

Hunderte Euro für Eintrittskarten Streit um den Weiterverkauf von personalisierten Tickets

von Carolin Fröhlich, MDR AKTUELL | 18.02.2018 07:11 Uhr

Ob für ein Fußballspiel oder ein besonderes Konzert: Manche Eintrittskarten sind so heiß begehrt, dass sie im Internet für mehrere hundert Euro gehandelt werden. Und das oft über einen Wiederverkauf von Tickets. Damit soll jetzt Schluss sein. Deshalb streitet sich der Bundesverband der Veranstaltungswirtschaft gerade vor Gericht mit einem solchen Zweitmarkt-Anbieter.



Im Fußball sind einige Partien so gefragt, dass nur schwer an Tickets zu kommen ist. Geschäftemacher nutzen das aus. (Archivbild) Bildrechte: MDR/ Matthias Schäfer

Santana spielt am Dresdner Elbufer und ja, es gibt noch Karten: In der Ticketgalerie Leipzig zu knapp 80 Euro, oder beim Onlinehändler Ticketbande – für 125 Euro.

Genau solche Händler wie das niederländische Unternehmen verzerren den Wettbewerb, moniert Jens Michow. Er ist Präsident des Bundesverbandes für Veranstaltungswirtschaft (BDV): "Das Problem ist, dass die Händler des sogenannten Sekundärmarktes die Karten aufkaufen, sie dann auf ihre – wie eine normal aussehende – Plattform hochstellen und sie dann zu einem erhöhten Preis weiterverkaufen. Und das Ärgernis ist einfach, dass der Konsument das nicht beurteilen kann."

Gewerblicher Weiterverkauf nur schwer zu kontrollieren

Vor gut zwei Wochen waren die 75.000 Karten für das einzige Deutschland-Konzert des US-Rappers Eminem innerhalb von fünf Minuten ausverkauft. Kurze Zeit später tauchten sie wieder auf – unter anderem auch bei der "Ticketbande" – für 250 bis 1.100 Euro pro Karte.

Eine rechtliche Grauzone, denn auch wenn auf den offiziellen Plattformen gewerblicher Weiterverkauf laut AGB verboten ist, ist er nur schwer zu kontrollieren.

Ticket-Plattformen setzen Milliarden um

Etwa 20 Zweitmarkt-Plattformen beherrschen laut BDV den Zweitmarkt für Tickets, darunter Portale wie Viagogo oder Ebay. Ein milliardenschwerer Markt – zu Lasten der Künstler und der Veranstalter.

"Wenn nun dem Besucher mehr Geld aus der Tasche gezogen wird, um das Konzert zu besuchen, ist es klar, dass die Möglichkeit, öfter ins Konzert zu gehen, eingeschränkt wird", kritisiert Michow. "Also wird uns unser Publikum praktisch weggenommen."

Einige Veranstalter versuchen, gegen den Zweitmarkt vorzugehen, indem sie die Zahl der Tickets beschränken, die ein einzelner Käufer erwerben darf. Die Zweitmarkthändler umgehen dies mit Tricks wie falschen Adressen.

Personalisierte Tickets als Ausweg

Ein zweiter Weg sind personalisierte Tickets, bei denen der Namen des Käufers gleich auf die Karte gedruckt wird – nur er hat Zugang zum Konzert. Aber vor allem bei Großveranstaltungen ist der Aufwand dafür enorm: Jeder Käufer muss notiert und kontrolliert werden und bei Krankheit muss das Ticket umgeschrieben werden.

Der Veranstalterverband plädiert für eine so genannte "weiche" Personalisierung: Ein Feld auf der Rückseite der Karte, in die der Käufer sich mit dem Kauf verpflichtet, seinen Namen einzutragen.

Gerichte entscheiden über personalisierte Tickets

Die "Ticketbande" sieht hierin keine echte Personalisierung und verkauft auch diese Tickets weiter. Das soll nun vor dem Landgericht Hannover geklärt werden. Jens Michow vom BDV ist optimistisch, dass das Gericht klarstellen werde, dass der gewerbliche Weiterverkauf durch den Erwerber nicht gewünscht sei. Der Verband hoffe, dass dieser untersagt werde.

Erst dann hätte der BDV eine rechtliche Handhabe. Aber ob diese weiche Maßnahme die Zweitmarkthändler von ihren lukrativen Geschäften abhält, ist fraglich.

Verbraucherzentrale: Käufer sollen Ticket-Preise vergleichen

Stefanie Siegert von der Verbraucherzentrale Sachsen rät Fans beim Kartenkauf generell dazu, immer die Preise und die Quelle der Konzertkarten zu vergleichen. "Ich sollte das möglichst nicht per Vorkasse bezahlen, weil die Gefahr dann am größten ist, dass das Geld erstmal weg ist."

Käufer sollten sich das Portal ansehen, zum Beispiel mit Blick darauf, ob es Beschwerden gebe. Auch sollte man sich die AGBs ganz genau anschauen und im Warenkorb prüfen, ob eine Servicegebühr oder Mehrwertsteuer dazukommt. Denn solche Preise stehen dann meist nur im Kleingedruckten der sonst so seriös anmutenden Zweitmarktplattform.

<https://www.mdr.de/nachrichten/wirtschaft/inland/weiterverkauf-von-personalisierten-tickets-100.html>