

COMPETICIONES

FOX, beIN Sports y StarTimes, los grandes dueños de la Bundesliga en TV

Marc Menchén

17 ago 2015 - 05:00

La Bundesliga arrancó este fin de semana y sus partidos pudieron seguirse por televisión en 210 países. Pero, a diferencia de la estrategia seguida por otras competiciones, el torneo alemán ha decidido optar por asociarse a dos grandes operadores para retransmitir sus encuentros en el extranjero. En total, la competición espera recaudar unos 154 millones de euros esta temporada por sus derechos internacionales, una cifra que dobla la obtenida la campaña anterior, pero que aún está muy lejos de los 600 millones que prevé La Liga.

El principal contrato se ha firmado con FOX Sports, que se ha convertido en el operador oficial a nivel global. La división del grupo de medios 21st Century Fox, que controla Rupert Murdoch, gestionará los derechos de televisión de la Bundesliga durante los próximos cinco años en Asia, América Latina y EEUU, y durante los próximos dos años años en Holanda e Italia. En total, suponen 80 países, algunos de la magnitud de EEUU, India, Brasil o China.

El acuerdo incluye la retransmisión de los 306 partidos de la Bundesliga, así como la Supercopa de Alemania y las fases de ascenso y descenso. "Además, FOX tiene los derechos de distribución digital, incluyendo la posibilidad de hacer que el contenido esté disponible a través de servicios, nuevos o existentes, de televisión online autenticados, así como en los dispositivos móviles en los territorios contratados", señala DFL Sports Enterprises, la compañía que gestiona todo el negocio comercial de la competición.



Bayern de Munich y Wolfsburg abrieron la temporada con la Supercopa.

"Queremos mostrar este producto a la mayor audiencia posible y desarrollar nuestro papel para hacer crecer la popularidad y la marca de la Bundesliga en todo el mundo, a través de nuestra extensa plataforma global de canales de deportes", defiende Simon Thomas, vicepresidente ejecutivo de la división de Sports en FOX International Channels (FIC). Y muestra de ello es que, en esta campaña, sólo en Estados Unidos se ofrecerán el doble de partidos, con una audiencia potencial de 45 millones de hogares.

El reto de FOX Sports en algunos de estos continentes pasa por conseguir la máxima audiencia posible, y para conseguirlo ha aceptado sublicenciar algunos paquetes de partidos. Por ejemplo, en toda América Latina y algunos países de América Central se compartirán los contenidos de la competición con ESPN, una de las plataformas líderes en este mercado y que está controlada por The Walt Disney.

En otros mercados donde FOX Sports no podía garantizar una cobertura exhaustiva, la Bundesliga ha optado por vender su producto en grandes paquetes. Por ejemplo, beIN Sports se ha adjudicado los 306 partidos del torneo en Francia, Australia, Oriente Medio y todo el Norte de África. Este acuerdo, según la plataforma de televisión catari, permitirá llevar los duelos de Bayern de Munich o Borussia Dortmund a "cientos de millones" de aficionados.



Sky Deutschland controla las retransmisiones de la Bundesliga en Alemania.

El otro gran aliado para llevar la Bundesliga a todos los rincones posibles es StarTimes, una plataforma de televisión de origen chino pero que le permitirá llegar a cincuenta países de África, especialmente en los países subsaharianos. El contrato que se ha firmado es por cinco años, período en el que la compañía quiere pasar de cuatro millones a veinte millones de suscriptores. Mención especial merece Youtube, que emitirá la competición en Nueva Zelanda.

En Europa, en cambio, no hay un sólo operador, sino que se han alcanzado varios contratos: Eurosport se ha adjudicado varios países nórdicos, de los Balcanes y parte de Centroeuropa; en Reino Unido los derechos han sido arrebatados a Sky por parte de BT Sports, mientras que en España, Movistar+ los controlará tras integrar Canal+.

El Bayern de Munich, molesto con el reparto

Si a nivel internacional se han logrado doblar los ingresos, hasta los 154 millones, no es menos importante la mejora que se obtendrá en el mercado doméstico. Sky Deutschland se adjudicó las retransmisiones para el período que comprendía las temporadas 2013-2014 y 2016-2017; en la pasada campaña abonaron por estos derechos un total de 615 millones. A esta cifra hay que añadir lo que percibe de la televisión pública por los resúmenes, así como por los derechos para casas de apuestas.

En total, según el informe de la Bundesliga al cierre de la temporada 2013-2014 y

hecho público recientemente, los clubes se repartieron un total de 716,8 millones de euros por el área de medios, que también incluye la Copa y otros activos, cifra a la que hay que añadir los 129,6 millones de la Bundesliga 2. En ese documento, se precisa que la televisión generó 630 millones de ese importe total. Para la campaña recientemente finalizada, se estima que se ingresaron 690 millones por televisión, mientras que la proyección para la 2015-2016 apunta a 817 millones.

El actual modelo de venta centralizada ha empezado a disgustar a clubes como el Bayern de Munich, que consideran que se ven perjudicados respecto a otros grandes clubes. El presidente del club, Karl Heinz Rummenige, criticó que con el actual sistema sólo percibirán este año unos 74 millones de euros por los derechos de televisión de la Bundesliga, mientras que, según sus cálculos, podrían obtener hasta 200 millones con la venta individual.