

**Neuvoston asetuksen N:o 17 19 artiklan 3 kohdan mukainen tiedonanto – Asia COMP/C.2/37.214 –
Saksan Bundesliigan lähetysoikeuksien yhteismarkkinointi**

(2003/C 261/07)

(ETA:n kannalta merkityksellinen teksti)

1. ILMOITUS

1. Saksan jalkapalloliitto (Deutscher Fußballbund, DFB)anoi 25. elokuuta 1998 puuttumattomuustodistusta tai tarvittaessa EY:n perustamissopimuksen 81 artiklan 3 kohdan mukaista yksittäistä poikkeusta Saksan kahden ylimmän miesten jalkapallosarjan (Bundesliiga ja 2. Bundesliiga) ottelujen radio- ja televisio-oikeuksien sekä muiden teknisten hyödyntämismuotojen ⁽¹⁾ keskitetylle markkinoinnille.
2. DFB on Saksan kansallinen jalkapallon keskusjärjestö. Liigayhdistys (Ligaverband) on DFB:n jäsen. Liigayhdistyksen jäseniä ovat Saksan kahden ylimmän jalkapallosarjan lisensoidut joukkueet ja osakeyhtiöt (jäljempänä ”jalkapalloseurat”). Saksan jalkapalloliiga (Deutsche Fußball-Liga, DFL) on vastuussa sen ainoan osakkeenomistajan, liigayhdistyksen, operatiivisesta liiketoiminnasta. DFB:n hakemusta on alkuperäisen ilmoituksen toimittamisen jälkeen muutettu useaan kertaan DFB:n sisäisen rakenneuudistuksen ja vuonna 2001 tapahtuneen liigayhdistyksen perustamisen vuoksi. Liigayhdistys otti DFB:n muutetun ilmoituksen omiin nimiinsä 19. helmikuuta 2003.
3. DFB:n perussäännön mukaan liigayhdistys on oikeutettu järjestämään DFB:n vuokraaman lisensoitujen jalkapallosarjojen kilpailutoiminnan ja hyödyntämään sitä yksinoikeudella omissa nimissään ⁽²⁾. Jalkapalloseurat, jotka omistavat vähintään osan lähetysoikeuksista, eivät voi itsenäisesti hyödyntää kaupallisesti näitä oikeuksia.
4. Infront Buli GmbH (jäljempänä ”Infront”) hankki (toimiesaan nimellä BULI Vermarktung GmbH) 28. kesäkuuta 2002 tehdyllä sopimuksella melkein kaikki keskitetyt markkinoidut oikeudet. BULI oli sopimusta tehtäessä KirchMedia GmbH & Co. KG:n tytäryhtiö. BULI ei enää kuulu KirchMedia -konserniin vaan sen omistavat riippumattomat sijoittajat. Infront myöntää oikeuksien haltijana alilisenssejä Bundesliigojen ottelujen televisio- ja muita lähetyksiä varten.
5. Ilmoitettu järjestely on Saksan kansallisen lainsäädännön mukainen ⁽³⁾.
6. Alkuperäisen ilmoituksen julkistamisen jälkeen komissio vastaanotti lukuisia huomautuksia. Saksan ja Yhdistyneen kuningaskunnan kilpailuviranomaisten näkemyksen mukaan keskitetty markkinointi muodostaa kilpailunrajoituksen eikä se ole välttämätöntä jalkapalloseurojen välisen solidaarisuuden kannalta. Osa suuremmista seuroista on samaa mieltä. Yhdistykset sen sijaan katsoivat, että vain ilmoitetulla järjestelyllä voidaan taata kilpailutapahtumien kattava esittäminen ja niiden tehokas markkinointi sekä tarvittava jalkapalloseurojen välinen solidaarisuus. Televisioyhtiöt ovat pääosin samaa mieltä ja painottavat, että oikeuksien hyödyntäjinä ne ovat kiinnostuneita hankkimaan kaikkien ottelujen lähetysoikeudet, mikä olisi hankalampaa yksittäisen markkinoinnin kautta. Sama näkemys on urheiluoikeuksien välittäjillä, joiden mielestä kilpailu ei vääristy markkinoiden vastapuolella eikä näillä järjestelyillä ole perustamissopimuksen 81 artiklan 1 kohdassa tarkoitettua vaikutusta jäsenvaltioiden väliseen kauppaan.
7. Komission näkemyksen mukaan nykyinen keskitetty markkinointijärjestelmä on ristiriidassa perustamissopimuksen 81 artiklan kanssa. Se rajoittaa kilpailua säännöllisesti pelattavien jalkapallo-ottelujen televisiointioikeuksien alkupään markkinoilla sekä vastaavilla matkaviestinnän ja Internet-lähetysoikeuksien markkinoilla. Se rajoittaa myös kilpailua ilmaisten ja maksullisten televisiolähetysten loppupään markkinoilla sekä niillä loppupään markkinoilla, joilla matkapuhelin- ja Internet-palvelujen tarjoajat kilpailevat asiakkaita. Nykyisten järjestelyjen mukaan Bundesliigan ja 2. Bundesliigan seuroilla ei ole oikeutta hyödyntää Saksan jalkapalloliigassa pelaamia otteluita eikä toimia itsenäisinä palveluntarjoajina. Lisäksi keskitetty markkinointi yhdistettynä kaikkien oikeuksien myyntiin yksinoikeudella yhdelle lähetystoiminnan harjoittajalle johtaa siihen, että vain harvoilla yhtiöillä tai muilla sisälönkäyttäjillä on mahdollisuus yrittää ostaa oikeudet.

⁽¹⁾ Keskitetty markkinointioikeus kattaa kaikenlaiset lähetysoikeudet: ilmaistelesio, maksullinen televisio, kertamaksullinen televisio (pay-per-view), maanpäälliset lähetykset, kaapeli- ja satelliittilähetykset, suorat ja nauhoitetut lähetykset, koko tapahtuman, sen osan tai koosteen lähetykset sekä radiolähetykset. Oikeudet kattavat myös kaikkiin nykyisiin tai tuleviin tekniikoihin liittyvät oikeudet (esim. UMTS, Internet, Business-TV).

⁽²⁾ Jalkapalloseurojen osallistuminen kansainväliseen kilpailutoimintaan ei kuulu näiden oikeuksien piiriin. UEFA:n Mestarien liigan otteluoikeuksien markkinointiin sovelletaan UEFA:n Mestarien liigan lähetysoikeuksien yhteismyynnistä yksinoikeudella 23. heinäkuuta 2003 tehtyä päätöstä (IP/03/1105).

⁽³⁾ Saksan kilpailunrajoituslain 31 §:n mukaan kyseisen lain 1 §:ää, jossa kielletään kilpailua rajoittavat sopimukset, ei sovelleta sellaisen urheilukilpailujen televisiointioikeuksien keskitettyyn markkinointiin, joiden järjestämisestä vastaavat sääntöjensä mukaisesti urheilujärjestöt, joilla on yhteiskunnallisen vastuunsa mukaisesti velvollisuus edistää myös juniiori- ja amatööriurheilua, ja jotka täyttävät tämän velvollisuuden kohdentamalla kyseiseen toimintaan osan televisiointioikeuksien keskitetystä markkinoinnista saaduista tuloista.

8. Jalkapalloseurojen täydellinen sulkeminen otteluidensa markkinoinnin ulkopuolelle ei ole edellytys sille, että sisälöntarjoajille ja seuroille voidaan tarjota tehokkaan toiminnan mahdollisesti tuottamat edut ja että joukkoviestinmarkkinat voivat hyötyä keskitetyn markkinoinnin muista eduista. DFB:n ja liigayhdistyksen tähän mennessä yhdelle lähetystoiminnan harjoittajalle myymien yksinoikeuksien kesto ja laajuus johtavat lisäksi siihen, että mahdollisista eduista ei voida hyötyä. Yksinoikeudet vahvistavat keskitymiskehitystä joukkoviestinten alalla. Alunperin ilmoitettu järjestely haittaa lisäksi jalkapallo-ottelujen lähetystoimintaa Internetin ja matkapuhelimen kaltaisten uusien viestimien kautta. Televisiolähetystöihin ja uusiin viestimiin liittyvien oikeuksien myyminen yhdelle lähetystoiminnan harjoittajalle johtaa siihen, että uusia viestimiä ei kehitetä täysipainoisesti, koska yhtiöt haluavat suojata perinteistä liiketoimintaansa.
9. Tämän vuoksi liigayhdistys ja DFL esittivät komissiolle 10. kesäkuuta 2003 suunnitelmasta uuden version, jossa alkuperäistä järjestelyä muutetaan selvästi. Tulevaisuudessa liigayhdistys myy keskitetysti, selviä ja avoimia sääntöjä noudattaen pienempiä osia lähetysoikeuksien muodostamasta kokonaisuudesta. Lisäksi jalkapalloseurat voivat itse myydä tiettyjä oikeuksia. Komissio katsoo alustavasti, että uusi järjestely lieventää komission havaitsemia ongelmia.
- ## 2. OSAPUOLTEN EHDOTTAMA UUSI MARKKINOINTIMALLI
- ### 2.1 Keskitetty markkinointi
- #### 2.1.1 Myöntämismenettely
10. Oikeudet myönnetään useana pakettina avointa ja syrjimättömää menettelyä soveltaen. Tarjouspyyntö julkaistaan neljä viikkoa ennen menettelyn alkua. Tarjousten tekijöillä on toiset neljä viikkoa aikaa tehdä tarjous yhdestä tai useammasta paketista. Oikeudet myöntää liigayhdistys tai valtuutettu riippumaton muu toimija. Myöntämismenettelyä koskevien riita-asioiden käsittelyä varten perustetaan välimiesoikeus. Sekä välittäjien että alilisenssinhaltijoiden kanssa tehtävien sopimusten voimassaoloaika saa olla enintään kolme pelikautta.
- #### 2.1.2 Televisiointi
11. Bundesliigan ja 2. Bundesliigan ottelujen suorat lähetykset tarjotaan kahdessa paketissa. Pakettiin 1 kuuluvat molempien sarjatasojen vakituiset ottelupäivät (lauantai ja sunnuntai). Näinä päivinä pelattavat ottelut voidaan näyttää kokonaisuudessaan samaan aikaan. Pakettiin 2 kuuluvat molempien sarjatasojen toissijaiset pelipäivät (sunnuntai ja perjantai), jolloin pelattavat ottelut voidaan tarvittaessa näyttää kokonaisuudessaan samaan aikaan. Molemmat paketit oikeuttavat lisäksi lähettämään muina päivinä pelattavat ottelut yhteislähetyksinä. Molempiin paketteihin voi lisäksi sisältyä oikeus lähettää otteluista jälkikäteen ensimmäisenä koosteita maksullisten TV-kanavien kautta.
12. Kolmas paketti oikeuttaa suoraan lähetykseen ainakin kahdesta ylimmän sarjatasojen ottelusta sekä koosteiden lähettämiseen ensimmäisenä jälkikäteen ilmaisten TV-kanavien kautta. Neljänten pakettiin kuuluvat 2. Bundesliigan ottelujen suorat lähetykset ja koosteiden lähettäminen ensimmäisenä jälkikäteen ilmaisten TV-kanavien kautta. Pakettiin 5 kuuluvat toisen ja kolmannen tason hyödyntämisoikeudet. Paketit 3–5 voidaan myöntää useammalle palveluntarjoajalle.
- #### 2.1.3 Internet, matkapuhelin ja muut viestimet
13. Pakettiin 6 kuuluvat Bundesliigan ja 2. Bundesliigan ottelujen lähetysoikeudet suorina tai jälkilähetyksinä Internetin välityksellä. Ottelut voidaan näyttää kokonaan tai koosteina. Lisäksi palveluntarjoajalla on mahdollisuus hyödyntää oikeuksia jälkikäteen ilman etusijaa. Liigayhdistys täsmentää tämän paketin sisällön tarjousmenettelyn aikana ja voi myöntää sen useammalle palveluntarjoajalle. Paketti 7 oikeuttaa lähettämään jälkikäteen koosteita ottelujen kohdista, ja tämä paketti voidaan myös myöntää useammalle palveluntarjoajalle.
14. Pakettiin 8 kuuluvat Bundesliigan ja/tai 2. Bundesliigan ottelujen lähetysoikeudet suorina ja/tai lähes suorina ja/tai jälkilähetyksinä matkapuhelimen kautta. Ottelut voidaan näyttää kokonaan tai koosteina. Liigayhdistys täsmentää tämän paketin sisällön tarjousmenettelyn aikana ja voi myöntää sen useammalle matkapuhelinpalvelujen tarjoajalle. Tässä tapauksessa liigayhdistys voi varmistaa, että tarjousten sisältö vastaa toisiaan. Paketti 9 oikeuttaa koosteiden lähettämiseen jälkikäteen Bundesliigan ja/tai 2. Bundesliigan otteluista matkapuhelimen kautta.
15. Kaikki muut lähetysoikeudet, jotka eivät kuulu paketteihin 1–9 eivätkä jalkapalloseurojen hyödyntämiin oikeuksiin, kootaan yhdeksi paketiksi. Tähän pakettiin kuuluvat muun muassa audiolähetysoikeudet ja liikkuvan kuvan hyödyntäminen julkisten esitysten tai mainonnan yhteydessä sekä kuva- ja ääniläitteiden valmistamiseen loppukäyttäjille (video, CD, DVD) ja tietokoneavusteisiin peli- ja pelaaja-analyysiin. Tämä paketti voidaan myydä sisältöä vaihdellen usealle palveluntarjoajalle.
- ## 2.2 Jalkapalloseurojen markkinoimat oikeudet
- Seurat saavat uudessa järjestelmässä seuraavat oikeudet.
- #### 2.2.1 Televisiointi
16. Kukin jalkapalloseura voi myydä 24 tuntia ottelun päättymisen jälkeen kotiotteluunsa liittyvän oikeuden lähettää ottelu kokonaisuudessaan kerran ilmaisen TV-kanavan kautta Euroopan talousalueella.

2.2.2 Internet, matkapuhelin ja muut viestimet

17. Kukin jalkapalloseura voi esittää omalla Internet-sivustollaan enintään 30 minuutin koosteen koti- ja vierasotteluitaan kaksi tuntia ottelujen jälkeen. Ottelu voidaan esittää kokonaisuudessaan 24 tuntia ottelun päättymisen jälkeen. Jalkapalloseurat voivat lähettää kaikki koti- ja vierasottelunsa kokonaisuudessaan suorana audiolähetystenä Internetin kautta. Internet-lähetykset voidaan antaa kokonaisuudessaan kolmannen hoidettavaksi alihankintaa käyttäen, mutta lähetykset on esitettävä siten, että niiden yhteys jalkapalloseuraan on ilmeinen.
18. Kukin jalkapalloseura voi myydä matkapuhelinpalvelujen tarjoajille oikeudet lähettää kotiottelut matkapuhelinverkon kautta Euroopan talousalueella. Ottelujen aikana voidaan lähettää rajoittamaton määrä minuutin mittaisia viivästyttäviä leikkeitä. Enintään kahden tunnin ajan ottelun jälkeen voidaan lähettää kahden minuutin leikkeitä. Ottelu voidaan esittää kokonaisuudessaan 2 tuntia sen päättymisen jälkeen matkapuhelimen kautta.
19. Kukin jalkapalloseura voi myydä oikeuden lähettää kotiottelu ilmaisessa radioverkossa rajoituksetta sen päättymisen jälkeen. Suorana otteella saa lähettää enintään 10 minuuttia puoliaikaa kohti.
20. Joukkueilla on myös oikeus lähettää stadionillaan rajoitusti liikkuvaa kuvaa käynnissä olevasta tai aiemmasta ottelustaan (enintään 10 sekunnin lähetys käynnissä olevan ottelun aikana tehtyä maalia kohti). Kuvaa voi lähettää myös kolme minuuttia käynnissä olevan ottelun menneistä tapahtumista ja kolme minuuttia käynnissä olevan pelikauden muista otteluista. Lisäksi on oikeus käyttää liikkuvaa kuvaa mainontaan (30 sekuntia per ottelu kunhan muiden joukkueiden tai pelaajien oikeuksia ei rikota), loppukäyttäjille tarkoitettuihin jalkapalloseuraan liittyviin kuva- ja äänilaitteisiin (video, CD, DVD) tai omiin tietokoneavusteisiin peli- ja pelaaja-analyysseihin.

2.2.3 Yksittäisen markkinoinnin säännöt

21. Edellä mainittuja oikeuksia ei saa myydä tavalla, joka antaa oikeuksien hyödyntäjälle mahdollisuuden valmistaa tuote, joka häittää DFB:n, liigayhdistyksen tai jonkun paketeista 1–9 ostaneen ja vastaavaa tuotetta markkinoivan tahon etuja tai estää hyödyntämästä tuotemerkeistä ja keskitetyistä markkinoinnista (One-Stop-Shop) saatavia etuja. Jalkapalloseurat eivät tämän vuoksi saa myydä yksittäisiä oikeuksia kuin korkeintaan kahteen otteluun kerrallaan. Jalkapalloseuroilta ostettuihin oikeuksiin perustuva ottelulähetys ei saa myöskään kestää enempää kuin 30 prosenttia koko lähetettävästä ohjelmasta. Jos lähetys tapahtuu jalkapalloseuran oman esityskanavan kautta ("Club-TV"), koko lähetys voi liittyä Bundesliigaan. Jos jalkapalloseuran ottelu lähetetään jonkun kolmannen esityskanavan kautta (esim. "Club-TV Magazine" tai "Club-Radio Show"), Bundesliigaan liittyvä osuus saa olla enintään 50 prosenttia koko ohjelman kestosta.

2.3 Ei käyttämättömiä oikeuksia

22. Osapuolten toimittaman muutetun ehdotuksen mukaan jalkapalloseurat voivat hyödyntää myymättömiä oikeuksia. Liigayhdistyksellä on joka tapauksessa oikeus vastaavan paketin samanaikaiseen markkinointiin ilman yksinoikeutta.
 - Näin on silloin, kun liigayhdistys ei ole saanut myytyä tiettyjä oikeuksia, joihin liittyy keskitettyä markkinointia. Mikäli jostakin edellä määritetyistä paketeista ei ole tehty sopimusta pelikauden neljännen pelipäivän päättymiseen mennessä, jalkapalloseurat voivat viidennestä pelipäivästä alkaen hyödyntää myymättömään pakettiin sisältyviä oikeuksia kotiotteluisaan pelikauden loppuun asti. Jalkapalloseurojen on noudatettava 2.2.3 jaksossa asetettuja ehtoja.
 - Jalkapalloseuroilla on myös oikeus myydä oikeudet, joiden haltija ilman perusteltua syytä jättää sille myönnettyt oikeudet käyttämättä. Tämä ehto täyttyy, jos oikeuksien haltija useammin kuin kahtena pelipäivänä kauden aikana ei hyödynnä hankkimiaan oikeuksia tai ei hyödynnä niitä sovitussa laajuudessa tai muodossa (suora/lähes suora lähetys, jälkilähetys). Oikeuksien haltijan on ilmoitettava asiasta välittömästi liigayhdistykselle, jotta tämä voi välittää tiedon edelleen jalkapalloseuroille ja nämä voivat käyttää oikeuttaan.

2.4 Siirtymäkausi

23. Televisiointia koskevat muutokset tulevat voimaan 1. heinäkuuta 2006. Kaikki muut muutokset tulevat voimaan 1. heinäkuuta 2004. Kyseiset siirtymäkaudet antavat mahdollisuuden ratkaista kilpailuongelmat eikä Bundesliigan tai 2. Bundesliigan sujuva toiminta vaarannu.
24. Tulevaisuudessa tehtäviin lisenssisopimuksiin ei sovelleta edellä kuvattua markkinointimallia. Komissio varaa oikeuden tarkastella niitä erikseen yhteisön oikeuden mukaisesti varsinkin siinä tapauksessa, että yksi toimija hankkii useita keskitetyksi markkinoitavia, yksinoikeuksia sisältäviä paketteja.

3. KOMISSION NÄKEMYS

25. Muutettu järjestely tuottaa kuluttajille etuja, jotka ovat suuressa määrin kuin kilpailuun liittyvät ongelmat. Komissio aikoo ottaa myönteisen kannan ilmoitettuun muutettuun järjestelyyn. Ennen sitä komissio kehottaa kolmansia lähettämään huomautuksensa kuukauden kuluessa tämän ilmoituksen julkaisemisesta viitteellä "Asia 37.214 – Saksan Bundesliigan lähetysoikeuksien yhteismarkkinointi" osoitteeseen

Euroopan komissio
Kilpailun pääosasto
Linja C-2
B-1049 Bryssel
Faksi (32-2) 296 98 04
Sähköposti: Stefan.WILBERT@cec.eu.int