



Die **Übertragung eines sportlichen Events** ist ein riesiges Geschäft für Bezahlender. Welche Konsequenzen die Absage von Spielen, wie jetzt die der Eishockey-Playoffs, für die Bezahlender hat, ist noch nicht im Detail abzusehen.

Zuhause und doch ganz nah dran

Aus Angst vor einer noch schnelleren Ausbreitung des Coronavirus finden immer mehr Spiele verschiedener Sportarten vor leeren Rängen deutscher Stadien statt oder werden ganz abgesagt. Umso wichtiger werden für die Fans die Live-Übertragungen der stattfindenden Spiele im Fernsehen. Rund 1400 sportliche Events überträgt der Bezahlender MagentaSport, eine Marke der Telekom, jährlich. Aber welcher Aufwand steckt hinter so einer Produktion? Wir waren exemplarisch bei der Übertragung eines Spiels der Fischtown Pinguins in der Bremerhavener Eishalle dabei. VON LISA-MARTINA KLEIN (TEXT UND BILDER)

Etwa 11 Millionen Menschen verfolgten nach Angaben der Telekom in der vergangenen Saison die Spiele der Deutschen Eishockey Liga (DEL) live. Allein 140.000 Menschen sahen das Finalspiel Mannheim gegen München im April 2019. Das, was später mit dem Logo von MagentaSport über die Bildschirme flimmert, wird produziert von verschie-

denen Dienstleistern und Freiberuflern. Das hat zur Folge, dass die Crew für jedes Spiel neu zusammengestellt wird. Mindestens dabei sind Ü-Wagenleiter, Aufnahmeleiter, Leiter der Sendung (LdS), Regisseur, Kommentator, Grafiker, Schnitttechniker (je 1), Kameramänner (2), Tontechniker beziehungsweise -ingenieure (2), Kabler (3). Zwei Spiele werden pro Woche be-

sonders von der Telekom begleitet. Bei so einem Topspiel kommt ein Moderator und ein Experte hinzu. Außerdem wird je ein Spieler einer Mannschaft als Cable Guy verkabelt. Die Zuschauer bekommen so direkt mit, was auf dem Eis gesprochen wird. Der Spieltag selbst ist für die Crew streng nach Plan durchgetaktet, aber dank guter Planung kommt kein Stress auf.



Der **Übertragungswagen (Ü-Wagen)** rollt auf den Parkplatz hinter der Eishalle, die Vorbereitungen beginnen: Die Tontechniker machen Soundcheck, die Anpacker hieven die beiden Führungskameras per Flaschenzug in Position auf der Pressetribüne, die Kabler verlegen Kabel, der Aufnahmeleiter überwacht den Ablauf.



Jeder aus der **16-köpfigen Crew** hat seine Aufgabe, seinen Platz in der Halle. Nur zur Produktionsbesprechung um 17.15 Uhr sind alle in einem Raum. Diese Besprechung ist Pflicht für alle - denn was bei einer Livesendung geplant werden kann, wird geplant, wie der minutiös aufgeschriebene Sendeplan zeigt. Er hält fest, welches Bild an welche Statistik knüpft, wann aufgezeichnetes Material eingespielt wird, wann Livebilder gezeigt werden, was in den Power Breaks und den Drittpausen gezeigt wird. Rund 160 Minuten Sendezeit werden so geplant.



90 Minuten vor Sendebeginn zeichnet der Kommentator des Spiels, an diesem Abend Matthias Berlinke, drei **Interviews mit Spielern** und Randfiguren auf, die später im Vorlauf, also den letzten 15 Minuten vor dem Spiel, eingespielt werden. Wer zum Interview geladen wird, wird bereits Tage vorher festgelegt. Trotzdem kann es vorkommen, dass kurzfristig ein anderer Spieler erscheint. Dann muss sich Berlinke schnell auf die neue Situation einstellen und sich andere Fragen überlegen.



Im **Ü-Wagen** laufen die Fäden beziehungsweise Bilder zusammen. Hier sichten Regisseur und leitender Redakteur die Bilder und entscheiden, welche während der Übertragung gesendet werden. Diese werden dann per hochleistungsfähiger Internetleitung zur Sendeabwicklung (SAW) in München geschickt. Über Funk können die beiden mit den Kameramännern, dem Grafiker, dem Kommentator und den Tontechnikern für einen glatten Sendeablauf kommunizieren. Nach dem Spiel wird im Ü-Wagen auch der Highlightreport zusammengestellt, ein etwa fünfminütiger Zusammenschnitt der besten Spiel-Szenen.



Die heiße Phase beginnt. Um 19 Uhr erfolgt die **Durchlaufprobe**. Das heißt, der Kommentator des Spiels bekommt die Szenen auf seinen Bildschirm gespielt, so dass er weiß, in welcher Abfolge die vorher aufgezeichneten Interviews kommen. Der Grafiker, der neben dem Kommentator sitzt, blendet an den entsprechenden Stellen den passenden Spielernamen, die Tabelle oder Statistiken ein.



Die Übertragung beginnt, **Matthias Berlinke** begrüßt die Zuschauer, schaut auf den aktuellen Spieltag, die Tabelle, stellt die beiden Mannschaften vor. Für ihn hat die Vorbereitung auf das Spiel bereits etwa fünf Tage vor dem Spiel begonnen. Er hat Statistiken gesichtet, sich zu jedem Spieler Notizen gemacht, mit Kollegen aus der Eishockey-Szene telefoniert, um auf dem neuesten Stand zu sein. Etwa drei Tage vor der Sendung hat er mit dem Leiter der Sendung Kontakt aufgenommen. „Da legen wir fest, welche Geschichte wir mit dem Spiel erzählen wollen. Denn trotz aller Planung, Routine und Technik darfst du nie vergessen, auch eine emotionale Geschichte zu erzählen“, erklärt Berlinke, der seit vier Jahren Spiele für MagentaSport kommentiert.



Erstes Bully, das Spiel beginnt. Die beiden **Kameramänner** fangen die Spielszenen ein, „erzählen dem Zuschauer die Geschichte auf dem Eis“, wie sie es nennen. Ein Kameramann ist für die Nahaufnahmen auf die Spieler und ins Publikum zuständig, der andere für Totalaufnahmen in die Halle. Per Funk bekommen sie Anweisungen, welchen Spieler sie verfolgen oder welche Szenen im Publikum sie einfangen sollen. Im Eishockey wird meist mit zwei Hintertorkameras, zwei Über-torkameras und zwei Führungskameras gearbeitet. Im Ü-Wagen wird daraus ein abwechslungsreicher Mix produziert.



Die Livesendung ist vorbei, der **Highlightreport abgeschickt**. Die Crew packt die letzten Sachen weg, rollt die Kabel auf. Feierabend.