

AUF DIE HARTE TOUR

Ein Konzertveranstalter will im Kampf gegen den Ticketschwarzmarkt ein Exempel statuieren und notfalls Tausenden Fans, auf deren Eintrittskarte nicht der richtige Name steht, den Einlass verwehren. Für Sportveranstalter könnte der Fall von wegweisender Bedeutung sein.

AUTOR: TOBIAS KUSKE

Foto: Picture Alliance

Um das Problem zu erfassen, reicht es, im Internetforum Gutefrage.net den Eintrag des Nutzers „Eumel887“ zu lesen. Etwas zusammengefasst wird dort geklagt: „Ich habe zwei Tickets für das begehrte Take-That-Konzert in Hamburg im Juli bei Viagogo erstanden. Natürlich waren sie viel teurer als im offiziellen Vorverkauf. Leider musste ich mit Erschrecken feststellen, dass die Tickets personalisiert sind. Anscheinend auf einen Mann und seine Frau.“

Das Klagelied ist berechtigt, der Veranstalter der Take-That-Konzerte in Deutschland, die Agentur MCT, will erstmals bei einer hiesigen Stadiontournee personalisierte Eintrittskarten einsetzen – um dem Schwarzmarkt den Garaus zu machen. Anders als bei der Fußball-WM 2006 sollen die Ordner diesmal am Einlass wirklich alle Zuschauer kontrollieren und hart bleiben: Wer eine Karte mit einem fremden Namen vorweist, kommt nicht rein. Für Eumel887 sieht es schlecht aus.

Für Ticketbörsen wie Viagogo vielleicht auch bald. Denn vor dem Landgericht Hamburg haben die Anwälte von MCT es Viagogo im März per einstweiliger Verfügung untersagen lassen, den kommerziellen Weiterverkauf von Karten für die Deutschland-Tournee von Take That zu ermöglichen.

Dieses Verbot hatte MCT auch in seine AGB aufgenommen. Was Viagogo nicht störte. Genauso wenig wie die einstweilige Verfügung: Noch immer können über Viagogo Karten für Take That bezogen werden. Vermutlich wird damit erst Schluss sein, wenn das Ordnungsmittelverfahren abgeschlossen ist und Viagogo bei Zuwiderhandlung Geldstrafen drohen.

Finales Urteil fehlt

Vermutlich aber auch nicht. Es ist eher davon auszugehen, dass Viagogo noch in Berufung geht, sobald die Urteilsbegründung vom Landgericht Hamburg auf dem Tisch

liegt. Denn das LG hat nur den gewerblichen Handel mit Take-That-Karten über Viagogo untersagt. Der Nachweis, ob der Verkäufer gewerblich handelt oder doch privat, ist äußerst schwierig. MCT-Rechtsanwältin Sylle Schreyer-Bestmann von der Kanzlei CMS Hasche Sigle geht dennoch davon aus, dass der Fall zugunsten des Konzertveranstalters entschieden wird.

Die Verantwortlichen der Ticketbörse wollten sich nicht äußern. Jedoch geht es einfach um zu viel Geld, als dass sie nicht zum letzten Rechtsmittel greifen werden.

Die Auseinandersetzung ist nicht nur für Veranstalter von Konzerten hoch spannend, sondern auch für Sportveranstalter. MCT könnte das rechtliche Fundament liefern, damit künftig auch im Sport mehr auf Personalisierung gesetzt werden kann.

Kontrollen schwierig

Und MCT könnte auch Vorreiter in puncto Umsetzung sein. Denn noch ist unklar, wie es bei mehreren Zehntausend Zuschauern zu schaffen sein soll, bei jedem Einzelnen die Personalien zu kontrollieren. MCT wollte sich prinzipiell nicht äußern.

Nach SPONSOR^S-Informationen soll der befürchtete Stau an den Eingängen unter anderem dadurch vermieden werden, dass der Einlass bereits um 15 Uhr startet und damit vier Stunden vor dem offiziellen Konzertbeginn. Ein Plan, der etwa für Bundesligaspiele unbrauchbar ist: Erfahrungsgemäß kommen die ersten Fußballfans allerfrühestens zwei Stunden vor Spielbeginn.

Deswegen führt der Fußballbundesligist Hamburger SV nur eine „softe Personalisierung“ durch, wie es der HSV-Ticketing-Chef Kai Voerste nennt. Jeder Käufer müsse seinen Namen auf die Karte schreiben und damit den Passus in den AGB akzeptieren, dass ein Weiterverkauf zum Beispiel auf Ebay verboten ist. Voerste lässt Verkäufe auf Ebay und Co. sichten und an den Eingängen stichprobenartig kontrollieren. Und

er hofft wie MCT auf eine wegweisende Rechtssprechung. Das Oberlandesgericht Hamburg hat noch zu entscheiden, ob einer Ticketbörse, diesmal Seatwave, der Weiterverkauf von HSV-Karten untersagt wird.

Voerste will an der „soften Personalisierung“ festhalten. Eine Kontrolle jedes Einzelnen erscheint für den Hamburger „im täglichen Leben schwer umsetzbar“. Stephan Rusch von München Tickets hingegen hält an der Hoffnung fest, dass umfassende Kontrollen auch bei Großevents wie Fußballspielen gelingen könnten. „So viel mehr Zeit als der bereits durchgeführte Sicherheits-Check mit Körperabtastung dürfte eine Überprüfung der Personalien nicht in Anspruch nehmen“, glaubt Rusch.

Der Münchner kann sich zudem vorstellen, dass sich die momentane partielle Aufregung um die von MCT angeforderten persönlichen Daten wieder legt und die personalisierten Tickets akzeptiert werden. Schon jetzt wird in Foren diskutiert, dass auch Fans von der Personalisierung profitieren, eben weil nicht mehr so viele Karten zu horrenden Preisen über die Börsen verkauft werden.

Und vielleicht, so Rusch, könne man die Zuschauer sogar dazu erziehen, dass sie früher ins Stadion kommen, um dem Stau bei der Einlasskontrolle zu entgehen.

Noch ist das alles Zukunftsmusik, die aber von Take That in diesem Sommer maßgeblich mitkomponiert wird – zum Leidwesen von Fans wie Eumel887. ■

MEHR ZUM THEMA

SPONSOR^S Sports Venue Summit

31.8.–1.9.2011 | Allianz Arena, München
Spezialforum

Thema: Ticketing

Informationen zum Kongress finden Sie unter:
www.sports-venue-summit.de