

**Stellungnahme der DFL Deutsche Fußball Liga GmbH
zum „Preliminary report on the E-Commerce Sector Inquiry“
der Europäischen Kommission
vom 15. September 2016**

Frankfurt, den 18. November 2016

I. Allgemeine Bemerkungen

Der DFL Deutsche Fußball Liga e.V. ist der Zusammenschluss der 36 Clubs der Bundesliga und 2. Bundesliga in Deutschland. Die DFL Deutsche Fußball Liga GmbH („**DFL**“) ist eine 100%ige Tochtergesellschaft des DFL e.V. und führt satzungsgemäß das operative Geschäft des DFL e.V.

Die DFL ist für die Organisation des Spielbetriebs der Bundesliga und 2. Bundesliga und die Vermarktung der daraus ergebenden Rechte verantwortlich. Hierzu zählt insbesondere die Vermarktung der audiovisuellen Medienrechte an den Spielen der Bundesliga und 2. Bundesliga. Die DFL (für das Lizenzgebiet Deutschland) und die DFL Sports Enterprises GmbH, eine 100%ige Tochtergesellschaft der DFL (für die Lizenzgebiete außerhalb Deutschlands), führen im Namen des DFL e.V. die jeweiligen Vergabeverfahren durch.

II. Stellungnahme zu einzelnen Schlussfolgerungen aus dem Zwischenbericht

1. Nachfrage nach Sportübertragungsrechten in der EU ist national

Die Kommission stellt in ihrem Zwischenbericht fest, dass audiovisuelle Rechte zur Online-Übertragung häufig für das Lizenzgebiet eines Mitgliedstaats vergeben werden (Rz. 695), weil die Rechteinhaber dadurch den höchstmöglichen Wert für die Nutzung ihrer Rechte Erlösen können (Rz. 696).

Zu den Alleinstellungsmerkmalen und Besonderheiten des Sports als Unterhaltungsinhalt zählen zum einen eine weitgehend nationale Nachfragestruktur und zum anderen die Live-Dimension bei der Übertragung der Sendeinhalte.

In den EU-Mitgliedstaaten besteht eine länderspezifische Nachfrage vor allem nach den Spielen der jeweiligen Heimatliga bzw. dem heimischen Pokalwettbewerb. So ist die Nachfrage nach Live-Übertragungen von Spielen der Bundesliga im Vergleich zu anderen Mitgliedstaaten in Deutschland bei weitem am höchsten. Die individuelle Nachfrage hängt dabei maßgeblich von kulturellen und sprachlichen Unterschieden bzw. Gemeinsamkeiten ab. Beispielsweise umfasst der „Kernmarkt“ der Bundesliga Deutschland, Österreich, die deutschsprachigen Gebiete in der Schweiz und in Italien sowie Luxemburg. Die Kommission

selbst weist in diesem Zusammenhang darauf hin, dass schon mit dem jetzigen Rechtsrahmen multi-territoriale Lizenzen möglich sind. Immerhin 21 Prozent aller von der Kommission in ihrer Branchenumfrage untersuchten Verträge bieten multi-territoriale Lizenzen für Online-Übertragungen an (Rz. 698) – sofern eine entsprechende Nachfrage in verschiedenen Mitgliedstaaten nach den jeweiligen Sportveranstaltungen vorliegt. Eine gleichartige, grenzüberschreitende Nachfrage nach Sportveranstaltungen besteht jedenfalls nicht. Das zeigt auch eine von Eurostat im Auftrag der Kommission durchgeführte Umfrage, wonach nur 2 Prozent der EU-Bürger einen *grenzüberschreitenden* Zugang zu Sportinhalten über das Internet wollen.¹ Aufgrund der länderspezifischen und sehr unterschiedlichen Nachfrage nach einer Sportveranstaltung lizenziert die DFL die Übertragungsrechte der Bundesliga und 2. Bundesliga zur Verbreitung über das Internet häufig nur für einen Mitgliedstaat oder einen bestimmten Sprachraum. Entsprechend der sehr unterschiedlichen nationalen Nachfrage in den Mitgliedstaaten unterscheidet sich auch der Wert der Sportübertragungsrechte der Bundesliga je nach Mitgliedstaat erheblich (Nutzungsrechte zur Übertragung von Live-Spielen der Bundesliga können im „Kernmarkt“ Deutschland einen vielfach höheren Wert haben als in den Mitgliedstaaten, in denen eine sehr geringe Nachfrage und ein kleinerer Markt besteht).

Der Zwischenbericht der Kommission berücksichtigt zu wenig die Unterschiede zwischen Sport und anderen Unterhaltungsinhalten, wie zum Beispiel Musik. Beide Bereiche unterscheiden sich nicht nur durch eine völlig verschiedene Nachfragestruktur, sondern auch in der Art und Weise, wie die Inhalte verwertet werden bzw. woraus sich der Wert der Inhalte überhaupt ergibt. Im Sport spielt im Gegensatz zu anderen audiovisuellen Inhalten die „Live-Dimension“ bei der Verwertung eine ganz entscheidende Rolle. Der eigentliche Wert einer Sportveranstaltung als Medieninhalt steckt in der zeitgleichen Teilhabe (live) an dem sportlichen Wettbewerb. Eine Sportveranstaltung trifft daher nur während ihres tatsächlichen „Stattfindens“ auf ein maximales Interesse und ist somit – im Gegensatz zu z.B. Filmen oder TV-Serien – nur ein *einmal* verwertbares Immaterialgut.

Für die Vermarktung von Sportveranstaltungen ist daher die Schaffung von Exklusivität zwingend. Ohne die Einräumung exklusiver Rechte für ein bestimmtes Lizenzgebiet besteht für Sendeunternehmen oder andere potentielle Lizenznehmer kein Interesse an der Nutzung von Sportübertragungsrechten, wie die Kommission in ihrem Zwischenbericht ebenfalls feststellt (Seite 11, Rz. 26 und Rz. 744).

2. EU-weiter Zugang zu digitalen Inhalten der Bundesliga besteht

Die Kommission weist in ihrem Zwischenbericht darauf hin, dass Nutzungsrechte zur Übertragung von audiovisuellen Inhalten über das Internet sehr häufig für das Gebiet eines Mitgliedstaats vergeben werden, trotz des Umstands, dass die von den Anbietern bereitgestellten Dienstleistungen oft in den meisten anderen Mitgliedstaaten zugänglich sind und genutzt werden (Rz. 713). An anderer Stelle wird behauptet, dass aufgrund der territorial-

¹ Eurostat, Flash Eurobarometer 411, Cross-border access to online content (August 2015), S. 93.

exklusiven Vergabe bestimmte Inhalte nicht in anderen Mitgliedstaaten zugänglich sind, obwohl die Nutzer einen Zugang wünschen (Rz. 722).

Die Übertragungsrechte der Bundesliga werden mittlerweile in 210 Länder der Welt vergeben. Derzeit sind in allen 28 EU-Mitgliedstaaten Bilder von den Live-Spielen und Ausschnitte der Höhepunkte aller Spiele der Bundesliga im Fernsehen und/oder im Internet empfangbar. Jeder Verbraucher kann also bereits heute Sportübertragungen aus verschiedenen Mitgliedstaaten über den/die jeweiligen nationalen Lizenznehmer ansehen. Aufgrund der unterschiedlichen nationalen Nachfrage besteht auch kein großes Interesse der Nutzer, einen grenzüberschreitenden Zugang zu Sportinhalten zu erhalten.

Die DFL hat ein sehr großes Interesse daran, die Übertragungsrechte von Spielen der Bundesliga in jedem Mitgliedstaat der EU entsprechend der nationalen Bedürfnisse der Zuschauer zugänglich zu machen.

3. Die so genannte „Bündelung“ der Verbreitungswege ist im Interesse der Verbraucher

Die Kommission stellt in ihrem Zwischenbericht fest, dass Online-Übertragungsrechte häufig zusammen mit den Übertragungsrechten anderer Verbreitungswege (z.B. Satellit, Kabel oder Mobilfunk) vergeben werden (Rz. 689). Daher könnten viele Rechteinhaber den individuellen Wert der Online-Übertragungsrechte nicht genau beziffern bzw. sei der Wert der Online-Übertragungsrechte im Vergleich sehr gering (Rz. 690 f.). Nach Ansicht der Kommission kann die so genannte „Bündelung“ zu einer Beschränkung des Zugangs zu Online-Inhalten führen und teilweise eine Nutzung der zugrundeliegenden Nutzungsrechte verhindern. Zudem könne eine „Bündelung“ den Wettbewerb zwischen aktuellen Anbietern und neuen Marktteilnehmern verzerren, die Innovation im Bereich neuer Online-Dienste verhindern und die Auswahlmöglichkeiten der Verbraucher verringern (Rz. 694).

Die DFL hat in diesem Jahr die nationalen Medienrechte an Fußballspielen der Bundesliga und der 2. Bundesliga für die Spielzeiten ab 2017/2018 erfolgreich in einer transparenten und diskriminierungsfreien Ausschreibung vergeben. Insgesamt sieben Medienunternehmen konnten sich im Rahmen des zentralen Ausschreibungsverfahrens Rechte zur Live- und/oder zeitversetzten Berichterstattung über die Spiele der Bundesliga und 2. Bundesliga sichern.

Die Praxis der öffentlichen und diskriminierungsfreien Ausschreibung der Medienrechte für die jeweilige Lizenzierungsperiode geht zurück auf Vorgaben der Europäischen Kommission.² Die DFL vergibt seither die Medienrechte technologieneutral, damit die Endkunden auf allen Verbreitungswegen und auf unterschiedlichen Empfangsgeräten die Inhalte nutzen können. Die zentralen Parameter der Ausschreibungsbedingungen hat die DFL mit dem Bundeskartellamt diskutiert und anschließend in Verpflichtungszusagen niedergelegt, die

² Europäische Kommission, COMP C-2/37.398 – UEFA Champions League, ABl. der EU vom 08.11.2003, Nr. L 291.

nach § 32b GWB für verbindlich erklärt worden sind.³ Die in den Kartellverwaltungsverfahren erarbeiteten Lösungen zur Gewährleistung eines fairen, diskriminierungsfreien und transparenten Ausschreibungsverfahrens haben zum Erfolg der Ausschreibung einen bedeutenden Beitrag geleistet.

Mit den Ausschreibungsbedingungen für die Medienrechte wurden wichtige Eckpfeiler des wettbewerblichen Ordnungsrahmens für die sich dynamisch entwickelnde Medienlandschaft in der Sportberichterstattung in Deutschland in den kommenden Jahren gesetzt. Die Art und Weise der Vermarktung führt zu Effizienzgewinnen (z.B. Bereitstellung eines One-stop-shop für Rechteverwerter, geringeres Kosten- und Programmplanungsrisiko, Senkung der Marktzutrittsschranken durch Bildung von Rechtepaketen, Vorteile der Markenprägung eines Ligaprodukts, geringere Transaktionskosten, Stärkung des Solidaritätsprinzips), die letztlich den Medienunternehmen, dem sportlichen Wettbewerb sowie dem Verbraucher und seinen Bedürfnissen als Zuschauer zugutekommen. Diese Vorteile haben auch Eingang in die allgemeinen Beurteilungsmaßstäbe für Sportvermarktungsrechte auf europäischer Ebene gefunden.⁴

Die Bündelung der Medienrechte und die zentrale Koordinierung des sich daraus ergebenden Angebotes ermöglichen höherwertige Rechtepakete, die den Präferenzen der Programmanbieter und damit letzten Endes auch denen der Zuschauer entsprechen.⁵ Die DFL hat in ihrem Vermarktungsmodell Rechtepakete gebildet, die jeweils für sich genommen das Angebot eines attraktiven Sportprogramms ermöglichen. Der Zuschnitt der Rechtepakete sichert den Bietern somit eine hinreichende Grundlage, um die erforderliche Sportkompetenz und eine eigene Redaktion aufzubauen und zu unterhalten. Auf diese Weise wird sichergestellt, dass erfolgreiche Bieter tatsächlich Medienangebote über die Bundesliga und 2. Bundesliga am Markt platzieren können, ohne auf den Erwerb weiterer Pakete angewiesen zu sein. Die Bündelung der Rechtepakete bietet damit auch für neue Marktteilnehmer attraktive Chancen, Lizenzen zur Übertragung der Sendeinhalte von Spielen der Bundesliga und 2. Bundesliga für die vereinbarte Vertragsperiode zu erwerben.

Die Bildung verschiedener Rechtepakete führt zu einer Intensivierung des Intra-brand-Wettbewerbs und zu Effizienzgewinnen, die letztlich dem Verbraucher zugutekommen.

4. Dauer vertraglicher Beziehungen mit Lizenznehmern ist angemessen

Die Kommission hält in ihrem Zwischenbericht fest, dass die durchschnittliche Vertragsdauer für Sportübertragungsrechte mit 44 Monaten im Vergleich zu anderen audiovisuellen Inhalten recht kurz ist (Abbildung C. 63, S. 261). Gleichzeitig seien die „vertraglichen Beziehungen“ zwischen den Rechteinhabern und den Lizenznehmern im Sportbereich länger als zum Beispiel im Musiksektor (Rz. 849).

³ Bundeskartellamt, Beschlüsse vom 12.01.2012 (B 6-114/10) und vom 11.04.2016 (B 6-32/15).

⁴ Vgl. Europäische Kommission, Weißbuch Sport vom 11.07.2007, Ziff. 4.8; Arbeitsdokument der Dienststellen der Kommission EU und Sport (Begleitdokument zum Weißbuch Sport vom 11.07.2007), Ziff. 3.1.3.1 ff.

⁵ Vgl. Bundeskartellamt, Beschluss vom 12.01.2012 (B 6-114/10), Rn. 62; Beschluss vom 11.04.2016 (B 6-32/15), Rn. 140.

Die DFL vergibt die Medienrechte der Bundesliga in einem transparenten und diskriminierungsfreien Verfahren für die Dauer von vier Spielzeiten. Durch die begrenzte Vertragslaufzeit und die Bündelung der Rechtepakete besteht die Möglichkeit, dass neue Marktteilnehmer, die bereit sind, an der Ausschreibung teilzunehmen, mit eigenen innovativen Angeboten (z.B. im Internet) neu in den Markt eintreten und jederzeit diskriminierungsfrei Rechtepakete erwerben können.

Für die Spielzeiten 2013/14 bis einschließlich 2016/17 wurden für das Lizenzgebiet Deutschland Rechte an dem urheberrechtlich geschützten Basissignal von den Spielen der Bundesliga und 2. Bundesliga an verschiedene Erwerber (Sky GmbH & Co. KGaA, ARD, ZDF, Sport1 GmbH, kleinere regionale Sender sowie Axel Springer AG) zur linearen und non-linearen Nutzung über die Verbreitungsarten Broadcast (Terrestrik, Kabel und Satellit), IPTV und Internet/Mobile eingeräumt.

5. Potentielle neue Marktteilnehmer können sich an Ausschreibung beteiligen

Die Kommission ist der Auffassung, dass die territorial-exklusive Lizenzvergabe (Rz. 642), die „Bündelung“ von Rechten und Verbreitungswegen in den Rechtepaketen (Rz. 694) sowie die Dauer vertraglicher Beziehungen (Rz. 936) den Zutritt neuer Marktteilnehmer erschwert, die die audiovisuellen Inhalte von Sportveranstaltungen online mittels „innovativer Geschäftsmodelle“ (Rz. 621) verbreiten möchten.

Die Marktzutrittsschranken für Sendeunternehmen und andere potentielle Lizenznehmer werden durch die Bildung verschiedener Rechtepakete letztlich gesenkt. Die Aufteilung der Verwertungsrechte in verschiedene Pakete unterschiedlichen Zuschnitts ermöglicht nämlich auch kleineren Medienunternehmen die Teilnahme am Bieterwettbewerb und führt somit durch eine intensivere und innovativere Rechteverwertung über unterschiedliche Übertragungswege zu mehr Wettbewerb und mehr Auswahl für die Zuschauer.⁶ Zur Verringerung der Markteintrittshürden trägt zudem die begrenzte Vertragsdauer für die Lizenzen an den Rechtepaketen bei. Nach Ablauf der Verträge findet wieder ein neues, transparentes Ausschreibungsverfahren statt, an dem alle interessierten Marktteilnehmer diskriminierungsfrei teilnehmen können.

6. Preisfindung ist keine Markteintrittshürde

Die Kommission scheint zudem der Auffassung zu sein, dass die Art der Preisbildung für Medienrechte des Sports hohe Markteintrittsschranken verursacht. Es bestünden viele Lizenzverträge, die Vorabzahlungen, Garantiepreise oder Fix- bzw. Pauschalpreise beinhalten (Rz. 939). Zudem machten es die Preise für die Rechte neuen Marktteilnehmern schwer, die Lizenzen für einzelne Rechtepakete zu erwerben (Rz. 934 und 936).

⁶ Vgl. Europäische Kommission, COMP/C.2-37.398 – UEFA Champions League, Rn. 171, 172.

Die DFL hat in diesem Jahr die nationalen Medienrechte an Fußballspielen der Bundesliga und der 2. Bundesliga für die Spielzeiten ab 2017/2018 erfolgreich in einer transparenten und diskriminierungsfreien Ausschreibung vergeben. Insgesamt sieben Medienunternehmen konnten sich im Rahmen des zentralen Ausschreibungsverfahrens Rechte zur Live- und/oder zeitversetzten Berichterstattung über die Spiele der Bundesliga und 2. Bundesliga sichern.

Die dabei erzielten Preise für das jeweilige Rechtepakete sind Marktpreise, die durch den Bieterprozess zustande kommen. Der jeweilige Lizenznehmer zahlt pro Spielzeit die vereinbarte Lizenzsumme für das erworbene Rechtepakete. Durch die Einnahmen aus der Medienrechteverwertung sind die in der DFL zusammengeschlossenen 36 Clubs in der Lage, den laufenden Spielbetrieb während einer Spielzeit durchzuführen und erforderliche Investitionen zu tätigen. Sie zeichnen jeweils verantwortlich für die Verpflichtung der Sportler, die Anmietung und den Betrieb der Sportstätte, die Programmgestaltung, den Verkauf der Eintrittskarten, die Bewerbung der Veranstaltung, die Bereitstellung des Personals (z.B. Kassen-, Bedienungs-, Kontroll- oder Sicherheitspersonal), die Erstellung und Verbreitung von Presstexten und -erklärungen mit Bild- und biografischem Material der Sportler, die Installation und Bereitstellung der technischen Voraussetzungen für eine Aufzeichnung und nicht zuletzt die Ausbildung des sportlichen Nachwuchses (insgesamt Ausgaben von mehr als 1 Milliarde Euro in den letzten 10 Jahren).

Insbesondere durch die Aufzeichnung und Übertragung von Sportveranstaltungen war und ist der Profifußball ein maßgeblicher Treiber technologischer Innovationen und hat daher große Bedeutung für weitere Investitionen in neue technische Entwicklungen im Bereich der Aufzeichnungs- und Übertragungstechnik über alle Verbreitungswege.