

Kleine Anfrage

der Abgeordneten Katharina Dröge, Tabea Rößner, Erhard Grundl, Canan Bayram, Britta Haßelmann, Monika Lazar, Beate Müller-Gemmeke, Sven Lehmann, Dr. Manuela Rottmann, Ulle Schauws, Stefan Schmidt, Margit Stumpp und der Fraktion BÜNDNIS 90/DIE GRÜNEN

Wettbewerb auf dem Markt für Ticketverkäufe

Der Markt für Ticketverkäufe wird in Deutschland von der Firma CTS EVENTIM AG & Co. KGaA dominiert. Die Monopolkommission stellt in ihrem XXII. Hauptgutachten fest, dass Eventim, je nach Berechnung, 50 bis 70 Prozent der Marktanteile in dem Markt hat. Das Unternehmen war in der Vergangenheit auch immer wieder ein Fall für das Kartellamt. So hat das Bundeskartellamt 2017 sowohl die Fusion mit der Konzertagentur FourArtists untersagt, als auch Exklusivvereinbarungen mit Vorverkaufsstellen und Veranstaltern von Live-Konzerten und Festivals verboten (www.handelsblatt.com/unternehmen/dienstleister/cts-eventim-kartellamt-verbietet-exklusiv-vereinbarungen/20668018.html?ticket=ST-655887-pCqOTeMAep5kSnKoYTFH-ap3).

Neben dem Bundeskartellamt sind auch Verbraucherschützer gegen das Unternehmen vorgegangen. Die Verbraucherzentrale NRW hatte sechs Ticketverkäufer abgemahnt und vor Gericht einen Sieg gegen Eventim erreicht. Dem Unternehmen wurde es verboten, Gebühren von Kundinnen und Kunden zu erheben, wenn diese ihre Tickets selbst ausdrucken wollten (www.verbraucherzentrale.de/wissen/vertraege-reklamation/kundenrechte/urteil-gegen-eventim-gebuehruer-printhometickets-unzulaessig-13033).

Der Markt für Veranstaltungstickets in Deutschland ist groß. Bei einer Umfrage von IfD Allensbach gaben hochgerechnet rund 65 Millionen Deutsche 2017 an, mindestens gelegentlich Konzerte und Musikveranstaltungen zu besuchen (<https://de.statista.com/statistik/daten/studie/171171/umfrage/besuchshaeufigkeit-musikveranstaltungen-konzerte/>). Das spiegelt sich auch bei der Anzahl der verkauften Tickets wieder. Nach Angaben des Marktforschungsinstituts GfK wurden 113,5 Millionen Tickets in Deutschland für Veranstaltungen 2017 verkauft, bei einem durchschnittlichen Preis von rund 44 Euro pro Ticket. Mit rund 40 Prozent wurden die meisten Tickets über das Internet verkauft.

Die vermehrten Aktivitäten des Bundeskartellamts sowie Klagen von Wettbewerbern deuten darauf hin, dass es auf dem Markt für Ticketverkäufe eine bedenkliche Konzentration von Marktmacht geben könnte.

Wir fragen die Bundesregierung:

1. Wie hoch ist nach Kenntnis der Bundesregierung der Anteil an Veranstaltungstickets, die online gekauft werden, wie hoch ist der Anteil an Tickets, die an Vorverkaufsstellen verkauft werden, wie hoch der Anteil, der an Abendkassen verkauft wird, wie hoch der Anteil, der über Weiterverkaufs-Plattformen (ViaGoGo, FanSale, etc.) verkauft wird?
2. Wie hoch ist der Anteil, den CTS EVENTIM AG & Co. KGaA nach Kenntnis der Bundesregierung an den einzelnen Verkaufsarten hat?
3. Die Monopolkommission hat im XXII. Hauptgutachten festgestellt, dass der Markt für Ticketverkäufe von der Firma Eventim mit 50-70 Prozent Marktanteil dominiert wird. Lediglich drei andere Anbieter erreichten Marktanteile über 5 Prozent. Liegen der Bundesregierung zu den Marktanteilen im Markt für Ticketverkäufe andere Zahlen vor, falls ja auf welchen Quellen beruhen diese und wie bewertet die Bundesregierung die Wettbewerbsintensität im Markt für Ticketverkäufe?
4. Betrachtet die Bundesregierung den Markt für Ticketverkäufe als einen Markt, auf dem, wie es im Weißbuch Digitale Plattformen beschrieben ist, „bisheriges Recht versagt und die Beschränkung oder gar Ausschaltung des Wettbewerbs durch marktmächtige Akteure zu befürchten ist“?

Wenn ja, weshalb kommt die Bundesregierung zu dieser Bewertung und welche Schlüsse zieht die Bundesregierung daraus?

Wenn nein, warum nicht?

5. Wie bewertet es die Bundesregierung, dass es keine gesetzliche Regelung gibt, wann Ticketgelder vom Ticketverkäufer an den Veranstalter überwiesen werden müssen?
Sieht die Bundesregierung hier eine Regelungslücke?
6. Sieht die Bundesregierung es als Problem insbesondere für kleine und mittelständische Konzertveranstalter an, wenn Gelder aus dem Ticketverkauf nicht vor Veranstaltungsbeginn ausgeschüttet werden?
7. Sieht die Bundesregierung es als Ausnutzung einer marktbeherrschenden Stellung an, wenn Ticketverkäufer Veranstalter unterschiedlich behandeln, und die Auszahlung zu unterschiedlichen Zeitpunkten vornehmen?
8. Welche Regelungen sind der Bundesregierung im europäischen Ausland bekannt, mit denen geregelt wird, wann Ticketverkäufer die Gelder durch Ticketverkäufe an die Veranstalter überweisen müssen und wie bewertet die Bundesregierung diese Regelungen?
9. Sieht die Bundesregierung für Deutschland den Bedarf nach einer solchen Regelung, oder sieht sie eine andere Maßnahme als sinnvoller an, um einerseits die Interessen der Verbraucherinnen und Verbraucher zu schützen und andererseits insbesondere kleinen und mittelständischen Veranstaltern die Vorfinanzierung von Veranstaltungen zu ermöglichen?
10. Wer darf nach Meinung der Bundesregierung bei einem online Ticketverkauf die Kunden nach Berechtigung zur weiteren Nutzung ihrer Daten (etwa zu Werbezwecken) fragen?

Darf nach Einschätzung der Bundesregierung ein Ticketverkäufer einen Veranstalter daran hindern, die Ticketkäufer nach Ihren Daten zu Werbezwecken zu fragen?

11. Wie beurteilt die Bundesregierung exklusive Medienpartnerschaften zwischen Ticketverkäufern und überregionalen bzw. regionalen Medien?

Sieht die Bundesregierung diese Exklusivvereinbarungen als Markteintrittshürde für den Verkauf von Tickets bzw. die Organisation für Großveranstaltungen an, wenn Konzertveranstalter dazu gezwungen sind, den Ticketverkauf über Eventim zu organisieren, wenn sie mit einem Medienpartner ein Konzert bewerben wollen?

12. Sieht die Bundesregierung exklusive Medienpartnerschaften von marktbeherrschenden Ticketverkäufern mit Medienpartnern als Ausnutzung einer marktbeherrschenden Stellung an?

Falls nein, warum nicht?

13. Wie ist nach Meinung der Bundesregierung ein Verkauf von Tickets durch den offiziellen und einzigen Ticketverkäufer einer Veranstaltung direkt auf Zweitmärkten (wie etwa VIGOGO oder FanSale) zu bewerten?

14. Wäre es nach Meinung der Bundesregierung bei einer Veranstaltung, bei der nur ein Unternehmen Tickets verkauft, eine Ausnutzung einer marktbeherrschenden Stellung, wenn dieses Unternehmen Tickets direkt auf einem Zweitmarkt zu höheren Preisen verkauft?

Falls nein, warum nicht?

15. Sind der Bundesregierung Fälle bekannt, bei denen Veranstaltungstickets vom einzigen Ticketverkäufer direkt auf Zweitmarktplattformen zu höheren Preisen verkauft werden?

Wenn ja, wie viele solche Fälle gab es 2017 und wie bewertet die Bundesregierung diese Fälle?

16. Wie viele Veranstaltungsorte betreibt oder besitzt CTS Eventim nach Wissen der Bundesregierung?

17. Wie bewertet es die Bundesregierung, wenn Eventim nach Ansicht von Marktteilnehmern Veranstaltern einen Rabatt auf die Miete eines Veranstaltungsortes gibt und der Veranstalter sich dafür verpflichtet, seinen Kartenverkauf über Eventim abzuwickeln?

Sieht die Bundesregierung darin eine Ausnutzung einer marktbeherrschenden Stellung?

Falls nein, warum nicht?

18. Wie bewertet die Bundesregierung die teils hohen Kosten, die für Ticketkäufer oftmals durch Vorverkaufsgebühren, Buchungsgebühren und ähnliches entstehen?

Sind diese nach Meinung der Bundesregierung ein Indiz für die Ausnutzung einer marktbeherrschenden Stellung, insbesondere vor dem Hintergrund, dass bei ähnlichen Systemen etwa von Kinos, die Gebühren deutlich günstiger sind?

Falls nein, warum nicht?

19. Wie bewertet es die Bundesregierung, wenn Veranstalter oder Verkäufer Ticketkäufer dazu verpflichten, die Tickets auf ihren Namen zu registrieren und ein Wechsel der Namen nur gegen Gebühr möglich ist?

20. Sieht die Bundesregierung darin die Ausnutzung einer marktbeherrschenden Stellung bzw. erachtet sie ein solches Vorgehen als verhältnismäßig, um den Verkauf auf dem Schwarzmarkt für Tickets zu erschweren?

21. Ist nach Meinung der Bundesregierung ein Ticket für eine Konzert-, Sport- oder sonstige Veranstaltung ein frei handelbares Gut, das durch den Käufer mit Preisaufschlägen weiterverkauft werden darf?

Falls nein, warum nicht?

22. Wie bewertet die Bundesregierung in diesem Zusammenhang Klauseln, die es Käufern verbieten, Tickets zu einem höheren Preis als dem Originalpreis weiter zu verkaufen, oder den Verkauf generell untersagen, wie dies etwa die Veranstalter des lollapalooza-Festivals tun (Quelle: www.lollapaloozade.com/agb/)?

Berlin, den 13. August 2018

Katrin Göring-Eckardt, Dr. Anton Hofreiter und Fraktion

Vorabfassung - wird durch die lektorierte Version ersetzt.