

**Mitteilung gemäß Artikel 19 Absatz 3 der Verordnung Nr. 17 des Rates in der Sache
COMP/C.2/37.214 — Gemeinsame Vermarktung der Medienrechte an der Deutschen Bundesliga**

(2003/C 261/07)

(Text von Bedeutung für den EWR)

1. DIE ANMELDUNG

1. Am 25. August 1998 beantragte der Deutsche Fußballbund (DFB) ein Negativattest bzw. gegebenenfalls eine Einzelfreistellung nach Artikel 81 Absatz 3 EG-Vertrag (EG) für die zentrale Vermarktung von Fernseh- und Hörfunkrechten sowie sonstiger technischer Verwertungsformen⁽¹⁾ an den Meisterschaftsspielen der Bundesliga und der 2. Bundesliga der Männer.
2. Der DFB ist der nationale deutsche Fußballverband. Der Ligaverband ist ordentliches Mitglied des DFB. Mitglieder des Ligaverbands sind die lizenzierten Vereine und Kapitalgesellschaften der Bundesliga und der 2. Bundesliga („die Vereine“). Die DFL führt das operative Geschäft ihres alleinigen Gesellschafters, des Ligaverbands. Der Antrag des DFB ist nach der ursprünglichen Anmeldung infolge einer internen Strukturreform des DFB und der Gründung des Ligaverbands e. V. im Jahr 2001 mehrfach geändert worden. Der Ligaverband hat sich die geänderte Anmeldung des DFB am 19. Februar 2003 zu eigen gemacht.
3. Der Ligaverband ist nach den Statuten des DFB berechtigt, die vom DFB gepachteten Fußballwettbewerbe der Lizenzligen zu organisieren und exklusiv im eigenen Namen zu verwerten⁽²⁾. Damit sind die Vereine, die zumindest Mitinhaber der Übertragungsrechte sind, an einer eigenständigen geschäftlichen Verwertung dieser Rechte gehindert.
4. Das Unternehmen Infront Buli GmbH (Infront) hat, noch als BULI Vermarktungs GmbH (BULI) firmierend, mit Vertrag vom 28. Juni 2002 fast sämtliche zentral vermarkteten Rechte erworben. BULI war zum Zeitpunkt des Vertragsschlusses eine Tochtergesellschaft der KirchMedia GmbH & Co. KGaA. Nunmehr ist BULI aus dem Kirch-Unternehmensverbund herausgelöst und wird von unabhängigen Investoren gehalten. Infront vergibt als Inhaber der Rechte Sublizenzen für Fernseh- und andere Übertragungen von Begegnungen der Bundesligen.
5. Die angemeldete Regelung ist nach nationalem deutschem Recht zulässig⁽³⁾.
6. Auf die Veröffentlichung der ursprünglich angemeldeten Regelung hin hat die Kommission verschiedene Stellungnahmen erhalten. Aus der Sicht der deutschen und britischen Kartellbehörden stelle die zentrale Vermarktung eine Wettbewerbsbeschränkung dar und sei nicht unerlässlich für die Solidarität unter den Vereinen. Dem stimmen einige der größeren Vereine zu. Die Verbände bringen dagegen vor, dass nur die angemeldete Regelung eine ganzheitliche Darstellung des sportlichen Wettbewerbs, dessen effektive Vermarktung und die notwendige Solidarität zwischen den Vereinen ermögliche. Fernsehveranstalter stimmen dem grundsätzlich zu und betonen, dass sie als Verwerter am Erwerb von Übertragungsrechten an allen Begegnungen interessiert seien, was durch individuelle Vermarktung erschwert würde. Ähnlich sehen dies Agenturen für Sportrechte, die überdies der Auffassung sind, dass weder eine Verzerrung des Wettbewerbs auf der Marktgegenseite noch eine spürbare Handelsbeeinträchtigung im Sinne des Artikels 81 Absatz 1 EG vorliege.
7. Nach Auffassung der Kommission ist die bisherige zentrale Vermarktung mit Artikel 81 EG unvereinbar. Sie beschränkt den Wettbewerb auf den vorgelagerten Märkten des Erwerbs von Fernsehrechten an regelmäßigen Fußballspielen sowie den entsprechenden Rechten von Mobilfunk und Internet-Übertragungen. Sie beschränkt weiterhin den Wettbewerb auf den nachgelagerten Fernsehmärkten für Free-TV sowie Pay-TV und auf den nachgelagerten Märkten, auf denen Mobilfunk- und Internet-Anbieter um Kunden konkurrieren. Den Vereinen der Bundesliga und der 2. Bundesliga steht nach der bisherigen Regelung keinerlei Recht zu, ihre Spiele im Rahmen der Deutschen Fußballmeisterschaft zu verwerten und als eigenständige Anbieter aufzutreten. Ferner führt die zentrale Vermarktung in Verbindung mit dem exklusiven Verkauf aller Rechte an einen Rundfunkveranstalter dazu, dass nur wenige Rundfunkveranstalter oder andere Inhalte-Verwerter dabei eine Chance haben, zum Zuge zu kommen.

⁽¹⁾ Dieses Recht zur zentralen Vermarktung betrifft alle Arten von Rundfunkübertragungsrechten: frei empfangbares Fernsehen (Free-TV), Pay-TV, Pay-per-view-TV; terrestrische Übertragung, Übertragung per Kabel oder über Satellit; Live- oder zeitversetzte Übertragung; Wiedergabe des ganzen Ereignisses, Auszüge davon oder eine Zusammenstellung von Spielhöhepunkten, Hörfunk. Sie betrifft auch Rechte bestehender und künftiger technischer Einrichtungen aller Art, wie z. B. UMTS, Internet oder Business TV.

⁽²⁾ Nicht erfasst ist die Vermarktung internationaler Vereinswettbewerbe. So ist die Vermarktung der Rechte an den Spielen in der UEFA-Champions League Gegenstand der Entscheidung „Gemeinsame Vermarktung der Medienrechte an der UEFA-Champions League auf Ausschließlichkeitsgrundlage“ vom 23. Juli 2003, IP/03/1105.

⁽³⁾ Gemäß § 31 des deutschen Gesetzes gegen Wettbewerbsbeschränkungen findet dessen § 1, der ein Verbot wettbewerbsbeschränkender Vereinbarungen enthält, keine Anwendung auf die zentrale Vermarktung von Rechten an der Fernsehübertragung satzungsgemäß durchgeführter sportlicher Wettbewerbe durch Sportverbände, die in Erfüllung ihrer gesellschaftspolitischen Verantwortung auch der Förderung des Jugend- und Amateursports verpflichtet sind und dieser Verpflichtung durch eine angemessene Teilhabe an den Einnahmen aus der zentralen Vermarktung dieser Fernsehrechte Rechnung tragen.

8. Der vollständige Ausschluss der Vereine von der Vermarktung ihrer Spiele ist nicht erforderlich, um die möglichen Effizienzgewinne für Inhalte-Anbieter und Vereine und andere positive Folgen der gemeinsamen Vermarktung auf den Medienmärkten zu erzielen. Auch machen Umfang und Dauer der bisherigen exklusiven Rechtevergabe von DFB bzw. Ligaverband an einen Rundfunkveranstalter die möglichen Vorteile zunichte. Sie verstärkt die Konzentrationstendenzen im Bereich der Medienwirtschaft. Die ursprünglich angemeldete Regelung hemmt zudem die Entwicklung medialer Fußball-Angebote im Bereich der Neuen Medien, etwa Internet oder Mobilfunk. Der gebündelte Verkauf von Fernsehrechten zusammen mit Rechten der Neuen Medien an einen Rundfunkveranstalter verleitet diesen dazu, die Märkte im Bereich der Neuen Medien nicht vollständig zu entwickeln, um seinen traditionellen Geschäftsbereich zu schützen.
9. Vor diesem Hintergrund haben der Ligaverband und die DFL der Kommission zuletzt am 10. Juni 2003 ein Konzept unterbreitet, welches die ursprünglich angemeldete Regelung wesentlich modifiziert. Der Ligaverband wird künftig Teile der Übertragungsrechte nach festgelegten, transparenten Regeln zentral vermarkten. Daneben können die Vereine gewisse Rechte individuell vermarkten. Die Kommission ist vorläufig zu der Auffassung gelangt, dass das neue Konzept den Bedenken der Kommission Rechnung trägt.

2. VON DEN PARTEIEN VORGESCHLAGENES NEUES VERMARKTUNGSMODELL

2.1 Zentrale Vermarktung

2.1.1 Vergabeverfahren

10. Die Rechte werden in mehreren Paketen in einem transparenten und diskriminierungsfreien Verfahren angeboten. Die Ausschreibung wird 4 Wochen vor Beginn öffentlich angekündigt. Ein Bewerber kann sich sodann innerhalb weiterer 4 Wochen um ein oder mehrere Pakete bewerben. Die Vergabe erfolgt durch den Ligaverband oder einen beauftragten unabhängigen Agenten. Für Streitigkeiten über das Vergabeverfahren wird ein Schiedsgericht etabliert. Die Laufzeit der sowohl mit dem Agenten als auch mit den Sublizenznehmern zu schließenden Verträge wird drei Spielzeiten nicht überschreiten.

2.1.2 Fernsehen

11. Live-Übertragungen der Bundesliga und der 2. Bundesliga werden insbesondere in 2 Paketen angeboten. Paket 1 umfasst die jeweiligen Hauptspieltage der beiden Ligen (Samstag bzw. Sonntag), die in voller Länge parallel übertragen werden können. Paket 2 umfasst die jeweiligen Nebenspieltage der beiden Ligen (Sonntag bzw. Freitag) zur ggf. parallelen Übertragung in voller Länge. Beide Pakete berechtigen zusätzlich zur Übertragung der Spiele des jeweils anderen Spieltags mittels Konferenzschaltung. Beide Pakete können zusätzlich das Recht zur zeitversetzten Höhepunkte-Erstberichterstattung im Pay-TV enthalten.

12. Ein drittes Paket berechtigt den Erwerber zur Live-Übertragung mindestens zweier Begegnungen der Bundesliga sowie zur zeitversetzten Highlight-Erstberichterstattung im Free-TV. Ein viertes Paket umfasst Live-Spiele der 2. Bundesliga sowie die Rechte zur zeitversetzten Highlight-Erstberichterstattung im Free-TV. Zweit- und Drittverwertungsrechte werden in einem weiteren Paket 5 angeboten. Die Pakete 3 bis 5 können jeweils auch an mehrere Verwerter vergeben werden.

2.1.3 Internet, Mobilfunk und weiteres

13. Paket 6 enthält das Recht, Begegnungen der Bundesliga und der 2. Bundesliga live und/oder zeitnah im Internet zu übertragen, wobei dies ausschnittsweise und/oder vollumfänglich geschehen kann. Zusätzlich ist das Recht zur zeitversetzten Verwertung (ohne Priorität) enthalten. Dieses Paket wird vom Ligaverband im Zuge der Ausschreibung noch konkretisiert und kann auch an mehrere Verwerter abgegeben werden. Ein weiteres Paket 7 betrifft die zeitversetzte Höhepunkte-Berichterstattung, welches ebenfalls an mehrere Verwerter abgegeben werden kann.
14. Paket 8 beinhaltet das Recht, Begegnungen der Bundesliga und/oder der 2. Bundesliga live und/oder near live und/oder zeitversetzt im Mobilfunk zu übertragen, wobei dies ausschnittsweise oder vollumfänglich geschehen kann. Dieses Paket wird vom Ligaverband im Zuge der Ausschreibung noch konkretisiert und kann an mehrere Mobilfunkanbieter abgegeben werden. In diesem Fall kann der Ligaverband die Angebote inhaltlich aufeinander abstimmen. Paket 9 berechtigt zur zeitversetzten ausschnittweisen Übertragung der Begegnungen der Bundesliga und/oder der 2. Bundesliga im Mobilfunk.
15. Alle weiteren medialen Rechte, die nicht den Paketen 1 bis 9 bzw. den Verwertungsrechten der Vereine zuzuordnen sind, werden in einem weiteren Paket zusammengefasst. Hierunter fallen unter anderem Audioverwertungsrechte sowie Bewegtbildverwertungen im Rahmen von öffentlichen Vorführungen, von Werbemaßnahmen, zur Herstellung von Bild-/Tonträgern für Endkonsumenten (Video, CD, DVD) und für EDV-gestützte Spiel- und Spieleranalysen. Dieses Paket kann mit unterschiedlichen Inhalten an mehrere Verwerter vergeben werden.

2.2 Die von den Vereinen vermarkteten Rechte

Den Vereinen kommen unter dem neuen Regime folgende Verwertungsrechte zu.

2.2.1 Fernsehen

16. Jeder Verein kann seine Heimspiele 24 Stunden nach der Begegnung zur einmaligen Free-TV-Ausstrahlung bis zu voller Länge im EWR an einen Free-TV Veranstalter vermarkten.

2.2.2 Internet, Mobilfunk und weiteres

17. Jeder Verein kann im Internet auf einer eigenen Webseite zwei Stunden nach Spielende eine Zusammenfassung seiner Heim- und Auswärtsspiele bis zu 30 Minuten verwerthen. Nach 24 Stunden kann die Begegnung in voller Länge verwertet werden. Bei reiner Audio-Berichterstattung über das Internet kann jeder Verein Heim- und Auswärtsspiele live in voller Länge übertragen. Die Verwertung im Internet kann auch ausschließlich einem Dritten im Wege eines „outsourcing“ übertragen werden, wobei dessen Präsentation der Begegnungen erkennbar vereinsbezogen sein muss.
18. Jeder Verein kann die Berichterstattung an seinen Heimspielen für Mobilfunknetze innerhalb des EWR an einen Mobilfunkanbieter vermarkten. Dabei sind während des Spiels eine unbegrenzte Anzahl von zeitversetzten Clips von einer Minute Länge möglich. Nach Spielende bis 2 Stunden nach der Begegnung können die Clips 2 Minuten dauern. Nach 2 Stunden kann die Begegnung in voller Länge über Mobilfunk übertragen werden.
19. Jeder Verein kann seine Heimspiele im frei empfangbaren Hörfunk nach Spielende ohne Einschränkungen verwerthen. Bei Live-Übertragungen darf die Verwertung 10 Minuten pro Halbzeit nicht überschreiten.
20. Ferner haben die Vereine das Recht, im Stadion in beschränktem Umfang Bewegtbildmaterial eigener Spiele der aktuellen und vergangener Spielzeiten zu verwenden (je 10 Sekunden Einspielung pro Tor während des Spiels; 3 Minuten eines zurückliegenden Spiels der aktuellen Begegnung; 3 Minuten anderer Begegnungen der aktuellen Spielzeit). Darüber hinaus bestehen Rechte zur Verwertung von Bewegtbildmaterial für Werbemaßnahmen (30 Sekunden pro Begegnung, soweit Rechte anderer Vereine oder Spieler nicht entgegenstehen), auf vereinsbezogenen Bild-/Tonträgern (Video, CD, DVD) für Endkonsumenten oder für eigene EDV-gestützte Spiel- und Spieleranalysen.

2.2.3 Regeln für die individuelle Vermarktung

21. Die vorgenannten Rechte dürfen nicht so veräußert werden, dass durch einen Verwerter ein Produkt erstellt werden kann, welches den Interessen des DFB und des Ligaverbands bzw. der Erwerber der Pakete 1—9 an einem einheitlichen Produkt zuwiderläuft und die Vorteile der Markenprägung (Branding) und der zentralen Vermarktung (One-stop-shop) gefährdet. Daher dürfen bei individueller Vergabe von Verwertungsrechten durch die Vereine maximal zwei Begegnungen gebündelt werden. Aus demselben Grund darf eine Bundesliga-Berichterstattung auf Basis der von den Vereinen veräußerten Verwertungsrechte maximal 30 % des Gesamtumfangs einer Sendung umfassen. Handelt es sich um Berichterstattung, die über eine Verwertungsplattform eines Vereins verbreitet wird („Club-TV“), kann der Berichterstattungsumfang hingegen zu 100 % auf die Bundesliga bezogen sein. Werden die Begegnungen von Vereinen über die Verwertungsplattform eines Dritten (z. B. „Club-TV-Magazin“ oder „Club-Radio-Show“) verbreitet, kann die Bundesliga-Berichterstattung 50 % des Gesamtumfangs der Sendung einnehmen.

2.3 Keine ungenutzten Rechte

22. Nach dem modifizierten Vorschlag der Parteien fallen ungenutzte Rechte den Vereinen zur Verwertung zu. Allerdings bleibt der Ligaverband zur parallelen, nicht-exklusiven Vermarktung des entsprechenden Pakets berechtigt.
 - Dies ist zum einen der Fall, wenn der Ligaverband bestimmte, zur zentralen Vermarktung vorgesehene Rechte nicht veräußert hat. Wenn bis zum Ende des 4. Spieltages keine Vereinbarung mit einem Verwerter über eines der obigen Pakete in dessen definiertem Rechtheumfang zustande kommt, können die Vereine ab dem 5. Spieltag bis zum Ende der Spielzeit ihre Heimspiele im Rahmen der von dem ungenutzten Verwertungspaket erfassten Rechte selbst verwerthen. Hierbei müssen die unter 2.2.3 genannten Voraussetzungen erfüllt werden.
 - Zum anderen kommen die Vereine dann zum Zuge, wenn der Erwerber die Rechte ohne sachlichen Grund nicht ausübt, d. h. an mehr als zwei Spieltagen einer Spielzeit die ihm eingeräumte Anzahl an Begegnungen nicht oder nicht in vorgesehener Form (live, near live, zeitversetzt) oder vorgesehener Umfang verwertet. Der Verwerter wird den Ligaverband unverzüglich informieren, so dass dieser die Vereine in Kenntnis setzen kann, damit sie ihre Rechte wahrnehmen können.

2.4 Übergangsphase

23. Die Modifikationen im Bereich Fernsehen werden zum 1. Juli 2006 in Kraft treten. Alle anderen Modifikationen gelten ab dem 1. Juli 2004. Diese Übergangsphasen erlauben es, den wettbewerblichen Bedenken sukzessive Rechnung zu tragen, ohne den Spielbetrieb der Bundesliga und der 2. Bundesliga zu gefährden.
24. Die künftig abzuschließenden Lizenzverträge sind nicht Gegenstand des vorgelegten Vermarktungsmodells. Eine Prüfung in einem gesonderten Verfahren am Maßstab des Gemeinschaftsrechts bleibt in dieser Hinsicht vorbehalten, insbesondere für den Fall, dass mehrere zentral vermarktete Pakete mit exklusiven Verwertungsrechten kumulativ von einem Verwerter erworben werden.

3. ABSICHT DER KOMMISSION

25. Die modifizierte Regelung ist geeignet, Verbrauchervorteile zu erzielen, die die Wettbewerbsprobleme überwiegen. Die Kommission beabsichtigt daher, die modifizierte angemeldete Regelung positiv zu beurteilen. Sie fordert jedoch zuvor alle übrigen Beteiligten auf, ihre Bemerkungen binnen eines Monats ab Veröffentlichung dieser Mitteilung unter Angabe des Aktenzeichens 37.214 — Gemeinsame Vermarktung der Medienrechte an der Deutschen Bundesliga, an folgende Anschrift zu richten:

Europäische Kommission
 Generaldirektion Wettbewerb
 Direktion C-2
 B-1049 Brüssel
 Fax (32-2) 296 98 04
 E-Mail: Stefan.WILBERT@cec.eu.int