

Verkauf von Tickets für Konzerte und Sportveranstaltungen: Gerechte Zuteilung an die wahren Fans

Stellungnahmen der betroffenen Unternehmen zum SKS-Modell

Die SKS hat am 20. März 2009 ihr Modell für einen fairen Ticketverkauf und für Massnahmen gegen den Weiterverkauf («Schwarzmarkt») vorgestellt. Die SKS verlangt den zwingenden Vorverkauf von Tickets vom Schalter, das Nicht- oder spätere Anbieten von Tickets via Telefon oder das Internet sowie personalisierte Tickets, um den Schwarzmarkt auszutrocknen. Das Modell und die Argumente finden Sie unter

http://www.konsumentenschutz.ch/files/pdfs/downloads/09_03_modell_konzerttickets.pdf

Dieses Modell hat die SKS 13 relevanten Unternehmen und Verbänden mit der Bitte um Stellungnahme zugesandt. Ebenso hat sie für Fans eine kleine Onlineumfrage lanciert. Deren Ergebnisse finden Sie unter

http://www.konsumentenschutz.ch/files/pdfs/downloads/09_07_umfrage_konzerttickets.pdf

Von den 13 angefragten Unternehmen und Verbänden haben 8 keine Stellungnahme abgegeben:

- Good News: Offiziell hat Good News der SKS mitgeteilt, dass sie an einer solchen «Vernehmlassung» nicht teilnehmen.
- Ebay: Das Schreiben an Ebay wurde retourniert. Im November 2008 teilte Ebay Deutschland der SKS mit, dass es keine gesetzlichen Grundlagen für ein Weiterkaufsverbot gebe. Somit sei auch der Begriff «Schwarzmarkt» rechtlich falsch. Die AGB-Klausel von Ticketcorner, welche den Weiterverkauf verbiete, sei konsumentenfeindlich. Angebot und Nachfrage sollen den Preis regeln.
- Free & Virgin (Veranstalter), Swiss Ice Hockey (Veranstalter), die SBB (Vorverkaufsstelle), der Verein Petzi (Veranstalter), das Montreux Jazz Festival (Veranstalter) und VisionOne (Ticketverkäufer) haben auf das SKS-Schreiben nicht reagiert.

Ticketcorner hat auf die Fragen nicht geantwortet: «(...) halten wir Ihren Vorschlag für keine diskutierbare Variante und möchten auch nicht näher darauf eingehen.» Die SKS hat die grundsätzliche Stellungnahme von Ticketcorner auf die Fragen übertragen.

	<i>Swiss Music Promoters Association (SMPA) (Zusammenschluss der Grossveranstalter)</i>	<i>Ticketcorner</i>	<i>Starticket</i>	<i>Die Post</i>	<i>Ricardo</i>
Zusammenfassung	Die SMPA will keine Änderungen gegenüber heute. Lediglich Ticketlimitierung auf 4 Stück pro Besteller bei bestimmten Konzerten kommt in Frage. Es fehlen in der Schweiz grosse Stadien und Hallen.	Ticketcorner sieht keine Änderungen gegenüber heute, da diese nicht praktikabel sind. Ticketcorner limitiert z.T. die Tickets auf z.B. 2 Stück pro Person und informiert über Ticketfälschungen.	Starticket kann sich personalisierte Tickets vorstellen. Sie schlagen ein eigenes Modell vor, bei dem die Tickets ausgelost werden wie z.B. bei Fussball-WM-Spielen.	Die Post sieht für sich keine aktive Rolle für Änderungen gegenüber heute. Personalisierte Tickets würden die Kosten für Tickets erhöhen. Zudem liege es am Fan, ob er ein teures Schwarzmarktticket kaufe oder nicht.	Ricardo kann sich Massnahmen vorstellen. Hingegen erachten sie ein Weiterverkaufsverbot als nicht sinnvoll, da dies auch sonst in keinem Wirtschaftsbereich existiert. Angebot und Nachfrage regeln den Preis.
Fragen zum fairen Ticketverkauf					
1) Teilen Sie unsere Sichtweise, dass das Verkaufssystem von Tickets bei Veranstaltungen neu organisiert werden muss?	Nein. Kein Handlungsbedarf.	Nein. Kein Handlungsbedarf.	Ja. Siehe «Weitere Bemerkungen»	Nein, wenn über alle Kanäle die Tickets erhältlich sind	Können wir nicht beurteilen. Grundsätzlich soll der Ticketverkauf möglichst vielen Fans ermöglichen, die Veranstaltung ihres Wunsches zu besuchen.

	<i>Swiss Music Promoters Association (SMPA) (Zusammenschluss der Grossveranstalter)</i>	<i>Ticketcorner</i>	<i>Starticket</i>	<i>Die Post</i>	<i>Ricardo</i>
2) Wie stehen Sie zur Verpflichtung, dass Tickets grundsätzlich immer auch an Verkaufsstellen (Schalter) verfügbar sein müssen?	Ablehnend. Dies liegt in der Entscheidungsfreiheit des Veranstalters.	Ablehnend. Wenn die Tickets an Vorverkaufsstellen zu erwerben sind, können dort nur wenige Tickets verkauft werden, was zu grossen Ärgernissen bei den Wartenden führt (z.B. AC/DC-Ticketverkauf in Deutschland). Zudem können nur beim Online- und Telefonverkauf Name des Kaufenden erfasst und damit illegaler Tickethandel eingedämmt werden.	Ablehnend	Zustimmend.	Zustimmend, wenn dies zu mehr Fairness für die treuen Fans führt.

	<i>Swiss Music Promoters Association (SMPA) (Zusammenschluss der Grossveranstalter)</i>	<i>Ticketcorner</i>	<i>Starticket</i>	<i>Die Post</i>	<i>Ricardo</i>
3) Was halten Sie davon, den Verkauf via Telefon und Internet nicht anzubieten oder erst wenige Stunden nach Öffnung der Verkaufsstellen?	Ablehnend. Dies würde vor allem Menschen aus Randregionen und Erwerbstätige, die nur schwer frei nehmen können, benachteiligen. Damit wäre dies nicht konsumentenfreundlich. Zudem besteht die Gefahr, dass das Verkaufspersonal am Schalter Tickets auf Vorrat druckt.	Ablehnend. Der Kauf der Tickets am Schalter bedeutet für die Fans Umtriebe (Anreisekosten, Anreisezeit, Wartezeit) und benachteiligt Personen in Randregionen.	Ablehnend. Ist nicht realistisch.	Ablehnend. Nicht jeder wahre Fan kann während der Arbeit an eine Verkaufsstelle gehen.	Fraglich, ob dies im Interesse der wahren Fans wäre.
4) Was halten Sie davon, bei Veranstaltungen mit erwartetem Grossandrang die Tickets nur an wenigen ausgewählten Verkaufsstellen zu verkaufen?	Ablehnend. Auch hier werden Menschen aus Randregionen benachteiligt. Zudem sind grosse Warteschlangen und «Camping» (z.B. Robbie-Williams-Konzert) nicht sinnvoll.	Ablehnend. Siehe oben. Zudem würde dies zu Gedränge und Verkehrsstaus führen.	Ablehnend. Benachteiligt diejenigen, welche nicht an eine Vorverkaufsstelle gehen können.	Ablehnend. Mit dem heutigen System sind Tickets auch an Verkaufsstellen in kleinen Ortschaften erhältlich.	Eher ablehnend, da damit die Fans wohl nicht in gerechter Art und Weise berücksichtigt würden.

	<i>Swiss Music Promoters Association (SMPA) (Zusammenschluss der Grossveranstalter)</i>	<i>Ticketcorner</i>	<i>Starticket</i>	<i>Die Post</i>	<i>Ricardo</i>
5) Wie beurteilen Sie die Limitierung der Konzerttickets (2 Stück bei Veranstaltungen mit erwartetem Grossandrang; keine Limite bei normalen Veranstaltungen)?	Für eine Limitierung. Aber 4 statt 2 Tickets. Nur: Wer definiert, was ein Konzert mit Grossandrang wird?	Z.T. wird dies schon jetzt praktiziert, z.B. Limitierung auf 2 Stück.	Zustimmend. Ist realistisch.	Einverstanden	Zustimmend

	<i>Swiss Music Promoters Association (SMPA) (Zusammenschluss der Grossveranstalter)</i>	<i>Ticketcorner</i>	<i>Starticket</i>	<i>Die Post</i>	<i>Ricardo</i>
Fragen zu Massnahmen gegen den Weiterverkauf («Schwarzmarkt»)					
6) Teilen Sie unsere Sichtweise, dass der Weiterverkauf von Tickets zu Preisen weit über den regulären Preisen («Schwarzmarkt») untersagt werden soll?	Ja. Es fehlt aber eine gesetzliche Grundlage. Zudem bringt ein Schweizer Alleingang nicht viel.	Unterbindung des Schwarzmarktes von Interesse. Ticketcorner steht hier aber nicht in der Verantwortung.	Ja	Nein. Entscheid liegt beim Käufer von über- teuerten Tickets auf dem Schwarzmarkt.	Vermutlich nein. Es gibt keine vergleichbaren Produktgebiete, bei denen der Weiterverkauf verboten wird. Es gibt keine rechtliche Grundlage, dass dies ausgerechnet für Tickets gelten soll. Der Preis wird durch Angebot und Nachfrage bestimmt, siehe z.B. Antiquitäten.
7) Sind Sie ebenfalls der Ansicht, dass die heutigen Massnahmen gegen den Schwarzmarkt nicht genügen?	Ja. Weil rechtliche Grundlagen fehlen.	Keine Stellungnahme. Verweis auf Ticketfälscher. Ticketcorner informiert die Fans über solche Praktiken.	Ja	Nicht in Kenntnis aller heutigen Massnahmen	Ja, so wie die SKS «Schwarzmarkt» definiert.

	<i>Swiss Music Promoters Association (SMPA) (Zusammenschluss der Grossveranstalter)</i>	<i>Ticketcorner</i>	<i>Starticket</i>	<i>Die Post</i>	<i>Ricardo</i>
8) Würden Sie angesichts unserer Begründungen personalisierte Tickets unter Vorlegen des Ausweises bei Kauf und Veranstaltungseintritt begrüßen?	Nein. Das Ausstellen personalisierter Tickets am Schalter ist nicht möglich. Zudem bedeutet es einen Mehraufwand beim Veranstaltungseintritt. Die höheren Kosten könnten gar dazu führen, dass diverse Künstler gar nicht mehr in der Schweiz auftreten. Zudem ist die Rückgabe des Konzerttickets gegen eine Gebühr von höchstens 5% des Verkaufspreises realitätsfremd.	Nein. Dies ist für viele Veranstalter finanziell und logistisch nicht durchführbar.	Grundsätzlich ja. Ist aber kaum durchsetzbar. Die Identifikationskontrollen mit personifizierten Tickets verlangen zusätzliches Kontrollpersonal, was die Kosten sprengt. Zudem ist die Ticketrücknahme realitätsfremd. Starticket bietet hierfür eine Ticketversicherung an.	Würde Tickets verteuern	Ja, wenn dies für den Veranstalter umsetzbar ist.

	<i>Swiss Music Promoters Association (SMPA) (Zusammenschluss der Grossveranstalter)</i>	<i>Ticketcorner</i>	<i>Starticket</i>	<i>Die Post</i>	<i>Ricardo</i>
9) Ziehen Sie unser Modell vor, dass die kaufende Person das zweite gekaufte Ticket (bei Limitierung) auf den Namen der Begleitperson ausstellen kann, oder soll auch dieses auf ihren Namen ausgestellt werden (nur gemeinsamer Eintritt möglich)?	Unwesentliche Frage angesichts des momentanen Standes der Dinge	Keine Stellungnahme.	Der Name des Bestellers sollte auf beiden Tickets stehen. Der gemeinsame Eintritt ist jedoch in der Praxis nicht kontrollierbar.	Ausstellen nur auf Namen des Bestellers	Beides denkbar
10) Wenn Sie Frage 8 verneinen, welche Massnahmen schlagen Sie zur Bekämpfung des Weiterverkaufs von Tickets zu Preisen weit über den regulären Preisen («Schwarzmarkt») vor?	Muss international (z.B. EU) bekämpft werden.	Gesetze müssten geändert werden.	Siehe «Weitere Bemerkungen». Zudem bietet Starticket «Print-at-home»-Tickets an. Niemand Vernünftiger kauft einem Unbekannten diese ab.	Es gibt keine Massnahmen, die nicht auch entscheidende Nachteile haben.	Erübrigt sich, da Ja zu Frage 8

	<i>Swiss Music Promoters Association (SMPA) (Zusammenschluss der Grossveranstalter)</i>	<i>Ticketcorner</i>	<i>Starticket</i>	<i>Die Post</i>	<i>Ricardo</i>
11) Halten Sie die Einschränkung des Weiterverkaufs von Tickets für vertretbar?	Grundsätzlich sinnvoll. Nicht durchsetzbar ist hingegen die erwähnte Rückgabe des Tickets (z.B. Krankheit) für «nur» 5% Gebühren. Denn die Veranstalter leisten bereits 12%–15% Gebühren an die Ticketverkäufer.	Keine Stellungnahme.	Nein	Siehe Frage 10	Ja. Hingegen sollte ein Fan, welcher plötzlich verhindert ist, sein Ticket problemlos weiterverkaufen können.
12) Welche Kostensteigerungen erwarten Sie aufgrund der Ausstellung personalisierter Tickets?	20% oder mehr. Dies ist im Konzertbereich nicht tragbar für alle Beteiligten.	Keine Stellungnahme.	Umsetzung seitens Ticketverkauf vertretbar. Seitens Eingangskontrolle hingegen überhöht.	Liegt für die Post nicht drin.	Keine Stellungnahme, da nicht betroffen.

	<i>Swiss Music Promoters Association (SMPA) (Zusammenschluss der Grossveranstalter)</i>	<i>Ticketcorner</i>	<i>Starticket</i>	<i>Die Post</i>	<i>Ricardo</i>
Weitere Bemerkungen	In der Schweiz fehlen grosse Stadien und Hallen. Dadurch wird die Nachfrage in einigen Fällen immer grösser als das Angebot sein.		Starticket schlägt ein anderes Modell vor: Bei einer Veranstaltung mit erwartetem Grossansturm bewirbt man sich innert einer Frist (z.B. 2 Wochen) um 2 Tickets. Entweder online oder mit Hilfe eines Bekannten, wer kein Internet hat. Nach Aussortieren von Doppelbestellungen werden die Tickets ausgelost. Diese stehen zum Verkauf frei. Werden nicht alle Tickets gekauft, werden diese neu verlost. Die Tickets werden per Post versandt.		

Bern, Juli 2009