

**SPERRFRIST: 24.07. 2008, 11Uhr**

Dr. Bernhard Heitzer  
Präsident des Bundeskartellamtes

Statement

zur Pressekonferenz  
am 24. Juli 2008

zum Thema

**"Zentralvermarktung der Verwertungsrechte der Fußball  
Bundesliga ab dem 1. Juli 2009"**

Es gilt das gesprochene Wort.

Meine Damen und Herren,

in den vergangenen Tagen ist über die Zukunft der Fußball-Vermarktung in Deutschland viel gesagt und geschrieben worden.

Die Bundesliga sei „in höchster Gefahr“, die „Existenz der 2. Liga bedroht“, „das Bundeskartellamt gefährde die Wettbewerbsfähigkeit der Nationalmannschaft“.

Das Bundeskartellamt hat der DFL gestern mitgeteilt, dass die Zentralvermarktung zwar grundsätzlich zulässig ist, das von ihr vorgelegte Modell den kartellrechtlichen Anforderungen einer angemessenen Verbraucherbeteiligung aber nicht genügt.

Erlauben Sie mir deshalb eine nüchterne Bestandsaufnahme:

Die DFL hat dem Bundeskartellamt im April den Entwurf eines Vermarktungskonzeptes mit detaillierten Angaben über ihre Pläne für den Zeitraum bis 2015 vorgelegt.

Das Konzept beruht auf dem Modell der *Zentralvermarktung*, d.h. dass die Medienrechte nicht im Wettbewerb von den einzelnen Vereinen, sondern *gebündelt* und *exklusiv* durch die Deutsche Fußball Liga vergeben werden.

Nüchtern betrachtet handelt es sich bei der Zentralvermarktung um eine Kartellvereinbarung.

So sehen das auch der Bundesgerichtshof und die Europäische Kommission seit langem.

Als solche ist sie nach Europäischem Kartellrecht grundsätzlich verboten, weil sie die Möglichkeit eröffnet, dass die Beteiligten die Konditionen einseitig diktieren und das Angebot beschränken.

Die Zentralvermarktung ist gleichwohl ausnahmsweise zulässig, soweit sichergestellt ist, dass die Verbraucher an ihren Vorteilen angemessen beteiligt werden.

Dies war in der Vergangenheit weitgehend der Fall.

Die Fernsehzuschauer konnten auf ein breites Angebot sowohl im Free-TV als auch im Pay-TV zu vergleichsweise moderaten Preisen zurückgreifen.

Die wirtschaftlichen und sportlichen Interessen der Liga und die Interessen der Zuschauer standen dadurch in einem angemessenem Verhältnis.

Ein wesentlicher Vorteil der Zentralvermarktung liegt - worauf auch die DFL immer wieder hingewiesen hat - in der Ermöglichung einer *gebündelten* Highlight-Berichterstattung.

Diese bereichert zum einen die Angebotsvielfalt um ein Produkt, das sich seit Jahrzehnten - ob im öffentlich-rechtlichen oder privaten Fernsehen - hoher Nachfrage erfreut.

Vor allem aber begrenzt eine zeitnahe Highlight-Berichterstattung die Möglichkeit, dass die mit dem Erwerb der gebündelten live-Rechte verbundene Monopolstellung durch überhöhte Pay-TV-Abo-Preise ausgenutzt wird.

Mit dem neuen Vorschlag der DFL hätten sich die Rahmenbedingungen **deutlich zulasten der Verbraucher verschlechtert**.

Der Vorschlag zielte auf ein Szenario, in dem eine zeitnahe Highlight-Berichterstattung am Hauptspieltag, dem Samstag, zugunsten höherer Einnahmen aus dem Pay-TV geopfert worden wäre.

Für die Eliminierung der zeitnahen Free-TV-Konkurrenz sollten die Erwerber der Pay-TV-Rechte kräftig zur Kasse gebeten und die Mehrkosten über die Pay-TV-Einnahmen refinanziert werden.

Kurz: dem Fernsehzuschauer sollte die Auswahl zwischen zwei Angeboten genommen werden, um dem alleinigen Pay-TV-Anbieter am Samstagnachmittag die Ausnutzung seiner Monopolstellung zu ermöglichen.

Höhere Preise für die Pay-TV-Kunden bei gleichzeitiger Verknappung des Produktangebots wären die Folge.

Wer dies für graue Theorie hält, dem sei ein Blick nach England empfohlen:

In England beginnt die Highlight-Berichterstattung der BBC erst um 22:20 Uhr.

Die beiden Pay-TV-Anbieter erfreuen sich hinsichtlich der von ihnen erworbenen Spiele weitgehender Exklusivität.

In der Folge müssen Verbraucher, die umfassend an live-Spielen interessiert sind, monatlich **80 €** auf den Tisch legen und erhalten dafür Zugriff auf nicht einmal die Hälfte der Spiele.

Ein Großteil der Spiele der Premier League ist überhaupt nicht live zu sehen.

Verglichen mit der aktuellen Situation in Deutschland zahlen englische Verbraucher damit für **weniger als die Hälfte** des Angebots den **vierfachen** Preis.

Nun sind die Verhältnisse in England sicherlich nicht eins zu eins mit der Ausgangslage in Deutschland vergleichbar.

An der Erkenntnis aber, dass größere Exklusivität höhere Verbraucherpreise bedeutet, führt kein Weg vorbei.

Im übrigen - erlauben Sie mir diese Randbemerkung: das Abschneiden der englischen Nationalmannschaft in internationalen Wettbewerben (EM, WM) scheint von den Segnungen der hohen Pay-TV-Renditen nicht eben befördert zu sein.

Lassen Sie mich an den entscheidenden Ausgangspunkt zurückkommen:

Die Zentralvermarktung ist zulässig unter der Voraussetzung, dass die Verbraucher angemessen an ihren Vorteilen beteiligt werden.

Die DFL hat uns in den vergangenen Wochen zu diesem Zweck verschiedene Vorschläge zur Free-TV Berichterstattung unterbreitet: an geraden Spieltagen ein live-Spiel am Sonntagnachmittag, ein Vorziehen der Highlight-Berichterstattung am Sonntagabend bzw. der Highlight-Berichterstattung über die **2. Bundesliga** auf Sonntagnachmittag, **16 Uhr**, und zuletzt eine Highlight-Berichterstattung über das Freitagspiel ab 22:15 Uhr.

Ohne Zweifel sind auch diese Vorschläge für den Verbraucher von Nutzen.

Ihre Durchführung ist der DFL unbenommen.

Gleichwohl reichen diese Vorschläge nicht aus, um sicherzustellen, dass ein *wesentlicher Vorteil der Zentralvermarktung*, nämlich die gebündelte Highlight-Berichterstattung über den Hauptspieltag, auch tatsächlich bei den Fernsehzuschauern ankommt.

All diese Vorschläge reichen nicht aus, Preiserhöhungsspielräume für das Pay-TV zu begrenzen.

Aus diesem Grund war auch die von der DFL bevorzugte Highlight-Erstberichterstattung am Samstag **nach 22:00 Uhr** nicht ausreichend.

Ein solcher Sendetermin, bei dem das **Top-Spiel nicht vor 23 Uhr** zu erwarten wäre, hätte weite Bevölkerungskreise de facto ausgeschlossen.

Auch ein Sendetermin zwischen 20:00 und 22:00 Uhr hat sich in Gesprächen mit den Marktbeteiligten im Ergebnis aus Gründen der Wirtschaftlichkeit (Werbeeinnahmen) und Programmgestaltung als nicht marktfähig erwiesen.

Ein entsprechender Versuch von Sat.1 in der Saison 2001/2002 mit einem Sendebeginn um 20:15 Uhr musste nach 6 Wochen abgebrochen werden, weil die Zuschauerzahlen von 4,6 Mio. auf 1,7 Mio. zurückgegangen waren.

**Im Ergebnis sieht das Bundeskartellamt eine ausreichende Wahlmöglichkeit des Verbrauchers gewährleistet, wenn die Highlight-Berichterstattung einen wesentlichen Teil des Spieltags umfasst, zeitnah und zu einem weiten Bevölkerungskreisen zugänglichen Sendetermin erfolgt.**

Dies ist bei der gegenwärtig vorliegenden Ausgestaltung des Spielplans bei einem Sendeplatz vor 20:00 Uhr der Fall.

Ich möchte nachdrücklich darauf hinweisen, dass hierfür **sowohl öffentlich-rechtliche Sendeanstalten als auch private Fernsehsender** in Betracht kommen.

Lassen Sie mich abschließend auf zwei Bedenken eingehen, die in den vergangenen Tagen nicht zuletzt von Funktionären der Fußballverbände vorgebracht worden sind.

- 1.) Es wurde die Sorge geäußert, das Bundeskartellamt gefährde die Wettbewerbsfähigkeit deutscher Vereine auf europäischer Ebene.  
Deutsche Teams könnten von der internationalen Konkurrenz deklassiert werden.  
Denn deutsche Vereine seien dann nicht in der Lage, die gleichen Millionengehälter zu zahlen wie zum Beispiel ihre englischen Gegner. Dies kann keine Rechtfertigung für Monopolgewinne auf Kosten der Verbraucher sein.
- 2.) Es wurde vorgebracht, das Bundeskartellamt stelle sich schützend vor die Interessen der ARD.  
Darum geht es nicht.

Es geht um die Wahrung der Auswahlmöglichkeiten der Verbraucher durch eine hinreichend attraktive Alternative zum Pay-TV-Monopol am Samstagnachmittag.

Die Highlight-Berichterstattung ist in der Vergangenheit auch von privaten Fernsehsendern erfolgreich angeboten worden. Die Teilnahme am Bieterwettbewerb um diese Rechte steht allen Fernsehsendern offen.

Dass sich dabei Vorteile der ARD aus ihren besonderen Finanzierungsmöglichkeiten ergeben können, mag dahinstehen.

Diese Vorteile resultieren aber aus der Entscheidung des Gesetzgebers für einen öffentlich-rechtlichen Rundfunk und nicht aus der Anwendung des Kartellrechts.

Diese Entscheidung ist vom Bundeskartellamt zu respektieren.

Lassen Sie mich zusammenfassen:

- 1.) Die Zentralvermarktung der Fußballbundesliga ist grundsätzlich zulässig.
- 2.) Allerdings nur unter der Voraussetzung, dass die Verbraucher auch künftig angemessen an ihren Vorteilen beteiligt werden.
- 3.) Die von DFL/Sirius bislang vorgeschlagenen Ausschreibungsmodalitäten genügen den Anforderungen einer angemessenen Verbraucherbeteiligung nicht. Sie ermöglichen vielmehr erhebliche Monopolgewinne auf Kosten der Verbraucher.
- 4.) Das Bundeskartellamt sieht eine ausreichende Verbraucherbeteiligung zum Beispiel dann gewährleistet, wenn die Highlight-Berichterstattung einen wesentlichen Teil des Spieltags umfasst, zeitnah und an einem weiten Bevölkerungskreisen zugänglichen Sendeplatz erfolgt.