

Brüssel, den 24. Juli 2003

Champions League: EU-Kommission genehmigt neue Rechtevermarktungspolitik der UEFA

Die EU-Kommission hat die Regelung des Europäischen Fußballbundes UEFA zur gemeinsamen Vermarktung der Medienrechte an der Champions League per Entscheidung freigestellt. Dank der neuen Vermarktungspolitik wird die UEFA auch weiterhin die Rechte für ihr erfolgreiches Markenprodukt Champions League verkaufen. Gleichzeitig erhalten aber mehr Fernsehsender als bisher und darüber hinaus auch Internet- und Telefonbetreiber Zugang zu den Spielen, und die Vereine können einen Teil der Rechte auch selber vermarkten. Das für Wettbewerbspolitik zuständige Kommissionsmitglied Mario Monti kommentierte die Entscheidung mit den Worten: "Die Kommission hat erreicht, dass das Angebot an Fußballspielen im Fernsehen breiter und vielfältiger wird. Die Vereine werden die Rechte gegenüber ihren Fans vermarkten können, und die noch jungen Märkte der neuen Medien wie UMTS werden weiteren Auftrieb erhalten. Das positive Ergebnis zeigt, dass Fußballrechte durchaus in einer mit dem EU-Wettbewerbsrecht vereinbaren Weise vermarktet werden können, ohne dass der für alle Beteiligten vorteilhafte Grundsatz der zentralen Vermarktung in Frage gestellt werden muss".

Ursprünglich hatte die Kommission die 1999 angemeldete Regelung zur gemeinsamen Vermarktung angefochten, weil die UEFA alle Rechte für vier Jahre als Exklusivpaket an lediglich einen Fernsehanbieter pro Sendegebiet verkaufte. Bei den Käufern handelte es sich zumeist um Anbieter frei empfangbarer Programme, die berechtigt waren, die Rechte teilweise in Lizenz an Pay-TV-Anbieter weiterzuverkaufen. Zu den schwerwiegenden Nachteilen dieser ursprünglichen Vermarktungsregelung zählte, dass nicht sämtliche Spiele live im Fernsehen gezeigt wurden und Internet- und Telefonbetreiber überhaupt nicht zum Zuge kamen.

Die Vermarktungsregelung der UEFA beeinträchtigte deswegen den Wettbewerb zwischen den Rundfunkanstalten. Durch die Verweigerung des Zugangs zu besonders publikumsträchtigen Sportprogrammen hemmte die UEFA damit auch die Entwicklung von Sportprogrammangeboten im Internet und in Mobilfunkgeräten der neuen Generation. Das diente weder dem Interesse der Rundfunkanstalten noch dem der Vereine, Fans und Verbraucher.

Die neue Vermarktungsregelung der UEFA

In Reaktion auf die Einwände der Kommission schlug die UEFA eine neue Vermarktungsregelung vor, mit der die Wettbewerbsbedenken der Kommission ausgeräumt werden. Die neue Regelung gilt ab der Saison 2003/04. Das neue Vermarktungssystem lässt sich wie folgt zusammenfassen:

- Die UEFA verkauft auch weiterhin die Rechte für die Live-Übertragungen an den Spielen, die Dienstags und Mittwochs am Abend ausgetragen werden. Die wichtigsten Rechte werden in zwei separate Rechteinheiten aufgeteilt (Gold- und Silberpaket), deren Käufer die beiden interessantesten Spiele auswählen dürfen.
- Ferner ist die UEFA anfänglich alleine zum Verkauf der übrigen Spiele berechtigt¹. Sollte die UEFA dieses sogenannte Bronzepakete jedoch nicht innerhalb einer bestimmten Frist verkaufen können, dürfen die einzelnen Vereine die Rechte selber vermarkten.
- Die neue Vermarktungsregelung bietet auch den neuen Medien größere Geschäftsmöglichkeiten, da sowohl die UEFA als auch die Vereine Internetbetreibern und Telekommunikationsunternehmen, die die neuartigen UMTS-Mobilfunkleistungen aufbauen oder fördern möchten, Champions League-Inhalte verkaufen dürfen.
- Außerdem werden die einzelnen Vereine erstmalig die Rechte für zeitversetzte Sendungen im Fernsehen und Archivmaterial z.B. zur Videoherstellung verwerten dürfen und damit ihren Fans ein besseres und vielfältigeres Angebot unterbreiten können.
- Die UEFA wird die Rechte jeweils für höchstens drei Jahre in einer offenen Ausschreibung zum Verkauf anbieten, so dass alle Rundfunkanstalten Gelegenheit erhalten, Angebote einzureichen.

Das neue Vermarktungssystem der UEFA stellt eine Verbesserung gegenüber dem früheren mit der Kommission vereinbarten Kompromiss vom Juli 2002 dar, zu dem die Kommission die Öffentlichkeit konsultiert hatte (Amtsblatt C 196 vom 17. August 2002). Insbesondere dürfen die Vereine nicht am Verkauf von Live-Übertragungsrechten an frei empfangbare Fernsehprogramme gehindert werden, wenn kein angemessenes Angebot von einem Pay-TV-Anbieter vorliegt.

Hintergrund

Die gemeinsame Vermarktung auf Ausschließlichkeitsgrundlage verzerrt nicht nur im Sport, sondern auch in anderen Wirtschaftszweigen den Wettbewerb, da sie die Produktion und den Preiswettbewerb einschränkt.

Die Vergabe sämtlicher Rechte auf Ausschließlichkeitsgrundlage und über einen langen Zeitraum hinweg stärkt die alteingesessenen marktbeherrschenden Fernsehanstalten, da nur sie über die finanziellen Mittel verfügen, um beim Feilschen um die Rechte den Zuschlag zu erhalten. Dadurch bleibt die Nachfrage der Fernsehanstalten teilweise ungedeckt, was ihre Fähigkeit beeinträchtigt, ein attraktives Programmangebot zu gestalten.

¹ Die Champions League ist ein alljährlich ausgetragener europäischer Vereinswettbewerb, an dem die besten europäischen Mannschaften - 72 Vereine aus EU- und Nicht-EU-Ländern - teilnehmen. Die im September beginnende Hauptrunde wird mit den 32 dafür qualifizierten Teilnehmern ausgetragen. Die Champions League-Saison endet im Mai.

Sport und Spielfilme bilden besonders wichtige Programmbestandteile im Fernsehen generell und ganz besonders im Bezahlfernsehen. Sie spielen auch eine zunehmend entscheidendere Rolle für die Entwicklung der neuen Technologien.

Die Kommission konnte die gemeinsame Rechtevermarktung daher nur genehmigen, wenn die Regelung so geändert wurde, dass sie die Freistellungsvoraussetzungen des Artikels 81 Absatz 3 des EU-Vertrags erfüllte. Gemäß dieser Bestimmung kann die Kommission wettbewerbsbeschränkende Vereinbarungen genehmigen, wenn "sie unter angemessener Beteiligung der Verbraucher an dem entstehenden Gewinn zur Verbesserung der Warenerzeugung oder -verteilung oder zur Förderung des technischen und wirtschaftlichen Fortschritts beitragen".

Die Kommission prüft derzeit auch mehrere Regelungen zur gemeinsamen Vermarktung nationaler Liga-Wettbewerbe.