

Fabian Töpel

**SÜDWESTRUNDFUNK
STUDIO KARLSRUHE
ARD-Rechtsredaktion Hörfunk**

RadioReport Recht

Aus der Residenz des Rechts

Dienstag, den 15. Oktober 2019

<http://www1.swr.de/podcast/xml/swr1/radioreport-recht.xml>

Mit Fabian Töpel.

Das dubiose Geschäft mit Konzerttickets

„Hold mine haender“ Efterklang (Live at Reeperbahn Festival)

<https://youtu.be/uTBciqb9VSM?t=295>

Fabian Töpel: Die dänische Band Efterklang während des Reeperbahn Festivals in der Elbphilharmonie Hamburg. Auf dem mehrtägigen Festival finden nicht nur Konzerte statt, es ist auch ein großes Treffen der Musikindustrie. Ein Thema, das immer mehr Leute aus dem Musikbusiness umtreibt ist der Markt für Konzerttickets, auf dem gewaltige Summen umgesetzt werden. Die Ticketpreise für bekannte Bands und Künstler sind zum Teil explodiert in den letzten Jahren. Einige wenige Firmen kontrollieren das Geschäft mit den Online-Ticket-Verkäufen und verdienen sich dumm und dämlich. Häufig auf Kosten der Fans, die mitunter irrwitzige Summen zahlen müssen, wenn sie ihre Lieblinge live erleben wollen.

Musik nochmal hoch

Fabian Töpel: Ob Konzerte oder Festivals: Mit Livemusik verdienen Musiker heutzutage das meiste Geld. Deutlich mehr als mit dem Verkauf ihrer Musik in Form von CDs oder dergleichen. Allein in Deutschland wurden im vergangenen Jahr über 70 Millionen Konzerttickets verkauft. Große, international bekannte Künstler wie die Hardrock-Band AC/DC oder Ed Sheeran kassieren pro Auftritt sechsstelligen Summen. Das führt manchmal dazu, dass die Veranstalter die Gagen kaum noch bezahlen können. Die meisten Tickets werden heutzutage online gekauft. Große Player wie Eventim oder Ticketmaster bieten Tickets im Internet an, kassieren dafür Gebühren, bei denen man sich manchmal fragt: wofür eigentlich? Thore Debor hat jahrelang Clubs gemanagt. Er rechnet an einem einfachen Beispiel vor, wie sich ein Ticketpreis mit den Gebühren verändert.

Thore Debor: Ganz gut berechnen lässt es sich mal bei einem zehn Euro Ausgangspreis. Da kommt in der Regel dann zehn Prozent Vorverkaufsgebühr drauf, also ein Euro, plus meistens eine System- oder Bearbeitungsgebühr entweder pro Ticket oder pro Bestellung, sagen wir mal noch 70 Cent und wenn dann bei Postversand nochmal 4,60 Euro aufschlagen, dann sind wir bei 16 Euro. Da haben wir also über sechs Euro Aufschlag. Das haut dann schon ziemlich rein.

Fabian Töpel: Für die Veranstalter ist das natürlich sehr ärgerlich. Die Ticketvermarkter kassieren ohne viel Aufwand ordentlich ab, und das ohne Risiko, während bei den Veranstaltern häufig nicht mehr viel Gewinn hängen bleibt. Auf der anderen Seite sind die Veranstalter auf die Ticketvermarkter angewiesen und legen sich deshalb nicht so gerne mit ihnen an. Nicht alles, was die Ticketvermarkter treiben, ist legal. So haben in der Vergangenheit Anbieter eine spezielle Druckgebühr verlangt. Soll heißen: Wenn ich mir das Ticket zu Hause ausdrucken wollte, musste ich dafür extra zahlen. Im vergangenen Jahr hat dann der Bundesgerichtshof entschieden, dass eine solche Gebühr rechtswidrig ist.

Ein großes Problem: Der Handel mit Tickets auf dem Schwarzmarkt. Dieses Geschäft hat sich mittlerweile stark professionalisiert und findet hauptsächlich übers Internet statt. Die Tickets werden über Ebay oder spezielle Plattformen wie „Viagogo“ vertrieben. Das muss man sich in etwa so vorstellen: Eine bekannte Band gibt ein Konzert, es ist damit zu rechnen, dass das Konzert bald ausverkauft ist. Ein Schwarzmarkthändler kauft eine größere Anzahl an Tickets. Er wartet ab, bis das Konzert ausverkauft ist. Und dann bietet er seine Tickets nach und nach für das Doppelte oder das Dreifache an. Schwarzmarkttickets gab es früher auch. Aber mit dem Internet hat sich das Problem verschärft, sagt Band-Manager Carlo Ruben Schenk, der gerade in

den USA unterwegs ist (40).

Carlo Ruben Schenk: Ja, es gibt halt viel, viel mehr Möglichkeiten und Plattformen, auf denen man Tickets erwerben kann. Das gab es natürlich früher auch, da konnte man auch die Sachen bei ebay reinstellen usw. Aber natürlich ist diese Professionalisierung vom Ticketzweitmarkt ein riesengroßes Problem.

Fabian Töpel: Carlo Ruben Schenk arbeitet seit vielen Jahren im Musik-Business. Er hat früh angefangen, Konzerte zu organisieren. So ist er auch auf „Annenmaykanterei“ aufmerksam geworden: eine deutsche Band, die als Schülerband anfing, in Fußgängerzonen spielte, und in den letzten Jahren sehr erfolgreich war.

Sound Band kurz anspielen

Fabian Töpel: „Annenmaykanterei“ füllen mittlerweile große Konzertsäle und organisieren eigene Festivals, zu denen gerne mal bis zu 20.000 Besucher kommen. Carlo Ruben Schenk managt die Band. Was er auch immer wieder organisiert: Konzerte der Band im kleinen, intimen Rahmen; in einem kleinen Club, damit Fans auch mal die Möglichkeit haben, die Musiker hautnah live zu erleben. Solche Konzerte nennt man „Underplay Shows“ und sie sind sehr beliebt. Sie werden oft dann organisiert, bevor eine Band eine neue Platte herausbringt. Organisiert werden dann mehrere Shows in kleinen Clubs. Das Ticketkontingent ist sehr begrenzt, die Nachfrage gigantisch. Genau das wollen die Organisatoren auch erreichen: Einen Riesen Hype veranstalten, der die Fans in Wallung bringt: Ein Fest für alle Schwarzmarkthändler, die versuchen, Tickets abzugreifen, um sie dann für viel Geld weiterzuverkaufen. Band-Manager Schenk kennt das Problem. Deshalb können die Fans für die kleineren Shows, die er managt, Tickets nur unter ihrem persönlichen Namen kaufen.

Carlo Ruben Schenk: Dann personalisieren wir die Tickets, dass man nur unter sehr strengen Regularien die Tickets zurückgeben und weiterverkaufen kann. Zurückgeben geht, weiterverkaufen ist sehr schwierig. Dann, weil wir damit verhindern wollen, dass das jemand zehn Tickets kauft und dann nach Ausverkauft logischerweise der Preis in die Höhe schnellt und dann eine entsprechende größere Marge gemacht wird.

Fabian Töpel: Ein Fan kauft dabei ein Ticket, auf dem sein Name steht. Am Einlass wird neben dem Ticket auch sein Ausweis kontrolliert. Solche

personalisierten Tickets sind also eine Möglichkeit den Schwarzmarkt einzuschränken. Selbst Rammstein haben auf ihrer letzten Stadiontour damit gearbeitet. Problematisch ist das jedoch oft für Fans, die sich mit personalisierten Tickets nicht auskennen und nicht wissen, wo da die Fallstricke lauern sind. Typisches Beispiel: Ein Schwarzhändler verkauft über das Internet ein Konzertticket. Was der Käufer erst mal nicht mitbekommt: Das Ticket ist personalisiert, zum Beispiel auf den Namen Bernd Müller ausgestellt. Der Fan besorgt sich das Ticket, und wird am Eingang abgewiesen, weil er sich nicht als Bernd Müller ausweisen kann. So geschehen bei Ed Sheeran am Hockenheimring im Sommer, wo hunderte Fans nicht reinkamen, weil sie Tickets im Internet gekauft hatten.

Johannes Ulbricht ist Justiziar für den Bundesverband der Konzertveranstalter. Er kämpft mittlerweile vor Gericht gegen sogenannte Zweitmarktplattformen: Internetseiten wie viagogo oder Ticketbande, auf denen sich permanent Schwarzmarkthändler tummeln. Mit ihm habe ich mich über Skype unterhalten und ihn gefragt, ob es nicht ungerecht ist, wenn gutgläubige Fans, die viel Geld für ein Ticket bezahlt haben, nicht ins Konzert gelassen werden.

Johannes Ulbricht: Wenn man Tickets personalisiert, und man sagt, man will diesen Zweitmarkt stoppen, dann ist die einzige Konsequenz, das ich diejenigen, die überkauften Karten gekauft haben, erst mal nicht reinlasse. Und das ist natürlich ein sehr harter Schnitt, vor dem viele Veranstalter zurückscheuen. Wir hoffen halt, dass sich jetzt langsam ein Standard herauskristallisiert, wo dann jeder frühzeitig weiß, woran er ist und wo dann auch so ein allgemeines Bewusstsein bei den Kartenkäufern da ist, wenn ich im Zweitmarkt kaufe, dann habe ich ein echtes Risiko, dass ich nicht reinkomme.

Aber das ist auch der Grund, warum das Ganze so lange dauert, denn das ist natürlich ein sehr, sehr großer Schritt. Wir haben das ja teilweise auch für sehr bekannte Bands gemacht und dann zu sagen meine Fans, gerade meine größten Fans, die da unbedingt reinwollen und die vielleicht auch noch ganz viel Geld gezahlt haben, die lasse ich vor der Tür stehen oder im Falle Ed Sheeran gibt es die Möglichkeit ein neues Ticket für den Normalpreis zu kaufen. Das ist schon ein bisschen schwierig, aber anders geht es eben nicht. Und die Fans ärgern sich eben auch, wenn sie dann alle auf einmal nur noch Tickets zum zehnfachen Preis kriegen. Von daher, man muss das irgendwie lösen. Da ist also der Stein der Weisen auch noch nicht gefunden, muss ich sagen.

Fabian Töpel: Besonders geschickt geht der Ticket-Vermarkter viagogo vor. Wer nach Konzerttickets googelt, wird sehr schnell auf die Seite von

viagogo gelotst. Dass hier Tickets über den sogenannten Zweitmarkt verkauft werden, sieht man nicht. Man hat vielmehr den Eindruck, dass man die Tickets vom Veranstalter selbst kauft. Auch darüber ärgern sich die Veranstalter. Johannes Ulbricht vom Bundesverband der Konzertveranstalter hat viagogo schon mehrfach verklagt. Nur bringe das nicht viel, weil die Firma ihren Sitz in der Schweiz hat.

Johannes Ulbricht: Das ist das Hauptproblem bei viagogo, weniger die Rechtslage als die Vollstreckung und da tun wir uns einfach ein bisschen schwer, dass wir da effektiv einen Titel wirksam in der Schweiz vollstrecken können. Das ist unser Hauptproblem gerade.

Fabian Töpel: Ein Grund, warum der Schwarzmarkt so gut funktioniert: Gerade Konzerte von Superstars entwickelt sich irgendwann eine Art Massen-Hysterie. Kurz vorher wollen auf einmal alle hin: nicht nur die eingefleischten „Hardcore-Fans“ eines Künstlers, sondern auch die sogenannten „Event-Fans“. Bei denen geht oft eher darum, beim ganzen Trubel mit dabei zu sein oder schicke Fotos vom Event in den sozialen Netzwerken zu posten. Diese Event-Fans sind besonders dankbare Opfer für die Schwarzmarkthändler. Denn sie sind bereit, sehr viel Geld zu zahlen, um dabei zu sein. Im Netz tummeln sich auch immer mehr Betrüger. Die bieten Tickets an, ohne welche zu haben. Typischer Fall: Für ein Konzert wird auf Facebook eine Veranstaltung erstellt. Dort bieten dann die Betrüger Tickets günstig an. Der Fan schlägt zu und überweist das Geld per Paypal. Das Geld ist weg, das Ticket kommt nie an. Muss da nicht der Gesetzgeber reagieren, um solche Praktiken zu unterbinden? Johannes Ulbrich vom Bundesverband der Konzertveranstalter hält das für notwendig, will sich aber nicht darauf verlassen.

Johannes Ulbricht: Wir versuchen zusammen mit dem Fußballbund und den Verbraucherzentralen zusammen eine Gesetzgebungsänderung herbeizuführen. Aber allein auf den Gesetzgeber warten können wir natürlich auch nicht. Wir versuchen es parallel dazu auch noch selbst, dass wir dieses Problem irgendwo ein bisschen begrenzen, denn es führt im Ergebnis einfach dazu, dass die Fans für die gleiche Leistung mehr zahlen müssen. Deswegen versuchen wir da etwas dagegen zu machen. Mit der Politik wäre es sicher einfacher, aber bis die Politik das umsetzt und auf unsere Wünsche reagiert, müssen wir erstmal versuchen, das so in den Griff zu kriegen.

Fabian Töpel: Selbst, wenn man den Schwarzmarkt in den Griff bekäme: Konzertbesucher werden auch weiterhin tief in die Tasche greifen

müssen, gerade wenn es um Events geht, die sehr beliebt sind. Tickets werden heutzutage in unterschiedlichen Kategorien verkauft: vom einfachen Einzelticket bis zur kostenträchtigen Event-Bespaßung: das Mega-Luxuspaket mit Prosecco zum Einstieg, kaltem Buffett und – ganz wichtig – ein Selfie mit dem Künstler oder der Band. Für solche Angebote werden schon mal höhere dreistellige Beträge oder mehr fällig. Bandmanager Carlo Ruben Schenk kann daran an sich nichts Verwerfliches erkennen.

Carlo Ruben Schenk: VIP Pakete finde ich fair. Man muss schon sagen, da kann sich der Konsument selbst dafür entscheiden, ob er das Geld ausgeben will.

Fabian Töpel: Auch Johannes Ulbricht vom Bundesverband der Konzertveranstalter findet es völlig in Ordnung, dass solche teuren VIP-Pakete angeboten werden.

Johannes Ulbricht: Ich denke, dass das sicher auch eine Sache ist, die dazugehört, man kann das nicht nur verbieten, sondern man muss dann auch einfach mal sehen, hier gibt es einfach ein Bedürfnis nach hochpreisigen Tickets. Und es spricht ja nichts dagegen das abzudecken und zu sagen, ich schaffe jetzt einfach VIP-Tickets mit Zusatzleistungen für die Leute die einfach mehr zahlen wollen. Das wird sicherlich auch passieren, dass auf den Zweitmarkt reagiert wird, indem die Preismodelle angepasst werden.

Fabian Töpel: Tickets, die auf dem Schwarzmarkt zu völlig überzogenen Preisen angeboten werden; VIP-Pakete, die für hohe dreistellige Summen vertickt werden: Vielen Veranstaltern, gerade von kleineren, alteingesessenen Clubs, geht das schon länger gegen den Strich. Sie wollen dagegenhalten und sich aus dem System befreien.

In Hamburg beispielsweise haben sich viele kleinere Clubs zusammengetan. Sie verkaufen und vermarkten jetzt Tickets selbst, auf einer eigenen Internetplattform namens „Fairtix“. Es soll einen Weg zeigen, wie sich die kleinen Clubs von großen Ticketvermarktern wie Eventim oder Ticketmaster emanzipieren können. Diese großen Ticketverkäufer verlangen nämlich Gebühren auch für kleinere Konzerte. Viele Veranstalter fühlen sich dadurch unter Druck gesetzt. Einerseits wollen sie möglichst viele Tickets verkaufen, und dafür kann es hilfreich sein, auf großen Plattformen wie Eventim aufzutauchen. Aber es sorgt auch dafür, dass Tickets im Vorverkauf immer teurer werden. Gerade bei Konzerten von noch relativ unbekanntem Bands tun die Gebühren besonders weh. Und schrecken potenzielle Konzertbesucher ab, in den Club zu gehen. Das Hamburger Ticketmodell Fairtix soll die

Ticketpreise möglichst niedrig halten. Es gibt keine Gebühren und keine Versandkosten, so Thore Debor vom Clubkombinat Hamburg.

Thore Debor: Fairtix ist der Versuch eines solidarischen Ticketings. Grundmotivation dafür, dass wir mit Fairtix angefangen haben ist schon, dass sich ja eine Tendenz abzeichnete von immer stetig steigenden Gebührenmodellen. Dagegen ein Zeichen zu setzen, dass es auch anders gehen kann, dass auch gerade der Vorverkauf, der ja auch gerade belohnt werden sollte, finanziell für den Endkunden, dass er sich ein Ticket absichert gegenüber der Abendkasse. Dass da auch die Differenzen erhalten bleiben. Dafür sind einfach die Vorverkaufsgebührenmodelle entscheidend und da ein Gegenmodell aufzustellen, das ist Fairtix.

Fabian Töpel: Fairtix versucht also beim Konsumenten ein Bewusstsein zu schaffen. Damit Konzerte auch auf kleinerer Ebene weiterhin funktionieren, und nicht nur einige wenige Player auf dem Markt das große Geld verdienen.

Efterklang Song nochmal anspielen.

„Hold mine haender“ Efterklang (Live at Reeperbahn Festival)

<https://youtu.be/uTBciqb9VSM?t=376>

Fabian Töpel: Damit sind wir wieder in der Elbphilharmonie. Die Band Efterklang hat sich für diesen Song Verstärkung auf die Bühne geholt. Der Chor besteht hier nicht aus Profimusikern, sondern aus dem Personal der Elbphilharmonie. Die Band hat also diese Ticketverkäufer mit auf die Bühne gebeten und mit ihnen und dem Publikum zusammen „Halt meine Hände“ auf Dänisch zu singen. Künstler, Publikum und Organisatoren singen gemeinsam, was für ein schönes Bild und ein absoluter Gänsehautmoment. Und genau darum geht es doch immer noch.

Falls Sie unsere Sendung übrigens noch mal hören wollen: Sie gibt es im Internet. Sie können sie als Podcast runterladen, ganz einfach bei Itunes, bei Spotify oder dem Podcastanbieter ihrer Wahl. Das Manuskript gibt's auch auf den Seiten des SWR Karlsruhe. Sie können uns gerne auch Rechtsthemen vorschlagen, mit denen wir uns mal beschäftigen sollen. Gerne per Mail unter redaktion.recht@swr.de.

Das war der Radioreport Recht, am Mikrophon war Fabian Töpel.