MEMO/01/271

Brüssel, den 20. Juli 2001

Hintergrundinformationen zur Sache UEFA Champions League

Bei der Champions League handelt es sich um einen alljährlich von dem in Genf ansässigen Europäischen Fußballbund UEFA) ausgerichteten Wettbewerb der 72 besten europäischen Fußballvereine. Die Teilnehmen kommen sowohl aus EU-Mitgliedstaaten als auch aus Ländern außerhalb der EU.

Es handelt sich nicht nur um eines der bedeutendsten Sportereignisse in Europa, sondern auch um eines der größten Fernsehereignisse: der Preis für die Fernsehübertragungsrechte beträgt über 800 Millionen Schweizer Franken (530 Mio. EUR) und macht etwa 80% der Gesamteinnahmen der Champions League aus.

Wie vermarktet die UEFA die TV-Rechte für die Champions League?

Die UEFA verkauft die TV-Rechte an einen Anbieter pro Land für einen Zeitraum von drei bis vier Jahren auf Ausschließlichkeitsbasis (vgl. Tabelle im Anhang). Die Rechte werden in Primär- und Sekundärrechte unterteilt.

Die UEFA legt dem jeweiligen Rechteerwerber Mindestpflichten für die Übertragung auf. Zur Zeit werden die Spiele der Champions League Dienstags und Mittwochs ausgetragen. In den großen Fußballnationen müssen die Rundfunkanstalten pro Tag mindestens ein Spiel live übertragen, wobei die Dienstagsübertragung auch im Pay-TV erfolgen kann.

Außerdem müssen sie an beiden Abenden Zusammenfassungen im frei empfangbaren Fernsehen zeigen. In den kleineren Mitgliedsverbänden ist ein Mittwochsspiel live auszustrahlen. Dienstags ist ein Spiel direkt im frei empfangbaren Fernsehen zu zeigen, falls ein Verein aus diesem Land teilnimmt. Soweit diese Mindestverpflichtungen erfüllt werden, kann die Rundfunkanstalt zusätzliche Rechte nach freier Wahl im frei empfangbaren oder im Pay-TV verwerten.

Warum fällt die Vermarktung der Champions League-Fernsehrechte durch die UEFA in die Zuständigkeit der Kommission?

Die Kommission hat eine Untersuchung der gemeinsamen Vermarktung der TV-Rechte durch die UEFA eingeleitet, weil die UEFA diese Regelung am 1. Februar 1999 angemeldet und einen rechtswirksamen Bescheid beantragt hatte, dass sie nicht als verbotene Vereinbarung im Sinne von Artikel 81 Absatz 1 des EG-Vertrags anzusehen ist oder von den EU-Wettbewerbsregeln ausgenommen werden kann.

Warum hegt die Kommission Bedenken gegen dieses Vermarktungssystem?

Die gemeinsame Vermarktung sämtlicher TV-Rechte (Free-TV und Pay-TV) auf Ausschließlichkeitsbasis hat erhebliche Auswirkungen auf die Struktur der Fernsehmärkte, da der Fußball in den meisten Ländern nicht nur Triebfeder für die Entwicklung des Pay-TV, sondern auch ein wichtiger Programmbestandteil für die Anbieter frei empfangbarer Programme ist. Die UEFA verkauft sämtliche Rechte am gesamten Wettbewerb ausschließlich an einen Anbieter je Mitgliedstaat, so dass um den Kauf der Rechte ein intensiver Wettbewerb stattfindet. Nur noch große Anbieter sind in der Lage, die steigenden Preise zu zahlen. Dadurch kann der Konzentrationsgrad auf dem Medienmarkt zunehmen und der Wettbewerb zwischen den Fernsehanstalten leiden. Wenn eine Rundfunkanstalt über sämtliche Fußball-Fernsehrechte in einem Mitgliedstaat verfügt, können konkurrierende Anbieter nur unter größten Schwierigkeiten auf dem Markt Fuß fassen. Würden die Rechte getrennt vermarktet, könnten viele auch kleinere Regional- oder Spartenprogramme mitbieten.

Stellen die von der UEFA zugelassenen Unterlizenzen keine geeignete Abhilfe dar?

Nein, denn auch die Unterlizenzen haben ausschließlichen Charakter: nur ein anderer Anbieter darf Spiele der UEFA Champions League zeigen, die der Hauptrechteinhaber nicht selbst überträgt. Somit können also höchstens zwei Fernsehanstalten je Mitgliedstaat Bilder aus der UEFA Champions League zeigen; alle übrigen Programmanbieter sind ausgeschlossen und dürfen nicht einmal Ausschnitte senden.

Will die Kommission demnach die gemeinsame Vermarktung von Fußball-Übertragungsrechten unterbinden?

Dies ist nicht der Fall. Obwohl die gemeinsame Vermarktung eindeutig unter Artikel 81 Absatz 1 fällt, kann sie unter bestimmten Umständen für die Vermarktung von TV-Rechten für internationale Sportereignisse geeignet sein[1]. Allerdings darf die Vermarktung nicht so restriktiv angelegt sein, dass der Nutzen aufgewogen wird.

[1] Art.81 Abs. 3 des EU-Vertrags läßt wettbewerbsbeschränkende Vereinbarungen oder Verhaltensweisen zu, “die unter angemessener Beteiligung der Verbraucher an dem entstehenden Gewinn zur Verbesserung der Warenerzeugung oder -verteilung oder zur Förderung des technischen oder wirtschaftlichen Fortschritts beitragen”.

Hat die Kommission Beschwerden von Rundfunkanstalten, einzelnen Vereinen, Sportfans oder anderen betreffend das jetzige System erhalten? Welche Argumente machen die Beschwerdeführer geltend?

Bei der Kommission sind keine förmlichen Beschwerden eingegangen, wohl aber Stellungnahmen von insgesamt 65 einzelstaatlichen Behörden, Verbänden, Fußballvereinen, Rundfunkanstalten und Sportrechteagenturen. Diese waren mit der Veröffentlichung einer Zusammenfassung des Falls im Amtsblatt der EU am 10. April 1999 zur Äußerung aufgefordert worden. Kritisch wird die zentrale Vermarktung vor allem von Rundfunkanbietern, Sportrechteagenturen und den nationalen Wettbewerbsbehörden beurteilt. Sie bestreiten, dass eine zentrale Vermarktung für den Schutz der Markenrechte der UEFA Champions League oder die Gewährleistung von Übertragungen im frei empfangbaren Fernsehen notwendig ist. Die Folge seien vielmehr höhere Preise für die Verbraucher und weniger Fußball im Fernsehen. Außerdem seien die Umverteilungsmechanismen der UEFA ineffizient, unzureichend und nicht transparent.

Trägt die gemeinsame Vermarktung der Fernsehrechte für die Champions League nicht dazu bei, das Ungleichgewicht zwischen Vereinen und Länder abzubauen?

Nur wenn sie mit angemessenen Umverteilungsmechanismen einhergeht, gewährleistet die zentrale Vermarktung das Gleichgewicht zwischen den Vereinen. Im Falle der Champions League jedoch erhält beispielsweise ein italienischer Verein, der halb so viele Spiele wie ein niederländischer Verein austrägt, aufgrund der Fernsehrechteregelung dreimal so viel Geld wie der letztere.

Außerdem erhöht die Champions League auch innerhalb der einzelnen nationalen Meisterschaften den Abstand zwischen den Vereinen. Die fast regelmäßig an der Champions League teilnehmenden Vereine - 80% der Mannschaften sind nämlich jedes Jahr identisch - investieren die dort erzielten Einnahmen in erster Linie in die nationale Meisterschaft und erzielen dadurch einen wirtschaftlichen Vorsprung, der zu dem wachsenden Ungleichgewicht innerhalb der einzelnen nationalen Meisterschaften beiträgt. Die Einnahmen von Real Madrid und Valencia aus ihrer Teilnahme an der Champions League sind höher als der Gesamthaushalt der meisten spanischen Erstligisten.

Sportliche Bedeutung und Einschaltquoten sind außerdem nicht immer deckungsgleich: Die für die Meisterschaft völlig unbedeutende Begegnung zwischen Real Madrid und Barcelona verfolgten im spanischen Pay-TV 1,5 Millionen Abonnenten, die meisterschaftsmitentscheidende Begegnung zwischen Real Madrid und La Coruña lockte hingegen nur 900000 Abonnenten vor den Bildschirm.

In der Erklärung von Nizza wird die gemeinsame Vermarktung von Fernsehrechten ebenso befürwortet wie das Recht der Sportverbände auf Selbstorganisation. Ist die Verpflichtung der Vereine, ihre Verhandlungsrechte an die UEFA-Spitze abzutreten, somit nicht doch gerechtfertigt?

Der Europäische Rat hat sich für eine gewisse solidarische Umverteilung der Einnahmen aus dem Rechteverkauf zugunsten des Breitensports ausgesprochen, die Form dieses Solidaritätsmechanismus jedoch bewusst offengelassen. Er berücksichtigt die unterschiedlichen nationalen Praktiken, da in fast jedem Mitgliedstaat diese Solidarität in unterschiedlicher Weise gehandhabt wird.

Ferner hat der Europäische Rat die Bedeutung der Einhaltung des innerstaatlichen und des Gemeinschaftsrechts und der innerverbandlichen Demokratie und Transparenz betont. In einer von der UEFA in Auftrag gegebenen und veröffentlichten Studie empfehlen die Autoren dem Verband, die Vereine und Ligen besser in die Organisation der Wettbewerbe einzubinden: "Die Glaubwürdigkeit der UEFA auf wirtschaftlicher wie sportlicher Ebene hängt von ihrer Fähigkeit ab, das gesamte Spektrum des Fußballs und die Interessen seiner Elite gleichermaßen zu repräsentieren ".

Ist die Kommission für die Einzelvermarktung der TV-Rechte durch die Vereine?

Die Kommission will keine bestimmte Vermarktungsform bevorzugen. Die gemeinsame Vermarktung der Fernsehrechte – in Verbindung mit bisher von der UEFA nicht angewandten Mechanismen – hat den Vorteil, den Zusammenhalt der mitwirkenden Vereine und die Bedeutung des Wettbewerbs zu stärken. Mit Blick auf die Übertragungen würde die Einzelvermarktung vermutlich nicht sämtliche Probleme lösen: die großen Vereine würden von den großen Medienkonzernen umworben, wodurch ebenfalls die zunehmende Konzentration gefördert würde. Die meisten Vereine würden auf regionale oder lokale Anbieter abgeschoben, wodurch die Unterschiede zunehmen und das sportliche Interesse des Wettbewerbs leiden würde. Die Kommission will lediglich gewährleisten, dass die gewählte Vermarktungsform den Wettbewerb im audiovisuellen Sektor nicht über das notwendige Maß hinaus einschränkt, wie das zur Zeit der Fall zu sein scheint.

Wie werden die Einnahmen aus den Fernsehrechten zur Zeit unter den Vereinen verteilt?

Von den Gesamteinnahmen in Höhe von 800 Mio. CHF gehen 75% an die Vereine, 25% verbleiben bei der UEFA für Organisations- und Verwaltungskosten und einen Solidarfonds. In diesen gelangen 122 Mio. CHF, 105 Mio. CHF werden für Betriebskosten verwendet, und 47,2 Mio. CHF verbleiben bei der UEFA.

Ist die Kommission gegen die solidarische Umverteilung von Geldern unter Fußballvereinen?

Die Kommission berücksichtigt uneingeschränkt die in der Erklärung des Europäischen Rates in Nizza im Dezember 2000 betonten besonderen Merkmale des Sports; der Rat hatte befürwortet, dass ein Teil der Verkaufserlöse auf geeigneter Ebene unter Berücksichtigung der einzelstaatlichen Gepflogenheiten zusammengelegt wird, dem Prinzip der Solidarität zwischen allen Bereichen der sportlichen Betätigung und allen Sportarten förderlich sind. Die Mitteilung der Beschwerdepunkte durch die Kommission stellt diesen Grundsatz nicht in Frage.

Führt das derzeitige System zu weniger Fußball im Fernsehen und höheren Pay-TV-Gebühren?

Die Kommission ist überzeugt, dass mehr Wettbewerb auf dem Fernsehmarkt zu einer besseren Präsenz des Fußballs im Fernsehen und niedrigeren Gebühren im Abonnentenfernsehen führen wird.

Inwieweit verzögert das jetzige System den Einsatz neuer Techniken (wie in der Pressemitteilung erwähnt)?

In Vereinbarungen über eine zentrale Vermarktung wird die Vergabe von Lizenzen für neue Übertragungstechniken wie Internet oder UMTS eher restriktiv gehandhabt, da die Rundfunkanstalten einen Wertverlust ihrer TV-Rechte befürchten.

Was geschieht nach der Versendung der Beschwerdepunkte?

Die UEFA hat 3 Monate Zeit für eine schriftliche Erwiderung und kann eine mündliche Anhörung beantragen, um ihre Argumente vorzubringen. Außerdem ist die Kommission selbstverständlich gerne bereit, neue Vorschläge der UEFA zu prüfen und mit ihr zu erörtern.

Anhang:

Rechteinhaber für die letzten drei Spielzeiten?

Land	Rechteinhaber/Unterlizenz
Österreich	ORF
Belgien	VRT+RTL TVI
Dänemark	TV3
Finnland	Nelonen + Ch.4
Frankreich	TF1/Canal+
Deutschland	RTL/Première
Griechenland	Megachannel
Irland	TV3
Italien	RTI/Stream
Niederlande	NOS/Canal+
Portugal	RTP/Sport TV
Spanien	TVE/ViaDigital
Schweden	TV3
VK	ITV/OnDigital