

Antrag

der Fraktion der CDU/CSU

Bekämpfung des Missbrauchs von Online-Ticketbörsen – Verbesserung des Verbraucherschutzes und Schaffung fairer Marktbedingungen

Der Bundestag wolle beschließen:

I. Der Deutsche Bundestag stellt fest:

Das Jahr 2024 brachte absolute Highlights aus internationalen Sportveranstaltungen nach Deutschland und Europa. So fand innerhalb eines Jahres neben der Handball-Europameisterschaft auch die Fußball-Europameisterschaft der Herren in Deutschland statt. Zudem wurden die Olympischen Spiele in Paris ausgetragen. Die entsprechenden Tickets waren sehr begehrt und auf den offiziellen Verkaufskanälen schnell vergriffen, wurden jedoch teilweise zu horrenden Preisen auf dem sogenannten Ticketzweitmarkt weiterverkauft; größtenteils durch gewerbliche Anbieter auf Internetplattformen (vgl. Frankfurter Allgemeine Sonntagszeitung vom 02.06.2024, S. 47).

Die zunehmende Verbreitung derartiger Online-Ticketbörsen führt bereits seit Jahren zu erheblichen Problemen und hoher Frustration sowohl für Verbraucher als auch für die Veranstalter von Sport und Kulturveranstaltungen (vgl. u. a. Verbraucherzentrale, Online-Ticketbörsen: Risiken beim Ticketkauf auf dem Zweitmarkt vom 12.06.2024, abrufbar unter www.verbraucherzentrale.de/wissen/digitale-welt/onlinehandel/onlineticketboersen-risiken-beim-ticketkauf-auf-dem-zweitmarkt-30494). Auch der Bundesgerichtshof befasst sich in einem aktuellen Verfahren wieder mit den hieraus entstehenden Komplikationen (BGH, I ZR 107/23, DFL Deutsche Fußballliga e. V./Viagogo AG).

Das Geschäftsmodell der Online-Ticketbörsen besteht im Wesentlichen darin, eine Plattform anzubieten, über die nicht für einen solchen Markt legitimierte Tickets angeboten und veräußert werden. Die Plattformen werden sowohl von privaten als auch von gewerblichen Verkäufern genutzt, um Tickets anonym für den gewinnbringenden Weiterverkauf zu bewerben und zu Höchstpreisen zu verkaufen.

Problematisch sind dabei insbesondere die folgenden in der Praxis anzutreffenden Umstände beim Verkauf von Veranstaltungstickets über Online-Ticketbörsen:

- Der Einsatz automatisierter oder professioneller Ankauf-Systeme, technisch oftmals sogenannte „Bots“, die in der Lage sind, große Mengen an Tickets in kürzester Zeit automatisiert aufzukaufen, oder der massenhafte Ankauf unter Angabe falscher Identitäten (sog. „Fake Accounts“) durch gewerbliche Händler wird zum immer weiter wachsenden Problem. Diese Praxis führt dazu, dass Verbraucher auf dem Erstmarkt oftmals keine fairen Chancen haben, Eintrittskarten zu erwerben,

und dann gezwungen sind, Tickets zu überhöhten Preisen auf dem Zweitmarkt zu kaufen.

- Des Weiteren sind die Preise auf dem Zweitmarkt häufig überzogen, wobei der Preisaufschlag bei begehrten Veranstaltungen oftmals weit über 100 Prozent des Originalpreises liegt. Diese Praxis widerspricht den gemeinwohlorientierten Zielen vieler Kultur- und Sportveranstalter, die – gerade auch durch sozialverträgliche Preisgestaltung – einen breiten Zugang zu ihren Veranstaltungen ermöglichen möchten, und stellt eine Ausnutzung der Marktsituation zulasten der Verbraucher dar.
- Zudem findet der Tickethandel auf Online-Plattformen in Deutschland oft anonym und durchwegs intransparent statt, wodurch Verbraucher wichtige Informationen über die gekauften Tickets nicht kennen, wie die genaue Platzierung oder spezifische Rechte und Pflichten (bspw. die Nutzbarkeit von Tickets nur in personalisierter Form). Zum einen können die Verbraucher infolge dieser Intransparenz bei Problemen ihre Rechte (Rückerstattung, Minderung o. Ä.) kaum durchsetzen, denn die Identität des Vertragspartners bleibt meist verborgen. Zum anderen verhindert diese Intransparenz, dass die Veranstalter ihre Rechte über Vertragsbedingungen zivilrechtlich durchsetzen können, da bei den gehandelten Tickets nicht einmal für den konkreten Käufer erkennbar ist, wer die Tickets anbietet und um welche Tickets es sich genau handelt. Gerade bei Veranstaltungen, die sehr begehrt und stark nachgefragt sind, werden – auch weil die Plattformen sich durch professionellen und autorisierten Anstrich das Vertrauen der potenziellen Erwerber erschleichen – die angebotenen Tickets trotz dieser Informationsdefizite auf Käuferseite erworben. Vor diesen Risiken sind insbesondere Verbraucher-Kunden von Gesetzes wegen zu schützen.

Die Veranstalter versuchen, sich mittels ihrer Allgemeinen Ticket-Geschäftsbedingungen davor zu schützen, dass ihre Tickets nicht autorisiert und unkontrolliert weiterverkauft werden. Zudem wird meist jedes einzelne Ticket mit verschiedenen Merkmalen, die nur einen einzigen Rückschluss auf den Erstkäufer zulassen, personalisiert. Die Tickets werden flächendeckend mit QR-Code, Warenkorbnummer, Strichcode und dem Namen des Käufers bedruckt, um eine bestmögliche Individualisierung (u. a. zum Zwecke der Ermöglichung der sicherheits- und lizenzrechtlich relevanten Zugangskontrollen) zu gewährleisten. Sie verfolgen damit zum einen Sicherheitsinteressen, da sie nur bei einem geordneten Verkauf beispielsweise die Fantrennung im Stadion gewährleisten oder Stadionverbote gegenüber bekannten Gewalttätern durchsetzen können. Zum anderen soll so auch eine gewisse soziale Preisstruktur abgesichert werden.

Faktisch kann der Kern des Problems, der verbrauchergefährdende, anonyme und unkontrollierte Weiterverkauf von Tickets zu horrenden Preisen und der ausschließlich auf diesen Weiterverkauf zielende gewerbliche Ankauf aufgrund der genannten Probleme *de lege lata* in Deutschland aber nicht unterbunden werden. Die Schutzmechanismen der Veranstalter werden trotz des von diesem betriebenen immensen Aufwands vielfach unterlaufen und die Tickets zu Höchstpreisen und anonym weiterverkauft.

Dies ist vor allem deshalb möglich, weil die Rechtslage in Deutschland hier bedeutende Schwächen aufweist, während in den meisten europäischen Ländern das Vorgehen für Online-Ticketbörsen stark reguliert ist.

Der Rechtsrahmen in Deutschland, um als Veranstalter gegen den nicht autorisierten Ticketzweitmarkt vorzugehen, wurde in der vergangenen Wahlperiode zwar durch die Umsetzung der EU-Verbraucherschutzrichtlinie (EU) 2019/2161 – namentlich durch die Einführung der Nummer 23a im Anhang zu § 3 Absatz 3 UWG sowie die Aufnahme weiterer Informationspflichten nach Artikel 246d § 1 Nummer 7 EGBGB – leicht verbessert.

Die Praxis zeigt jedoch, dass die derzeitige Gesetzeslage nach wie vor bei weitem nicht ausreicht, um die Interessen der Kultur- und Sportveranstalter und der Verbraucher

hinreichend zu schützen. Die Einfügung der Nummer 23a des Anhangs zum UWG mit der Zielrichtung, den Einsatz von Bots beim Ankauf von Eintrittskarten durch Tickethändler zu unterbinden, ist nicht weitgehend genug. Bots sind nur eine von mehreren Methoden, mit der Tickethändler Bezugsbeschränkungen umgehen. Die häufige Praxis des Kaufs von Tickets durch Fake Accounts und über ausländische Kreditinstitute erfolgt regelmäßig manuell. Zudem ist es für Veranstalter kaum möglich, den Einsatz automatisierter Verfahren nachzuweisen, da diese leicht verändert und angepasst werden können, wodurch die Regelung weitgehend wirkungslos bleibt. Außerdem bleibt es beim Grundproblem, dass der anonyme Weiterverkauf von Tickets zu horrenden Preisen als solcher in Deutschland, im Gegensatz zu anderen Ländern, nicht untersagt ist. Hiervon profitieren aktuell vornehmlich Unternehmen mit Sitz in Drittstaaten außerhalb der EU, da kaum eine der großen Online-Ticketbörsen einen Geschäftssitz in Deutschland hat.

Eine Anpassung der nationalen Gesetzgebung ist daher dringend erforderlich, um die Rechtslage in Deutschland an die Standards anderer europäischer Länder anzupassen und den Verbraucherschutz zu verbessern. Die EU-Verbraucherschutzrichtlinie bietet den Mitgliedstaaten die Möglichkeit, weitergehende Regelungen zum Schutz der Verbraucher zu erlassen. Deutschland muss diese Möglichkeit nutzen, um eine faire und transparente Marktumgebung zu schaffen, in der die Rechte der Verbraucher gestärkt und die Interessen der Veranstalter gewahrt werden.

II. Der Deutsche Bundestag fordert die Bundesregierung deshalb auf,

1. einen Gesetzentwurf vorzulegen, der eine Ergänzung des Artikels 246d EGBGB vorsieht:

Darin sollen Ticketbörsen zum einen verpflichtet werden, dem Verbraucher beim gewerbsmäßigen Wiederverkauf von Eintrittskarten für Kultur- und Sportveranstaltungen ergänzend zu den nach Artikel 246a § 1 und Artikel 246d § 1 EGBGB bereits bestehenden Informationspflichten folgende zusätzliche Informationen bereitzustellen:

- a. den Einzelpreis der angebotenen Eintrittskarten sowie die Abweichung dieses Preises vom Originalpreis oder der Preisempfehlung des Veranstalters;
- b. die wesentlichen Eigenschaften der Eintrittskarten, wie z. B. genaue Platzierung, Handelbarkeit oder Handelsbeschränkungen sowie die Verfügbarkeit und den erwarteten Lieferzeitpunkt;
- c. die Identität und Anschrift des Dritten, in dessen Auftrag die Eintrittskarten angeboten werden, inklusive der Information, ob dieser Dritte ein Unternehmer ist;

Zum anderen sollen Ticketbörsen verpflichtet werden, die zur Erfüllung der Informationspflichten nach Artikel 246a § 1 und Artikel 246d § 1 EGBGB erforderlichen Informationen abzufragen und im Rahmen des Möglichen auf Richtigkeit zu überprüfen, bevor Angebote Dritter auf den Ticketbörsen eingestellt werden können;

2. Artikel 246e § 1 Absatz 2 EGBGB derart zu erweitern, dass eine Verletzung der Verbraucherinteressen im Zusammenhang mit Verbraucherverträgen auch vorliegt, wenn Informationspflichten nach Artikel 246a § 1 und Artikel 246d § 1 EGBGB von Ticketbörsen vorsätzlich oder fahrlässig nicht beachtet werden;
3. Nummer 23a des Anhangs zu § 3 Absatz 3 UWG dergestalt zu erweitern, dass
 - a. neben dem Wiederverkauf von Eintrittskarten auch bereits deren Ankauf erfasst ist;
 - b. auch die Anlage und Verwendung falscher Identitäten vermeintlicher Ticketkäufer bzw. die „Verwendung unwahrer Tatsachen“ und der „Ankauf durch

Strohleute“ mit der „Verwendung [...] automatisierter Verfahren“ zur Umgehung von Beschränkungen gleichgesetzt wird und

- c. die Beweislast zu Gunsten der Veranstalter verändert wird, so dass bei Vorliegen entsprechender Indizien für einen Verstoß die Ticketbörse einen Entlastungsbeweis führen muss;
4. einen weiteren Tatbestand stets unzulässiger geschäftlicher Handlungen in der Anlage zu § 3 Absatz 3 UWG zu definieren. Dieser soll den gewerbsmäßigen Wiederverkauf von Eintrittskarten mit einem erheblichen Preisaufschlag, der als offensichtlich sittenwidrig anzusehen ist (ab einem Drittel über dem Originalpreis), ohne Genehmigung des Veranstalters untersagen.

Berlin, den 8. Oktober 2024

Friedrich Merz, Alexander Dobrindt und Fraktion