



Hier dreht sich alles um Fußball:  
der Eingang zum Hauptsitz in der  
Nürnberger Badstraße.

# In der Topliga

**Dank App sind echte Fans stets über neueste Transfers, aktuelle Tabellenstände und Spielerfitness auf dem Laufenden. Der „kicker“ gilt seit 100 Jahren als das Nonplusultra des Fußballwissens. Auch Alexa spielt hier gerne mit.**

„Wer hat den FCN am 2. Dezember 1967 zum Sieg über die Bayern geschossen?“, „Wer wurde im EM-Finale 1996 für den Doppeltorschützen Oliver Bierhoff ausgewechselt?“, „Wer war der laufstärkste Spieler der Saison 2019/20?“. Wenn echte Fußballfans ins Fachsimpeln geraten, werden schon mal die Smartphones gezückt und sportliche Streitfragen mit der „kicker“-App geklärt. Der Datenschatz des „kicker“ ist enorm und die Nürnberger Marke gilt als verlässlich und immer auf dem neuesten Stand – unter Fans genauso wie unter den Größen des Sports. „Franz Beckenbauer hat das mal so ausgedrückt: ‚Wenn das im ‚kicker‘ steht, muss es richtig sein‘“, sagt Herausgeber Rainer Holzschuh.

Dass die Geschäftsidee „kicker“ auch 100 Jahre nach seiner Gründung noch topaktuell ist, liegt daran, dass man im dahinterstehenden Olympia-Verlag mit der Zeit geht. „Wir waren beim Internet Vorreiter in der Branche“, erinnert sich Geschäftsführerin Bärbel Schnell. „Wir haben das Internet immer ernst genommen und nicht gehofft, dass es wieder verschwindet, wie das andere vielleicht getan haben“, sagt sie. Der „kicker“ hat bereits 1997 die erste Website auf den Markt gebracht. 2004 erschien der Vorläufer der heutigen Smartphone-App, 2008 die erste App für das iPhone. Amazons „Alexa“ spuckt bereits seit 2016 „kicker“-Inhalte aus. Außerdem hat das Unternehmen verschiedene Beteiligungen an Start-ups und Softwarefirmen abgeschlossen, etwa im Bereich Sprachsteuerung und intelligente Assistenten. Zusätzlich arbeitet heute im Haus ein



Bärbel Schnell, Geschäftsführerin des Olympia-Verlags, und Herausgeber Rainer Holzschuh.

eigenes „Innovationsteam“ daran, dass die Fußball-Bibel made in Nürnberg keinen Trend verpasst, sondern auch weiterhin in der ersten Liga mitspielt.

Trotz aller digitalen Innovationsfreude hat die gedruckte Ausgabe für den Verlag einen hohen Stellenwert. „Sie ist immer noch ein Kernelement“, sagt Bärbel Schnell. Sie erscheint seit 1968 zwei Mal wöchentlich: montags zum Preis von drei Euro mit einem Mantelteil aus Magazinpapier und einem Innenteil im Zeitungsdruck, donnerstags die dünnere Version für 2,20 Euro ausschließlich im Zeitungs-



Hier entstehen die Texte für Print und Online: einer der Redaktionsräume.

druck. Zusätzlich kommen zu allen großen Sportereignissen Sonderhefte auf den Markt, zum Beispiel zu Europa- und Weltmeisterschaften oder zur Champions League. Kultstatus genießt das jährlich zum Saisonstart der Fußballbundesliga herausgegebene Heft mit der Stecktafel.

### Schönste Nebensache der Welt

Neben der fachlichen Kompetenz sowie der Fokussierung auf das sportliche Geschehen, zählen Aktualität und ein möglichst breites Spektrum beim Thema Fußball zum Markenkern des „kicker“, sowohl online als auch im Heft. Er berichtet über alle Fußballwettbewerbe, von der Bundesliga, Champions League, Europa League über Welt- und Europameisterschaften, ausländische Profiligen und Frauenfußball bis hin zu den unteren Ligen. Andere Ballsportarten, Motorsport und E-Sports kommen vor – spielen im Vergleich zum Fußball aber eine untergeordnete Rolle. Hier dreht sich fast alles um die schönste Nebensache der Welt.

In einer Montagsausgabe der Bundesliga-Saison 2020/21 sieht das so aus: Ein Hauptartikel vergleicht auf vier Seiten FC-Bayern-Torjäger Robert Lewandowski mit dem aufstrebenden Dortmunder Erling Haaland. Die Argumente für die beiden Fußballer werden mit Leistungsdaten und Aussagen von Mitspielern unterfüttert. Weiter hinten im Blatt geht es

um die Gründe, die zum Rauswurf von Trainer David Wagner beim FC Schalke 04 geführt haben, und mögliche Nachfolger. Außerdem analysiert das Heft den zurückliegenden Bundesligaspieltag, benennt alle Spieler und benennt die „Kicker Elf des Tages“. Es folgen Artikel über internationale Wettbewerbe, ausländische Ligen und die niedrigeren Spielklassen.

Was heute eine Fußball-Institution ist, lief erstmals am 14. Juli 1920 in Konstanz aus der Druckerpresse. Nach Stationen in Stuttgart und Ludwigshafen am Rhein zog das von dem begeisterten Fußballpionier Walther Bensemann gegründete Magazin 1926 nach Nürnberg. Die Stadt war in den 1920er Jahren die süddeutsche Fußballhochburg, der 1. FC Nürnberg holte fünf seiner neun Meistertitel in dieser Zeit.

Im darauffolgenden Jahrzehnt wurde Nürnberg unter den Nationalsozialisten zur „Stadt der Reichsparteitage“ und die Situation für den „kicker“-Gründer wurde immer schwieriger. Walther Bensemann, der im Fußball ein pazifistisches „Symbol der Völkerveröhnung“ sah, wurde als Jude zum Feindbild der Nazis. 1933 flüchtete Walther Bensemann in die Schweiz, wo er im Jahr darauf starb. Das Magazin wurde 1944 kriegsbedingt eingestellt und erschien erst 1951 wieder. 1968 kaufte der Olympia-Verlag die Publikation und fusionierte sie mit dem „Sportmagazin“.

Bereits seit 1971 ist der heutige Herausgeber Rainer Holzschuh an Bord, nur 1983 bis 1988 war er Pressesprecher des Deutschen Fußballbunds. Mit seiner Erfahrung weiß der Sportjournalist, dass sich das Geschäft in den vergangenen Jahren verändert hat: Es sei für die Presse schwieriger geworden, findet er. Früher sei der Kontakt zu den Spielern noch enger gewesen: „Da gab es noch keine Berater, keine Pressestellen, wir konnten ungehindert mit allen reden, ohne dass es hinterher nochmal zensiert wurde.“ Hinzu kommt, dass Vereine und Spieler heutzutage immer häufiger eigene Medienkanäle betreiben, besonders im Internet und den Sozialen Netzwerken. Dass der „kicker“ trotzdem nah dran ist an Spielern, Trainern und Vereinen, verdankt er seinem großen, weit verzweigten Reporternetzwerk, das Print und Digital mit allen wichtigen Infos versorgt. Und seinem Ruf als seriösem, kompetentem Medium.

### Treue Abonnenten

Mit 100 Jahren ist der „kicker“ eine der ältesten deutschen Sportzeitschriften. Heute konkurriert sie mit „Sportbild“, „11 Freunde“ und anderen Fußballzeitschriften, die aber alle unterschiedliche Philosophien hätten, so Rainer Holzschuh. Im Gegensatz zu anderen Magazinen spielen die Privatangelegenheiten der Fußballer für den „kicker“ nur dann eine Rolle, wenn sie eine Auswirkung auf den Sport haben. Berichtenswerte Skandale sind Ereignisse wie der Bundesliga-Wettskandal 1971 mit manipulierten

Spielen, nicht die ausschweifende Diskonacht oder Affäre eines Bundesligaprofis.

Die digitalen Produkte haben heute deutlich mehr Reichweite als das gedruckte Heft. Die insgesamt 200 000 wöchentlich verkauften Ausgaben erreichen knapp 1,9 Millionen Leserinnen und Leser. Im Gegensatz dazu nutzen rund zehn Millionen Menschen jeden Monat die App auf ihrem Smartphone oder Tablet oder informieren sich über die Website kicker.de. Beliebt sind dort neben den News aus dem Fußball auch die Live-Ticker, zum Teil mit Spielereignissen als Animation.

Rund 100 der insgesamt 220 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter des Olympia-Verlags arbeiten an den Inhalten des „kicker“ – in der Print-, Digital- oder Datenredaktion, im Reporternetzwerk, der Bildredaktion und der Grafik. Den Großteil seiner Erlöse erzielt der „kicker“ über die Werbeeinnahmen im Digitalen. Dementsprechend erleichtert war man beim Olympia-Verlag, als nach der coronabedingten Pause der Bundesliga der Ball wieder rollte und sich die eingebrochenen Nutzerzahlen wieder erholten: Nach dem Rekord von über zwei Milliarden Seitenaufrufen im Februar 2020 waren es im April deutlich unter 500 Millionen. Ein tröstender Aspekt in der Corona-Krise: Die knapp 45 000 Abonnenten der Printausgabe halten dem „kicker“ die Treue – auch nach 100 Jahren. ■



Unterschiedliche Formate, gleicher Anspruch: Nadja Peer, verantwortlich für interne und externe Kommunikation, präsentiert die Digitalausgabe und die App.