

Brüssel, den 24. Juli 2003

Neues Vermarktungsmodell für Fußball-Bundesliga Übertragungsrechte

Die Kommission beabsichtigt, das neue Vermarktungsmodell für die Übertragungsrechte der 1. und 2. Bundesliga vom Kartellverbot freizustellen. Das vom deutschen Ligaverband vorgelegte Modell verspricht mehr Vielfalt und Wettbewerb bei der Übertragung der Spiele der 1. und 2. Bundesliga. Auch wird ein Anschub für die neuen Medien UMTS und Breitband-Internet erwartet. Nach Ansicht der Kommission beeinträchtigt die herkömmliche Zentralvermarktung den Wettbewerb zwischen Vereinen sowie Medienunternehmen und verstärkt Konzentrationstendenzen in der Branche. In dem neuen Modell wird es nicht mehr möglich sein, alle Übertragungsrechte in einem Paket an einen einzigen Rundfunkveranstalter zu verkaufen. Erstmals werden die Übertragungsrechte in eine Vielzahl von Paketen entbündelt, die einzeln in einem transparenten Verfahren angeboten werden. Künftig werden sämtliche Spiele für Live-Übertragungen im Internet und Mobilfunk verfügbar sein. Die Vereine der 1. und 2. Bundesliga können zudem einen Teil der Übertragungsrechte eigenständig vermarkten. In einem nächsten Verfahrensschritt wird den Marktteilnehmern Gelegenheit gegeben, Stellung zu nehmen.

Wie der für die Wettbewerbspolitik zuständige Kommissar Mario Monti erläuterte, bringt die Aufteilung in einzelne Pakete, die in einem transparenten Verfahren vergeben werden „mehr Chancen für verschiedene Rundfunkveranstalter“. Zudem führe die Vermarktung von Rechten durch die Vereine zu „mehr Wettbewerb und zusätzlichen Fußball-Angeboten für den Verbraucher“. Die Aufspaltung wirke auch einer „Monopolisierung der Rechte durch einige wenige, besonders finanzstarke Akteure entgegen.“ „Das ist gut für den Fußball und für die Fans“, sagte Monti weiter.

Der Lösungsentwurf bringt damit die Interessen des Fußballsports, seiner Fans und die wirtschaftlichen Vorteile der zentralen Vermarktung mit den EU-Wettbewerbsregeln in Ausgleich.

Monti betonte: „Nach dem Fall UEFA Champions League führt das vorliegende Modell erstmalig auch in einem nationalen Kontext ein transparentes und nicht diskriminierendes Verfahren für die Vergabe der zentral vermarkteten Rechte ein“ und fügte hinzu: „Das neue Vermarktungssystem sieht vor, dass mehr Live-Übertragungen, auch von Spielen der 2. Bundesliga auf die Bildschirme kommen. Auch für Internet- und Mobilfunkübertragung werden einzelne Live-Pakete geschnürt.“ Damit wird die Entwicklung der Neuen Medien insbesondere im deutschsprachigen Raum gestärkt. „Der Mobilfunk der nächsten Generation und das Internet brauchen dringend attraktive Inhalte. Die Kommission hat erreicht, dass diese Inhalte zum Nutzen der Verbraucher erstmalig auch europaweit auf den Markt kommen.“

Der Kommissar erklärte die Rolle der Vereine in dem neuen Modell wie folgt: „Der Umfang der zentralen Vermarktung wird reduziert. In allen Bereichen – Fernsehen, Hörfunk, Internet und Mobilfunk – werden bestimmte Rechte nicht mehr der exklusiven Zentralvermarktung unterliegen und können künftig von den Vereinen der Bundesligen eigenständig vermarktet werden.“ So können sich die Clubs z. B. durch die Vermarktung ihrer Heimspiele im Fernsehen einen Tag nach der Begegnung zusätzliche Einnahmequellen erschließen. Außerdem haben die Clubs Zugriff auf solche Rechte, bei denen der Liga der zentrale Verkauf nicht gelingt.

Die Vermarktungsrechte der Clubs im Bereich Mobilfunk und Internet dürften besonders dazu geeignet sein, spezielle Angebote für die eigenen Fans zusammen zu stellen. So könnten Fans Spielszenen ihrer Mannschaften aus dem Internet herunter laden oder Clips vom aktuellen Spielgeschehen auf ihren Mobiltelefonen betrachten.

Mit dem neuen Modell wird zugleich die Darstellung der Bundesliga als Gesamtveranstaltung mit Markenprofil geschützt. Schließlich profitieren Abnehmer davon, sich für den Erwerb der für eine umfassende Bundesliga-Berichterstattung erforderlichen Übertragungsrechte nur an einen einzigen Anbieter wenden zu müssen.

Die Kommission hat in einem parallelen Verfahren die zentrale Vermarktung der Spiele der UEFA-Champions-League vom Kartellverbot freigestellt.

Der Regelungsentwurf im Überblick

- Die Pakete werden in einem transparenten und diskriminierungsfreien Verfahren vom Ligaverband oder einem unabhängigen Vermarkter angeboten. Bei Streitigkeiten können sich Bewerber an ein Schiedsgericht wenden. Kein Vertrag darf die Laufzeit von drei Spielzeiten überschreiten.
- Zwei Fernsehpakete enthalten Live-Übertragungsrechte, die sowohl von Free-TV als auch von Pay-TV Anbietern erworben werden können. Ein Paket deckt die Samstagsspiele der 1. Bundesliga und die Sonntagsspiele der 2. Bundesliga ab (Paket Hauptspieltage). Das zweite Paket umfasst die Sonntagsspiele der 1. Bundesliga und die Freitagsspiele der 2. Bundesliga (Paket Nebenspieltage). Beide Pakete berechtigen zusätzlich insbesondere zur Übertragung der Spiele des jeweils anderen Spieltags mittels Konferenzschaltung.
- Das Paket 3 enthält Free-TV Rechte für eine Highlight-Erstberichterstattung sowie Live-Übertragungsrechte von mindestens zwei Spielen der 1. Bundesliga pro Saison. Paket 4 sieht Live-Übertragungen von Spielen der 2. Bundesliga im Free-TV vor. Weitere Pakete betreffen Zweit- und Drittverwertungsrechte für Free-TV. Diese Pakete können jeweils auf verschiedene Free-TV Anbieter aufgeteilt werden.
- Zentralvermarktete Internet- und Mobilfunkpakete: verschiedene Pakete umfassen Live- und zeitversetzte Übertragung.
- Fernsehrechte der Vereine: Jeder Verein kann seine Heimspiele 24 Stunden nach der Begegnung einmal im Free-TV vermarkten.
- Mobilfunk-, Internet- und Audiorechte der Vereine: Jeder Verein kann aktuelle Clips für Mobilfunk anbieten und seinen Internetauftritt mit umfangreichen Spielszenen gestalten. Außerdem kann jeder Verein Liveausschnitte seiner Begegnungen in Radio und Mobilfunk vermarkten sowie Live-Audiostreaming im Internet anbieten.

- Rechte, die von der Liga nicht erfolgreich vermarktet werden, können parallel vom jeweiligen Heimverein angeboten werden.
- Weitere Liga-Pakete sowie Rechte der Vereine runden den Regelungsentwurf ab, der im Bereich Fernsehen im Juli 2006 in Kraft treten soll. Bereits im Juli 2004 werden alle anderen Regelungen wirksam.

Das weitere Verfahren

Bevor die Kommission eine endgültige Entscheidung über die Freistellung der dergestalt liberalisierten Vermarktungsregeln treffen kann, wird sie das vom Ligaverband vorgeschlagene künftige Vermarktungsmodell gemäß Art. 19 Absatz 3 der Verordnung Nr. 17/1962 des Rates im Amtsblatt erläutern. Allen interessierten Kreisen, insbesondere Vereinen, Medienunternehmen und Verbraucherorganisationen, steht es dann frei, der Kommission ihre Anmerkungen zu dem vorgeschlagenen Vermarktungsmodell mitzuteilen.