

Inhaltsübersicht

A. Einleitung	21
B. Einführung in die Problematik	25
I. Deutscher Fußball-Bund, Vereine und Fernsehen in strukturellen und vertraglichen Verknüpfungen	26
1. DFB und professioneller Ligasport	26
2. Einnahmen durch Vergabe von Fernsehübertragungsrechten	30
<i>a. Zahlungen an den DFB</i>	30
<i>b. Verteilungsschlüssel</i>	33
<i>c. Verteilung an die Vereine</i>	34
<i>d. Graphik "Einnahmen aus Fernsehübertragungsrechten"</i>	36
3. Sonstige Einnahmen der Bundesliga-Vereine	37
<i>a. Einnahmequellen</i>	37
<i>b. Graphik "Zuschauereinnahmen"</i>	38
4. DFB und Fernsehanstalten	39
<i>a. Zielsetzung</i>	39
<i>b. Koordination</i>	39
5. Zusammenfassung	41
II. Deutscher Fußball-Bund und die Vermarktung von Fernsehübertragungsrechten im Konflikt mit deutschem Kartellrecht	42
1. Vermarktung von Europapokal-Spielen durch den DFB und die Beschlüsse von Bundeskartellamt und Kammergericht	43
<i>a. Verstoß gegen § 1 GWB</i>	43
<i>b. Kein Rationalisierungskartell nach § 5 Abs. 2 und 3 GWB</i>	50

2. Vermarktung von Bundesliga-Spielen durch den DFB	53
<i>a. Verstoß gegen § 1 GWB?</i>	55
<i>b. Rationalisierungskartell nach § 5 Abs. 2 und 3 GWB?</i>	58
III. Vermarktung von Fernsehübertragungsrechten durch den Deutschen Fußball-Bund und europäisches Kartellrecht	60
1. Europäisches Kartellrecht	60
2. DFB und europäisches Kartellrecht	62
<i>a. Europapokal-Spiele</i>	62
<i>b. Bundesliga-Spiele</i>	63
3. UEFA und Case No. IV/34.319 vom 19.5.92 vor der EG-Kommission	63
IV. Vermarktungsstrukturen anderer europäischer Fußball-Landesverbände	64
V. Fernsehübertragungsrechte im American Football und amerikanisches Antitrust-Recht	66
1. Verbands- und Wirtschaftsstruktur beim American Football	66
2. NFL-Clubs und Fernsehen	68
3. Professioneller Ligasport und Antitrust-Recht	69
4. Wege der Rechtsvergleichung	71
VI. Zusammenfassung und rechtliche Konsequenzen	73

C. Entstehung des Fernsehübertragungsrechts	75
I. Urheberrecht	75
II. Hausrecht	76
III. Wettbewerbsrecht	76
IV. Schutzrecht nach § 823 Abs. 1 BGB	78
V. Rechtsnatur	78
 D. Veranstalteridentität	 79
I. Veranstalterbegriff	79
II. Veranstalterbegriff und Single-Entity-Theory	81
III. Europapokal-Spiele	83
1. Leistungen des Heimvereins	83
2. Leistungen des DFB	85
3. Leistungen der UEFA	86
4. Schlußfolgerung	86
5. Fernsehübertragungsrechte als selbständiger Teil der Veranstalterrechte in gesamthänderischer Bindung	88
IV. Bundesliga-Spiele	91
1. Leistungen des Heimvereins	92
2. Leistungen des DFB	92
3. Schlußfolgerung	93

E. Zentrale Vermarktung und das Kartellverbot nach § 1 GWB	95
I. DFB als Vereinigung von Unternehmen	96
1. Begriff	96
2. Unternehmerische Tätigkeit	98
II. § 3 Nr. 2 LSpSt als Beschluß	100
III. § 3 Nr. 2 LSpSt als Wettbewerbsbeschränkung	104
IV. Fernsehübertragungsrechte als Waren oder gewerbliche Leistungen	105
V. § 3 Nr. 2 LSpSt und Eignung zur Beeinflussung der Marktverhältnisse	106
1. Sachlich relevanter Markt	106
2. Räumlich relevanter Markt	109
3. Eignung zur Beeinflussung der Marktverhältnisse	109
VI. Ergebnis	111

F. Zentrale Vermarktung als Rationalisierungskartell, § 5 Abs. 2 GWB 113

I. Begriff des Rationalisierungskartells 113

II. Europapokal-Spiele 113

1. Rationalisierung wirtschaftlicher Vorgänge 114

2. Steigerung der Leistungsfähigkeit und Wirtschaftlichkeit 115

3. Ergebnis 116

III. Bundesliga-Spiele 117

1. Rationalisierung wirtschaftlicher Vorgänge 117

2. Steigerung der Leistungsfähigkeit und Wirtschaftlichkeit 118

3. Ergebnis 121

G. Zentrale Vermarktung als außergesetzliche Ausnahme vom Kartellverbot nach § 1 GWB 123

I. Grundsätze der Immanenztheorie 125

II. Professioneller Ligasport und Antitrust-Recht 129

1. Einführung 129

2. Rule of Reason 131

a. NCAA v. Board of Regents 132

b. National American Soccer League v. NFL 135

c. Schlußfolgerung 138

3. Sports Broadcasting Act 139

4. Zusammenfassung 142

III. Bundesliga-Spiele und Immanenztheorie	144
1. Anwendbarkeit der Immanenztheorie	144
2. Zentrale Vergabe als Produktnotwendigkeit	145
3. Zentrale Vergabe als Bestandsnotwendigkeit	149
IV. Europapokal-Heimspiele und Immanenztheorie	152
1. Anwendbarkeit der Immanenztheorie	152
2. Zentrale Vergabe als Produktnotwendigkeit	152
3. Zentrale Vergabe als Bestandsnotwendigkeit	154
V. Ergebnis	159
H. Ausblick - GWB und Ligasport	161
I. Zentrale Vermarktung und das Kartellverbot des Art. 85 EGV	163
I. Tatbestand des Art. 85 EGV	163
1. DFB als Unternehmensvereinigung	164
2. Beschlüsse von Unternehmensvereinigungen	165
3. Verhinderung des Wettbewerbs durch zentrale Vermarktung	165
4. Beeinträchtigung des zwischenstaatlichen Handels	166
<i>a. Europapokal-Spiele</i>	167
<i>b. Bundesliga-Spiele</i>	168
5. Spürbarkeit der Handelsbeeinträchtigung	168
<i>a. Sachlich relevanter Markt</i>	168
<i>b. Räumlich relevanter Markt</i>	170
<i>c. Markteinfluß durch zentrale Vermarktung</i>	170
<i>aa. Europapokal-Spiele</i>	171
<i>bb. Bundesliga-Spiele</i>	172
6. Ergebnis	172

J. Freistellung nach Art. 85 Abs. 3 EGV	173
I. Beitrag zur Verbesserung der Warenerzeugung oder -Verteilung oder zur Förderung des technischen oder wirtschaftlichen Fortschritts	174
1. Bundesliga-Spiele	176
2. Europapokal-Spiele	177
II. Angemessene Beteiligung der Verbraucher	177
III. Unerläßlichkeit der Wettbewerbsbeschränkung	178
IV. Keine Ausschaltung wesentlichen Wettbewerbs	180
1. Hinsichtlich bestehender Strukturen	180
2. Hinsichtlich einer Europoliga	181
V. Ergebnis	181
 K. Zusammenfassung und Ausblick	 183
 Anhang: Zitierte Satzungsauszüge des professionellen Fußballs	 187
 Literaturverzeichnis	 205