

**Fallbericht**

9. Dezember 2020

Titel:	Zentrale Vermarktung der Medienrechte an Spielen der Fußball Bundesliga
Branche:	Sport-Medienrechte
Aktenzeichen:	B 6 – 28/19
Datum der Entscheidung:	20. März 2020

Das Bundeskartellamt hat das Verfahren zur Überprüfung der zentralen Vermarktung der Medienrechte an Herren-Fußballspielen der Bundesliga und der 2. Bundesliga und des auf der Zentralvermarktung beruhenden Vermarktungsmodells für die Spielzeiten ab 2021/2022 durch die Entgegennahme von Verpflichtungszusagen gemäß § 32b GWB abgeschlossen.

Die Rechte zur audiovisuellen Berichterstattung über die Fußballspiele der Bundesliga und der 2. Bundesliga werden in Deutschland seit jeher zentral durch den DFL Deutschen Fußball Liga e.V. (DFL e.V., ehemals: Ligaverband e.V.) vermarktet. Dem DFL e.V. gehören alle Bundesligaklubs der Bundesliga und der 2. Bundesliga an. Ihm steht sowohl satzungsmäßig als auch vertraglich das ausschließliche Vermarktungsrecht an den in Rede stehenden audiovisuellen Medienrechten zu. Die einzelnen Bundesligaklubs sind lediglich zu einer nachrangigen und zeitversetzten audiovisuellen Berichterstattung über die Bundesligaspiele ihrer Mannschaft befugt. Die operative Durchführung der Vermarktung erfolgt durch die DFL Deutsche Fußball Liga GmbH (DFL GmbH), einem 100%igen Tochterunternehmen des DFL e.V.

Nach vorläufiger Beurteilung durch das Bundeskartellamt beschränken die Vereinbarung der Zentralvermarktung und des darauf beruhenden Vermarktungsmodells für die Spielzeiten ab 2021/22 den Wettbewerb auf den davon betroffenen Märkten und unterfallen daher dem Kartellverbot. Betroffen ist zum einen der Markt für Medienübertragungsrechte an ganzjährig ausgetragenen Herren-Fußballwettbewerben mit Teilnahme von Bundesligaklubs für die Verwertung in Deutschland¹. Auf diesem Markt hat die DFL bezogen auf die durchschnittlichen Lizenzsummen pro Saison einen sehr hohen Marktanteil. Zum anderen handelt es sich um den nachgelagerten nationalen Endkundenmarkt für Live-Übertragungen von ganzjährig

¹ Einzubeziehen sind auf dieser Grundlage die Medienrechte an der Bundesliga und 2. Bundesliga, am DFB-Pokal und DFL-Supercup sowie an der UEFA Champions League, an der UEFA Europa League sowie am UEFA-Supercup.

durchgeführten Herren-Fußballwettbewerben mit Beteiligung deutscher Bundesligaklubs. Auf dem nachgelagerten Markt kommt die Sky Deutschland GmbH (Sky) ihrerseits auf einen hohen Marktanteil bezogen auf die Gesamtzuschauerzahl sämtlicher Live-Übertragungen der dem Markt zugerechneten Wettbewerbe.

Die Zentralvermarktung führt zu **horizontalen** Wettbewerbsbeschränkungen zwischen den Fußballklubs als originären Rechteinhabern. Dabei geht das Bundeskartellamt weiterhin davon aus, dass die Regelungen über die Zentralvermarktung keine horizontalen Kernbeschränkungen durch einen institutionalisierten gemeinsamen Vertrieb der Rechte mit gemeinsamer Preisfestlegung und Innenausgleich darstellen, da die Fußballklubs aus Nachfragersicht weder bei Ligaprodukten noch bei Klubprodukten eigenständige Wettbewerber darstellen. Ein Mindestmaß an Koordinierung wäre für beide Produktformen nötig. Das Bundeskartellamt nimmt dennoch grundsätzlich auch horizontale Wettbewerbsbeschränkungen an, die mit Blick auf die bisher durchgeführten Vermarktungsmodelle insbesondere in der Exklusivität der Zentralvermarktung gegenüber der (koordinierten) Einzelvermarktung der Fußballklubs liegen und eine weitgehende Beschränkung von klubbezogenen Produkten zur Folge haben.

Die Zentralvermarktung führt darüber hinaus im Hinblick auf den entstehenden starken Rechteanbieter zu Wettbewerbsbeschränkungen auf den **nachgelagerten Märkten**. Mit Blick auf die Entwicklung der Marktverhältnisse und das Potential des Internets als zusätzlichem Übertragungsweg ist dabei von hohem Gewicht, dass durch die Institutionalisierung der Koordinierung bei der DFL ein Anbieter der Rechte geschaffen wird, der auf dem relevanten Rechtemarkt inzwischen über ein Quasi-Monopol verfügt, zumindest aber erhebliche Marktmacht erhält. Denn potentieller Wettbewerb ist nicht ersichtlich. Die Marktzutrittsschranken sind weiterhin als besonders hoch anzusehen.

Diese Position ermöglicht über die Ausgestaltung des Vermarktungsmodells die Beschränkung des Zugangs zu den Rechten durch Verknappung des Rechteangebots sowie die Abschottung der nachgelagerten Märkte, indem die Marktzutrittsmöglichkeiten von Rechteerwerbern durch Ermöglichung eines Alleinerwerbs der Live-Rechte und Ausschöpfung der maximalen Zahlungsbereitschaft des Erwerbers beschränkt werden. Grundsätzlich besteht für die DFL ein Anreiz, die wesentlichen Rechte exklusiv an den Höchstbietenden zu vergeben. Die bei einem Alleinerwerb sämtlicher Übertragungsrechte drohende Abschottung des nachgelagerten Marktes zeigt sich in der nach vorläufiger Einschätzung bestehenden Marktbeherrschung auf dem nachgelagerten Markt, auf dem in der Verwertungsperiode – im konkreten Modell vier Jahre – die Marktverhältnisse festgeschrieben werden. Nach Einschätzung des Bundeskartellamts drückt sich die Abschottungstendenz der Zentralvermarktung konkret in der Beschränkung des

Innovationswettbewerbs aus, der mit der Fortentwicklung der technischen und kommerziellen Möglichkeiten des Internets (insbesondere der OTT- und IPTV-Angebote²) von sich entwickelnden Internetangeboten ausgeht. Denn gerade diese Angebote könnten bei hinreichender Entwicklung die bestehende Marktbeherrschung angreifen, soweit ihre Anbieter in der Lage wären, in relevantem Umfang Rechte zu erwerben.

Auch der Alleinerwerb aller (Live-)Rechte durch OTT-Anbieter würde zu einer Abschottung der nachgelagerten Märkte führen. Denn die dann entstehende Marktposition des Anbieters wäre während der Verwertungsperiode ebenso unangreifbar wie die eines traditionellen Anbieters. Zwar hätte ein OTT-Anbieter als relativ neu eintretender Marktteilnehmer zunächst erhebliche Anreize, sein Angebot zu etablieren. Auch wären eine technische Fortentwicklung sowie die Entwicklung der Formate und Geschäftsmodelle grundsätzlich zu erwarten. Es ist dabei jedoch auch zu erwarten, dass das Angebot insbesondere von Liveübertragungen in diesem Fall auf den OTT-Übertragungsweg beschränkt sein würde und es zu einer Stilllegung von konkurrierenden Infrastrukturen und damit zu einer Verknappung des Angebots käme.

Vor diesem Hintergrund hält das Bundeskartellamt ein Alleinerwerbsverbot für die Live-Übertragungsrechte der Bundesliga weiterhin für erforderlich. Ein Alleinerwerbsverbot bedeutet, dass kein Erwerber exklusiv alle Übertragungsrechte für die Live-Spiele der Bundesliga erwerben darf. Grundsätzlich sind aber verschiedene Ausschreibungsmodelle möglich, solange sichergestellt wird, dass kein exklusiver Erwerb aller Live-Übertragungsrechte stattfindet. Sowohl ein Erwerb einzelner exklusiver Live-Pakete durch zwei oder mehr Erwerber als auch der vollständige oder teilweise co-exklusive Erwerb einzelner Live-Pakete durch zwei oder mehr Erwerber würde das Alleinerwerbsverbot erfüllen. Die konkrete Ausgestaltung des Alleinerwerbsverbots und des Vermarktungsmodells obliegt dabei der DFL.

Die prinzipiell denkbare Freistellung der durch die Zentralvermarktung bewirkten Wettbewerbsbeschränkungen konnte nach vorläufiger Beurteilung des Bundeskartellamtes auf Grundlage des ursprünglich geplanten Vermarktungsmodells nicht angenommen werden. Zwar beinhaltete das ursprünglich geplante Vermarktungsmodell ein Alleinerwerbsverbot für die Live-Übertragungsrechte, das aber aus Sicht des Bundeskartellamtes u.a. in Bezug auf den Paketzuschnitt und das Auktionsmodell nicht wirksam genug war, um dem Zweiterwerber eine im Wettbewerb zum Ersterwerber hinreichende Wettbewerbsposition einzuräumen. Diese hiermit einhergehenden Beschränkungen waren in ihrer Gesamtheit nicht gedeckt von der Freistellung der Zentralvermarktung, da sie für die erzielbaren Effizienzen weder unerlässlich wären noch den

² OTT bezeichnet Videostreaming-Angebote über das offene Internet, IPTV demgegenüber Videostreaming-Angebote über DSL- oder Kabelanschlüsse mit für IPTV reservierter Bandbreite.

Verbraucher angemessen beteiligten. Auch wäre ein Wettbewerbsausschluss auf nachgelagerter Ebene zu erwarten.

Die von der DFL zur Beseitigung der Bedenken vorgelegten und für verbindlich erklärten Verpflichtungszusagen sehen u.a. für die Live-Rechte ein erweitertes Alleinerwerbsverbot vor, das einen hinreichenden Paketwettbewerb ermöglicht und aus Sicht des Bundeskartellamts die Abschottungstendenz der Zentralvermarktung sowie die daraus folgende Beschränkung des Innovationswettbewerbs hinreichend begrenzt. Durch das erweiterte Alleinerwerbsverbot wird ein substantieller Teil der Live-Rechte an den Spielen der Bundesliga an einen zweiten Bieter vergeben. Die für das Alleinerwerbsverbot relevanten Live-Pakete erscheinen auf Grundlage der durchgeführten Marktbefragungen jedes für sich grundsätzlich substantiell genug, um einen alternativen Erwerber in die Lage zu versetzen, ein wettbewerbsfähiges Bundesliga-Angebot zu entwickeln, von dem hinreichende Marktwirkungen ausgehen dürften. Jedes dieser Rechtepakete ermöglicht dem Erwerber über das jeweils enthaltene Live-Recht hinaus unmittelbar nach Abpfiff eine umfassende Highlight-Berichterstattung über alle Spiele eines Spieltages.

Die DFL führte die Ausschreibung gemäß ihrer Zusagen durch und vergab dabei die Live-Rechte an den Samstagsspielen und der Samstagskonferenz der Bundesliga sowie alle Live-Rechte der 2. Bundesliga an Sky. Die Live-Rechte an den Freitagsspielen und Sonntagsspielen der Bundesliga wurden an DAZN vergeben.

Die Zusagenentscheidung ist rechtskräftig.