

**Steffen Straßheim**

Die Zentralvermarktung der medialen  
Verwertungsrechte der Fußball-Bundesliga  
- Eine Beurteilung aus sportökonomischer  
und juristischer Sicht

**Magisterarbeit**

# BEI GRIN MACHT SICH IHR WISSEN BEZAHLT



- Wir veröffentlichen Ihre Hausarbeit, Bachelor- und Masterarbeit
- Ihr eigenes eBook und Buch - weltweit in allen wichtigen Shops
- Verdienen Sie an jedem Verkauf

Jetzt bei [www.GRIN.com](http://www.GRIN.com) hochladen  
und kostenlos publizieren



## **Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek:**

Die Deutsche Bibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de/> abrufbar.

Dieses Werk sowie alle darin enthaltenen einzelnen Beiträge und Abbildungen sind urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsschutz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Verlanges. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen, Auswertungen durch Datenbanken und für die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronische Systeme. Alle Rechte, auch die des auszugsweisen Nachdrucks, der fotomechanischen Wiedergabe (einschließlich Mikrokopie) sowie der Auswertung durch Datenbanken oder ähnliche Einrichtungen, vorbehalten.

## **Impressum:**

Copyright © 2005 GRIN Verlag  
ISBN: 9783638600293

## **Dieses Buch bei GRIN:**

<https://www.grin.com/document/68582>

**Steffen Straßheim**

**Die Zentralvermarktung der medialen Verwertungsrechte der Fußball-Bundesliga - Eine Beurteilung aus sportökonomischer und juristischer Sicht**

## **GRIN - Your knowledge has value**

Der GRIN Verlag publiziert seit 1998 wissenschaftliche Arbeiten von Studenten, Hochschullehrern und anderen Akademikern als eBook und gedrucktes Buch. Die Verlagswebsite [www.grin.com](http://www.grin.com) ist die ideale Plattform zur Veröffentlichung von Hausarbeiten, Abschlussarbeiten, wissenschaftlichen Aufsätzen, Dissertationen und Fachbüchern.

### **Besuchen Sie uns im Internet:**

<http://www.grin.com/>

<http://www.facebook.com/grincom>

[http://www.twitter.com/grin\\_com](http://www.twitter.com/grin_com)

# **Die Zentralvermarktung der medialen Verwertungsrechte an der Fußball-Bundesliga**

-  
Eine Beurteilung aus sportökonomischer und juristischer Sicht

Arbeit zur Erlangung des Grades eines Magister Artium an der Ruprecht-Karls-Universität  
Heidelberg, Fakultät für Verhaltens- und Empirische Kulturwissenschaften,  
ISSW – Institut für Sport und Sportwissenschaft

Von: Steffen Straßheim

Heidelberg, im Juli 2005

## Inhaltsverzeichnis

Einleitung.....	1
1. Zentralvermarktung der medialen Verwertungsrechte an der Fußball-Bundesliga.....	4
1.1 Die Deutsche Fußball-Liga GmbH als Zentralvermarkter.....	4
1.2 Einschränkung der Zentralvermarktung durch Vermarktungsmodell seit dem 1. Juli 2004.....	5
1.3 Alternative Vermarktungsformen der medialen Verwertungsrechte.....	9
2. Bedeutung der medialen Verwertungsrechte für die wirtschaftliche Situation der Vereine der 1. und 2. Bundesliga.....	11
2.1 Beschreibung der wirtschaftlichen Situation.....	11
2.2 TV-Verwertungsrechte.....	15
2.2.1 Begrifflichkeiten.....	15
2.2.2 Entwicklung der Preise der Bundesliga-TV-Verwertungsrechte.....	16
2.2.3 Ausblick auf die Vertragsverhandlungen der TV-Verwertungsrechte ab 2006/07.....	20
2.2.4 TV-Geld-Verteilerschlüssel.....	24
2.3 Wirtschaftliches Potential des neuen Vermarktungsmodells – empirische Untersuchung.....	28
2.3.1 Untersuchungsgegenstand und Aufbau des Fragebogens.....	28
2.3.2 Auswertung des Fragebogens.....	31
2.3.2.1 Auswertung Verwertungsrecht 1 (Free-TV).....	31
2.3.2.2 Auswertung Verwertungsrecht 2 (Internet).....	31
2.3.3 Erläuterung der Vereine.....	31
2.3.4 Interpretation der Ergebnisse.....	32
2.4 Weitere Einnahmequellen.....	33
2.4.1 Sponsoring.....	34
2.4.1.1 Trikot-Sponsoring.....	34
2.4.1.2 Namens-Sponsoring.....	36
2.4.2 Merchandising.....	37
2.4.3 Spieltag.....	39
3. Beurteilung der Zentralvermarktung aus wirtschaftlicher Perspektive.....	40
3.1 Spannender Wettkampf als Voraussetzung für ein hohes Vermarktungspotential.....	40
3.2 Zentralvermarktung sorgt durch den TV-Verteilerschlüssel Spannung.....	42
3.3 Weitere Gründe für die Zentralvermarktung.....	44
4. Vereinbarkeit der Zentralvermarktung der medialen Verwertungsrechte mit dem geltenden Recht.....	46
4.1 Vereinbarkeit der Zentralvermarktung mit Art. 81 EGV.....	46
4.1.1 Der Lizenzvertrag zwischen Ligaverband und Verein als Vereinbarung im Sinne des Art. 81 EGV.....	46
4.1.2 Ligaverband und Vereine als Unternehmen im Sinne des Art. 81 EGV.....	46
4.1.3 Prüfung des Vorliegens einer Wettbewerbsbeschränkung im Sinne des Art. 81 EGV.....	47
4.1.3.1 Art. 81 I lit. a EGV.....	47
4.1.3.2 Gesamtumstände.....	47
4.1.4 Ergebnis.....	50
4.2 Vereinbarkeit der Zentralvermarktung der medialen Verwertungsrechte mit deutschem Recht.....	51
4.2.1 Wirksamkeit der Lizenzverträge zwischen Ligaverband und den Vereinen.....	51
4.2.1.1 § 138 II BGB.....	51
4.2.1.2 § 138 I BGB.....	52
4.2.2 Vereinbarkeit der Zentralvermarktung der medialen Verwertungsrechte mit deutschem Kartellrecht.....	52
4.2.3 Vereinbarkeit der Zentralvermarktung der medialen Verwertungsrechte mit den Grundrechten.....	53
5. Zusammenfassung.....	54
6. Bibliografie.....	57