

Die Konkurrenz im Dualen Rundfunksystem - Beschaffungsmarkt Sport

1) Die Bedeutung von Sport als Programminhalt:

- Sport als Triebfeder für erfolgreichen Markteintritt technischer und/ oder programmspezifischer Innovationen
- hohe Bedeutung für die Positionierung der Fernsehsender

2) öffentlich-rechtlicher Rundfunk vs. private Rundfunkanbieter

- erst mit dem Auftreten der privaten Rundfunkanbieter kam es zur Nachfragekonkurrenz um Sportrechte
- private Anbieter arbeiten nach dem „Relevanzprinzip“, d.h. die Präferenzen der Zuschauer sind relevant (Refinanzierung durch z.B. Werbung)
 - Berichterstattung nur über massenattraktive Spitzensportarten
- öffentlich-rechtliche Sender sind dem Repräsentationsprinzip verpflichtet, d.h. der Darstellung der von Minderheiten angebotenen Meinungen
 - Berichterstattung über die gesamte Breite des Sports (Randsportarten)

Kurzberichterstattung

- mit dem Markteintritt der privaten Rundfunkanstalten wurde eine Einschränkung der Informationsfreiheit befürchtet
 - nur wenige Haushalte verfügten über den für den Empfang der privaten Sender notwendigen Kabelanschluss oder eine Satellitenanlage
 - man nahm an, dass die Rechteinhaber aus Gründen der Exklusivität eine Berichterstattung durch Dritte nicht zulassen würden
- 1989 wurde das Recht auf Kurzberichterstattung in den Rundfunkstaatsvertrag aufgenommen und im 10. Rundfunkurteil 1998 wurde die Verfassungskonformität der nachrichtenmäßigen Kurzberichterstattung bestätigt

3) Free-TV vs. Pay-TV

- durch die Digitalisierung der Übertragungswege wird die Übertragung von mehr Programmen möglich
- die Anzahl der Zuschauer und deren Sehdauer bleiben aber konstant
- der Zuschaueranteil eines Programms muss also zurückgehen, Werbeeinnahmen sinken
- die notwendige Erschließung neuer Finanzierungsquellen führt zu Pay-TV
- auch Pay-TV muss sich erst durch massenattraktive Inhalte am Markt etablieren
 - Kauf von Exklusivrechten für Spitzensportveranstaltungen um neue Abonnenten zu gewinnen

Art.3a der Fernsehrichtlinie der EU (1997)

- schützt die frei empfangbare Live-Übertragung von Großereignissen, die von allgemeiner Bedeutung sind
- in Deutschland ist die Listenregelung seit 1998 in §5a RStV verankert

4) Die besondere Stellung des Fußballs

- Wettbewerb um Fußballübertragungsrechte ist besonders hoch, da diese hohe Einschaltquoten quer durch alle sozialen Schichten und v.a. bei jungen und männlichen Zielgruppen versprechen

Beispiel Fußball-Bundesliga

- Situation 2003/04 bis 2005/06:
 - exklusive Liveübertragung aller Spiele bei Premiere (180mio.€ pro Saison)
 - Free-TV-Erstsenderechte bei der ARD „Sportschau“ (samstags 18.15h, 60mio.€ pro Saison)

- Free-TV-Erstsenderechte der Sonntagspiele im DSF („Bundesliga - der Sonntag“ 19.00h)
 - Zweitsenderechte beim ZDF („Das aktuelle Sportstudio“) und im DSF („Bundesliga pur“)
- bei der Neuvergabe der Sendelizenzen für die Saisons 2006/07-2008/09 war Premiere bereit mehr als 300mio.€ pro Saison für die exklusiven Pay-TV-Rechte zu zahlen
 - Voraussetzung war, dass die Free-TV-Erstverwertung nicht vor 22h des Spieltages stattfindet
 - nur durch eine massive Verknappung der Bundesligaberichterstattung im frei empfangbaren Fernsehen (> hoher Anreiz für ein Premiere-Abo) ließe sich der Rechtekauf refinanzieren
- die DFL (Deutsche Fußball Liga) nahm das höhere Angebot von Premiere unter den geforderten Bedingungen nicht an
- Vergabe der Pay-TV-Rechte an die Firma Arena
- Gründe für die überraschende Vergabe der Rechte an Arena:
 - Gesamterlöse für die Vereine setzen sich nicht nur aus den Einnahmen aus den Fernsehgeldern zusammen, sondern zu einem erheblichen Teil auch aus Sponsorengeldern
 - eine Verknappung des Angebotes auf dem Free-TV-Markt führt zu geringerer Fernsehpräsenz der Sponsoren, die ihre Zahlungen an die Vereine dementsprechend senken
 - die ARD Sportschau hatte zudem deutlich höhere Zuschaueranteile als Premiere Abonnenten und mobilisierte höhere Aufmerksamkeit für die Vereine der Bundesliga
 - die Erlöse aus Trikot-, Banden- und Stadionwerbung, die man bei einer Vergabe der Sendelizenz an Premiere verloren hätte, sind ungleich höher als das was man aus Fernsehgeldern mehr eingenommen hätte
- Aufteilung der Senderechte 2006/07 bis 2008/09:
 - exklusive Liveübertragung aller Spiele auf Arena (240-250mio.€ pro Saison)
 - Free-TV-Erstsenderechte bei der ARD „Sportschau“ (samstags 18.30h, 95mio.€ pro Saison)
 - Free-TV-Erstsenderechte der Sonntagspiele im DSF („Bundesliga - der Sonntag“ 22.00h)
 - Zweitsenderechte weiterhin beim ZDF (13mio.€ pro Saison) und dem DSF (mittlerer 2-stelliger Mio. Bereich)
 - die erstmals vergebenen Internetrechte liegen bei der Deutschen Telekom AG (40mio.€ pro Saison)
- die Gesamterlöse aus den Sendelizenzvergabe belaufen sich auf ca. 420mio.€ (bisher ca. 300mio.€) pro Saison

Literatur und Quellen:

- Osterwalder, Simon: Übertragungsrechte an Sportveranstaltungen. Bern: Stämpfli, 2004.
- Schellhaaß, Horst-Manfred (Hg): Sport als Teil des öffentlich-rechtlichen Programmauftrags. Köln: Inst. für Rundfunkökonomie, 2003.
- Schellhaaß, Horst-Manfred (Hg): Sport und Medien. Rundfunkfreiheit, Wettbewerb und wirtschaftliche Verwertungsinteressen. Berlin: Vistas-Verlag, 2000.
- Tonnemacher, Jan: Kommunikationspolitik in Deutschland. Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft GmbH, 2003.
- Schaffrath, Michael: Spiel, Satz und Sieg - für die Sportkommerzialisierung: Sportkultur zwischen Tennisboom, Olympiaboykott und neuen TV-Begierden. In: Die Kultur der achtziger Jahre./ Hrsg. von Werner Faulstich. München 2005. S.191-207.
- Funkkorrespondenz. 2005. H.35, H.36, H.43, H.50, H.51/52.
- Funkkorrespondenz. 2006. H.7, H.8, H.10, H.11, H.12, H.14.
- RUND – Das Fußballmagazin. 2005. H.4.
- www.lfk.de/gesetzuendrichtlinien/rundfunkstaatsvertrag/main.html
- www.dfl.de