Bundeskartellamt

Fallbericht 30.03.2012

Titel

Branche:	Zentralvermarktung von Medienrechten
Aktenzeichen:	B 6 – 114/10
Datum der Entscheidung:	12. Januar 2012

Das Bundeskartellamt hat das Verfahren zur Überprüfung der zentralen Vermarktung der Medienrechte an Spielen der Fußball Bundesliga und der 2. Bundesliga ab der Saison 2013/2014 durch die Entgegennahme von Verpflichtungszusagen gemäß § 32 b GWB abgeschlossen.

Die Rechte zur (Fernseh-)Berichterstattung über die Spiele der Fußball-Bundesligen werden in Deutschland seit jeher zentral durch die Liga vermarktet. Die entsprechenden Vereinbarungen der Ligamitglieder weisen das Vermarktungsrecht weitgehend exklusiv dem Ligaverband (Die Liga – Fußballverband (Ligaverband) e.V.) zu, welcher sich für die operative Durchführung der Vermarktung der Deutsche Fußball Liga GmbH (DFL) bedient.

Die entsprechenden Vereinbarungen der Vereine unterfallen dem Kartellverbot des § 1 GWB bzw. Art. 101 AEUV, da die einzelnen Vereine abgesehen von wenigen Ausnahmen die Medienrechte über ihre (Heim-)Spiele nicht autonom vermarkten. Das Bundeskartellamt hat im Hinblick auf die im Frühjahr 2012 anstehende Vermarktung der Rechte ab der Saison 2013/2014 bis 2016/2017 eine eingehende Prüfung des konkreten Vermarktungsmodells der DFL anhand des Kartellverbots vorgenommen. Eine abschließende Entscheidung über die Vereinbarkeit mit dem Kartellverbot brauchte nicht getroffen zu werden, weil die DFL Verpflichtungszusagen angeboten hat, welche es ermöglichten, das Verfahren gemäß § 32 b GWB abzuschließen.

Im Rahmen der Ermittlungen hat das Bundeskartellamt zunächst den sachlich und räumlich relevanten Markt ermittelt, auf dem die DFL die Medienrechte anbietet. Es hat sich herausgestellt, dass dieser Markt in jedem Fall relativ eng abzugrenzen ist. Medienrechte an Spielen der Bundesliga und 2. Bundesliga gehören nicht demselben sachlichen Markt an wie etwa Senderechte für (Hollywood-)Blockbuster. Zu demselben sachlich relevanten Markt wie die Medienrechte der 1. und 2. Fußball-Bundesliga gehören Medienübertragungsrechte an

ganzjährig ausgetragenen Fußballwettbewerben, an denen Vereine der Bundesliga und 2. Bundesliga teilnehmen. Dies umfasst neben Spielen dieser beiden Ligen den DFB-Pokal, die UEFA Champions League sowie Spiele der UEFA Europa League mit deutscher Beteiligung. Das Bundeskartellamt hat offengelassen, ob darüber hinaus auch Medienrechte für nicht ganzjährig ausgetragene Fußballwettbewerbe (wie z.B. die FIFA Weltmeisterschaft und die entsprechenden Qualifikationsspiele) oder die Medienrechte an Rennen der Formel 1 in den sachlich relevanten Markt einzubeziehen sind. In jedem Fall verfügen Ligaverband / DFL über sehr hohe Marktanteile von deutlich über 50 % in dem betroffenen deutschlandweiten Markt.

Der Beschluss nach § 32 b GWB setzt sich intensiv mit den Besonderheiten von Medienrechten an einer Liga-Veranstaltung und ihren Auswirkungen auf die Wettbewerbsverhältnisse auseinander. Dies war auch Gegenstand der Ermittlungen. Eine Besonderheit besteht darin, dass die Rechte im Hinblick auf einzelne Spiele bzw. die Spiele einzelner Vereine aus Sicht der Nachfrager nur bedingt untereinander austauschbar sind. Insbesondere für Nachfrager, die eine ligabezogene Berichterstattung realisieren wollen, sind die Rechte der einzelnen Vereine weitgehend komplementär. Die Entscheidung des Bundeskartellamts macht insoweit die (theoretische) Unterscheidung zwischen dem „Einzelwert“ jedes einzelnen Spieles und dem in ihm verkörperten „Bruchteilswert“ als Teil des Ligageschehens. So hängt der Wert eines Ligaspiels sowohl von der Attraktivität der Heimmannschaft und der Gastmannschaft als auch von der Bedeutung des Spiels für das gesamte Ligageschehen („Bruchteilswert“) ab. Die hiermit in gewisser Hinsicht verwandte Frage der zivilrechtlichen Zuordnung der Inhaberschaft an den Medienrechten zu dem einzelnen Verein bzw. zur Liga wird in dem Beschluss offen gelassen. Im Ergebnis handelt es sich bei der Zentralvermarktung u.a. wegen der weitgehenden Komplementarität der Einzelrechte bezüglich einer Ligaberichterstattung um eine besondere Form einer horizontalen Wettbewerbsbeschränkung, welche indessen kein klassisches sog. „Hardcore-Kartell“ darstellt. Im Hinblick auf die herausragende Bedeutung der entsprechenden Rechte als Medieninhalte auf der Ebene der Inhalteanbieter handelt es sich gleichwohl um eine schwerwiegende Wettbewerbsbeschränkung.

Bei der Prüfung der Freistellungsfähigkeit des konkret vorgelegten Vermarktungsmodells war zu berücksichtigen, welche Marktbedingungen und –ergebnisse sich im Rahmen einer Einzelvermarktung durch die jeweiligen Vereine ergeben könnten. Da es diese Form der Vermarktung in Deutschland bislang noch nie gab, bleiben entsprechende Annahmen hypothetisch. Der Umstand, dass es in Deutschland keine Erfahrungen mit den Auswirkungen einer Einzelvermarktung gibt, war einer der Gründe für den Abschluss des Verfahrens im Wege von Verpflichtungszusagen.

Der wesentliche Effizienzvorteil einer Zentralvermarktung liegt in dem Angebot eines umfassenden Ligaprodukts für die Nachfrager. Eine wichtige Grundlage für die Bewertung dieses Effizienzvorteils sind die Präferenzen der Endverbraucher, welche wiederum die Präferenzen der Nachfrager der Medienrechte maßgeblich prägen. Nach deren Einschätzung ist für rund drei Viertel der Zuschauer eine Berichterstattung über das gesamte Ligageschehen von ausgeprägtem Interesse. Diese Tendenz wurde im Rahmen der Ermittlungen durch eine Analyse der Zuschauerzahlen der von dem Pay-TV Sender „Sky“ angebotenen Sendeformate (z.B. Einzelspiel vs. Konferenz) gestützt. Die Ermittlungen haben ergeben, dass die Nachfrager das Zustandekommen interessanter ligabezogener Produkte, wie z.B. Live-Konferenzen und Highlight-Berichterstattung, im Falle einer Einzelvermarktung in der Tendenz skeptisch beurteilen. Im Einzelnen kann das Angebot von Rechten für eine ligabezogene Berichterstattung die Qualität und den Umfang der Berichterstattung erhöhen sowie beliebte Formen der Berichterstattung (z.B. Live-Konferenz) ermöglichen.

Ohne über die Frage der Freistellung nach § 2 GWB und Art. 101 Abs. 3 AEUV abschließend zu entscheiden, geht das Bundeskartellamt davon aus, dass das konkrete Vermarktungsmodell, welches Gegenstand der Verpflichtungszusagen ist, geeignet sein kann, eine angemessene Verbraucherbeteiligung zu realisieren. Hierfür muss der Erwerb der angebotenen ligabezogenen Rechte grundsätzlich allen interessierten Erwerbern offen stehen. Dem dient in erster Linie ein transparentes und diskriminierungsfreies Vergabeverfahren. Es muss zudem eine Vielzahl von Rechtepaketen angeboten werden. Grundsätzlich müssen die Nachfrager verschiedener Verbreitungsarten und –wege Zugriffsmöglichkeiten auf die Rechte haben. Dabei muss durch die Zentralvermarktung allerdings nicht sichergestellt werden, dass das Geschäftsmodell jedes Nachfragers in der von ihm präferierten Form bestmöglich bedient wird. Auch muss ein bestimmtes Marktergebnis für eine angemessene Verbraucherbeteiligung nicht vorgegeben werden.

Vor diesem Hintergrund hat das Bundeskartellamt eine Reihe von Einzelfragen erörtert. So sieht das Vermarktungsmodell insbesondere zwei Szenarien für eine Highlight-Berichterstattung im Free-TV vor. In einem ersten Szenario ist ein Paket für eine Highlight-Berichterstattung am Samstagabend ab 18:30 Uhr für den Übertragungsweg „Broadcast“ (Kabel, Satellit, Terrestrik) vorgesehen, während in einem zweiten Szenario die früheste frei empfangbare Highlight-Berichterstattung am Samstagabend für den Übertragungsweg „Netcast II“, d.h. über das Internet, vorgesehen ist. In diesem Szenario könnte über den Übertragungsweg „Broadcast“ erst ab 21:45 Uhr eine Highlight-Sendung ausgestrahlt werden. Das Bundeskartellamt geht davon aus, dass eine angemessene Verbraucherbeteiligung in beiden Szenarien gewährleistet sein kann. Weitere diskutierte Einzelaspekte sind u.a. die Frage nach der Notwendigkeit einer

sog. „no-single-buyer“-Regel, Fragen der Aufteilung bzw. Zusammenfassung von Verbreitungswegen, Umfang der Verwertungsverpflichtungen sowie die konkreten Anforderungen an ein transparentes und diskriminierungsfreies Vergabeverfahren.

Für den Abschluss des Verfahrens im Wege von Verpflichtungszusagen gemäß § 32 b GWB sprach u.a., dass das vorgelegte Vermarktungsmodell einen breiten, wettbewerblich organisierten Zugriff auf ligabezogene Pakete über verschiedene Verbreitungsarten und –wege bietet, welcher in dieser Form im Rahmen einer Einzelvermarktung nicht sichergestellt wäre. Eine Entscheidung nach § 32 b GWB macht diese Zugriffsmöglichkeit durchsetzbar und ermöglicht es, die Gebote der Transparenz und Diskriminierungsfreiheit im Rahmen des Verwertungsverfahrens zu überwachen.