

Personalisierung von Konzertkarten ist problematisch

Der Aufdruck entsprechender AGB auf ein normales Ticket ist mit großen rechtlichen Risiken verbunden.

Eintrittskarten mit dem aufgedruckten Namen des Käufers kennt man von der Fußball-WM 2006. Der Veranstalter der „Take That Tour 2011“ personalisiert nun zum ersten Mal in Deutschland die Tickets für eine komplette Stadiontournee. Der Grund liegt in den nur begrenzten Möglichkeiten des Veranstalters, den Weiterverkauf von Eintrittskarten durch Händler, die außerhalb des Vertriebsnetzes des Veranstalters agieren, zu unterbinden. Solche Händler bieten die Tickets entweder über eigene Internetseiten, bei Ebay oder über Ticketbörsen an. Vorteil für den Kunden: Auch für ausverkaufte Konzerte können über den Ticketzweitmarkt noch Karten gekauft werden, wenn auch oftmals zu entsprechend höheren Preisen. Nachteil: Angesichts der vielen Angebote im Internet und der zunehmenden Werbung kann der Kunde schnell den Überblick verlieren und auch bei nicht ausverkauften Konzerten statt im autorisierten Tickethandel auf dem Zweitmarkt kaufen.

● AGB werden nicht weitergereicht

Zwar kann der Veranstalter in seinen AGB für normale Eintrittskarten den gewerblichen Weiterverkauf der Tickets verbieten. Die AGB gelten aber nur im Vertragsverhältnis des Veranstalters mit dem Erstkäufer und werden bei einer Veräußerung nicht weitergereicht. Regelmäßig werden Tickets in Deutschland als sogenannte kleine Inhaberpapiere ausgestaltet, bei denen die Leistung dem Inhaber des Papiers versprochen wird. Das Recht auf Besuch des Konzerts kann durch bloße sachenrechtliche Übereignung, also durch Übergabe des Tickets und Einigung, übertragen werden. Die normalen Tickets sind daher grundsätzlich umlauffähig, wie der Bundesgerichtshof (BGH) 2008 in der Entscheidung „bundesligakarten.de“ (Az. I ZR 74/06) bestätigt hat. Höchststrichterlich noch nicht abschließend geklärt ist im Falle von normalen Tickets aber die Möglichkeit, den späteren Erwerber über einen Abdruck der AGB auf der Eintrittskarte an diese AGB zu binden. Ein



Standpunkte

Normale Tickets dürfen grundsätzlich auf Dritte übertragen werden, meint **Kai Hermes, Rechtsanwalt bei CMS Hasche Sigle**.

vollständiger Abdruck wird in der Praxis zumeist aus Platzgründen nicht möglich sein. Selbst wenn der Abdruck nur in Teilen erfolgt, ist es laut BGH (Az. I ZR 74/06) zweifelhaft, ob dies zu einer Beschränkung der Eintrittskartennutzung führen kann. Einige Instanzgerichte verneinen dies, während es in der Lehre auch Stimmen gibt, die von einer Übertragung der AGB durch den Ticketaufdruck ausgehen.

● Aus Karten werden Namenspapiere

Trotz der grundsätzlichen Umlauffähigkeit normaler Eintrittskarten handelt ein gewerblicher Ticketverkäufer allerdings dann unter dem Gesichtspunkt des Schleichbezugs wettbewerbswidrig, wenn er die Tickets direkt vom Veranstalter unter Verschleierung seiner Wiederverkaufsabsicht erwirbt. Daher behaupten viele Zweithändler, dass sie ihre Kartenkontingente von einer Vielzahl von Privatpersonen aufgekauft haben. Der Beweis des Gegenteils ist für die Veranstalter meist schwierig. Durch die Personalisierung werden aus den Konzertkarten dagegen sogenannte Namenspapiere. Der auf dem Ticket namentlich benannte Berechtigte kann hier nur durch Abtretung des Besuchsrechts gewechselt werden, mit der das Eigentum an dem Ticket folgt. Rechtlich geht

es also gar nicht um einen „Ticketverkauf“. Bei dieser Ausgestaltung kann der Veranstalter die Übertragung des Besuchsrechts auf spätere Käufer von seiner Zustimmung abhängig machen, die er in seinen AGB aus Praktikabilitätsgründen im Voraus erteilen kann. Um ein Abreißen der Vertragskette zu verhindern, sollte dies nur dann geschehen, wenn der Erwerber zugleich in alle Rechte und Pflichten des Vertrags eintritt und verschiedene Einschränkungen beachtet. So kann etwa geregelt werden, dass ein Ticket nicht mit Gewinn oder bei einer vom Veranstalter nicht autorisierten Internet-Auktion weiterverkauft werden darf.

● Rechte des „Privatmannes“ wichtig

Wichtig ist, dass die Rechte des „Privatmannes“, der sein Ticket wegen Verhinderung oder aus anderen persönlichen Gründen weiterverkaufen oder verschenken möchte, nicht zu stark eingeschränkt werden. Auch muss der Veranstalter sicherstellen, dass seine AGB in den Vertrag mit dem Erstkäufer wirksam einbezogen werden. Bei Online-Tickets kann er etwa den Kunden die Möglichkeit der Kenntnisnahme vor Vertragsschluss durch das Setzen eines „Häkchens“ bestätigen lassen. Werden personalisierte Tickets trotz wirksamer Beschränkungen unautorisiert weiterverkauft, scheidet ein erfolgreicher Erwerb des Besuchsrechts an der fehlenden Zustimmung des Veranstalters und der Veräußerer kann wegen Vertragsverstößen und möglicher Wettbewerbsverletzungen belangt werden.

Kontakt Kai Hermes, Tel. 030 / 20360 1401, E-Mail: kai.hermes@cms-hs.com

Impressum

Chefredakteur: Joachim Dorfs
Anzeigenleitung: Bernhard H. Reese
Postanschrift Stuttgarter Zeitung:
Postfach 106032, 70049 Stuttgart

MEHR QUALITÄT UND SERVICE

FÜR GANZ BADEN-WÜRTTEMBERG.

Die BWPOST ist die starke Marke für Postdienstleistungen unter dem Dach etablierter Zeitungsverlage in Baden-Württemberg. Über 2.000 Kunden profitieren bereits vom umfangreichen Service der BWPOST und sparen bei ihren Portokosten.

BWPOST⁺
Kommt einfach gut an.
www.BWPOST.net