

Bekendmaking overeenkomstig artikel 19, lid 3, van Verordening nr. 17 van de Raad betreffende zaak COMP/C.2/37.214 — Gemeenschappelijke verkoop van de mediarechten op de Duitse Bundesliga

(2003/C 261/07)

(Voor de EER relevante tekst)

1. DE AANMELDING

1. Op 25 augustus 1998 verzocht de Duitse Voetbalbond (DFB) om een negatieve verklaring, subsidiair een individuele vrijstelling op grond van artikel 81, lid 3, van het EG-Verdrag voor de centrale verkoop van de televisie- en radiorechten op en andere technische vormen van exploitatie⁽¹⁾ van de competitiewedstrijden van de eerste en tweede nationale voetbalafdelingen („Bundesliga” en „2. Bundesliga”) bij de heren.
 5. De aangemelde regeling is volgens Duits recht toegestaan.⁽³⁾
2. De DFB is de nationale Duitse voetbalbond. Het Ligaverband is lid van de DFB. Leden van het Ligaverband zijn de licentiehoudende verenigingen en vennootschappen van de eerste en tweede afdelingen („de clubs”). De Deutsche Fußball Liga (DFL) verricht de operationele activiteiten van haar enige aandeelhouder, het Ligaverband. Het verzoek van de DFB is na de oorspronkelijke aanmelding meermaals gewijzigd als gevolg van een interne structurele hervorming van de DFB en de oprichting van het Ligaverband e. V. in 2001. Het Ligaverband heeft de gewijzigde aanmelding van de DFB op 19 februari 2003 overgenomen.
3. Het Ligaverband is volgens de statuten van de DFB gerechtigd de van de DFB geleaste voetbalwedstrijden in de profdivisies te organiseren en op exclusieve basis in eigen naam te exploiteren.⁽²⁾ Hierdoor wordt verhinderd dat de clubs, die ten minste mede-eigenaar van de uitzendrechten zijn, deze rechten zelf commercieel exploiteren.
4. De onderneming Infront Buli GmbH (Infront) heeft, toen nog onder de naam BULI Vermarktungs GmbH (BULI) werkend, bij overeenkomst van 28 juni 2002 bijna alle centraal verkochte rechten verworven. BULI was op het moment waarop de overeenkomst werd gesloten een dochtermaatschappij van KirchMedia GmbH & Co. KGaA. Het is inmiddels uit de Kirch-groep losgemaakt en is in handen van onafhankelijke investeerders. Infront verleent als eigenaar van de rechten sublicenties voor televisie-uitzendingen en andere uitzendingen van wedstrijden in de Bundesliga's.
 6. Na de bekendmaking van de oorspronkelijk aangemelde regeling heeft de Commissie verschillende opmerkingen ontvangen. Volgens de Duitse en Britse mededingingsautoriteiten vormt de centrale verkoop een beperking van de mededinging die voor de solidariteit tussen de clubs niet absoluut noodzakelijk is. Enkele van de grotere clubs zijn het hiermee eens. De bonden brengen daartegen in dat alleen de aangemelde regeling een totaalbeeld van de sportieve concurrentie, de effectieve verkoop daarvan en de nodige solidariteit tussen de clubs mogelijk maakt. Zenders zijn het daar in principe mee eens en beklemtonen dat zij als exploitant geïnteresseerd zijn in de aankoop van alle wedstrijden, wat bij individuele verkoop moeilijker zou worden. Soortgelijke opvattingen hebben agenschappen voor sportrechten, die bovendien van mening zijn dat geen sprake is van concurrentievervalsing op de markt en evenmin van een merkbare ongunstige beïnvloeding van de handel in de zin van artikel 81, lid 1, van het EG-Verdrag.
 7. Volgens de Commissie is de tot nu toe geldende centrale verkoopregeling onverenigbaar met artikel 81, lid 1, van het EG-Verdrag. Zij beperkt de concurrentie op de upstream-markten voor de aankoop van televisierechten op reguliere voetbalwedstrijden en de desbetreffende rechten voor uitzendingen via mobiele telefoon en internet. Zij beperkt voorts de concurrentie op de downstream-markten voor gratis televisie en betaaltelevisie en op de downstream-markten waarop aanbieders van mobiele telefonie en internet om klanten concurreren. De clubs van de Bundesliga en de tweede Bundesliga hebben volgens de tot nu toe geldende regeling geen enkel recht om hun wedstrijden in de Duitse competitie te exploiteren en als zelfstandige aanbieder op te treden. Voorts leidt de centrale verkoop in combinatie met de exclusieve verkoop van alle rechten aan één zender ertoe dat slechts weinig zenders of andere exploitanten van inhoud aan bod komen.

⁽¹⁾ Dit recht op centrale verkoop betreft alle soorten radio- en televisierechten: gratis te ontvangen televisie (free tv), betaaltelevisie, pay-per-view-tv; terrestrische transmissie, transmissie per kabel of via de satelliet; rechtstreekse uitzending of uitzending op een later tijdstip; weergave van de hele wedstrijd of een samenvatting met hoogtepunten, radio. De centrale verkoop heeft ook betrekking op de rechten voor allerlei bestaande en toekomstige technologieën, zoals UMTS, internet of business tv.

⁽²⁾ De verkoop van internationale clubwedstrijden valt hier niet onder. De verkoop van de rechten op wedstrijden in de UEFA Champions League valt bijvoorbeeld onder de beschikking inzake de gezamenlijke verkoop van de mediarechten op de UEFA Champions League op exclusieve basis van 23 juli 2003, IP/03/1105.

⁽³⁾ Volgens § 31 van de Duitse wet tegen concurrentiebeperkingen (Gesetz gegen Wettbewerbsbeschränkungen) is § 1 van deze wet, die concurrentiebeperkende overeenkomsten verbiedt, niet van toepassing op de centrale verkoop van rechten op televisie-uitzending van wedstrijden die overeenkomstig de statuten worden georganiseerd door sportbonden die gezien hun maatschappelijke verantwoordelijkheid ook de plicht hebben de jeugd- en amateursport te bevorderen en die zich van deze plicht kwijten dankzij een passend aandeel in de inkomsten uit de centrale verkoop van deze televisierechten.

8. Het is niet nodig de clubs volledig van de verkoop van de rechten op hun wedstrijden uit te sluiten om de mogelijke efficiëntieverbeteringen voor aanbieders van inhoud en clubs en andere positieve gevolgen van de gezamenlijke verkoop op de mediamarkten te bewerkstelligen. Ook doen de omvang en de duur van de tot nu toe geldende exclusieve verkoop van rechten door DFB respectievelijk Ligaverband aan één zender de mogelijke voordelen teniet. De gezamenlijke verkoop versterkt de concentratietendenzen in de mediasector. De oorspronkelijk aangemelde regeling heeft bovendien een remmende werking op de ontwikkeling van het voetbalaanbod via nieuwe media, zoals internet of mobiele telefonie. De gebundelde verkoop van televisierechten en nieuwe mediarechten aan één zender verleidt deze zender ertoe de markten op het gebied van de nieuwe media niet volledig te ontwikkelen om zijn traditionele bedrijfsactiviteiten te beschermen.
9. Tegen deze achtergrond hebben Ligaverband en DFL op 10 juni 2003 bij de Commissie een ontwerp ingediend dat de oorspronkelijk aangemelde regeling ingrijpend wijzigt. Het Ligaverband zal in de toekomst delen van de uitzendrechten centraal verkopen volgens vastgestelde, doorzichtige regels. Daarnaast kunnen de clubs sommige rechten individueel verkopen. De Commissie is voorlopig tot de conclusie gekomen dat het nieuwe ontwerp met haar bezwaren rekening houdt.

2. DOOR DE PARTIJEN VOORGESTELDE NIEUWE VERKOOP-REGELING

2.1. Centrale verkoop

2.1.1. *Gunningsprocedure*

10. De rechten worden in verschillende pakketten aangeboden via een doorzichtige en niet-discriminerende procedure. De openbare bekendmaking vindt 4 weken voor het begin plaats. Een gegadigde heeft vervolgens nog eens 4 weken de tijd om een bod doen op een of meer pakketten. De gunning wordt verricht door de Ligaverband of een onafhankelijke agent. Voor geschillen over de gunningsprocedure wordt een arbitrage-instantie opgericht. De looptijd van de overeenkomsten met de agenten en de sublicentienemers mag ten hoogste drie seizoenen zijn.

2.1.2. *Televisie*

11. Rechtstreekse uitzendingen van wedstrijden in de Bundesliga en de tweede Bundesliga worden met name in 2 pakketten aangeboden. Pakket 1 omvat de hoofdspeeldagen van de beide afdelingen (zaterdag resp. zondag), die in hun geheel parallel kunnen worden uitgezonden. Pakket 2 omvat de nevenspeeldagen van de beide liga's (zondag resp. vrijdag) voor eventuele parallelle uitzending in hun geheel. Beide pakketten geven bovendien recht op uitzending van de wedstrijden van de andere speeldag via conferentieschakeling. Beide pakketten kunnen bovendien het recht omvatten om als eerste samenvattingen op de betaaltelevisie uit te zenden.

12. Een derde pakket geeft recht op rechtstreekse uitzending van minstens twee Bundesligawedstrijden en op eerste uitzending van samenvattingen op de gratis televisie. Een vierde pakket omvat de rechtstreekse uitzending zowel als niet-gekoppelde uitzendingen van eerste hoogtepunten via vrije televisie van wedstrijden in de tweede afdeling. Secundaire en tertiaire exploitatierechten worden in een vijfde pakket aangeboden. De pakketten 3 t/m 5 kunnen elk ook aan meer dan 1 exploitant worden verkocht.

2.1.3. *Internet, mobiele telefonie en andere rechten*

13. Pakket 6 omvat het recht om wedstrijden uit de Bundesliga en de tweede Bundesliga rechtstreeks en/of op een iets later tijdstip via internet uit te zenden, waarbij dit in de vorm van fragmenten en/of in hun geheel kan gebeuren. Voorts is het recht op latere exploitatie (zonder prioriteit) inbegrepen. Dit pakket wordt door het Ligaverband in het kader van de bekendmaking nog concreet uitgewerkt en kan ook aan meer dan 1 exploitant worden verkocht. De uitzending van samenvattingen op een later tijdstip is ondergebracht in pakket 7, dat eveneens aan meer dan 1 exploitant kan worden verkocht.
14. Pakket 8 omvat het recht wedstrijden uit de Bundesliga en/of de tweede Bundesliga rechtstreeks en/of near live en/of op een later tijdstip via de mobiele telefoon uit te zenden, waarbij dit in de vorm van fragmenten of in hun geheel kan gebeuren. Dit pakket wordt door het Ligaverband in het kader van de bekendmaking nog concreet uitgewerkt en kan ook aan meer dan 1 aanbieder van mobiele telefonie worden verkocht. In dat geval kan de Ligaverband de aanbiedingen van de exploitanten inhoudelijk op elkaar afstemmen. Pakket 9 geeft recht op de uitzending op een later tijdstip van fragmenten van wedstrijden uit de Bundesliga en/of de tweede Bundesliga via de mobiele telefoon.
15. Alle verdere mediarechten die niet vallen onder de pakketten 1 t/m 9 of de exploitatierechten van de clubs, worden in een ander pakket ondergebracht. Hieronder vallen o.a. audiorechten en de exploitatie van bewegende beelden in het kader van openbare voorstellingen, reclameactiviteiten, voor de productie van beeld-/geluiddragers voor consumenten (video, cd, dvd) en voor computerondersteunde wedstrijd- en speleranalyses. Dit pakket kan met verschillende inhouden aan verschillende exploitanten worden verkocht.

2.2. Door de clubs verkochte rechten

De clubs hebben volgens de nieuwe regeling de volgende exploitatierechten:

2.2.1. *Televisie*

16. Elke club kan zijn thuiswedstrijden 24 uur na de wedstrijd voor eenmalige uitzending via de gratis televisie tot de volledige duur van de wedstrijd in de EER aan een gratis televisiezender verkopen.

2.2.2. Internet, mobiele telefonie en andere rechten

17. Elke club kan op zijn eigen website twee uur na het einde van de wedstrijd een samenvatting van ten hoogste 30 minuten van zijn uit- en thuiswedstrijden aanbieden. Na 24 uur kan de wedstrijd in zijn geheel worden geëxploiteerd. Bij zuivere audioverslaggeving via internet kan elke club zijn uit- en thuiswedstrijden rechtstreeks in hun geheel uitzenden. De exploitatie via internet kan ook uitsluitend aan een derde worden uitbesteed bij wijze van „outsourcing”, waarbij de presentatie van de wedstrijden duidelijk clubgebonden moet zijn.
18. Elke club kan de verslaggeving over zijn thuiswedstrijden via de mobiele telefoonnetwerken binnen de EER aan een aanbieder van mobiele telefonie verkopen. Hierbij kan tijdens de wedstrijd een onbeperkt aantal niet-gekoppelde clips van 1 minuut worden uitgezonden. Na het eindsignaal en tot 2 uur na de wedstrijd mogen de clips 2 minuten duren. Na 2 uur mag de wedstrijd in zijn geheel via de mobiele telefoon worden uitgezonden.
19. Elke club mag zijn thuiswedstrijden na het einde van de wedstrijd zonder beperkingen via de gratis radio exploiteren. Bij rechtstreekse uitzending mag niet meer dan 10 minuten per helft worden uitgezonden.
20. Voorts hebben de clubs het recht in het stadion in beperkte omvang bewegende beelden van de eigen wedstrijden van het lopende seizoen en vorige seizoenen te gebruiken (steeds 10 seconden per doelpunt tijdens de wedstrijd; 3 minuten van een oude onderlinge wedstrijd tussen de twee betrokken clubs; 3 minuten van andere wedstrijden van het lopende seizoen). Voorts zijn er rechten op de exploitatie van bewegende beelden voor reclamedoelinden (30 seconden per wedstrijd, voorzover dit niet in strijd is met de rechten van andere clubs of spelers), op clubgebonden beeld-/geluiddragers (video, cd, dvd) voor consumenten of voor eigen computerondersteunde wedstrijd- en speleranalyses.

2.2.3. Regels voor de individuele verkoop

21. De bovengenoemde rechten mogen niet zo worden verkocht dat door een exploitant een product kan worden samengesteld dat de belangen van de DFB en het Ligaverband of de kopers van de pakketten 1-9 in een gezamenlijk product schaadt en de voordelen van de merkprofilering (branding) en de centrale verkoop (one-stop-shop) in gevaar brengt. Daarom mogen bij individuele verkoop van exploitatierechten door de clubs maximaal twee wedstrijden worden gebundeld. Om dezelfde reden mag Bundesligaverslaggeving op basis van de door de clubs verkochte exploitatierechten ten hoogste 30 % van de totale omvang van een uitzending omvatten. Wanneer het gaat om verslaggeving via een exploitatieplatform van een club („club-tv”), mag de verslaggeving echter voor 100 % betrekking hebben op de Bundesliga. Wanneer de wedstrijden door clubs via het exploitatieplatform van een derde (b.v. „Club-TV Magazine” of „Club-Radio Show”) worden verspreid, mag de Bundesliga-berichtgeving 50 % van de totale omvang van de uitzending bedragen.

2.3. Geen niet-benutte rechten

22. Volgens het gewijzigde voorstel van de partijen vallen niet-benutte rechten ter exploitatie aan de clubs toe. Het Ligaverband behoudt evenwel het recht op parallelle, niet-exclusieve exploitatie van het desbetreffende pakket.
 - Dit is enerzijds het geval wanneer het Ligaverband bepaalde voor centrale verkoop bestemde rechten niet heeft verkocht. Wanneer tot het einde van de vierde competitieronde geen overeenkomst met een exploitant over een van de bovengenoemde rechtenpakketten tot stand komt, mogen de clubs hun thuiswedstrijden vanaf de vijfde competitieronde tot aan het einde van het seizoen zelf exploiteren in het kader van het pakket met niet-benutte rechten. Hierbij moet worden voldaan aan de onder 2.2.3 genoemde voorwaarden.
 - Anderzijds komen de clubs aan bod wanneer de exploitant zonder objectieve reden geen gebruik maakt van de rechten, d.w.z. op meer dan twee speeldagen van een seizoen het hem toegestane aantal wedstrijden niet of niet in de overeengekomen vorm (live, near live, op een later tijdstip) of in de overeengekomen omvang uitzendt. De exploitant dient dit onverwijld aan de Ligaverband mede te delen, zodat deze de clubs in kennis kan stellen en zij van hun rechten gebruik kunnen maken.

2.4. Overgangsfase

23. De wijzigingen op televisiegebied gaan in op 1. juli 2006. Alle andere wijzigingen gelden vanaf 1. juli 2004. Dankzij deze overgangsfasen kan rekening worden gehouden met de mededingingsrechtelijke bezwaren zonder het competitieverloop in de Bundesliga en de tweede Bundesliga in gevaar te brengen.
24. De in de toekomst af te sluiten licentieovereenkomsten vallen niet onder de ingediende verkoopregeling. Het kan dus zijn dat deze in een afzonderlijke procedure aan het Gemeenschapsrecht worden getoetst, met name wanneer verschillende centraal verkochte pakketten met exclusieve exploitatierechten cumulatief door één exploitant worden verworven.

3. VOORNEMEN VAN DE COMMISSIE

25. Met de gewijzigde regeling kunnen voordelen voor de consument worden bereikt die opwegen tegen de mededingingsrechtelijke problemen. De Commissie is dan ook voornemens de gewijzigde aangemelde regeling positief te beoordelen. Zij verzoekt evenwel alle andere betrokkenen hun opmerkingen binnen een maand na de bekendmaking van deze mededeling onder vermelding van dossiernummer 37.214 — Gezamenlijke verkoop van de mediarechten op de Duitse Bundesliga, naar het volgende adres te zenden:

Europese Commissie
 Directoraat-generaal Concurrentie
 Directoraat C-2
 B-1049 Brussel
 Fax (32-2) 296 98 04
 E-Mail: Stefan.WILBERT@cec.eu.int