

Darum ist die Praxis von Ticket-Anbieter Eventim umstritten



Ein Konzert der Rolling Stones bei Paris.

Foto: dpa Picture-Alliance / Jean-Baptiste Quentin / picture alliance / Jean-Baptiste

Berlin

Der deutsche Konzern Eventim ist Europas größter Kartenanbieter und Veranstalter. Die Geschäftspraktiken sind allerdings umstritten.

Die Karten für das Konzert der Rolling Stones im Juni liegen im virtuellen Warenkorb. Die Vorfreude auf die Show im Berliner Olympiastadion unterdrückt das schlechte Gewissen, für zwei Karten 478 Euro ausgegeben zu haben. Da fallen die 4,90 Euro für den Postversand und die Ticketversicherung für 19,98 Euro schon nicht mehr ins Gewicht.

Ein paar Klicks, und die Karten sind unterwegs. Der Markt für solche Konzerte ist lukrativ und umkämpft, wie sehr, das zeigen Verfahren vor Gericht und beim Bundeskartellamt gegen CTS

Eventim . Das Unternehmen nutzt demnach seine Marktmacht aus.

Eventim mit Sitz in München und Bremen ist Europas größter Ticketanbieter und Konzertveranstalter – weltweit die Nummer zwei hinter Live Nation mit Ticketmaster. In Deutschland vereinigt Eventim nach Zukäufen von Veranstaltern, Konzert- und Künstleragenturen alle Bereiche in einem Konzern. Experten schätzen, dass Eventim mindestens 75 Prozent der Tickets für Rock- und Pop-Events vertreibt.

Im vergangenen Dezember forderte das Kartellamt, dass Eventim Vorverkaufsstellen und Veranstaltern von Live-Konzerten nicht vorschreiben dürfe, Karten nur über das eigene System zu vertreiben. „Soweit CTS Eventim seine Vertragspartner verpflichtet, Tickets ausschließlich über das Ticketsystem von CTS zu vermitteln, nutzt das Unternehmen seine Marktmacht zulasten des Wettbewerbers aus“, sagte Kartellamtschef Andreas Mundt.

Ticketvertrieb in 24 Ländern aktiv

Der Beschluss hat noch keine Rechtskraft. Eventim hat beim OLG Düsseldorf Beschwerde eingelegt, weil das Amt dem „lebhaften Wettbewerb“ nicht in ausreichendem Maße Rechnung trage.

Dass sich die Lage auf dem Ticketmarkt durch ein Urteil ändern wird, ist allerdings kaum zu erwarten. Die großen Konzertagenturen Europas gehören zu weiten Teilen CTS Eventim und Live Nation. Beide können bei der Planung einer Tour, der Bereitstellung der Konzerthalle und beim Ticketvertrieb mitwirken und verdienen.

So besitzt der deutsche Ticket-Riese über eine Tochterfirma Anteile der Konzertproduktionsfirma FKP Scorpio, die Großveranstaltungen wie das Hurricane- und das Southside-

Festival mit bis zu 78.000 Gästen veranstaltet. Tickets gibt es nur bei Eventim.

Der deutsche Konzern ist im Segment Ticketvertrieb in 24 europäischen Ländern sowie in Brasilien aktiv und an 17 Veranstaltungen beteiligt, die in neun Ländern tätig sind. Zudem betreibt Eventim indirekt die Lanxess-Arena in Köln (18.000 Plätze) sowie in Berlin die Waldbühne (22.000), die Arena (9000) und das Tempodrom (3500). 2017 setzte der Konzern mit gut 3000 Mitarbeitern rund 1,03 Milliarden Euro um – knapp 25 Prozent mehr als 2016. Der Netto-Gewinn stieg um 19 Prozent auf 112,8 Millionen Euro.

Zehn Prozent Vorverkaufsgebühr

Festivals und Konzerte sind heute die entscheidende Einnahmequelle der Musikindustrie. „Der Konzertmarkt ist wegen fehlender Einnahmen durch CD-Verkäufe zum wichtigsten Standbein geworden“, sagt Marcus Kleiner, Kulturwissenschaftler an der Hochschule der populären Künste in Berlin. Vor 20 Jahren machten Künstler Konzerte, um ihr Album zu bewerben.

„Heute produziert man Tonträger, um Appetit für den Live-Besuch anzuregen“, sagt Jens Michow vom Bundesverband der Veranstaltungswirtschaft. Dann muss die Tournee aber auch reibungslos laufen. Kleinere Konzertveranstalter könnten den Aufwand etwa eines Helene-Fischer-Konzerts mit mehr als 50.000 Zuschauern logistisch überhaupt nicht stemmen, sagt Michow. Daher sei es nicht ungewöhnlich, dass bekannte Künstler auf den Marktführer setzten.

Doch selbst wenn Eventim das Konzert nicht veranstaltet und auch nicht den Veranstaltungsort stellt, ist es schwer, an ihm vorbeizukommen. Online oder bei örtlichen Vorverkaufsstellen landen Kunden oft auf der Eventim-Seite. Für jedes Ticket kassiert der Konzern zehn Prozent Vorverkaufsgebühr.

Neue Konkurrenz droht durch Amazon

Und, wenn der Kunde das Ticket selbst ausdruckt, noch 2,50 Euro. „Das ist der eigentliche Skandal“, sagt der Betreiber eines Klubs, der mit Eventim zusammenarbeitet. Eventim trage kein Risiko und erziele „für derart schlechten Service“ nur Gewinn. Das Oberlandesgericht Bremen urteilte im Dezember 2017, dass Eventim keine Gebühr für selbst ausgedruckte Tickets fordern dürfe. Das Unternehmen legte Revision ein, nun muss der Bundesgerichtshof entscheiden.

„Wir sind uns bewusst, dass das nicht einfach zu verstehen ist, und würden auch gerne darauf verzichten“, sagte Eventim-Gründer und -Chef Klaus-Peter Schulenberg Ende März. Die Gebühr sei notwendig, weil man an den Veranstaltungshallen die Technik für entsprechende Zugangskontrollen vorhalten müsse. „Das verursacht Aufwand und kostet Geld. Die 2,50 Euro sind für uns nicht kostendeckend.“

Neue Konkurrenz drohte Eventim vom US-Onlineriesen Amazon, der in den Ticketmarkt einsteigen wollte. Doch Ende Februar wurde bekannt, dass die Pläne gestoppt sind. Die Konkurrenz durch Ticketmaster und Eventim hat den US-Konzern offenbar verschreckt.