereine haben. Dies zeigt sich auch in der GFL, in der die finanzkräftigeren Vereine tendenziell die sportlich erfolgreicher und organisatorisch zuverlässigeren Vereine sind.

Bei der organisatorischen Qualität kann die Ausgeglichenheit insbesondere durch die Forderung zur konsequenten Einhaltung von Mindestanforderungen in der Vereinsorganisation (analog Standards in Ziff. 2.4) erreicht werden. Auch deren Einhaltung ist oftmals mit finanziellem Aufwand verbunden.

Die Gleichbehandlung aller Vereine in der GFL1 bzw. GFL2 bezüglich der finanziellen Belastung durch die Ligaorganisation (insbesondere bei Umlagen), stößt mehr und mehr an ihre Grenzen. „Kleine“ Vereine werden durch diese für ihre Verhältnisse zu großen Belastungen in ihren Entwicklungsmöglichkeiten teilweise gebremst. Darin liegt die Gefahr, dass die Schere zwischen „großen“ und „kleinen“ Vereinen eher weiter auf geht, als dass sie geschlossen wird.

Auf der Grundlage des Prinzips „Fördern und Fordern“ gilt es deshalb in einer neuen GFL-Organisation eine Art solidarische Balance¹ zu finden und anzureizen. Z.B. kann dies dadurch erfolgen, dass Umlagen nach der (finanziellen) Vereinsgröße abgeschichtet erhoben werden, gleichzeitig aber die Einhaltung von Standards zwingend und konsequent (bis hin zum Lizenzentzug) von allen Vereinen eingefordert wird. Im ersten Blick mag dies die „kleinen“ Vereine ggf. finanziell bevorteilen, mittel- und langfristig unterstützt ein solches Vorgehen aber deren Entwicklung und fördert die angestrebte Ausgeglichenheit, wovon wiederum auch die „großen“ Vereine profitieren.

¹ In verschiedenen amerikanischen Profiligen wird eine solche Balance z.B. durch Mechanismen wie die jährliche Spieler-Draft und den Salary-Cap gesteuert.

3. Zielbild

Das GFL-Zielbild sieht als zentrales Element und Grundlage für alle weiteren, strukturellen und operativen Maßnahmen die Gründung einer Organisation vor, in der sich die GFL1- und GFL2-Vereine versammeln. Diese Organisation soll kein originärer Bestandteil des AFVD sein (wie z.B. ein Ausschuss) und sie soll bezüglich Eigenständigkeit und Eigenverantwortung der Vereine und ihrer Liga weit über die Möglichkeiten der heute in der AFVD-Satzung vorgesehenen Versammlung der Vereine der Bundesligisten (VdB) hinausgehen.

Über einen Grundsatzvertrag (siehe Ziff. 3.2) soll diese Organisation mit dem AFVD verbunden sein und weiterhin durch ihn im deutschen und international organisierten Sport vertreten werden. Außerdem soll dieser Vertrag die verschiedenen Zuständigkeiten, die Aufgabenteilung, die Anerkennung von (Spiel-)Regeln und die Zahlungen zwischen AFVD und GFL regeln.

In der deutschen Sportlandschaft gibt es für solche Organisationsformen bereits viele Beispiele (z.B. Fußball, Basketball, Eishockey, Volleyball, Rugby), die quasi als Vorlage für die GFL-Organisation dienen können.

3.1 Rechtsform der Organisation

Für die GFL-Organisation ist eine Rechtsform angestrebt, die den GFL-Vereinen ein Mittbestimmungsrecht zusichert, wenig Kosten verursacht, wirtschaftliche Risiken minimiert und die Umsetzung einfacher Prozesse und Verfahren ermöglicht.

- **Variante eingetragener Verein (e.V.)**

In einem e.V. wären die Vereine Mitglieder und über die Satzung könnten ihre Rechte und Pflichten einfach geregelt werden. Die Willensbildung würde in Mitgliederversammlungen bzw. in ggf. vorzusehenden Ausschüssen erfolgen. Auch wären Ein- und Austritte (bei Auf- und Abstieg) einfach zu handhaben und nicht mit Eintragungskosten bzw. Kapitalbedarfen der Vereine verbunden.

Ein e.V. muss nicht zwingend gemeinnützig sein (abhängig vom Vereinszweck und der Mittelverwendung), aus steuerlicher Sicht wäre dies für den GFL-e.V. aber erstrebenswert. Zur Minimierung von wirtschaftlichen Risiken bzw. ggf. zur Steueroptimierung würde bei der Rechtsform e.V. zusätzlich die Möglichkeit bestehen, für verschiedene Aufgaben und zur Verwertung von Rechten eine e.V.-eigene Kapitalgesellschaft (GmbH) zu gründen oder sich an einer bestehenden Gesellschaft des AFVD ggf. auch mehrheitlich zu beteiligen.

Erfolgreiche Beispiele für eine solche Organisationsform findet man in Deutschland u.a. im Fußball mit dem DFB e.V. , dem DFL e.V. (früher Ligaverband) und der DFL GmbH sowie im Basketball mit dem DBB e.V. , dem AG BB-Bundesliga e.V. und der BBL GmbH.

- **Variante Kapitalgesellschaft**

Alternativ zum e.V. könnten sich die GFL-Vereine in einer oder zwei (getrennt für GFL1 und GFL2) Kapitalgesellschaften versammeln. Diese könnten die Rechtsform einer GmbH, GmbH & Co. KG oder einer eingetragenen Genossenschaft (e.G.) haben. In diesem Fall müsste die Gesellschaft mit einem Gründungskapital errichtet werden und die Vereine würden sich daran als

Gesellschafter bzw. Kommanditisten oder Genossen beteiligen. Voraussetzung dafür ist, dass die Satzungen aller GFL-Vereine die Beteiligung an einer Kapitalgesellschaft erlauben.

Die Willensbildung würde in der Variante Kapitalgesellschaft in Gesellschafterversammlungen erfolgen. Bei Auf- und Abstiegen müssten die betroffenen Vereine aus der Gesellschaft ausscheiden bzw. sich neu an ihr beteiligen und die jährlichen Veränderungen müssten im Handelsregister eingetragen werden.

Eine direkte Ausgliederung des Ligabetriebs in eine Liga-GmbH, deren Gesellschafter die Bundesligisten sind, ist im deutschen Eishockey realisiert, wobei sich dort auch die Bundesligisten alle mit Betriebs-GmbHs einbringen.

Der GFL-Ligavorstand präferiert zumindest für den Start der neuen GFL-Organisation die Variante e.V. weil sie

- für alle Beteiligten einfach, günstig und schnell umzusetzen ist,
- Ein- und Austritte bei Auf- und Abstiegen einfach und ohne Kapitalbedarfe abgewickelt werden können,
- davon auszugehen ist, dass bei den Vereinen keine Satzungsänderungen bzw. gar die Gründung einer Betriebs-GmbH notwendig ist, und
- risikominimierende Maßnahmen (z.B. Gründung einer e.V.-eigenen GmbH oder Beteiligung an einer bestehenden GmbH) bei Bedarf jederzeit möglich sind.

3.2 Grundsatzvertrag zwischen AFVD und GFL

Im Grundsatzvertrag zwischen dem AFVD und der GFL sollen die jeweiligen Aufgaben, Kompetenzen und Verantwortlichkeiten (AKV) der beiden Parteien geregelt und verbindlich vereinbart werden. Tendenziell sollen dabei alle für und auf den American-Football-Sport in Deutschland generell wirkenden Aufgabengebiete (z.B. Spielregeln, Schiedsrichterwesen, Trainerlizenzierung und -fortbildung) beim AFVD verbleiben. Alle Liga- bzw. GFL-spezifischen Themenfelder (z.B. Vermarktung, Öffentlichkeitsarbeit, Regularien für Profisportler) sollen hingegen von der GFL verantwortet werden.

Ziel ist es, dass alle Liga-bezogenen Zahlungen der GFL-Vereine (Gebühren, Umlagen, Ligabeiträge) an die neue GFL-Organisation fließen (siehe auch Ziff. 3.4). Die Festlegung der Abgabenhöhe soll dabei in der GFL-Organisation erfolgen. Im Grundlagenvertrag ist zu vereinbaren, welche Mittel davon für Leistungen, die der AFVD für die GFL erbringt, von der GFL an den AFVD weitergeleitet werden. Ausgehend von dem Gedanken, dass die GFL wirtschaftlich erfolgreich agiert, kann im Grundlagenvertrag auch geregelt werden, ob und in welchem Umfang eventuelle Überschüsse der GFL zur Förderung des gesamten Footballsports und insbes. der Jugendarbeit an den AFVD fließen sollen.

Geregelt werden muss auch, wer auf welche Art und Weise und in welchem Umfang für die Veranstaltung des German Bowl verantwortlich ist. Ziel ist dabei, den German Bowl, der das Leuchtturmprodukt der Liga (und nicht des Verbandes) darstellt und dessen Existenzgrundlage der GFL1-Ligabetrieb ist, auch enger an sie zu binden und seine Potenziale stärker für die Liga und ihre Vereine zu nutzen.

Darüber hinaus müssen in dem Grundlagenvertrag geeignete Regelungen dafür fixiert werden, dass die GFL1 und GFL2 die Spitze der gesamten deutschen Ligen-Pyramide darstellt und über den AFVD in der nationalen und internationalen Sportorganisation (insbes. DOSB und IFAF) verankert ist.

3.3 Vermarktung

Die GFL-Organisation soll für eine zentrale, effektive und betriebswirtschaftlich erfolgreiche Vermarktung der GFL Sorge tragen. Sie muss die dafür geeigneten Mittel finden und Wege beschreiten sowie Maßnahmen in verschiedenen Themenbereichen, insbesondere in der PR- und Medien-Arbeit, umsetzen. Dafür kann und soll sie sich auch professioneller Unterstützung bedienen. Gemessen wird die Leistung der Liga in diesem Themenkomplex am wirtschaftlichen Erfolg.

Mittel- und langfristig sollen die Vereine nicht nur indirekt (z.B. positive Öffentlichkeitswirkung) oder in Form von Sach- und Dienstleistungen (z.B. TV-/Livestreamübertragungen) von der zentralen GFL-Vermarktung profitieren. Der Bedarf einer Finanzierung durch Umlagen (siehe auch Ziff. 3.4) soll mittelfristig reduziert werden und im Idealfall sollen erwirtschaftete Gewinne einer Kapitalgesellschaft, an der die neue Organisation beteiligt ist, anteilig oder auch gezielt (z.B. zweckgebundene Zuschüsse) an die Vereine zurückfließen.

Voraussetzung dafür sind verbindliche Vereinbarungen mit den Vereinen

- zu deren Mitarbeit,
- zur Bereitstellung von Werbeflächen/-zeiten und
- zur Einhaltung von Standards.

Die Standards müssen gemeinsam beschlossen und in der Folge durch die GFL vorgegeben und konsequent eingehalten werden. Mindestens im Rahmen des Lizenzierungsverfahrens muss die Einhaltung der Standards überprüft werden.

Nach Möglichkeit soll die GFL-Organisation die Vereine bei Bedarf durch geeignete Angebote aktiv dabei unterstützen, diese Standards einzuhalten. Dies soll in erster Linie in Form einer Hilfe zur Selbsthilfe erfolgen und abhängig von der jeweiligen Leistung kostenlos oder gegen Gebühr angeboten werden.

Überlegt werden soll außerdem, ob durch geeignete Vorgaben (Standards) zur Haushaltplanung der Vereine ggf. sinnvolle Anreize für die positive sportliche und organisatorische Entwicklung der Vereine gesetzt werden können.

Generell braucht die neue GFL-Organisation ein starkes, aktives und gelebtes Commitment der Vereine zur GFL als ihrer Liga und ihrer Marke, von der sie profitieren.

3.4 Finanzierung

Die Finanzierung der GFL soll über folgende Haupteinnahme-Quellen erfolgen:

- Vermarktung von Rechten, Werbeflächen und Werbezeiten
- Beiträge der Mitgliedglieder bzw. Kapitaleinlagen der Gesellschafter
- Gebühren und Umlagen der Vereine (i.d.R. zweckgebunden)

Für die GFL sollen jährliche Haushalts- und Investitionspläne erstellt werden, die von den Mitgliedern/Gesellschaftern genehmigt werden müssen. Über die Mittelverwendung in der Organisation und in Gesellschaften, an denen die Organisation ggf. beteiligt ist, soll ein regelmäßiges und ausreichend detailliertes Reporting ggü. den Mitgliedern/Gesellschaftern erfolgen.

Insbesondere bei der Festlegung von Umlagen sollen Überlegungen angestellt werden, ob diese - solange sie erforderlich sind - immer zwingend fix und für alle GFL1- und GFL2-Vereine jeweils gleich hoch

angesetzt werden müssen. Ggf. kann sich die Höhe auch an den Haushaltsvolumen der einzelnen Vereine orientieren und dadurch einen Beitrag zur Solidarität, Chancengleichheit und breiterer Akzeptanz leisten (Hintergrund siehe Ziff. 2.5).

3.5 Geschäftsführung

Die Umsetzung der Ziele der zukünftigen GFL-Organisation erfordert den Einsatz von mindestens einer Vollzeitkraft für die Geschäftsführung. Die neue GFL-Organisation soll deshalb möglichst schnell mit einem/r hauptamtlichen Geschäftsführer/in ausgestattet werden. Alternativ dazu bzw. übergangsweise kann die Geschäftsführung auch gegen Zahlung einer Aufwandsentschädigung durch ein ehrenamtliches Vorstandsmitglied übernommen werden. Entscheidend ist in beiden Varianten, dass

- der/die Geschäftsführer/in bezüglich Persönlichkeit, Ausbildung, Erfahrung und Fähigkeiten für diese Aufgabe geeignet ist und
- er/sie sie als seine/ihre Hauptaufgabe mit entsprechender Kapazität (Richtwert 40 Stunden pro Woche) ausführen kann.

Je nach Bedarf müssen weitere haupt- oder nebenamtliche Kräfte angestellt werden. Dabei ist jedoch immer das Kosten-/Nutzenverhältnis sowie die Finanzierung kritisch zu betrachten.

4. Umsetzung des Zielbilds

Am 11. Oktober 2020 hat der GFL-Ligavorstand in der Versammlung der Vereine der Bundesligisten (VdB) im AFVD u.a. den Auftrag erhalten, das GFL-Zielbild einer Umsetzung zuzuführen. Dafür wurde dem Ligavorstand der Zeitraum von einem Jahr eingeräumt und es wurden drei Arbeitspakete aufgesetzt, die nachfolgend beschrieben sind.

4.1 GFL-Masterplan (Workstream 5)

Der GFL-Masterplan beschreibt alle Aspekte und Aufgabenfelder einer erfolgreichen GFL. Er bietet die Zielorientierung und grundlegenden Entwicklungsperspektiven, identifiziert Handlungsfelder und benennt konkrete Maßnahmen. Er ist somit die Handlungsgrundlage für die Arbeit der Vereine und der Liga in den nächsten Jahren. Die Definition und Ausprägung der Marke sowie das Commitment der GFL1/2-Vereine zu dieser Marke, stellen die Grundlage für alle Teile des GFL-Masterplans dar.

Das Arbeitsteam, das für den Workstream 5 gebildet wurde, soll die Marke und den Masterplan mit der Unterstützung durch kompetente externe Berater in mehreren Workshops entwickeln. Zwischenergebnisse sollen regelmäßig mit den Vereinen diskutiert und abgestimmt werden.

4.2 Vermarktung (Workstream 6)

Bezüglich der Vermarktung der GFL sollen die in Ziff. 2.4 zu diesem Themenkomplex dargestellten Defizite behoben und die für eine effektive Vermarktung heute fehlenden Grundlagen geschaffen werden. Hierzu soll durch das für den Workstream 6 aufgesetzte Arbeitsteam unter Einbezug von professionellen und im Themenfeld der Sportrechtevermarktung erfahrenen Beratern in vier Schritten vorgegangen werden:

1. Produktanalyse und Produktentwicklung
2. Marktanalyse und Erstellung einer Roadmap zur Kommerzialisierung
3. Erstellung eines Kommerzialisierungskonzepts
4. Verkaufsprozess anstoßen sowie dauerhaft und eigenständig (ohne Berater) fortsetzen

Das in Schritt 3 zu erstellende Kommerzialisierungskonzept soll Bestandteil des GFL-Masterplans (siehe Ziff. 4.1) werden.

4.3 Errichtung „GFL e.V.“ (Workstream 7)

Zur Errichtung der neun GFL-Organisation muss eine Entscheidung bezüglich der Rechtsform getroffen sowie eine entsprechende Gründung vorbereitet und durchgeführt werden. Diese Aufgabe übernimmt die für den Workstream 7 gebildete Arbeitsgruppe. Die Errichtung erfolgt nicht ohne vorherige Abstimmung darüber in einer VdB.

-- . --